

Innehåll

	Förord	
1	40 år med TV	7
2	Public service-begreppet	13
3	Public service – en bestämning	23
4	Mer TV – mer mångfald?	31
5	Information och underhållning	37
6	Programmångfald	51
7	Sverige och världen utanför	59
8	Särskilda grupper	69
9	Kulturen	75
10	Svenska språket	83
11	Samhället	89
12	Opartiskheten i riksdagsval	101
13	Opartiskheten i folkomröstningar	115
14	Informationen i folkomröstningar	121
15	Public service-uppdraget	127
16	Framtiden – publiken och politiken	139
	Referenser	149

Förord

Public service-TV har i över 40 år varit ett centralt inslag i min forskning. Men vad säger resultaten – sett i ett långsiktigt och övergripande public serviceperspektiv? Har Sveriges Television gjort ett bra jobb?

Det är denna något naiva fråga som jag försöker bevara här. Det handlar självfallet inte om min personliga uppfattning – utan de slutsatser jag kommer fram till grundar sig på alla de empiriska undersökningar jag under årens lopp har gjort om programutbudet i Sveriges Television.

Arbetet har möjliggjorts genom att jag efter min pensionering på deltid fått verka som seniorprofessor. Jag tackar universitetets rektor och institutionens prefekt för det.

Men framförallt vill jag tacka Christina Jones som under närmare två decennier medverkat i nästan alla de forskningsprojekt som jag bedrivit. Så också i detta mitt allra sista projekt.

Hon har i alla avseenden varit ovärderlig – och en anledning till att man velat fortsätta när det nån gång känts lite trögt.

Jag vill också tacka Myndigheten för press, radio och tv som bidragit till att få skriften tryckt.

Göteborg den 13 juni 2017

Kent Asp

Kapitel 1

40 år med TV

När jag fräschade upp mina kunskaper och tittade på Barnkanalen hamnade jag mitt i ett program som hette random mix. Det sändes på eftermiddagen och efter ett tag förstod jag att det var en direktsändning som verkade vända sig till något äldre barn. Det var ett lite halsbrytande och spänstigt program främst baserat på en intervju med en yngre astrofysiker och handlade, om jag kommer ihåg rätt, om svarta hål och möjligen också om mörk materia.¹

Jag har visserligen för många år sedan undersökt barnprogram i TV men det här var något nytt – både i tilltal och i tempo. Men det nya var framförallt att programledaren rätt som det var sa: ”Och nu slutar vi här och fortsätter på Youtube! Häng med!”

Jag blev lite överrumplad. Först över att programmet var så lyckat; det handlade trots allt om en direktsändning där programledaren (och den intervjuade) på ett roligt sätt bemästrade minst sagt svåra saker. Sen blev jag förskräckt. Här uppmanade vår svenska public service-TV sina tittare – våra barn att hänga med till ett amerikanskt vinstdrivande jätteföretag!

Att public service-TV i alla möjliga sammanhang och program hänvisar till Facebook eller som här till Youtube var egentligen inget nytt för mig. Men att SVT:s barnprogram levde så påtagligt i symbios med Youtube var jag inte klar över.

Vid närmare eftertanke kanske det trots allt inte är så upprörande. Det är ju i sociala medier som publiken finns – också våra barn. Då måste naturligtvis också public service vara där, även på Youtube. Fast det är onekligen ett dilemma – ska public service-TV enbart vara till för tittarna eller har den inte också ett vidare syfte?

Det är ytterst kring denna frågeställning som *Public service-TV – vårt offentliga rum* handlar om.

¹ Senare kollade jag och såg att random mix var ett program där man även i realtid chattade med sina unga tittare och beskrevs som ”ett direktsänt nöjesprogram som tar upp senaste nytt om kändisar, snackisar och kärlek”. Svarta hål var kanske en slump, men ytterligare koll visade att programmet nog har mer substans än vad beteckningen ”nöjesprogram” antyder. Vad programmet innehöll är dock inte poängen här utan (den uppenbart självklara och oproblematiske) symbiosen med Youtube.

Bokens uppläggnings – en översikt

Skälet till mitt förnyade intresse för barn-TV var att jag efter min pensionering bestämde mig för att jag skulle försöka besvara frågan om Sveriges Television har gjort ett bra jobb – och då sett i ett public service-perspektiv.

Public service-TV har nämligen i en eller annan form och på ett eller annat sätt under snart 40 år utgjort ett centralt inslag i mina studier av innehållet i svenska medier.² Ett empiriskt underlag fanns alltså förhållandevis lätt tillgängligt – liksom en nyfiken och som jag tycker viktig fråga som kunde användas för att styra upp det hela: på vad sätt och hur väl Sveriges Television uppfyllt sitt public service-uppdrag – och då sett i ett övergripande och långsiktigt perspektiv.

Men för att komma dit krävs att vi först klarar ut (1) vad som är bra public service, sedan (2) hur programutbudet faktiskt ser ut och därefter dra slutsatser om (3) hur uppställda ideal förhåller sig till verkligheten.

Det krävs alltså en måttstock – en normativ utgångspunkt. Vad står public service för? Hur bör programutbudet se ut för att uppfylla de krav som kan ställas på en television i allmänhetens tjänst.

Utvärderingens normativa utgångspunkter behandlas i två kapitel.

I kapitel 2, *Public service-begreppet*, tar jag översiktligt upp hur begreppet behandlats i forskning och officiella dokument. Jag ser det primärt som ett kulturpolitiskt begrepp med två grundbetydelser: public service i samhällets tjänst och public service i publikens tjänst. Enligt min mening har public service sin legitimitet i samhällsnyttan, i sin funktion som offentligt rum.

I kapitel 3, *Public service – en bestämning*, ges en definition där en grundläggande distinktion görs mellan public service som institution och public service som innehåll, programmen. Min utvärdering avser programutbudet – och vad som kan betraktas som public service-uppdragets kärnområden – områden där programföretaget har ett särskilt ansvar: mångfald, kultur, demokrati.

För det *andra* krävs en beskrivning av det faktiska programutbudet: vad som utmärker utbudet i public service-TV – hur det har utvecklats och förändrats över tid och hur det skiljer sig från utbudet i andra tv-kanaler.

2 Min första större studie var *Kungstorgsockupationen i Göteborg. Studier kring information och opinionsbildning* (1978). Den ägde rum under hösten 1976 och slutade med en seger för ockupanterna där nyhetsmedierna spelade en central roll. Det var också (tror jag) första gången som jag intervjuades i public service-TV om en undersökning som jag hade gjort. Intervjun i *Rapport* sändes aldrig. Förklaringen var nog inte enbart att jag gjorde dåligt ifrån mig eller att det var en vikarie som stod för intervjun – utan också att resultaten visade att nyhetsförmedlingen i *Rapport* hade det klart sämsta informationsvärdet (av de undersökta nyhetsmedierna). Det fanns rimliga förklaringar till det så jag tyckte även själv att reporterns vinkel på ”den dåliga informationen i Rapport” var lite hårdragen och gick för långt så jag var därför inte direkt ledsen över att intervjun aldrig sändes.

Mångfald som centralt public servicevärde, att tittarna erbjuds ett mångsidigt programutbud, tas upp i fem olika kapitel.

I kapitel 4, *Mer TV – mer mångfald?*, ställs frågan om public service-TV efter digitaliseringen bidragit till att öka mångfalden i det svenska tv-systemet i sin helhet. Och i kapitel 5, *Information och underhållning*, tas den ofta förekommande kritiken mot public service-TV att ha riktat in sig för mycket på underhållning och i sin jakt på tittare alltmer kommit att likna kommersiell TV.

I kapitel 6, *Programmångfald*, beskrivs hur bredden och variationen i utbudet har utvecklats både i det informationsinriktade och i det underhållningsinriktade utbudet. Och i kapitel 7, *Sverige och världen utanför*, behandlas den geografiska mångfalden; i vilken utsträckning utbudet speglar ”hela landet” och vilken bild av världen som ges i nyhetsrapporteringen och varifrån det utländska programutbudet kommer.

Att tillgodose vissa grupperns särskilda behov – barn, funktionshindrade och språkliga minoriteter – utgör också ett grundläggande mångfaldskrav. Hur det uppfylls av public service-TV beskrivs i kapitel 8, *Särskilda grupper*.

Kultur som centralt public service-värde, att tittarna erbjuds program som bevakar och speglar kulturlivet liksom gestaltande och upplevelseinriktade program, behandlas i två kapitel.

I kapitel 9, *Kulturen*, beskrivs kulturutbudets inriktning, ställning och omfattning och hur det har utvecklats över tid. Det svenska språkets ställning och betydelse i public serviceutbudet och i kommersiell TV tas upp i kapitel 10, *Svenska språket*.

Public service-uppdragets kärnområde Demokrati; Sveriges Televisions bidrag till den demokratiska processen i samhället behandlas i fyra olika kapitel.

I kapitel 11, *Samhället*, beskrivs nyhetsrapporteringens och samhällsbevakningens ställning och omfattning och hur det har utvecklats över tid. Därefter följer tre kapitel inriktade på public service-TV:s och nyhetsmediernas roll i de politiska valen.

I kapitel 12, *Opartiskheten i riksdagsval*, beskrivs i vilken utsträckning public service-TV har varit partiskt, gynnat eller missgynnat olika politiska partier under valrörelserna.

Kapitel 13, *Opartiskheten i folkomröstningar*, och kapitel 14, *Informationen i folkomröstningar* tar upp hur public service-TV bevakade folkomröstningarna om kärnkraften 1980, EU-medlemskapet 1994 och euron 2003.

Och för det tredje krävs att vi jämför uppställda public service-ideal med det faktiska programutbudet; finns det ett glapp mellan ideal och verklighet – och hur stort är avståndet i så fall? Och hur har det förändras

över tid – hur mycket skiljer sig public service-TV från kommersiell TV?

Sammanfattande slutsatser presenteras i kapitel 15, *Public service-uppdraget* och i bokens avslutande kapitel 16, *Framtiden – publiken och politiken* diskuteras två av de faktorer som kan tänkas bestämma public service-TV:s framtid.

Undersökningsmaterialet

De resultatsammanställningar som görs av public service-TV:s programutbud bygger på ett omfattande empiriskt material som spinner över lång tid. I huvudsak grundar sig analysen på två olika tidserier – tv-utbudsundersökningarna (1998-2015) och medievalsundersökningarna (1979-2010).

TV-utbudsundersökningarna har jag sedan 1998 (de upphörde 2016) genomfört på uppdrag av Granskningsnämnden för radio och tv (senare Myndigheten för press, radio och TV). De sammanlagt 18 undersökningarna har redovisats och publicerats i årliga rapporter och har syftat till att systematiskt och återkommande beskriva och analysera hur programutbudet i svensk television utvecklas.³

Min utvärdering är i första hand inriktad på programutbudet i Sveriges Televisions olika sändningskanaler och hur det långsiktigt har utvecklats. I vissa delar jämförs även SVT:s utbud med utbudet i kommersiell TV (TV3, TV4 och Kanal 5).

Undersökningarna utgår ifrån vad som anges i tv-kanalernas egen programinformation och programtabläer.⁴ De bygger på ett slumpmässigt urval av 17 veckor (från 2012 12 veckor). Programmens innehåll undersöks med andra ord endast med utgångspunkt ifrån det som framgår av kanalernas egen programinformation.⁵ Det är ett tillvägagångssätt som

3 För en mer ingående beskrivning av undersökningarna hänvisas till årsrapporterna. De senaste åren publicerades rapporterna endast elektroniskt, exempelvis *Svenskt medieutbud 2015*. Utgångspunkterna för undersökningarna presenteras mer utförligt i utvärderingsrapporterna *Mångfald och kvalitet. Public service-TV 1998-2006 – en utvärdering* (Granskningsnämnden för radio och TV, Rapport 22) och i *Mångfald och kvalitet i Sveriges Television. En utvärdering av tillståndspanoroden 2007-2009* (Granskningsnämnden för radio och TV, Rapport nr 27).

4 Utbudet i SVT1, SVT2, UR, TV4, TV3, Kanal 5, TV6 och TV8 har analyserats under samtliga undersökningsår (1998-2015). Från och med 2005 ingår även SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen och TV4 Plus/Sjuan.

5 Samtliga undersökningar är gjorda efter samma grundläggande principer, med samma metod och klassificeringsschema. Resultaten är därför helt jämförbara över tid och mellan olika tv-kanaler. Liksom i de flesta svenska och utländska vetenskapliga studier av televisionens programutbud utgör information-underhållning den grundläggande dimensionen i klassificeringen av utbudet. Sammantaget klassificeras utbudet i 19 olika programområden och 143 programtyper (2015). Under årens lopp har ett antal nya programtyper tillkommit, bland annat olika typer av verklighetsunderhållning. Utbudet har också i relevanta fall klassificerats med utgångspunkt ifrån den målgrupp programmen i första hand vänder sig till: barn, ungdomar, etniska grupper och om

gör det möjligt att med begränsade resurser undersöka en stor andel av det totala programutbudet i ett stort antal tv-kanaler.

Medievalsundersökningarna omfattar nyhetsmediernas bevakning av tio riksdagsval (1979-2010) och tre folkomröstningar (1980, 1994 och 2003).

Undersökningarna har sedan början av 1980-talet under årens lopp publicerats i stort antal böcker och rapporter. För en sammanfattande analys hänvisas främst till *Mediekratin – mediernas makt i svenska val* (Asp&Bjerling 2014). I bokens referenslista finns flertalet av *Medievalsundersökningarnas* publikationer (en översikt ges i not 4 s. 13).

I samtliga val har Sveriges Televisions nyhetsprogram Rapport och Aktuellt, Sveriges Radios nyhetsprogram Ekot samt TV4:s nyhetsprogram Nyheterna undersökts (från och med 1991 års val). Under folkomröstningarna har samtliga valprogram undersökts. I *Medievalsundersökningarna* ingår också en långsiktig studie av det dagliga nyhetsflödet i Rapport.⁶

Normkällor som grund

Efter nära 40 års vetenskapliga studier där utbudet i Sveriges Television utgjort *ett*, men ett centralt, inslag ligger det nära till hands att så här efteråt försöka utvärdera om public service-TV gjort ett bra jobb. Men det handlar självfallet inte om vad jag personligen har för uppfattning i frågan. Det är en utvärdering som så långt möjligt tar sin utgångspunkt i officiella normkällor, i första hand programföretagens sändningstillstånd.

Det kan däremot ses som en personlig utvärdering i den meningen att jag utan skamkänslor valt att enbart utgå och sammanföra resultat från min egen forskning. Men det är lite av själva poängen för att inte säga syftet med utvärderingen – att höja blicken och se vad de resultat som jag under årens lopp tagit fram säger om Sveriges Televisions prestationer sett i ett långsiktigt och övergripande public service-perspektiv.

Även om undersökningarna av programutbudet spänner över många år finns det ingen ambition att skriva tv-historia. Forskningen är i det avseendet väl företrädd i Sverige bland annat genom de skrifter som kommit till genom *Stiftelsen Etermedierna i Sverige* – och då inte minst genom de förnämliga översiktsverken *Kampen om Monopolet* (1998) av Stig Hadeni-

de är särskilt anpassade till människor med funktionshinder. UR:s programutbud klassificeras i särskild ordning.

⁶ Pressurvalets storlek har varierat men sex storstadstidningar har alltid ingått i samtliga val: Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Arbetet (till och med valet 1998), Aftonbladet och Expressen.

us och *Spegla, granska, tolka* (2001) av Monica Djerf-Pierre och Lennart Weibull.

Eftersom framställningen är klart resultatnriktad (och vad jag själv kommit fram till) är referenser till vetenskapliga diskurser och internationell litteratur medvetet sparsam (med visst undantag för kapitel 2 och 3).

Kapitel 2

Public service-begreppet

I slutet av 1970-talet, och jag tror också under hela 80-talet, använde jag knappast begreppet public service. I varje fall såg jag ingen anledning till att problematisera och klara ut vad public service stod för. Det var jag inte ensam om. På den tiden användes knappast inte begreppet av medieforskare – varken i Sverige eller utomlands (Söndergaard 1996).

Det var först under två avgörande formativa skeden i mediehistorien som public service kom att diskuteras och inta en central plats i såväl forskning som samhällsdebatt: under etermediemarknadens *avreglering* i slutet på 80-talet och början av 90-talet och under televisionens *digitalisering* med start i slutet av 90-talet. Samma utveckling ägde rum vid ungefär samma tidpunkter i våra nordiska grannländer.

Avregleringen och etermediemonopolets avskaffande innebar en stark utmaning för public serviceföretagen, särskilt för Sveriges Television (SVT).

Uppslutningen kring public service från politikernas sida var fortfarande stark, men samtidigt som man värnade om public service med ena handen, banade man väg för kommersiell TV med den andra (Söndergaard 1995:6).

Konkurrensen från kommersiell TV innebar inte bara att SVT helt naturligt förlorade tittare. Men vid sidan av en publikkras uppstod också en ekonomisk kris. Den ökande konkurrensen om programmen innebar starkt ökande rättighetskostnader. Det ledde till vad som närmast kan kallas en legitimitetskris eftersom det stora publik tappet innebar att public serviceföretagens särställning och berättigande började ifrågasättas. Det bekymmersamma läget innebar också en identitetskris som innebar att public service-TV tvingades ompröva och se över sin roll i det nya digitala medielandskapet (Söndergaard 1995:8).

Nedsläckningen av det analoga TV-nätet påbörjades i Sverige 1999. Digitaliseringen var fullt genomförd under 2007. SVT startade två nya programtjänster; SVT24 år 1999 och Barnkanalen 2002 (som idag delar sändningskanal). Kunskapskanalen började sända 2004.

Digitaliseringen innebar att konkurrensen från reklamkanaler och talkanaler ökade och publik tappet fortsatte. Men SVT:s nystartade kanaler föranledde ingen större debatt om vad public service stod för. Det var närvaron och expansionen på nätet (SVT Play startade 2008) som framförallt satte begreppet i fokus. Kunde SVT Play och satsningar på nätet ses som en naturlig del av public serviceuppdraget? Under senare år har public

service eventuella marknadsstörande effekter särskilt uppmärksammas.¹ Och då har inte enbart public service-mediernas negativa effekter på kommersiella etermedier ifrågasatts utan också nätverksamhetens inverkan på den lokala dagspressen.

Så länge det rådde monopol förekom det alltså knappast någon diskussion om vad public service närmare stod för, mera än att det stod för en radio och tv i allmänhetens tjänst. Det var med andra ord först när monopolet avskaffades som frågor kring public service-begreppets innebörd kom att diskuteras.

Den ökande konkurrensen som TV-marknadens avreglering förde med sig aktualiserade de utmaningar som public service ställdes inför, medan TV-marknadens digitalisering aktualiserade de utmaningar som public service-mediernas expansion på nätet innebar för de kommersiella medierna.

Farhågor på ömse sidor gav på så vis näring åt en debatt där public service-begreppet kom att stå i centrum.

Ett kulturpolitiskt begrepp

Det råder ingen konsensus om vad public service står för. Det gäller både om man ser till den vetenskapliga litteraturen om vad public service faktiskt är eller om ser till debatten om vad det bör vara.

Det är kanske så det ska vara – public service är inte primärt ett vetenskapligt begrepp utan ett kulturpolitiskt begrepp – ett begrepp som i ett öppet pluralistiskt samhälle präglad av olika intressen kan omförhandlas och ha olika innebörder; under olika tider, i olika länder.

Det finns alltså ingen standarddefinition, inget sant eller riktigt public service-begrepp. Begrepp är endast mer eller mindre användbara, mer eller mindre fruktbara; de är varken sanna eller falska. Men det betyder självfallet inte att man kan ge public service vilken innebörd som helst.² Det gäller särskilt om syftet som här är att i ett public service-perspektiv utvärdera Sveriges Television.

Ett sätt att närma sig begreppet är att urskilja de grundläggande ideal och värden som public service-tanken bygger på; vad som i ett normativt perspektiv är utmärkande för public service. Det faller sig då naturligt att i första hand söka normativa utgångspunkter i de lagar, regler och föreskrifter som gäller för public service och vad som sägs i förarbeten och statliga utredningar inom det aktuella området.

1 *Myndigheten för press, radio och tv: Utveckling och påverkan i allmänhetens tjänst, september 2015.*

2 Olika forskare, olika forskningsdiscipliner behöver inte nödvändigtvis definiera ett begrepp på samma sätt, även om man som enskild forskare skall arbeta med hyfsat precisa begrepp, och hypoteser som kan utsättas för empirisk prövning. I forskningen kan ett begrepps luddighet många gånger vara till fördel eftersom det kan inbjuda till ny forskning med andra infallsvinklar som för forskningen framåt, även om det då riskerar forskningens kumulativitet. Det gäller inte minst de två begrepp som under årens lopp har legat mig nära - *medialisering* (Asp 2014a) och *medielogik* (Asp 2014b).

Public service i officiella dokument

Det finns nog få områden som så utförligt och kontinuerligt har utretts som public service – radio och tv i allmänhetens tjänst. Det är kanske inte så märkligt eftersom programföretagen inför varje tillståndspériod blir föremål för en ny statlig utredning. Enbart under 2000-talet har fyra stora utredningar lagts fram (2000, 2005, 2008 och 2012) liksom en större promemoria (2016) från Medieutredningen inför nästkommande tillståndspériod med start 2020.

2000-talets första utredningsbetänkande *Radio och TV i allmänhetens tjänst – ett beredningsunderlag* (SOU 2000:55) ger ingen närmare definition av public service. Men det ges en fingervisning: ”vad som är att betrakta som public service kan sägas vara föremål för en samverkan mellan de allmänna krav och riktlinjer statsmakterna formulerar och den självständiga ställning programföretagen har att utifrån dessa riktlinjer bedriva verksamheten” (s 40).

Begreppet definieras inte heller i betänkandet från 2005 *Radio och TV i allmänhetens tjänst. Riktlinjer för en ny tillståndspériod* (SOU 2005:1). Utredningen är dock något tydligare och listar de värden och målsättningar som bör genomsyra public service-uppdraget (s 18). Public service är både i 2000 och 2005 års utredningar närmast synonymt med en radio och TV i allmänhetens tjänst.

2008 års utredningsbetänkande *Kontinuitet och förändring* (SOU 2008:64) skiljer sig från de föregående genom att den särskilde utredaren genomgående valt ”att använda begreppet public service för den verksamhet som tidigare oftast benämnts radio och TV i allmänhetens tjänst” (s 14). Utredaren säger sig också definiera begreppet, men skiljer sig endast åt genom att vara mera positiv till det som gängse brukar anges som utmärkande från public service (s 63 ff).

I sin uppläggning och genomförande är betänkandet från 2012 års utredning *Nya villkor för public service* (SOU 2012:59) mer lik utredningarna från 2000 och 2005. Utredningen framhåller dock att vikten av att public service-uppdraget skall bli tydligare, men hänvisar ändå när det gäller uppdragets utformning till ”att nuvarande sändningstillstånd ger uttryck för den typ av programutbud som programföretag i allmänhetens tjänst bör ha” (s 17).

Två slutsatser: För det *första* sätts det i de senaste statliga utredningarna ett likhetstecken mellan public service och en radio och TV i allmänhetens tjänst. Det görs inga försök (med ett undantag) att definiera vad public service står för.

För det *andra*, i de bestämmelser som förekommer om vad som utmärker public service, hänvisas det genomgående (explicit eller implicit) till vad som står i programföretagens sändningstillstånd.

För en (officiell) uttolkning av vad public service står för får vi gå tillbaka till 1960 års radioutredning. I utredningens betänkande *Radions och televisionens framtid i Sverige* (SOU 1965:20) introduceras uttrycket ”en radio och TV i allmänhetens tjänst”, och där förs, troligen för första gången i ett officiellt dokument, en diskussion om vad som bör utmärka radions och televisionens programverksamhet sett i ett public service-perspektiv.

Det är dessa tankar från 1960-talet som i stora drag förts vidare i de sändningstillstånd som gällt fram till idag – några avgörande förändringar i statsmakternas syn på public service har därefter egentligen inte ägt rum.³

Det är med andra ord främst i programföretagens sändningstillstånd som vi kan få del av statsmakternas uppfattning om vad public service står för.

Våra grannländer förhåller sig något annorlunda till public service-begreppet; inte innehållsligt men väl i form och hur man tar sig an begreppet.

I Norge sätts (liksom i Sverige) i princip ett likhetstecken mellan ’allmennkringkasting’ och public service. Men i Norge specificeras begreppet och ges tre olika betydelser:

(1) public service som allmän nytthet, (”en service som är tillgänglig för alla till ett rimligt pris”) (2) public service som publik, (”en service som tjänar publikens behov som individuella mediekonsumenter i motsättning till ett kollektiv av samhällsmedborgare”) (3) public service som offentlighet, (”en service som främjar det offentliga samtalet genom att granska politiska och ekonomiska makthavare och förser medborgarna med sådan information att de aktivt kan medverka i den demokratiska processen”).⁴

I Danmark regleras public service-verksamheten i lag, där mål och vad som skall känneteckna programverksamheten beskrivs.⁵ Den danska lagtexten skiljer sig knappast innehållsligt från det som sägs i de svenska sändningstillstånden. Skillnaden är att det som i Sverige definieras som public service inte regleras i lag utan föreskrivs i ett tidsbegränsat avtal mellan programföretagen och den för tillfället sittande regeringen.⁶

3 Tidigare kallades de ”Överenskommelse mellan staten och Sveriges Radio”

4 Stortingsmelding nr 30, s 45.

5 ”Den samlede publik service-virksomhed skal via fjernsyn, radio og internet el. lign. sikre den danske befolkning et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Der skal i udbudet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægningen skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på sagslighed og opartiskhed. Programvirksomheden skal sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat. Der skal endvidere lægges særlig vægt på dansk sprog og dansk kultur. Programvirksomheden skal endvidere afspejle bredden i produktionen af kunst og kultur og give programtilbud, som reflekterer mangfoldigheden af kulturinteressier i det danske samfund”. (*Radio- og fjernsynslovens §10*).

6 Det som sägs om public service-begreppet i nordiska officiella dokument skiljer sig åt vad gäller utformning och status. Men innehållsligt är skillnaderna små. I flera fall är skrivningarna bokstav-

Begreppet i forskningen

Som vetenskapligt begrepp är public service som alla begrepp öppet för tolkningar.⁷ Men skiljer sig från andra vetenskapliga begrepp eftersom det i forskningen finns ett visst normativt inslag. Medieforskare har i allmänhet mera ställt upp och värnat public service-idén än kritiserat den. De fall då det förekommer kritik handlar det oftast om att programföretagen inte är tillräckligt mycket ”public service” (Söndergaard 1996).

Jag betraktar i detta sammanhang inte forskningen om public service som sådan som en primär normkälla. Forskningen samspekar dock med de offentliga normkällorna.

Det officiella norska sättet att närma sig public service-begreppet är vad jag förstår hämtat från Trine Syvertsens arbeten (1991, 1999). Den tredelade definitionen som genom Syvertsen fått stort genomslag i både medieforskning och norsk mediepolitik fanns dock ordagrant med redan i 1960 års svenska radioutredning (SOU1965:20, s 160). Mer om detta i not 8 och i bokens sista kapitel.

Syvertsen ser public service (som allmän nyttighet, som offentlighet och som publik) som en beskrivning av hur begreppets innebörd har utvecklats över tid. Hennes danske forskarkollega Henrik Söndergaard (1995:26) talar i detta sammanhang om arkeologiska betydelselager.

Public service sågs ursprungligen och till en början närmast som en allmän nyttighet; en service som skulle komma alla till del i likhet med annan samhällsservice som post och järnväg (Reith 1924).

När public service-företagen successivt fick en allt starkare ställning i samhället betonades betydelsen av public service som offentlighet mer. Tonvikten vid public service som en offentlighet i samhällets tjänst, fri från marknad och politik, blev under monopoltiden ett starkt argument för programföretagen att värna sin särställning gentemot statsmakterna och sina privilegier gentemot kommersiell konkurrens.

Med avregleringen och den ökade kommersiella konkurrensen skedde en andra betydelseförskjutning. Public service kom att alltmer betyda en radio och TV i publikens tjänst, där allmänheten blev synonymt med programföretagens tittare och lyssnare.

ligen desamma. Likheterna är inte helt överraskande eftersom det finns en betydande rundgång mellan de nordiska länderna. Inte minst har samtliga hämtat inspiration från en och samma normkälla – det brittiska BBC. (Söndergaard 1995, s 37). Även andra officiella dokument (Europarådet och EU) visar på betydande likheter i synen på public service. Se exempelvis Europarådets resolutionsförslag *The media in a democratic society* (1994) och EU:s ministerråds Amsterdamsprotokoll om public service, *Official Journal C 340, 10/11/1997 P.0109*.

7 I forskningen är skillnaderna större i synen på public service-begreppet, men även här är det likheter mer än skillnader som utmärker de definitioner och bestämmingar som görs. Denis McQuails (2000:157) lista på egenskaper som utmärker public service-medier kan sägas sammanfatta det synsätt som finns i forskningen: (1) universality, (2) diversity, (3) for minorities, (4), concern for national culture, identity and language, (5) serving the need of the political system and (6) special concern for 'quality'.

I den nya konkurrenssituationen blev det viktigare att tillgodose publikens intressen som mediekonsumenterna än deras behov som samhällsmedborgare.

Publikintresset vs. allmänintresset

En central tanke i den tredelade definitionen är att det över tid har ägt rum en utveckling från att 'service' haft betydelsen att stå i samhällets tjänst till att stå i publikens tjänst. En betydelseförskjutning som också haft public service-företagen som tillskyndare. Den förra föreställningen har ibland uppfattats ett uttryck för en "klassisk" public service-filosofi medan den senare som en "modern" variant av densamma (Söndergaard 1995, s 28-31).

Vad jag förstår, tar inte Syvertsen ställning till om det är en önskvärd utveckling, endast att den ägt rum. Men betydelseförskjutningen illustrerar på ett bra sätt frågan om vad eller vem som public service egentligen är till för. Kan offentligt reglerade medier tilldelas en uppgift i ett system med fria medier i konkurrens som innebär att de står i mediekonsumenternas tjänst? Vad ger public service-medierna dess legitimitet? Är det publikintresset eller samhällsintresset?

Vad som motiverar public service-mediernas särställning (när det inte längre existerar ett monopol) berörs sparsamt i (de parlamentariska) utredningarna. Förklaringen är säkert politisk – och i det perspektivet förståeligt. När det väl diskuteras består det mest av en listning av önskvärda egenskaper som anses utmärka just public service som det är lätt att nå politisk enighet om.

En översättning som fått betydelse

Politik är nog det främsta skälet till varför motiven, och vad som legitimerar statsmakternas engagemang i public service i dagens differentierade medielandskap, inte problematiseras. Men det finns säkert fler förklaringar.

Jag tror även att översättningen av 'public service' har haft betydelse. Uttrycket en radio och television i allmänhetens tjänst har som tidigare nämnts sitt ursprung i 1960 års radioutredning: "Med en bekant engelsk term betecknas (systemet) som 'public service-broadcasting', här nedan översatt med 'radio och TV i allmänhetens tjänst' (SOU 1965:20, s 159-160).

Översättningen är inte helt oproblematiserad eftersom den leder till oklarheter när det gäller vem eller vad public service är till för eftersom det engelska 'public' både är ett adjektiv i betydelsen allmän, offentlig i motsats till privat och ett substantiv i betydelsen ett kollektiv av individer (McQuail 1992, s 2; jfr Söndergaard 1995, s 26).

Det svenska 'allmänheten' tar enligt min mening i första hand fasta på 'public' som substantiv, publiken. Den ursprungliga översättningen,

som allt sedan dess funnits med i alla svenska officiella dokument, har om inte lett till så i varje fall underlättat föreställningen om att public service (i första hand) står i publikens tjänst och inte i allmänintressets tjänst ('the public interest').

Publikintresset är så att säga inbyggt i den svenska översättningen av public service. Så är det exempelvis inte i det norska 'almennkringkasting' som tar fasta på 'public' som adjektiv.⁸

Public service-mediernas legitimitet

Vari ligger då public service-mediernas legitimitet? I publiknyttan eller i samhällsnyttan?

När frekvensutrymmet var begränsat är det lätt att förstå behovet av ett etermediemonopol. En statlig reglering och kontroll var närmast ofrånkomlig.

Men varför skall vi i dagens starkt differentierade digitala medielandskap där frekvensutrymme knappast längre är ett problem omgärda televisionen med statliga regleringar; lagar och förordningar – och där public service-medier särbehandlas och ges särskilda privilegier?⁹

I de svenska public service-utredningarna är frånvaron av motiv inte absolut. I 2000 års parlamentariska utredning motiveras public service-medier med att: "varje demokratiskt och pluralistiskt samhälle (har) behov av ett öppet och allsidigt kommunikationssystem som erbjuder hela befolkningen på lika villkor tillgång till en arena för såväl information och opinionsbildning som kultur och underhållning" (SOU 2000:55, s 57).

Det är med andra ord samhällets behov som lyfts fram som det centrala; public service-medier som en central del av den demokratiska infrastrukt-

8 I utredningens eget Förslag till stadgar för Stiftelsen Sveriges Radio heter det 'allmän rundradio'. I det fallet tar man alltså fasta på 'public' som adjektiv. I utredningen (som lades fram 1965) tas, på samma sätt som Syvertsen senare har gjort, public service upp i tre olika betydelser: "Vad Sverige beträffar har statsmakterna alltid hållit fasta vid att radion – och senare även televisionen – skall behandlas som en "public service", en offentlig nyttighet" (s 160).

Men som utredningen framhåller: "Innebörden av termen 'i allmänhetens tjänst' behöver emellertid närmare utvecklas om dess användning skall vara meningsfull" (s 160). Därefter berörs en radio och TV som verkar "i samhällets intresse" respektive i "publikens intresse" och där utredningen i sin helhet enligt min mening visserligen utgår ifrån att en radio och TV (i monopolställning) står i samhällets tjänst men betonar samtidigt också starkt att den står i publikens/allmänhetens tjänst. Därför kan man säga att det finns en viss samsyn mellan utredningens översättning av 'public service' och de tankar som allmänt sett förs fram i betänkandet.

9 Även om den statliga regleringen gäller samtliga tv-kanaler med svenskt sändningstillstånd (från Myndigheten för press, radio och TV) tar jag i mitt resonemang om vad som motiverar en reglering enbart fasta på public service-TV (där sändningstillstånd ges av regeringen).

turen. Det är public service i sin funktion som offentligt rum som ger legitimitet åt en radio och TV i allmänhetens tjänst.¹⁰

Public service fyller funktioner i ett samhälle med fri åsiktsbildning som statsmakterna varken kan eller bör ålägga andra, fria medier där de privilegier statsmakterna ger public service-medierna (offentlig finansiering, oberoende och tidigare monopolställning) svarar mot att särskilda krav och förpliktelser uppfylls.

Det är samhällsnyttan som motiverar och ger public service-verksamheten dess legitimitet. Det kan synas vara ett något krasst och för många kanske också ett svårsmält konstaterande. Men som Hans-Gunnar Axberger (2010, s 111) framhåller har tryckfrihetens förespråkare i Sverige ända sedan 1766 (liksom de amerikanska grundlagsfäderna) haft tryckfrihetens och offentlighetsprincipens samhällsnytta som sitt främsta argument.

Att motivera och legitimera public service med samhällsnyttan är alltså inte oförenligt med grundläggande fri- och rättigheter i ett demokratiskt rättssamhälle.

Avvägning av intressen

Jag ser alltså allmänintresset överordnat publikintresset. I praktisk programverksamhet är det naturligtvis inte så enkelt eftersom ett fullgörande av allmänintresset förutsätter ett visst mått av publikintresse. En stark prioritering av allmän- eller samhällsintresset på bekostnad av publikintresset kan på lång sikt undergräva samhällsintresset. Liksom en alltför stark prioritering av publikintresset kan äventyra samhällsintresset.

För att samhällsintresset uthålligt och verkningsfullt skall kunna uppfyllas krävs med andra ord också ett publikintresse. Att tillgodose publikintresset kan därför många gånger vara det bästa sättet att uppfylla ett sam-

10 Det danske Medieudvalgets förslag från 2016 till ny definition av public service kan i detta sammanhang ses som ett pregnant sätt att närma sig begreppet: ”Medievirksomhed, som med offentlig regulering af indhold, distribution og finansiering, giver alle borgere fri og lige adgang til et mangfoldig og alsidigt indhold, der opartiskst understøtter borgernes handleevne i det danske folkestyre i en globaliseret verden samt uafhængigt af kommerzielle og politiske særinteresser styrker dansk kultur, sprog og sammenhængskraft.” (*Public Service de næste 10 år. Rapport fra public service-udvalget*, s 55). Det handlar i detta fall inte enbart (såsom jag läser det) om en redaktionell förändring av §10 i Radio- och fjernsynsloven utan också om en innehållslig skillnad. Medieudvalgets förslag framstår som att det mer framhäver public service som offentlighet i samhällets tjänst än i publikens tjänst.

hällsintresse. För vad är det för mening med en television som uppfyller alla krav som allmänintresset ställer men som inte har någon publik?

Avvägningen mellan allmänintresset och publikintresset är kanske därför det som främst karakteriserar public service-verksamheten – både i den strategiska planeringen och i vardagsarbetet (en avvägning som för övrigt också gäller i all professionell nyhetsjournalistik).

Kapitel 3

Public service - en bestämning

De europeiska public service-företagen är inbördes olika. Det svenska SVT skiljer sig ifrån det italienska RAI, liksom från det brittiska BBC och även om likheter överväger också från norska NRK. Men alla kan utan större invändningar betraktas som public service-företag.

En definition som syftar till att inkludera olika typer av public service-företag måste med nödvändighet arbeta med en minsta gemensam nämnare, en idealtyp. Enskilda programföretag kan sålunda i mer eller mindre grad uppfylla de kriterier som ställs, men trots sina olikheter ändå räknas som public service-företag.

Ett första grundläggande steg i en definition av public service är enligt min mening att skilja på public service som *institution* och public service som *innehåll*.

Distinktionen mellan public service som institution och innehåll är inte bara grundläggande för mitt sätt att definiera begreppet, utan också för den vidare analysen och utvärderingen. Distinktionen innebär exempelvis att medieföretag som innehåll kan karaktäriseras som ”public service”, men därför inte nödvändigtvis karaktäriseras som en public service-institution (och omvänt).¹

1 Åtskillnaden gör det möjligt att hävda att innehållet i exempelvis Dagens Nyheters allmänna nyhetsdel kan karaktäriseras som public service, men att tidningen därför inte kan betraktas som ett ”public service-medium” eftersom tidningen inte uppfyller ett av en public service-institutions särskilda kännetecken genom att den är privatägd.

Distinktionen knyter även an till den övergripande frågeställningen om public service-uppdraget (innehållsligt) kan uppfyllas av kommersiella medier på en fri marknad utan att de uppvisar public service-institutionens kännetecken. Det förutsätter dock vad ekonomer kallar för en perfekt fungerande marknad. Radio- och tv-utsändningar (broadcasting) har i det avseendet speciella egenskaper (market failures) som gör det svårt om inte omöjligt för kommersiella företag att ekonomiskt fullgöra ett public service-uppdrag (BBC: Building public value, s 43).

Men även om ekonomi-teoretiska invändningar kan göras så väger enligt min mening ett annat mer praktiskt och påtagligt argument tyngre. Det svenska språkområdet är helt enkelt en för liten marknad för att kommersiella medier i konkurrens ekonomiskt skall kunna klara av att uppfylla de krav som ett public service-uppdrag innebär. Och även om det vore möjligt på ett så litet språkområde som det svenska har en public service-institution med dess särskilda kännetecken ett egenvärde i ett demokratiskt samhälle; en oberoende publik instans i samhället med uppdrag att handha något som bedöms som angeläget.

Public service-institutionens kännetecken

Ser man till officiella normkällor och mer generellt till den vetenskapliga litteraturen kan enligt min uppfattning tre kännetecken urskiljas hos en public service-institution: (1) den är en publik institution som vänder sig till och är öppen för alla; hela befolkningen, (2) den är en av staten offentligt reglerad men av olika samhällsintressen oberoende institution, och (3) det är en institution med ett särskilt uppdrag.

För att räknas som en public service-institution måste samtliga tre egenskaper uppfyllas. Däremot kan graden av uppfyllelse variera.

För att mer konkret illustrera vad som utmärker en public service-institution har jag använt mig av formuleringar hämtade från SVT:s senaste sändningstillstånd (2014-2019).²

Publik. En public service-institution är offentligrättsligt reglerad; offentlig i motsats till privat, men inte nödvändigtvis avgiftsfinansierad.

Den är publik i den meningen att den utan inskränkning är lika och fritt tillgänglig för hela befolkningen; ”Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen ska kunna ta emot sändningarna” (1§). Det publika innebär alltså att man som institution är till för och vänder sig till alla befolkningsgrupper i samhället: ”SVT ska utforma sändningarna på ett sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet” (4§).

Det publika är en idealtyp och kan uppenbarligen variera. Det gäller exempelvis den geografiska tillgängligheten – där statsmakternas krav är att SVT skall nå minst 99,8 procent av befolkningen (alltså inte riktigt alla).

Och även om public service-medierna som institution vänder sig till hela befolkningen utan inskränkning handlar det i praktiken om att man får betala en avgift för att få tillgång till de tjänster som erbjuds (och som för olika befolkningsgrupper kan väga olika tungt). Och de tjänster som i allt högre grad erbjuds över nätet innebär också inskränkningar i det publika (kräver särskilda kunskaper och tillgång till dator och numera allt vanligare även smartphonesappar).

Oberoende. Att public service som institution ska stå fri från politiska och ekonomiska intressen har från första början varit grundläggande för public service-tanken. Under monopoltiden framstod oberoendet från intressen utanför företaget som ett nödvändigt villkor från statsmakternas sida men också som krav från berörda intressenter. I inledningen till SVT:s sändningstillstånd heter det: ”Verksamheten ska präglas av oberoende och

² Sändningstillstånden skiljer sig inte mycket från period till period, oftast rör det sig om likalydande formuleringar. De krav som exempelvis ställs på SVT under den här aktuella första tillståndspanen (1997-2001) skiljer sig alltså inte på något väsentligt sätt från innevarande tillståndspanen (2014-2019).

stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället”.

Oberoendet kan avse och avläsas på åtminstone två olika nivåer (McQuail 1992, s 110). Självständigheten eller frihet *från* politiska och ekonomiska intressen (regering, ägare, annonsörer, lobbyister) och frihet *till* kritik, granskning, konstnärlig och kreativ frihet (inre självständighet).

Både formellt och i praktiken handlar det om olika grader av oberoende. Det politiska inflytandet över RAI:s olika tv-kanaler har exempelvis under olika historiska tidsskeden ”delats upp” mellan regering och opposition. Och i de nordiska länderna förekommer det allt som oftast avslöjanden om hur politiker på olika sätt försökt utöva påtryckningar på public service-företagen – och även hur företagsledningarna försökt begränsa den redaktionella och konstnärliga friheten.

Det reklamfria Sveriges Television utgör ett undantag bland europeiska public service-företag. De flesta är delvis eller helt finansierade av reklam. Det förefaller dock inte helt orimligt att anta att reklamfria public service-företag, allt annat lika, torde vara mindre känsliga för kommersiella intressen än public service-företag som helt eller delvis baserar sin verksamhet på reklamintäkter. Kommersiella påtryckningar kan troligen dock i första hand inte avläsas som påtryckningar på public service som institution utan som påtryckningar på programinnehållet.

Särskilt uppdrag. Public service har som en offentligt reglerat institution ett särskilt uppdrag: ”Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst”. Alla samhällsinstitutioner har i någon mening ett uppdrag, ett ändamål. Men public service-institutionens uppdrag är speciellt genom att det berör grundläggande värden i ett demokratiskt samhälle; fungera som ett offentligt rum där samhället kan föra en dialog med och om sig självt (Medieudvalget 2016, s 55).

Det som gör public service-institutionens uppdrag speciellt avser inte enbart uppdraget som sådant ”att erbjuda befolkningen ett öppet och allsidigt kommunikationssystem” utan också att andra, fria kommersiella medier har samma funktion i samhället. De privilegier som statsmakterna ger public service-medierna innebär därför också att uppdraget är förenat med särskilda förpliktelser (villkor och krav) som måste uppfyllas.

Public service-uppdragets kärnområden

Public service som innehåll sätter fokus på programverksamheten. Även här har officiella normkällor, i första hand de svenska sändningstillstånden, men också den vetenskapliga litteraturen legat till grund för utvärderingens normativa utgångspunkter.

Figur 3.1 Public service som institution och innehåll

Public service som institution

- Publik
- Oberoende
- Med ett särskilt uppdrag

Public service som innehåll

- Mångfald
- Kultur
- Demokrati

Public service som offentligt rum bör: (1) präglas av mångfald och pluralism (2) värna nationell identitet och kultur, och (3) fungera som arena för den demokratiska processen.

Mångfald. I vetenskaplig litteratur och i officiella dokument betraktas mångfald genomgående som ett grundläggande public service-värde och kan kopplas till det publika i public service-institutionen. Eftersom public service som institution vänder sig till alla befolkningsgrupper bör också utbudet vara allsidigt.

Programföretagen kan i sitt utbud bidra till mångfald på i princip tre sätt (McQuail 1992, 144ff):

(1) De kan i sitt utbud spegla den mångfald som finns i ett samhälle; ”programutbudet skall spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen” (6§).

(2) De kan som arena ge plats för den mångfald av åsikter som finns; ”utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar” (6§).

Och (3) bidra till mångfalden genom att förse sin publik med ett varierat utbud; ”erbjuda ett mångsidigt programutbud som kännetecknas allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper” och ”utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet” (6§)

Public serviceföretagen har också ett särskilt uppdrag och ansvar för att tillgodose olika (sårbara) gruppers behov: barn och ungdomar (”SVT ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga”, 10§), funktionshindrade (”SVT ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning”, 11§) samt erbjuda ett utbud på nationella minoritetsspråk (12§).

Mångfalden kan avse och avläsas både i det egna utbudet (inre mångfald) och i public service-innehållets bidrag till mångfalden i tv-systemet i sin helhet (yttre mångfald). Exempelvis om public service-TV fungerar som komplement till kommersiella kanaler genom att erbjuda ett utbud som den fria marknaden inte förmår eller klarar av att göra.

Kultur. Det andra kärnområdet där public service-medierna har ett särskilt uppdrag sammanfattas här under beteckningen kultur. Uppdraget består i första hand av ett ansvar för det egna landets språk ("SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället" (§6), och kultur ("SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud ... och bevaka och spegla olika områden i Sverige och andra länder" (§9).

Värnandet av nationell identitet, landets kultur och språk (mot ett ensidigt utländskt tv-utbud), framhålls också i normativa källor och i vetenskaplig litteratur som ett centralt värde (public service-medier är ofta de enda medier med nationell spridning).

I de svenska sändningstillstånden finns detta uppdrag inte lika explicit uttalat. Det gör det däremot i radio- och tv-lagen där det (som en följd av inträdet i EU) anges att minst 50 procent av programinnehållet i tv-kanaler med sändningstillstånd (det vill säga det gäller inte enbart public service-kanaler) skall ha europeiskt ursprung.

Demokrati. Det tredje kärnområdet där public service-medierna har ett särskilt uppdrag sammanfattas här under beteckningen demokrati. Public service-uppdraget som offentligt rum där gemensamma angelägenheter diskuteras och behandlas är i ett historiskt perspektiv av ganska sent datum. I radions barndom förekom exempelvis ingen (egen) nyhetsförmedling och knappast heller någon samhällsbevakning.

Public service-mediernas särskilda uppdrag utgår ifrån att de spelar en central roll för demokratin och åsiktsbildningen i samhället ("SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald åsikter och meningssinriktningar", §6).

Uppdraget innebär att de på lika villkor skall ge hela befolkningen sådan information att de kan ta ställning i viktiga samhällsfrågor ("SVT ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor", §8).

I public service-mediernas uppdrag ingår också att granska samhällets makthavare ("SVT ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna", §8).

Ideal och verklighet

Kvalitet kan ses som avståndet mellan uppställda ideal och den faktiska verkligheten. Ju mindre avstånd, desto bättre kvalitet. Det är denna enkla tankefigur som ligger till grund för min utvärdering av public service-TV som offentligt rum.

Med utgångspunkt från i huvudsak nordiska officiella normkällor och vetenskaplig litteratur inom området har jag ställt upp det som jag ser som public service-ideal; det som kännetecknar en public service-institution och vad som utgör public service-uppdragets kärnområden.

Den distinktion mellan medier som institution och medier som innehåll som här gjorts har avgörande betydelse för en utvärdering av public service-TV.

Här kommer enbart public service-uppdraget att utvärderas – om programinnehållet uppfyller de krav som kan ställas på utbudet utifrån normativa utgångspunkter, i första hand så som de formuleras i Sveriges Televisions sändningstillstånd.

Om Sveriges Television uppfyller public service-institutionens särskilda kännetecken studeras inte empiriskt. Det är en annan (och lika viktig) frågeställning som kräver andra undersökningsmetoder. Jag kommer dock i det sista kapitlet *Framtiden - publiken och politiken* att beröra två frågor:

Är det *publika* i allt mindre grad något som kännetecknar SVT som public service-institution? Innebär satsningarna på nätet att stora befolkningsgrupper utestängs?

Och kan man säga att SVT kännetecknas av *oberoende* när man hänvisar sina lyssnare och tittare att ta del av utbudet på amerikanska storföretags plattformar?

Tre utvärderingsmetoder

Mediernas innehåll kan i princip utvärderas på tre olika sätt: innehållet kan (1) relateras till *normkällor*, i vårt fall public service-uppdragets kärnområden, (2) relateras till *resultat*; de effekter eller konsekvenser innehållet har på individ och samhälle, och (3) det kan relateras till *mediepubliken*, exempelvis i vilken utsträckning tittarna tar del av eller hur de värderar innehållet.

Publiken som värdemätare. Få dokument har fått så stor betydelse för den vetenskapliga public service-diskursen som Building Public Value. Reviewing the BBC for a digital world (2004).

I rapporten föreslog BBC en utvärderingsmetod; Public Value Test. Utvärderingsmetoden fick ett kraftigt genomslag och efterföljare hos många europeiska public service-företag (Donders and Hallvard Moe 2011). BBC:s förslag till förhandsprövning av nya tjänster har exempelvis blivit en del av EU:s officiella mediepolitik – förhandsprövningen gäller alltså även i Sverige (Wormbs 2011).

Kritiker har sett Public Value Test som ett sätt att inskränka och disciplinera public service-medierna, medan de som varit mer positivt inställda sett metoden som ett verktyg som kan användas för att försvara och promota det som public service står för.

I Public Value Test spelar kvantitativa publikundersökningar en mycket central roll för bedömningen hur väl programföretaget har uppfyllt sitt public service-uppdrag. Omfattande regelbundna survey-undersökningar skall bland annat ge svar på frågor om räckvidd, programkvalitet och betalningsvillighet (value for money).

BBC betonar i sin rapport visserligen att ”public value” inte enbart handlar om att skapa ”värden” för publiken som enskilda individer (individual value) utan också ”värden” för samhället i stort – värden för publiken som medborgare (citizen value).

Det synsätt på public service som genomsyrar dokumentet i sin helhet står närmare en definition där public service ses som något som står i publikens tjänst mer än något som står i samhällets tjänst. Den starka betoningen av publikintresset, publiken som värdemätare, blir därför ganska naturlig med utgångspunkt ifrån det sätt BBC ser på public service.

Publiken är dock ingen given värdemätare utifrån min definition där public service främst legitimeras genom att public service-medierna står i allmänintressets, i samhällets tjänst. Att undersöka public service som offentligt rum och public service-mediernas betydelse för demokrati, kultur och samhälle kräver därför andra utvärderingsmetoder än ett Public Value Test.

Resultat som värdemätare. En andra utvärderingsmetod innebär att utbudet i public service-TV relateras till det resultat som innehållet avsiktligt eller oavsiktligt åstadkommer.

Det är en utvärderingsmetod som inte används här. Det är dock en metod som jag tidigare använt i min forskning. I första hand har den tagit fasta på public service-televisionens roll i den politiska processen och dess betydelse för demokratins funktionssätt och maktfördelningen i samhället. (Asp & Bjerling 2014).

Normer som värdemätare. Ett tredje sätt att utvärdera mediernas innehåll är att relatera utbudet till uppställda ideal och normer. Det förutsätter att det existerar relevanta normer eller föreskrifter för innehållet men också att uppställda ideal rimligt kan relateras till innehållet. Det är den utvärderingsmetod som används här.

Det är dock inte självklart vad de ideal och normer som ligger till grund för utvärderingen skall relateras till; vad som utgör utvärderingsobjekt. När det gäller televisionens utbud handlar det åtminstone om tre olika nivåer: (1) enskilda program eller programserier, (2) utbudet i enskilda kanaler eller enskilda programföretag och (3) utbudet i tv-systemet i sin helhet.

Den allmänna mediedebatten om public service och Sveriges Television handlar oftast om kritik mot enskilda program eller serier av program; att de inte är tillräckligt ”public service” och bättre passar i kommersiella

kanaler. Men även en statlig utredning har uttalat att public service-krav bör kunna ställas på enskilda program; då formulerat som att samtliga program skall kunna motiveras utifrån ett public service-perspektiv (SOU 2008:64, s 64).

Utvärdering av enskilda program är inte aktuellt här. Det är en annan slags undersökning. Men det har också att göra med hur man ser på public service-uppdraget. Enligt min uppfattning skall public service-uppdraget och det som sägs i sändningstillstånden ses som krav främst riktade mot ett system av program, ett samlat utbud, än krav riktade mot enskilda program.

Kapitel 4

Mer TV – mer mångfald?

År 1969 fick Sverige sin andra tv-kanal. Det ökade mångfalden i svensk TV: Sverige och världen kunde speglas ur fler perspektiv, större utrymme gavs för olika åsikter – och inte minst erbjöd två kanaler tv-tittarna en ökad valfrihet.

Mångfald i dess olika skepnader utgör ett centralt värde för public service; i EU:s officiella mediepolitik, i Europarådets rekommendationer och i enskilda länders lagar, förordningar och föreskrifter. Värdet av mångfald intar alltid en framskjuten plats när egenskaper listas på vad som utmärker public service.

Det är inte bara public service-mediernas egna utbud som skall präglas av mångfald. De skall också bidra till att öka mångfalden i tv-systemet i sin helhet; vara ett alternativ och ge tittarna ett utbud som de inte kan ta del av i andra, kommersiella kanaler.

Medierna kan bidra till mångfalden på olika sätt. Spegla olikheter, ge plats för åsikter och erbjuda publiken alternativ.

Mångfalden kan också avläsas på olika sätt: i vilken utsträckning produktionen eller konsumtionen av utbudet präglas av mångfald eller som här om mediernas innehåll präglas av mångfald.

Dessutom kan mångfalden i televisionens utbud avläsas inom olika tidsrymder – under bästa sändningstid, en viss dag, under en månad eller ett år. Och den kan analyseras på olika nivåer – mångfalden i ett enskilt program, i en tv-kanal eller i tv-systemet i sin helhet.

Jag börjar med public service-TV betydelse för mångfalden i det svenska tv-systemet.

Fler kanaler

Att starten av TV2 1969 innebar en ökad mångfald framstår närmast som självklart – Sverige fick ju *två* tv-kanaler.

Detsamma kan sägas om när SVT24 startade 1999, Barnkanalen 2002 och Kunskapskanalen 2004. Och starten av SVT Play 2006 medförde inte enbart en ökad mångfald. Framgången för SVT Play innebar att den snart fick efterföljare som ledde till en ökad mångfald i medielandskapet.

Slutsatsen blir något trivial: public service-TV och de nya kanalerna har ökat mångfalden i det svenska tv-systemet – och därmed valfriheten för tv-tittarna.

Mångfald tillhör mediepolitikens mest utslitna honnörsord och är ett mångtydigt och svårhanterligt begrepp. Vid ett första påseende kan det tyckas självklart att starten av en ny tv-kanal innebär en ökad mångfald. Men en ökad mångfald handlar inte enbart om att 'en stor mängd' blivit större utan också om att det blivit 'en stor mängd av olika saker'.

Det är alltså inte självklart att tillkomsten av ny tv-kanal bidrar till en ökad mångfald i ett tv-system. Det blir visserligen mer, men kanske bara mer av samma sak. Dessutom finns det en skillnad mellan faktisk mångfald – och den mångfald som publiken upplever. Mer TV betyder därför inte nödvändigtvis mer mångfald – faktisk eller upplevd.

Men hur vi än vrider och vänder på mångfaldsbegreppet är det uppenbart att de nystartade public service-kanalerna lett till en betydligt ökad mångfald i det svenska tv-systemet och därmed också en ökad valfrihet för tv-tittarna.

Barnkanalen har blivit ett alternativ till kommersiella barnkanaler och lett till ett större utbud och en större valfrihet för barn och unga.

Kunskapskanalen (produceras i samarbete med UR) är idag en egen kanal med en omfattande sändningstid. Den bidrar inte enbart till mångfalden genom ett varierat utbud av faktagprogram utan har framför allt bidragit till en ökad mångfald i det svenska tv-systemet genom sändningar från vetenskapliga seminarier och konferenser. Det är en typ av program som över huvud taget inte tidigare funnits i svensk TV.

SVT24 fungerar i dag som en repriskanal och bidrar alltså inte särskilt mycket till den programmässiga mångfalden. Men då kanalen startade som en dygnet-runt-nyhetskanal tillförde den det svenska tv-systemet något helt nytt (och oprövat).

TV dygnet runt

En förutsättning för att SVT skall kunna uppfylla sitt public service-uppdrag och de krav som ställs i sändningstillståndet är att företaget ges möjlighet att erbjuda tittarna ett programutbud av viss omfattning. Det finns inte närmare stipulerat i sändningstillståndet mer än att "SVT ska samtidigt sända SVT1 och SVT2 samt två ytterligare programtjänster till hela landet".¹

Utbudet i public service-TV har ökat mycket kraftigt. Under det första året i TV-utbudsundersökningarna (1998), sände SVT1 i genomsnitt 94

1 I sändningstillståndet anges att programtjänsterna "ska omfatta i genomsnitt minst 50 timmar per vecka under ett kalenderår i vardera programtjänsten" (1§). Det är ett av få tillfällen då krav uttrycks i absoluta termer. Den typen av krav är sällsynta. I tidigare sändningstillstånd fanns krav av typen 'skall öka', men förekommer allt mer sällan. I det senaste (2014-2019) finns dock formuleringen: "SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden". (§9)

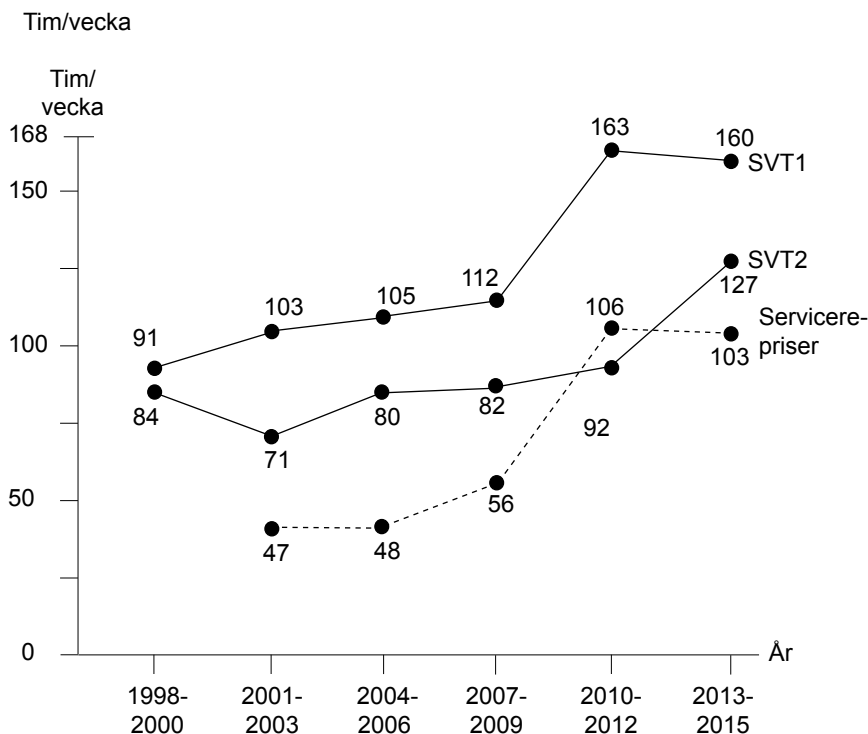
timmar per vecka (ca 13½ tim/dygn). Under 2015 uppgick utbudet till 164 timmar per vecka, det vill säga sändningar i princip dygnet runt (ca 23½ tim/dygn).

Utbudet i SVT2 är inte lika omfattande, men som framgår av figur 4.1 är trenden mot ett kraftigt ökat programutbud densamma. Från den första treårsperioden (1998-2000) till den sista (2013-2015) ökar utbudet i SVT1 med ca 70 procent och i SVT2 med ca 50 procent.

Till detta kommer att Barnkanalen under de senaste fem åren i genomsnitt har sändt ca 100 timmar per vecka (ca 14 tim/dygn). Kunskapskanalens utbud har under samma femårsperiod haft ungefär samma genomsnittliga sändningstid, ca 100 timmar per vecka. SVT24:s sändningstid har däremot minskat under samma period från ca 50 timmar per vecka till ca 25 timmar.

Detta innebär att det sammalagda utbudet i public service-TV idag uppgår till betydligt över 500 timmar per vecka. Programutbudet under 1998 var ca 180 timmar.

Figur 4.1 Programutbudets omfattning i SVT1 och SVT2 – utvecklingen 1998-2015 (snitttim/vecka).



Den kraftiga utbudsökningen i SVT:s huvudkanaler sker framförallt vid två tillfällen som innebär tydliga trendbrott – i SVT1 åren efter det som kallades den stora kanalomläggningen hösten 2008, och i SVT2 satsningen på SVT Forum som successivt ökade utbudet med start 2011.

Under hösten 2008 (i anslutning till digitaliseringens slutfas) genomförde SVT en kanalomläggning där den ”nya utbudsstrategin” framför allt innebar att SVT:s kanaler fick en tydligare programprofil där SVT1 skulle vara den breda kanalen med program ”för alla” och SVT2 en mer faktainriktad kanal ”för den som vill veta mer”.

Till detta kom en särskild satsning på SVT Play. Utbudet för barn och unga flyttades fullt ut över från SVT1 till Barnkanalen och SVT24 blev en mer utpräglad repriskanal än tidigare. Bland de förändringar som uppmärksammades i medierna var att Rapport bytte sändningskanal från SVT2 till SVT1.

Omläggningen ledde ganska snart till att SVT1 petade ner TV4 och blev Sveriges största tv-kanal (vilket troligen också var ett av syftena bakom kanalomläggningen).

Den kraftiga utbudsökningen i SVT2 kan nästan uteslutande förklaras av satsningen på SVT Forum. Programmet startade 2010 och ökade successivt sin sändningstid till mer än 7 timmar per dag (vardagar 9.00-16.15).

Mer service-repriser – mer mångfald?

Kanalomläggningen 2008 och tillkomsten av ett nytt dagligt program med omfattande sändningstid förklarar inte hela utbudökningen. Det mesta förklaras av, det gäller särskilt SVT1, att andelen repriser och återutsändningar ökade mycket kraftigt framförallt efter kanalomläggningen (den streckade kurvan i figur 4.1 visar utbudet av service-repriser).

I början av undersökningsperioden utgör andelen service-repriser ca 25 procent av utbudet, medan andelen är ca 35 procent under den senaste perioden (i SVT1 ca 40 procent och i SVT2 ca 30 procent). Att SVT1 idag i princip sänder dygnet runt beror alltså till stor på att utbudet under natt och sena kvällstimmar består av repriser.

Vad som är förstasändningar, återutsändningar och repriser är inte alltid lätt att avgöra bland annat därför det inte alltid framgår av programtablåerna.

Samtliga resultat som redovisas här och i det följande redovisas inklusive repriser och återutsändningar. Det kan diskuteras, men det finns starka skäl till att inkludera allt utbud även servicerepriser eller program som sänts i kanalen ännu tidigare, kanske flera år tidigare.²

2 Även om det är rimligt att inkludera repriser och återutsändningar i analysen kan det i en

Programutbudet i de kommersiella tv-kanalerna TV3, TV4 och Kanal 5 har också ökat under perioden, men inte lika mycket (tabell 4.1). Men det beror på att de redan i periodens början hade ett omfattande utbud (drygt 19 tim/dygn). Utrymmet för utbudsökningar finns så att säga inte längre. Under senare år sänder de i princip dygnet runt (liksom SVT1).³

Tabell 4.1 Programutbudets omfattning i SVT1 och SVT2 jämfört med TV4, TV3 och Kanal 5 - utvecklingen 1998-2015 (snitttimmar/vecka)

	1998-2000	2013-2015	Förändring i %
SVT1	91	160	+70
SVT2	84	127	+51
SVT1+2	175	287	+64
TV4	127	160	+24
TV3	141	165	+17
Kanal 5	134	163	+22

Andelen servicerepriser har även ökat i TV3 och Kanal 5 (idag mellan 20-30 procent). Det är svårare att uppskatta hur omfattande återutsändningarna är och om de har ökat (exempelvis tidigare sända långfilmer).

Servicerepriser är inte lika vanliga i TV4 som i de andra kanalerna (ca 10 procent). Återutsändningar är däremot sannolikt mer vanliga. Trenden är densamma som i public service-TV; ett ökat programutbud, men som till största delen består av att andelen repriser har ökat.

En ökad andel service-repriser och fler återutsändningar ökar knappast mångfalden. Snarare minskar den eftersom det blir mer av samma sak.

del fall finnas behov av att mer ingående särskåda resultaten och enbart se till tv-kanalernas förstasändningar. Det gäller särskilt om det finns systematiska skillnader i repriseringen av olika programtyper. Nyhetssändningar är en programtyp som i princip inte repriseras även om det kan förekomma (Kulturnyheterna i SVT sändes tidigare exempelvis i repris på sen kväll). De långfilmer som förekommer i programtablåerna har ofta sänts tidigare och räknas därför som återutsändningar (även om det inte alltid sägs i programinformationen).

³ I ett avseende haltar alla jämförelser mellan utbudet i reklamkanaler och SVT:s kanaler. Det gäller när jämförelser görs i programtid. I alla kommande figurer och tabeller avser resultaten tablåtids, det vill säga den tid som anges i tv-kanalernas programtablåer. Det är alltså inte den verkliga programtiden, utan tiden inkluderar både reklam och tv-kanalernas egen programinformation/reklam. Skillnaden mellan tablåtids och verklig programtid bör därför hållas i åtanke. Jämförelser grundade på resultat som redovisas i procentandelar påverkas i princip inte. Däremot påverkas jämförelser mellan resultat som anges i absoluta tal eftersom den tid som anges för utbudet i reklamkanalerna innefattar 20-25 procent reklam och programinformation. Programinformationen i SVT uppgår till ca 4-5 procent. En enkel tumregel är därför att man vid jämförelser mellan SVT:s kanaler och reklamkanaler drar ifrån ungefär 20 procent av den programtid som anges för reklamkanalerna.

Om däremot repriserna ökar utan att förstasändningarna minskar så bidrar det sett i ett tittarperspektiv till en ökad mångfald eftersom möjligheterna att se program som man tidigare missat ökar. I denna mening, men endast i denna mening, kan man hävda att mer repriserna innebär mer mångfald.

Slutsatser

Bidrar då public service-TV till mångfalden i det svenska tv-systemet? Formulera på det sättet blir svaret närmast trivialt.

En mer intressant fråga är om public service-TV, säg efter digitaliseringens slutförande, bidragit till att öka mångfalden i det svenska tv-systemet?

Svaret blir ja om vi med mångfald menar att public service-TV över tid erbjudit tv-tittarna en ökad mängd av program. Nya kanaler har tillkommit och sändningstiden har ökat kraftigt. Svaret blir också ja om vi med mångfald menar att public service-TV bidragit till en ökad mångfald genom att i ökande utsträckning erbjudit inte bara 'mer' utan också mer av 'olika saker'.

Både tillkomsten av Kunskapskanalen och Barnkanalen har ökat mångfalden i svensk TV. Det gällde i början också för SVT24 med sina dygnet-runt-nyhetssändningar.

SVT Play (lite beroende på vad vi lägger in i begreppet tv-system) var när tjänsten introducerades nydanande och fick snart efterföljare hos de kommersiella programföretagen. Och även inom de traditionella SVT-kanalerna har det tillkommit nya programgenrer som inte funnits tidigare (exempelvis SVT Forum) och som påtagligt ökat mångfalden.

Är då public service-TV:s bidrag till en ökad mångfald något som redan fanns i de andra, kommersiella tv-kanalernas utbud – och som kanske skulle ha funnits om inte public service-TV gjort sina satsningar?

Kommersiella "barnkanaler" fanns när Barnkanalen startade, och planer på en "kommersiell kunskapskanal" fanns också. Och SVT:s satsningar på nätet och SVT Play var och är ifrågasatta som "marknadsstörare".

Det ligger i sakens natur att frågor om public service-TV och deras satsningar hindrat eller försvårat för kommersiella alternativ är svåra att besvara.

Det är dock uppenbart att public service-TV efter digitaliseringen har erbjudit tv-tittarna ett programutbud som inte tidigare har funnits i andra svenska tv-kanaler. Public service-TV har också i denna mening i ökande grad kommit att utgöra ett alternativ till kommersiell TV och därigenom påtagligt och positivt bidragit till att öka mångfalden i det svenska tv-systemet.

Kapitel 5

Information och underhållning

Mångfalden i en tv-kanals programutbud beskrivs på ett övergripande plan nog bäst av hur blandningen av information och underhållning ser ut – där SVT:s avvägning ofta har ifrågasatts. Sveriges Television har kritiserats för att i sin jakt på tittare allt mer kommit att likna de kommersiella kanalerna; att satsa mer på publikfriande underhållning och förströelse än det som public service-TV bör ägna sig åt: nyheter, fakta och seriös underhållning.

Sändningstillståndet ger en viss vägledning när det gäller avvägningen mellan ett informationsinriktat och ett underhållningsinriktat programutbud. ”SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper” och ”programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet” (6§).

Vad som avses med ”skiftande förutsättningar och intressen” preciseras inte närmare, men det ligger nära till hands att tolka det som sägs som att programutbudet i sin helhet skall vara angeläget för hela befolkningen; att SVT skall erbjuda sina tittare ett brett utbud av nyheter och fakta, men också ett brett utbud av upplevelser, underhållning och förströelse. Det vill säga att SVT ska vara det som brukar kallas en bred public service-kanal.

SVT1 och SVT2 – olika programprofiler

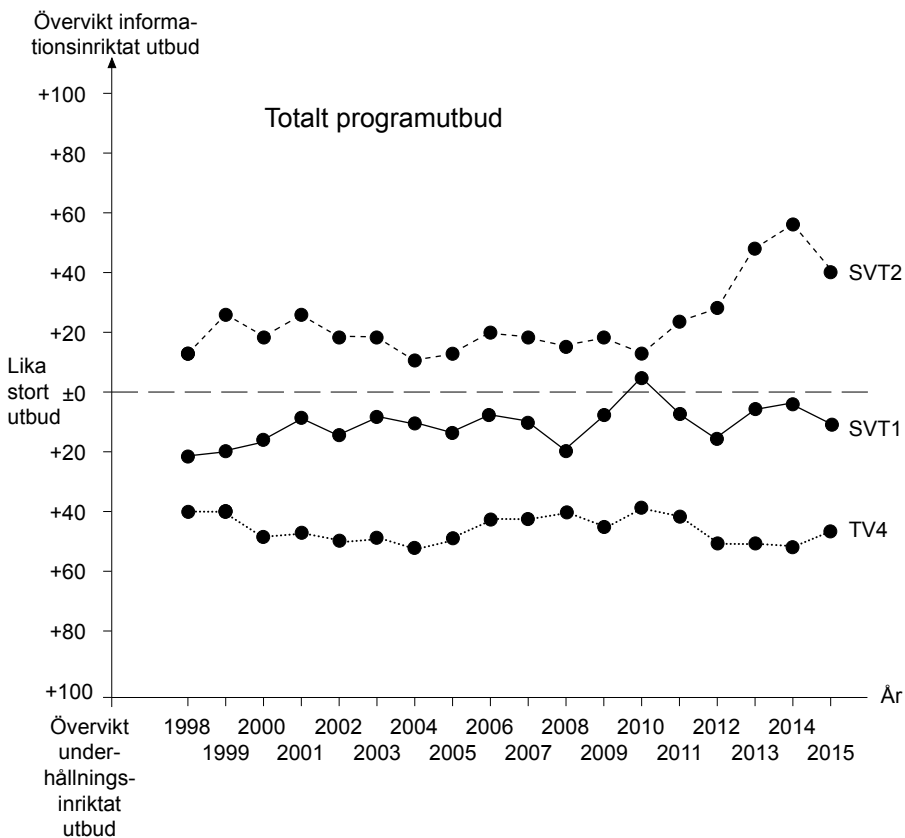
Den ställning och den omfattning som det informationsinriktade programutbudet har i förhållande till det underhållningsinriktade utbudet är av särskilt intresse sett i ett public service-perspektiv.

Den utveckling som ägt rum under perioden 1998-2015 redovisas översiktligt med hjälp av ett sammanfattande index i *figur 5.1*. Skalans nollpunkt (+0 i figuren) anger att utbudet av informationsinriktade program och utbudet av underhållningsinriktade program är lika stort och ytterpunkterna (+100) att utbudet i sin helhet består av information respektive underhållning. I figuren visas resultatet för SVT1 och SVT2 i jämförelse med TV4.

SVT1 och SVT2 har olika programprofiler. SVT2 har under hela 18-årsperioden haft en klar övervikt för fakta och information, medan SVT1 har haft en övervikt för fiktion och underhållning, om än inte lika kraftig.

SVT1:s programprofil förändras något år till år, men över tid finns det ingen klar och trendmässig förändring. SVT2:s programprofil framstår än mer stabil – fram till 2013 då satsningarna på SVT Forum (över sju timmar varje vardag) får ett kraftigt genomslag.

Figur 5.1 Information och underhållning i SVT1, SVT2 och TV4. Utvecklingen 1998-2015 i det totala programutbudet (IU-index).



Det är framförallt SVT Forum som ligger bakom att SVT2 blivit mer informationsinriktat än under tidigare år. Det sker däremot ingen förändring av SVT1:s programprofil i motsatt riktning – under de senaste fem åren är utbudet i SVT1 snarare mindre underhållningsinriktat än under de föregående fem åren.

SVT:s andra kanaler kan generellt sett sägas vara mer informationsinriktade än underhållningsinriktade. Kunskapskanalen sänder som namnet antyder nästan uteslutande ett informationsinriktat programutbud. Kanalen görs i samverkan mellan SVT och UR där UR med åren kommit att stå för en större del (2015 ca 2/3), bland annat genom ett stort utbud av vetenskapligt inriktade seminarier och konferenser som sänds på dagtid (UR Samtiden).

SVT24 har under årens lopp förändrats kraftigt. Utbudet har gått från att vara starkt informationsinriktat till en större balans mellan information och underhållning. Det hänger till stor del samman med att kanalen ändrat profil (ursprungligen sände SVT24 de seminarier och konferenser som idag sänds i Kunskapskanalen). Under senare år delar SVT24 sändningskanal med Barnkanalen och sänder på kvällstid i huvudsak program som tidigare sänts i SVT1 och SVT2.

TV4:s programprofil skiljer sig markant från SVT2:s programprofil, men också klart ifrån det mer underhållningsinriktade SVT1. TV4:s programprofil är förhållandevis stabil över tid, även om det finns en svag trend under de senaste åren mot ett mer underhållningsriktat utbud.

De tre största svenska tv-kanalerna framstår i ett mångfaldsperspektiv på så sätt som tre olika alternativ med förhållandevis olika programprofiler.

På bästa sändningstid

På bästa sändningstid (program med start mellan 19.00 - 21.59) förändras programprofilerna betydligt mer (*figur 5.2*). Under de tre första åren var SVT2 något mer underhållningsriktat än SVT. Men därefter har skillnaden mellan kanalernas olika profiler på bästa sändningstid varit densamma som i utbudet i sin helhet.

Generellt sett är SVT1 något mer underhållningsinriktat på bästa sändningstid än i totalutbudet, men under de senaste 5-6 åren är det knappast någon skillnad.

SVT2 är också relativt sett något mer underhållningsinriktat på bästa sändningstid. Den ökande informationsinriktningen i SVT2 under senare år märks inte på bästa sändningstid eftersom SVT Forum sänds på dagtid.

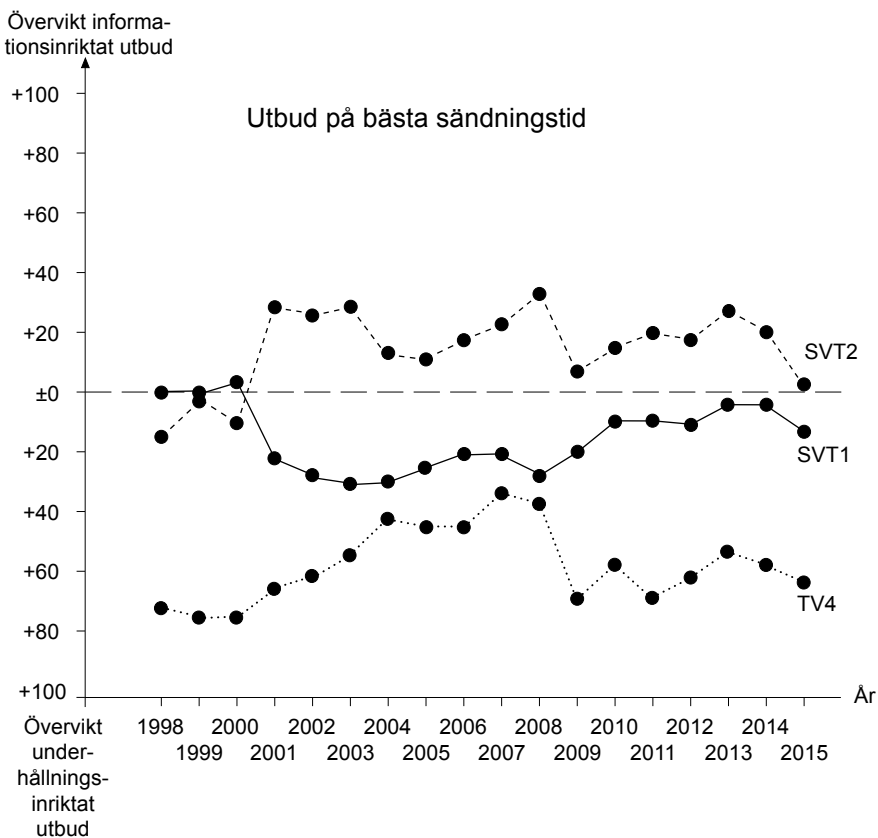
TV4 är också generellt sett mer underhållningsinriktat på bästa sändningstid. Programprofilen har dock under årens lopp förändrats kraftigt (bland annat beroende på nyhetsprogrammets placering). Under de första tio åren blev utbudet successivt mindre underhållningsinriktat för att därefter återgå till en mer underhållningsinriktad profil.

Skillnaden mellan TV4 och SVT1 är klart större på bästa sändningstid än i utbudet i sin helhet.

I *figur 5.3* redovisas utvecklingen när det gäller det sammanlagda programutbudet i SVT1 och SVT2. Kurvan i figuren ligger under samtliga år mycket nära skalans nollpunkt. I det totala utbudet råder det dock under flertalet år en övervikt för det informationsinriktade utbudet, medan det på bästa sändningstid under flertalet år råder en övervikt för det underhållningsinriktade utbudet.

Blandningen mellan information och underhållning i SVT:s programutbud är med andra ord stabil över tid. Det blir inte mer inriktat på fik-

Figur 5.2 Information och underhållning i SVT1, SVT2 och TV4. Utvecklingen 1998-2015 i utbudet på bästa sändningstid (IU-index).



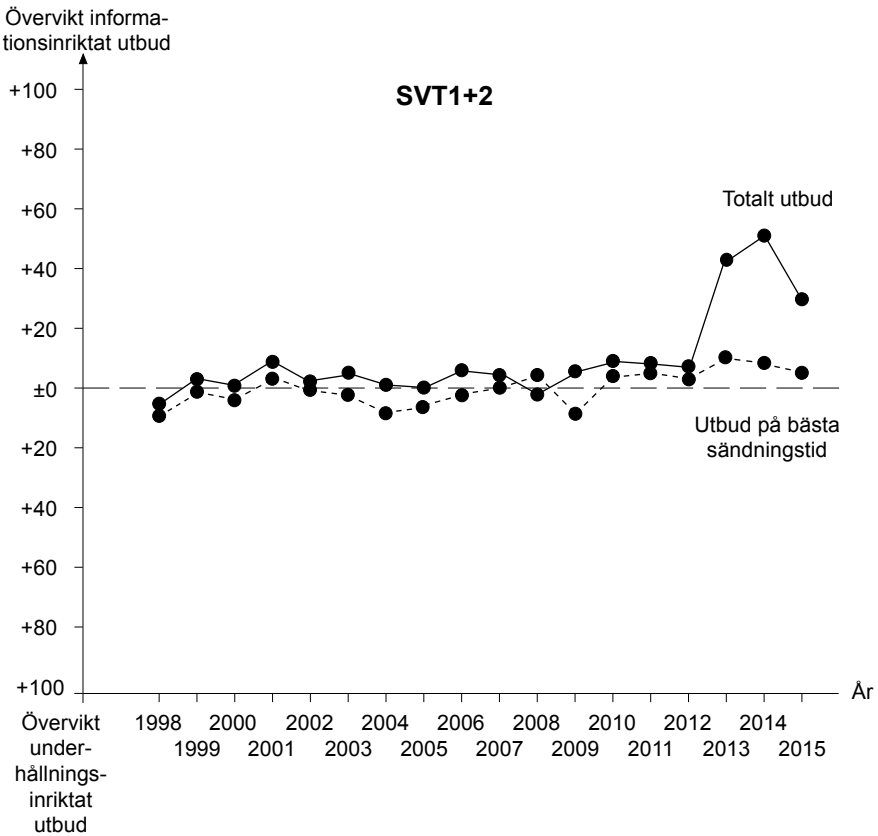
tion, underhållning och förströelse. Och det finns ingen större skillnad mellan den ställning underhållningsutbudet har i SVT på bästa sändningstid – när tv-publiken är som störst – och den ställning det har i utbudet i sin helhet.

Snarare blir utbudet mer informationsinriktat, men det beror till största delen på SVT Forums långa sändningstid.

I timmar och minuter

Resultat visat i index och procentandelar är en sak. För även om underhållningsutbudet inte ökat i andelar kan det ha ökat räknat i timmar eftersom det totala programutbudet har ökat. I *tabell 5.1* redovisas därför utvecklingen även i absoluta tal för SVT1 och SVT2 och som jämförelse motsvarande resultat för TV4.

Figur 5.3 Information och underhållning i SVT1s och SVT2s och samlade utbud: utvecklingen 1998-2015 (IU-index).



Som framgår av *tabell 5.1* sker det en kraftig ökning av underhållningsutbudet med 25 timmar per vecka mellan den första och den sista undersökningsperioden. Det motsvarar en ökning med drygt 25 procent. Det informationsinriktade programutbudet ökade dock betydligt mer, med 77 timmar per vecka eller nästan 85 procent.

Utvecklingen i TV4 går i motsatt riktning. I TV4 ökade underhållningsutbudet betydligt mer (ca 30 procent) än det informationsinriktade utbudet (ca 10 procent).

Blandprogram

Uppdelningen i information och underhållning är klassisk i vetenskapliga studier om televisionen ända sedan 1950-talet. Men det är självfallet en förenkling. Det gäller inte bara vad begreppen står för. Det finns gränfall där det är svårt att avgöra om en viss typ av program skall betraktas som det ena eller det andra.

Tabell 5.1 Information och underhållning i SVT1+2 och TV4 – utvecklingen 1998-2015 (snitttimmar/vecka).

SVT1+2							
Programutbud	1998-2000	2001-2003	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013	
Informationsinriktat	91	84	93	97	132	168	+77
Underhållningsinriktat	94	85	92	97	119	119	+25
Övervikt information	-3	+4	+1	±0	+13	+49	
TV4							
Informationsinriktat	36	35	41	47	47	40	+4
Underhållningsinriktat	93	100	116	114	118	119	+26
Övervikt information	-57	-65	-75	-67	-71	-79	

Den lösning som traditionellt har valts har varit att föra in en tredje kategori genom att beteckna vissa program som blandprogram; program som både innehåller inslag av ”fakta” och ”underhållning”. Det är en typ av program som också finns med i de 143 olika programkategorier (2015) som klassificeras i tv-utbudsstudierna.¹

Som exempel kan nämnas tre programkategorier som klassificeras som blandprogram. De har alla tre omfattande programtid och kan därigenom tänkas påverka resultatet. Det gäller Morgon-TV, Matprogram och olika typer av Verklighetsunderhållning.

SVT:s och TV4:s morgonprogram (där endast nyhetsinslagen kan särskiljas i programtablåerna) har i sin helhet betraktats som informationsinriktade.

Matprogram har generellt sett betraktats som i huvudsak underhållningsinriktade – de har under senare år utvecklas till att i stor utsträckning bli ”tävlingsdokusåpor”.

Verklighetsunderhållning, dokusåpor och reality shows, har också (med något enstaka undantag) betraktats som underhållningsinriktade.

I princip har det som programföretagen själva betecknat som fakta-program räknats som informationsinriktat utbud även om det innebär att både program om strängteori och det som närmast kan ses som freakshows har klassificerats som faktaprogram.

Någon värdering om vad som kan ses som ”seriösa faktaprogram” eller ”god underhållning” har inte gjorts. Både SVT:s konserter med klassisk musik och TV4:s buskisteater har klassificerats som ”upplevelseprogram”

1 I årsrapporternas appendix anges hur de 143 programkategorierna har klassificerats.

och därmed betraktats som i huvudsak underhållningsinriktade. Det gäller också långfilmsutbudet. Oavsett om filmen som visas är Jungfrukällan eller Terminator 2.

Olika genrer över tid

För att mer konkret belysa hur programutbudet i SVT1 och SVT2 har utvecklats över tid redovisas i *tabell 5.2* utvecklingen för hur olika informationsinriktade genrer utvecklats över tid och i *tabell 5.3* utvecklingen för olika genrer inom det underhållningsinriktade området.

Som framgår av *tabell 5.2* finns det en anmärkningsvärd stabilitet i det faktainriktade programutbudet (kring 40 procent av det totala utbudet under alla år). I SVT1:s och SVT2:s sammanlagda utbud är andelen nyheter och andelen samhällsprogram i stort sett densamma under perioden i sin helhet (I tabellen ingår inte SVT Forums omfattande utbud).

Tabell 5.2 Faktainriktat programutbud i SVT1 och SVT2 – utvecklingen 1998-2015 (procentandel av totalutbudet).

	Totalt programutbud					
	1998-2000	2001-2003	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013-2015
Nyheter	12	13	13	13	10	13
Samhällsprogram	10	10	9	10	10	9
Kulturprogram	7	8	8	6	6	5
Faktaprogram	11	10	9	10	15	14
Summa fakta	40	41	39	39	41	41
-	Utbud på bästa sändningstid					
	1998-2000	2001-2003	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013-2015
Nyheter	23	21	19	19	19	21
Samhällsprogram	8	7	8	11	9	10
Kulturprogram	4	7	9	8	8	7
Faktaprogram	12	47	47	51	52	51
Summa fakta	47	47	47	51	52	51

Andelen faktainriktade kulturprogram minskar något trendmässigt, medan utbudet av övriga typer av faktaprogram ökar. Det bör påpekas att det under perioden sker en kraftig ökning av sändningstiden, så ett minskat utbud i andelar kan innebära en ökning räknat i programtimmar.

På bästa sändningstid är andelen faktainriktat utbud större än i utbudet i sin helhet. Det förklaras av att nyhetsprogrammen upptar en stor del av utbudet. Utbudet ökar trendmässigt, i första hand samhällsprogram.

På motsvarande sätt redovisas i *tabell 5.3* resultatet för ett antal nöjesinriktade programgenrer. Även när det gäller det nöjesinriktade utbudet råder det en anmärkningsvärd stabilitet över tid (kring knappt 40 procent av totala utbudet under alla år).

Tabell 5.3 Underhållningsinriktade genrer i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (procentandel av totalutbudet).

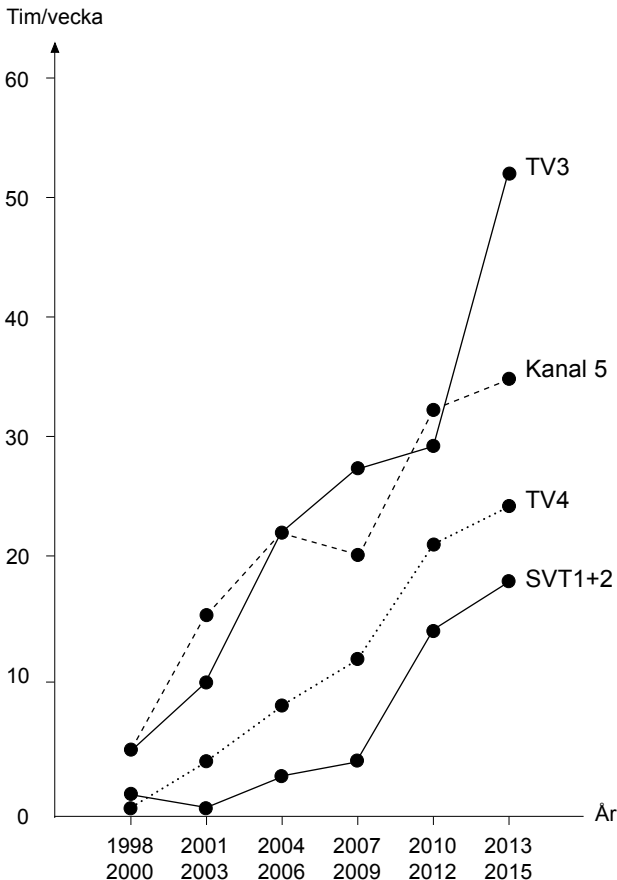
	Totalt programutbud					
	1998-2000	2001-2003	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013-2015
Nöjesprogram	7	7	7	8	9	8
Såpor, sitcoms, talkshows	3	3	3	3	3	2
TV-serier	8	7	7	9	10	9
Långfilm	9	9	10	9	7	6
Verklighetsunderh.	1	1	2	2	3	6
Sport	9	10	9	10	9	10
Summa	37	37	38	41	41	41
	Utbud på bästa sändningstid					
	1998-2000	2001-2003	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013-2015
Nöjesprogram	8	9	11	13	17	16
Såpor, sitcoms, talkshows	3	4	4	4	3	2
TV-serier	13	9	10	12	10	10
Långfilm	6	12	12	8	6	5
Verklighetsunderh.	1	1	2	2	5	6
Sport	9	8	6	6	6	7
Summa	40	43	45	45	47	46

Dokusåpor och reality shows

De enda större trendmässiga förändringarna som kan noteras i SVT:s underhållningsutbud är ett minskat långfilmsutbud – och ett kraftigt ökat utbud av verklighetsunderhållning. Att verklighetsunderhållningen över tid har fått en allt viktigare plats i SVT:s i programtablåer gäller i ännu högre grad för kommersiell TV.

I ett långt tidsperspektiv och allmänt sett utmärks tv-kanalernas utbud av stor trögrörlighet. Verklighetsunderhållningens explosionsartade inträde i svenska programtablåer liksom i världen i övrigt är kanske den största innehållsliga förändringen som ägt rum i televisionens moderna historia. Och i den spelade Sveriges Television en central roll.

Figur 5.4 Verklighetsunderhållning i SVT och kommersiell TV – utvecklingen 1998-2015 (tim/vecka).



I *figur 5.4* redovisas hur utbudet av verklighetsunderhållning har utvecklats i svensk TV från 1998 till 2015. Den undersökta 18-årsperioden fångar i stort sett hela detta viktiga skede TV-historien.

År 1997 sändes för första gången *Robinson*. Upphovsman var en engelsman men det var det svenska produktionsbolaget Strix som tog hand om programkonceptet. Och först i världen med att sända det som kom att kallas den första dokusåpan var SVT. Programmet orsakade tittarstormar, det talades om mobbnings-tv när en efter en av deltagarna röstades ut och ett tragiskt självmord gjorde att programmet kritiserades kraftigt.

I SVT1 och SVT2 utgjorde under den första och andra treårsperioden 1998-2003 i genomsnitt ca 2 timmar i veckan av verklighetsunderhållning. Utbudet bestod i princip uteslutande av ett program: *Robinson*. SVT slutade sända *Robinson* 2003 och programmet övertogs av TV3 (2004-2005) och senare av TV4 (2009-2012).

Efter *Robinson* ökade utbudet av verklighetsunderhållning i SVT:s båda huvudkanaler till i genomsnitt 3 till 4 timmar per vecka. Under de senaste fem-sex åren har det dock skett en kraftig ökning för att de tre senaste åren uppgå till i genomsnitt ca 18 timmar per vecka.

Även om SVT kan sägas ha varit först med att sända dokusåpor i svensk TV har utbudet fram till senare år varit begränsat, särskilt i jämförelse med kommersiell TV.

Verklighetsunderhållning kom mycket snart att bli ett av televisionens viktigaste programområden. Och till skillnad från många andra mode-cykler inom televisionen har ökningstakten inte avtagit utan snarare ökat. Självfallet finns det en gräns för hur dominerande verklighetsunderhållningen kan bli i programtablåerna, men det är en gräns som ännu inte tycks ha uppnåtts.

Det finns dock en klar skillnad mellan å ena sidan TV4 och å den andra sidan TV3 och Kanal 5. Under större delen av de 18 åren har utbudet av verklighetsunderhållning i TV3 och Kanal 5 ökat i samma takt och haft ungefär samma omfattning.

De tre senaste åren har dock utbudet ökat mycket kraftigt i TV3 och uppgick till över 50 timmar i veckan eller nästan 7½ timmar per dygn. Detta innebär att ungefär en tredjedel av kanalens totala programutbud utgörs av verklighetsunderhållning.

Utbudet i TV4 är betydligt mindre och uppgick under den senaste treårsperioden till ca 24 timmar i veckan eller ca 3½ timmar per dag (motsvarande tid i SVT1:s och SVT2:s samlade utbud är ca 2½ timmar per dag).

Att verklighetsunderhållning har varit och är en så framgångsrik tv-genre beror till stor del på att den kan och har utvecklats till många

olika slags typer av program. I *tabell 5.4* har verklighetsunderhållningen delats upp i sju olika undergrupper.

Tabell 5.4 Olika verklighetsunderhållningsgenrer i SVT1+2, TV4, TV3 och Kanal 5 1998-2015 (procent).

	SVT1+2	TV4	TV3	Kanal 5
Dokusåpa	7	3	4	10
Dokusåpa, utslagning	13	33	43	24
Dokudrama, realityshow	15	18	13	19
Matlagningsprogram, tävling	1	7	4	1
Makeover	11	16	17	17
Verklighetsunderhållning, allmänt	44	22	19	29
Infosåpa	9	1	0	0
	100	100	100	100

Den ursprungliga dokusåpan (där inga tävlingsinslag ingår) utgör som genre en mindre del av utbudet. Det är dokusåpan med tävlingsinslag med åtföljande utslagning som dominerar verklighetsunderhållningen.

Därefter följer reality shows och olika slags makeover-program. I det första fallet rör det sig främst om program som följer olika yrkesgruppers arbete, och det andra att man i programmet ”gör om” såväl människor som hus – ”till det bättre”.

Matlagningsprogram med tävlingsinslag är en genre som med kraft utvecklats först under senare tid. Därför återspeglar inte tabellen det stora genomslag som matlagningsdokusåporna fått i TV3 och TV4 eftersom resultatet i tabell 5.4 avser utbudet under hela 18-årsperioden.

SVT har som framgått under senare år ett stort utbud av verklighetsunderhållning. Det har dock inte samma omfattning som i kommersiell TV och det har också en något annan inriktning. Det är i mindre grad inriktat på tävling och utslagning även om den typen av program också förekommer. Verklighetsunderhållningen i public service-TV skiljer sig på så vis från utbudet i kommersiell TV.

Det gäller särskilt inslaget av vad som i tabellen i brist på bättre kallas ”informationsinriktad verklighetsunderhållning”. Det är i egentlig mening inga underhållningsprogram utan program som tar upp viktiga, ofta svåra samhällsfrågor men som lånat dokusåpans dramaturgi för att nå sin publik.

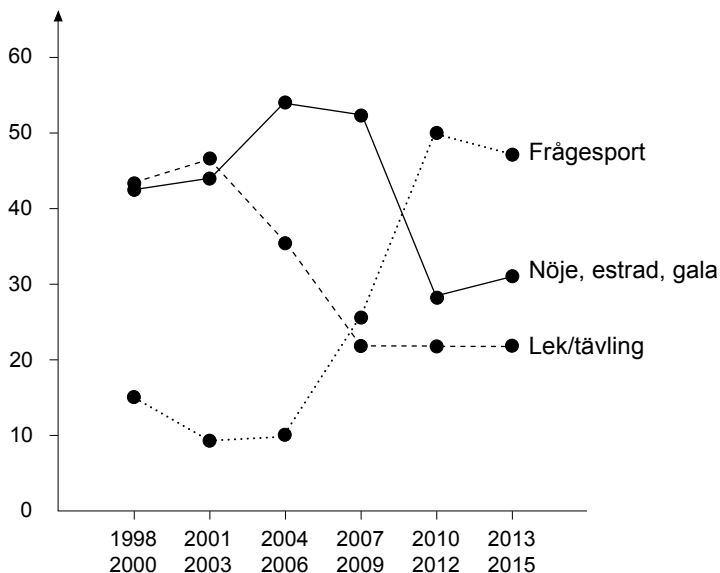
Frågesport som nöje och folkbildning

Utbudet av nöjesprogram har som framgått av *tabell 5.3* i andelar legat på ungefär samma nivå i SVT under hela tidsperioden (det vill säga det har ökat över tid i samma takt som utbudet i sin helhet har ökat). Möjligen kan en viss ökning även räknat i andelar skönjas. Men den är måttlig från 7 till 8-9 procent.

Däremot sker det en klar ökning av nöjesutbudet på bästa sändningstid – en fördubbling från den första treårsperioden (8 procent) till den sista treårsperioden (16 procent).

Nöjesutbudet består dock av olika slags programgenrer. I *figur 5.5* har utbudet delats upp i tre huvudtyper: nöjesprogram som estradunderhållning och galor (exempelvis melodifestivalen), lek- och tävlingsprogram (exempelvis Så ska det låta) och frågesport (Vem vet mest?).

Figur 5.5 Olika genrer i SVTs nöjesutbud – utvecklingen 1998-2015
(tim/vecka).



SVT:s nöjesutbud har förändrats kraftigt över tid. Under drygt ett decennium, tiden fram till 2010, dominerade det som kan kallas klassiska nöjesprogram. De utgjorde ungefär hälften av utbudet. Utbudet av lek- och tävlingsprogram var under de två första treårsperioderna nästan lika stort. Frågesport intog däremot en undanskymd plats.

Under de senaste sex åren ser programtablån mycket annorlunda ut. Frågesporten dominerar och står för ungefär hälften av SVT:s nöjesutbud.

Den kraftiga ökningen beror till stor del på frågesportsprogrammet Vem vet mest? Programmet har en mycket omfattande programtid; det sänds varje vardag följt av ett stort antal repriserna både på vardagar och på helger. Under senare år rör det sig om i genomsnitt 7-8 timmar per vecka året om.

Programmet är baserat på en engelsk förlaga (Fifteen to One) och började sändas i SVT år 2008. Det sänds även specialversioner som universitetsveckan, nobel special, vinnarveckan, revanschveckan och program där olika generationer tävlar mot varandra liksom ett juniorprogram.

Traditionellt klassificeras frågesport som ”nöjes- och förströelseprogram” men det kan naturligtvis diskuteras. Frågesport kan ju beroende på programmets inriktning och innehåll också ses som program med folkbildningsambitioner. Genremässigt och till sin uppläggning är Vem vet mest? ett nöjesprogram men som till sitt innehåll är helt inriktat på fakta inom en stor och varierande mängd av ämnesområden.

Utbudet av nöjesprogram i public service-TV består alltså till hälften av frågesport; en genre som i bästa mening kan ses som folkbildande nöjesprogram.

Slutsatser

SVT:s två huvudkanaler har olika programprofiler. SVT1 är något mer inriktat mot underhållning och SVT2 mer informationsinriktat. Balansen mellan nytta och nöje är det som framförallt utmärker programutbudet. Det gäller både om man ser till utbudet i sin helhet och till det utbud som sänds på bästa sändningstid.

Över tid framstår utbudets sammansättning som anmärkningsvärt stabil. Under senare år har dessutom det informationsinriktade programutbudet kraftigt förstärkts genom satsningen på SVT Forum och tillkomsten av Kunskapskanalen (produceras i samarbete med UR).

Vad som skall anses som kommersiellt eller inte kan man ha olika uppfattningar om, men den jämförande analysen visar att utbudet i SVT:s huvudkanaler över tid i varje fall inte närmat sig eller i allt större utsträckning börjat likna det utbud som sänds i de kommersiella tv-kanalerna. I denna mening kan därför inte SVT sägas ha blivit mer kommersiellt.

Men slutsatsen gäller endast för programutbudet i vad som kan kallas SVT:s traditionella plattform – utsändning av TV-program. Det handlar inte om programföretagets utbud eller aktiviteter på andra plattformar. (SVT Play har dock undersökts i en mer begränsad studie och resultaten för de fyra åren tyder inte på att utbudets sammansättning på något avgörande sätt skiljer sig ifrån det som sänds i SVT:s huvudkanaler).

Det bör också understrykas att det handlar om en slutsats som grundar sig på hur programutbudet i sin helhet har utvecklats över tid – inte undersökningar av enskilda program. Debatten kring SVT:s kommersialisering har oftast tagit fasta på kritik mot enskilda program eller programserier.

Men ser man till programutbudet i sin helhet och även till program som sänds på bästa sändningstid med störst publik finns det inget empiriskt stöd för uppfattningen att programutbudet i Sveriges Television utvecklats i kommersiell riktning.

Kapitel 6

Programmångfald

Den genremässiga mångfalden – att en tv-kanal innehåller många olika typer av program – är kanske den egenskap som är mest påtaglig för tittarna; att Sveriges Television erbjuder ”ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper”.

Bredden i utbudet

Den genremässiga mångfalden undersöks och presenteras i *figur 6.1* med hjälp av ett index som visar bredden i tv-kanalernas programutbud. Med en tv-kanals programbredd avses förhållandet mellan det antal typer av program som finns i en tv-kanals programutbud och det totala antalet programtyper som teoretiskt kan antas vara relevanta sett i ett mångfaldsperspektiv.

Ju fler olika typer av program en tv-kanal uppvisar i sitt utbud, desto större bredd har kanalen i sitt programutbud. En maximal programbredd utmärks med andra ord av att samtliga teoretiskt relevanta programtyper förekommer i utbudet (i 2015 års undersökning definieras det som 143 olika typer av program).¹

Programbredden minskar trendmässigt i SVT1 och SVT2 (*figur 6.1*). Under de senaste fem-sex åren har minskningen dock avstannat.

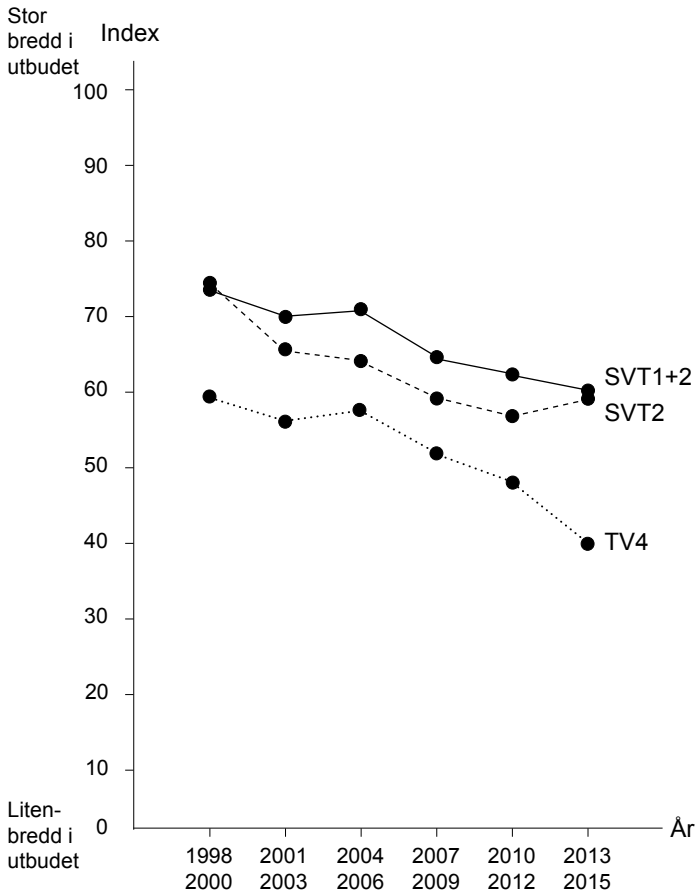
Bredden i SVT24 och i Kunskapskanalen är inte helt överraskande mindre än i SVT:s huvudkanaler (ej med i figuren). I SVT24 har bredden i utbudet varierat kraftigt bland annat som ett resultat av att kanalen bytt programprofil, däremot har programbredden i Kunskapskanalen varit stabil över tid.

SVT:s huvudkanaler har en betydligt större bredd i sitt programutbud än TV4. Under större delen av perioden liknar dock TV4:s mångfaldsprofil mer SVT:s mångfaldsprofil än sina kommersiella konkurrenters (TV3 och Kanal 5 är ej med i figuren). Under de senaste fem-sex åren har TV4 emellertid fjärrat sig från SVT:s mångfaldsprofil och närmat sig TV3 och Kanal 5.

Gemensamt för TV4, TV3 och Kanal 5 är att bredden i deras utbud (i högre grad än i SVT) blivit allt mindre över tid. Detta hänger troligen, i varje fall till en del, samman med att huvudkanalerna under de två senare perioderna fått systerkanaler (Sjuan, TV9, TV10, TV11 och TV12).

¹ En mer ingående beskrivning och diskussion kring programbredd och mångfaldsbegreppet finns i utvärderingsrapporten *Mångfald och kvalitet i Sveriges Television* (nr 27).

Figur 6.1 Programmässig mångfald i SVT1, SVT2 och TV4 – utvecklingen 1998-2015 (breddindex).

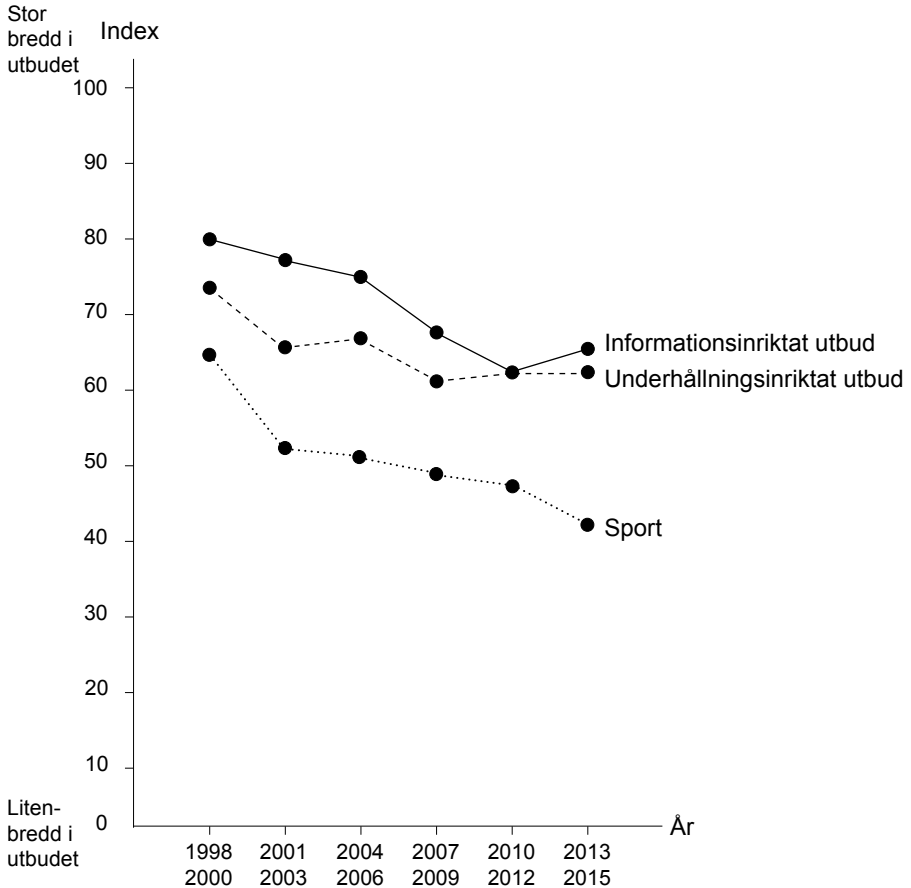


De trender som kan iakttagas i det totala programutbudet finns också i utbudet på bästa sändningstid. På bästa sändningstid är bredden dock generellt sett mindre än i totalutbudet. Det är inte särskilt överraskande eftersom det finns en gräns för hur brett ett utbud kan vara på den begränsade tid som bästa sändningstid utgör (program med start mellan 19.00 och 21.59).

Bredden inom olika programområden

En tv-kanal kan uppvisa stor bredd inom ett programområde men liten bredd inom ett annat område. Hur bredden har utvecklats när det gäller utbud inriktat på information, underhållning och sport presenteras i *figur 6.2*. För åskådlighetens skull redovisas endast medelvärdet för SVT1 och SVT2.

Figur 6.2 Bredden inom olika programområden i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (breddindex).



Bredden i SVT:s samlade informationsutbud minskar trendmässigt över tid, men trenden bryts under den sista treårsperioden 2013-2015.

Kunskapskanalens tillkomst bidrar dock till att bredden ökat i det informationsinriktade programutbudet. Men Kunskapskanalen bidrar inte särskilt mycket till att öka bredden i SVT:s samlade utbud eftersom SVT:s bidrag i Kunskapskanalen till största delen består av program som tidigare sänts i SVT1 och SVT2. Det är framförallt UR:s bidrag i Kunskapskanalen som har ökat bredden i public service-TV:s informationsutbud (UR står under senare år för ca två tredjedelar av utbudet).

I TV4 minskar också bredden trendmässigt i det informationsinriktade utbudet. Men den nedåtgående trenden är avsevärt mycket kraftigare än i SVT. Kunskapskanalen uppvisar exempelvis en betydligt större bredd än TV4.

Den nedåtgående trenden i SVT gäller även för underhållningsutbudet. Men endast fram till kanalomläggningen 2008. Därefter har bredden i SVT:s underhållningsutbud i stort sett varit densamma.

Bredden i TV4:s, liksom i TV3:s och Kanal 5:s underhållningsutbud har också minskat. Under senare år har dock minskningen avstannat och planat ut.

Bredden i sportutbudet i SVT:s huvudkanaler har successivt minskat år för år. SVT24 har under vissa perioder stått för ett betydande utbud av sportprogram; SVT24 uppvisade under en period (2005-2009) en större bredd i sitt sportutbud än någon annan kanal och har även under senare år ett visst sportutbud, men inte tillnärmelsevis lika omfattande som under tidigare år. Därför har bredden i i SVT:s sportutbud, även om vi ser till det samlade utbudet, minskat trendmässigt.

Bred public service

En tv-kanal kan alltså uppvisa såväl en stor som liten bredd i sitt informationsinriktade programutbud, och en stor som liten bredd i sitt underhållningsutbud.

De två dimensionerna har sammanförts i *figur 6.3*. På den lodrätta axeln redovisas vilken bredd tv-kanalerna har inom informationsutbudet och på den vågräta axeln vilken bredd de har inom underhållningsutbudet.

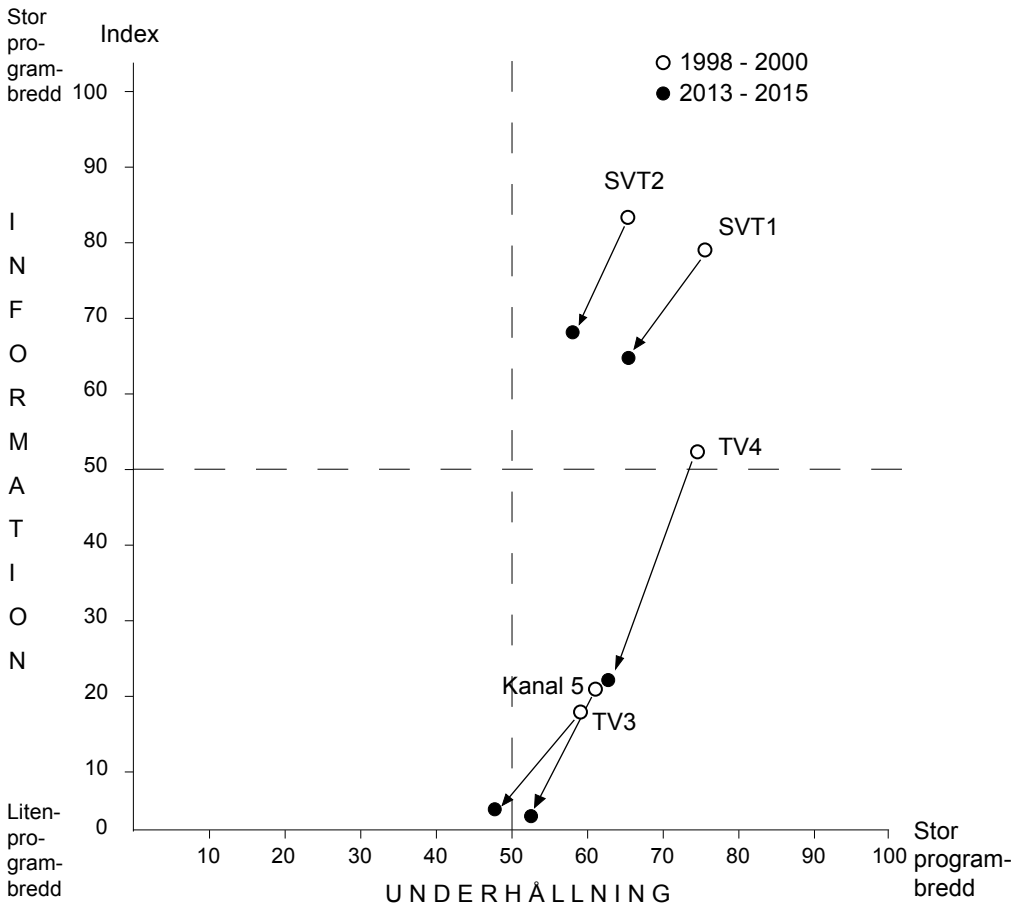
För att beskriva den utveckling som ägt rum över tid redovisas för åskådlighetens skull enbart resultatet för den sista treårsperioden 2013-2015 och motsvarande resultatet för den första treårsperioden 1998-2000 (pilarna i *figur 6.3* visar i vilken riktning förändringen ägt rum).

SVT1 och SVT2 utmärks under båda perioderna av en stor bredd inom både det informationsinriktade och det underhållningsinriktade programutbudet. Kanalerna skiljer sig åt genom att SVT1 uppvisar en större bredd i underhållningsutbudet, medan SVT2 har en större bredd i informationsutbudet.

SVT:s huvudkanaler kan därmed karaktäriseras som breda public servicekanaler med brett utbud av nyheter och fakta och ett brett utbud av underhållning och förströelse. Programbredden har dock minskat betydligt över tid både när det underhållningsutbudet och informationsutbudet. SVT1 och SVT2 kan fortfarande med marginal kallas breda public servicekanaler – men programutbudet uppvisar inte samma bredd som för 15-20 år sedan.

TV4 hade under den första treårsperioden 1998-2000 en liknande mångfaldsprofil som SVT1 och kunde karaktäriseras som en bred public service-kanal (om än med knapp marginal när det gäller det informationsinriktade utbudet). Därefter har TV4:s mångfaldsprofil förändrats mycket kraftigt – det gäller särskilt bredden i det informationsinriktade utbudet, men även bredden i underhållningsutbudet har minskat betydligt.

Figur 6.3 TV-kanalernas programbredd – utvecklingen 1998-2015.



TV4 har på så vis över tid fjärrat sig från SVT1:s och SVT2:s mångfaldsprofil och närmare sig TV3 och Kanal 5.

TV4 uppvisar 2013-2015 ungefär samma mångfaldsprofil som TV3 och Kanal 5 gjorde 1998-2000. Men skillnaden mellan TV4 och TV3 och Kanal 5 kvarstår eftersom bredden i TV3:s och Kanal 5:s utbud också har minskat kraftigt.

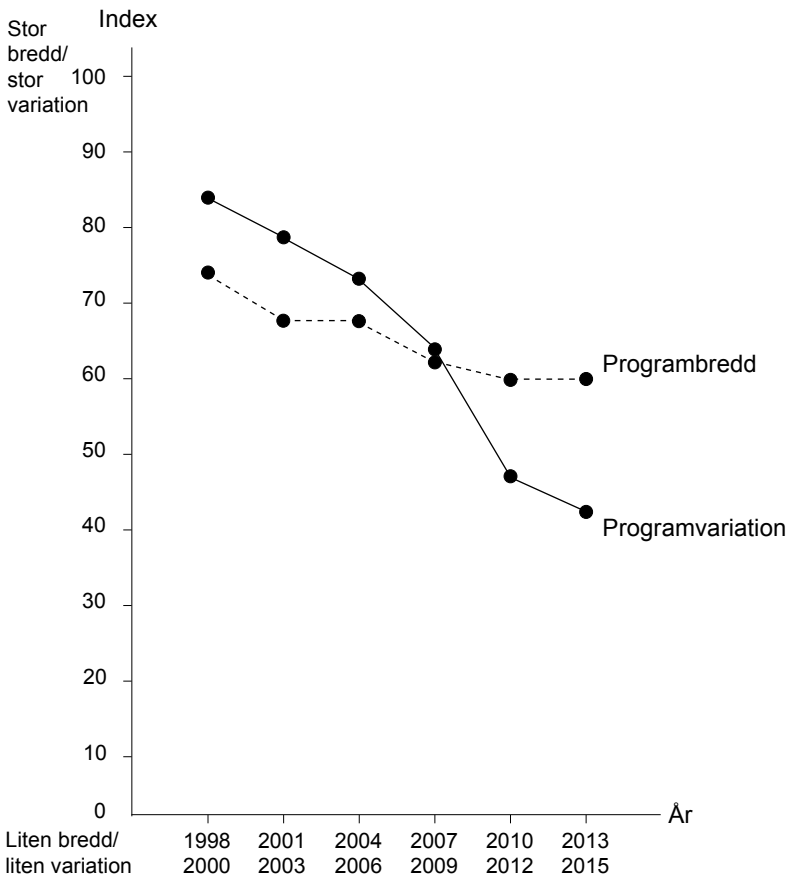
Sveriges fem största tv-kanaler har alltså förändrats i samma riktning – mot en allt mindre bredd i sitt programutbud. Det gäller både informationsutbudet och underhållningsutbudet.

Programvariation

I ett mångfaldsperspektiv är den uppvisade bredden i programutbudet av stor betydelse. Men för tittarna är också variationen i utbudet av stor betydelse. En tv-kanal med ett mycket omfattande utbud men med en liten bredd i sitt utbud innebär att tittare måste ägna kanalen mycket lång tid för att få ett varierat programutbud. En tv-kanal med ett mindre utbud men stor bredd ger tittaren ett mer varierat programutbud under den tid man tittar på kanalen. Programvariationen är alltså ett slags effektivitetsmått som anger hur brett en tv-kanals programutbud är i förhållande till utbudets storlek.

I figur 6. 4 jämförs hur bredden och variationen i SVT1:s och SVT2:s sammantagna programutbud har utvecklats över tid. Variationen är beräknad som programbredden dividerat med den totala programtiden.

Figur 6.4 Bredd och variation i SVT1s och SVT2s samlade programutbud – utvecklingen 1998-2015 (breddindex, variationsindex).



Som framgår av figuren minskar variationen i SVT:s utbud betydligt kraftigare än bredden i utbudet. Det är knappast överraskande eftersom den totala programtiden över tid har ökat kraftigt samtidigt som bredden minskat. Det kraftigt ökade utbudet i Sveriges Television har alltså inte inneburit en större mångfald.

Grundmönstret är detsamma i de kommersiella tv-kanalerna. Det ökade utbudet har inte lett till en större bredd i utbudet. Men skiljer sig i ett viktigt avseende. Skillnaden mellan public service-TV och de kommersiella kanalerna är betydligt större när det gäller variationen än när det gäller bredd.

Skillnaden i variationsrikedom mellan public service-TV och kommersiell TV gäller också utbudet på bästa sändningstid. Det finns dock en skillnad när det gäller informationsutbudet och underhållningsutbudet. SVT har ett mer variationsrikt faktautbud än TV4 på bästa sändningstid, medan TV4 har ett mer variationsrikt utbud av underhållning.

Slutsatser

SVT1 och SVT2 kan var och en karaktäriseras som breda public service-kanaler och intar på så vis en särställning i det svenska TV-landskapet. Programmångfalden har dock minskat trendmässigt.

Den nedåtgående trenden tycks under senare år till en del ha brutits. SVT1 och SVT2 uppvisar i stort sett samma bredd i sitt programutbud som de gjorde för tio år sedan. Det gäller både det informationsinriktade och det underhållningsinriktade programutbudet.

Den minskande mångfalden är ännu mer markerad i de kommersiella tv-kanalerna. Tittarna har fått ta del av ett allt mer omfattande utbud i såväl public service-TV som i kommersiell TV, men mångfalden i programutbudet har inte ökat – utan minskat. Det har blivit mer TV, men mer av samma sak.

SVT:s två huvudkanaler har inte ett lika brett programutbud som för 15-20 år sedan. I den meningen uppfyller Sveriges Television i allt mindre grad sändningstillståndets krav på ett mångsidigt programutbud.

Men även om bredden och variationen i SVT:s huvudkanaler har minskat har tillkomsten av Kunskapskanalen, Barnkanalen och SVT24 lett till en ökad mångfald i det samlade programutbudet.

Public service-TV skiljer sig från kommersiell TV inte enbart genom sin betydligt större bredd, utan framförallt genom ett avsevärt mer variationsrikt programutbud. Skillnaden har dessutom blivit större över tid.

SVT:s särställning i det svenska TV-landskapet när det gäller att erbjuda ett mångsidigt programutbud har därför snarare förstärkts än försvagats.

Kapitel 7

Sverige och världen utanför

När televisionen fick sitt genomslag – med kraft från mitten av 60-talet – var för många tv-bilder från världen utanför Sverige kanske det mest omtumlande. Att få in världen i det egna vardagsrummet var en alldeles ny upplevelse – inte bara för en äldre generation.

Kravet på att spegla mångfalden i det egna landet är det som framförallt framhålls som ett centralt värde i normativa källor om public service. Att spegla världen utanför omnämns sällan explicit. Det blir närmast underförstått och tar fasta på krav som ställs på nyhetsverksamheten. Eller som det heter i SVT:s sändningstillstånd: ge allsidig information med ”olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter” (8§).

Nyhetsvärlden

Det finns alltså inga specificerade krav på hur vår omvärld ska speglas i SVT:s sändningstillstånd (med visst undantag för det som sägs om kulturutbudet och utbudet till barn och unga). Det hindrar inte att det av andra skäl finns ett intresse i att undersöka vilken bild som public service-TV faktiskt ger av vår omvärld.

Vi börjar med den bild som förmedlas i public service-TV:s största nyhetsprogram Rapport under ungefär samma tid som tv-utbudsundersökningarna omfattar. Det är ett mycket omfattande material (4682 utrikesinslag) vilket innebär att resultat för enskilda länder kan betraktas som säkra (*tabell 7.1*).

USA är kanske inte helt oväntat det enskilda land som får störst utrymme i nyhetsflödet (9.9 procent). Men rapporteringen om USA (som enskilt land) dominerar knappast. Europa får som helhet större uppmärksamhet. Men inte främst stora länder som Tyskland, Frankrike och England. Under de tolv åren mellan 1998 och 2009 domineras rapporteringen av händelser i Östeuropa, Balkan och Ryssland.

Våra nordiska grannländer Danmark, Norge och Finland uppmärksammas var och en ungefär lika mycket. Den sammantagna rapporteringen om Norden (7.2 procent) är dock betydligt mindre än om USA.

Rapporteringen om Latinamerika och Afrika söder om Sahara är begränsad (3-4 procent). Den är större om Asien (där Kina under senare år uppmärksammas allt mer). De befolkningsmässigt tre största världsdelarna uppmärksammas sammantaget i ungefär samma omfattning som arabvärlden och Mellanöstern.

Tabell 7.1 Nyhetsvärlden – utrikes-rapporteringen i Rapport 1998-2009 (procent).

	Utrikesnyheter i rapport 1998-2009
Norden	7.2
Danmark	2.3
Norge	2.1
Finland	2.5
Island	0.3
Europa	38.6
Tyskland	2.7
Frankrike	2.6
Övr västeuropa	8.0
Övr östeuropa	13.7
Ryssland	6.6
EU	5.0
Angloamerika	14.5
USA	9.9
Storbritannien	3.7
Australien/NZ	0.9
Mellanöstern	17.2
Asien	11.9
Afrika	4.3
Latinamerika	3.1
Internationellt	3.2
	100

Vid första påseende framstår resultatet (med det vi vet om hur nyhetsförmedling fungerar) inte som överraskande. Nyhetsrapporteringen speglar det som händer i världen – händelser som har ett stort nyhetsvärde. Då ges enligt gängse nyhetsvärderingskriterier krig, konflikter och kriser störst uppmärksamhet.

Det leder till att den konfliktfyllda arabvärlden och Mellanöstern, och under den undersökta tidsperioden händelser på Balkan och i Östeuropa kommer att dominera nyhetsflödet. För public service-TV, liksom för alla andra nyhetsmedier är det områdets nyhetsvärde som är relevant, inte krav på geografisk mångfald.

Men ser vi till hur världsbilden i public service-TV och i svensk nyhetsrapportering i allmänhet har förändrats sett i ett ännu längre tidsperspektiv kan vi se mönster som inte nödvändigtvis förklaras av länders och händelsers olika nyhetsvärde.

Under de senaste 60-70 åren – från 1950-talet till 2010-talet – har rapporteringen om Norden och Europa nästan halverats – från ca 65 procent till ca 35 procent (Asp 2010). Rapporteringen om USA (som enskilt land) har också minskat trendmässigt (från ca 15 till ca 10 procent). Västvärlden har efter andra världskriget kommit att utgöra en allt mindre del av nyhetsvärlden i svenska nyhetsmedier.

Det är dock inte nyhetsvärldens vita fläckar – Latinamerika och Afrika – som tagit västvärldens plats. De båda världsdelen har under de senaste sex-sju decennierna legat stabilt under eller kring 5 procent. Asien ökar något – främst genom Kina.

Den stora förändringen i nyhetsvärlden sett i ett längre övergripande perspektiv är att Norden och Europa spelar en allt mindre roll. Medan under årtionden Israel-Palestina-konflikten, Mellanöstern, kriget i Kuwait,

Afghanistan och Irak och under senare år Arabvärlden i sin helhet intagit en allt större plats.

Denna del av världen har gått ifrån i princip ingen uppmärksamhet på 1950-talet till i dag 15-20 procent av det totala nyhetsflödet om vår omvärld. Det har skett en intresseförskjutning i public service-TV:s nyhetsrapportering (liksom hos alla andra svenska nyhetsmedier) från vad som kan betraktas som vårt närområde till konfliktområden där framförallt USA på ett eller annat sätt ha varit inblandat – under 70-talet Vietnam och Indokina, under de senaste decennierna Mellanöstern och arabvärlden.

Publiken och medielogiken

Kan då det kraftigt minskade nyhetsintresset för exempelvis de nordiska länderna och det ökande intresset för arabvärlden förklaras av deras olika nyhetsvärde?

I princip kan ett lands minskade uppmärksamhet i nyheterna förklaras på tre sätt:

(1) att händelser i landet över tid ”i absolut mening” i mindre grad än tidigare uppfyller gängse nyhetskriterier, (2) att händelser i landet ”relativt andra länder” i mindre grad än tidigare uppfyller nyhetskriterierna i mindre utsträckning, och (3) att nyhetskriterierna, det som bedöms vara en nyhet, förändrats över tid.

Det är möjligt att man kan argumentera för att Norden både i absolut och i relativ mening har förlorat i nyhetsvärde. Men det ”förlorade” nyhetsvärdet kan också förklaras av att det ägt rum en värdeförskjutning; de nyhetskriterier som väger tungt för de nordiska länderna tillmäts inte samma betydelse längre. Klassiska nyhetskriterier som geografisk och kulturell närhet anses inte lika viktiga i en globaliserad värld där avstånd i tid och rum betyder allt mindre.

Om detta är en nyhetsvärdering som står i överensstämmelse med tv-tittarnas uppfattningar kan diskuteras. Det finns en uppenbar risk att en nyhet inte längre bedöms som något som berör och är viktigt för publiken utan något som passar medielogiken.

Slutsatser

Det finns inget som talar för att den nyhetsbild som public service-TV ger av världen utanför Sverige på något avgörande vis skiljer sig från den bild som kommersiella nyhetsmedier ger, exempelvis den bild som TV4:s nyhetsprogram ger.

I denna mening bidrar inte public service-TV till en yttre mediemångfald genom att utgöra ett alternativ till andra nyhetsmedier eftersom de delar samma nyhetsvärderingsprinciper. Det är inte heller självklart att geografisk mångfald vid sidan av nyhetsvärderingskriterier har ett egenvärde.

Oavsett värdet av geografisk mångfald har rådande nyhetsvärderingsprinciper lett till en omvärldsbevakning där Norden och Europa fått ge plats för konflikter och krig i områden där framförallt USA på ett eller annat sätt varit inblandat i. I det avseendet är public service-TV varken bättre eller sämre än andra svenska nyhetsmedier.

TV-världen

Programutbud producerat utanför Sverige utgör en stor del av innehållet i public service-TV – i genomsnitt ca 30 procent under åren 1998-2015. Det utländska utbudet har (som del av den totala utbudsökningen) ökat i programtid, men också andelsmässigt. Från i genomsnitt ca 28 procent av utbudet under de tre första åren (1998-2001) till ca 33 procent de tre sista (2013-2015).

Den geografiska mångfalden i det utländska programutbudet presenteras i *tabell 7.2* – fördelat på två perioder (1998-2006 och 2007-2015). För att underlätta jämförelser med TV4 redovisas resultatet som ett genomsnitt för SVT1 och SVT2 (SVT½ i tabellen).

Det råder en kraftig anglo-amerikansk dominans i tv-världen – nästan 60 procent av det utländska utbudet i SVT:s huvudkanaler är producerat i USA, Storbritannien, Kanada eller Australien. I TV4 är dominansen ännu mer framträdande – över 92 procent.

Utbudet av tyska, franska och andra europeiska program är mycket begränsat. Det europeiska utbudet (trots inträdet i EU 1995) minskar dessutom över tid – med nästan 25 procent. Stora kulturländer som Tyskland och Frankrike framstår i den svenska tv-världen som små och marginaliserade.

I TV4 är andelen tyska och franska program sammantaget (2.1 procent) mindre än hälften av australienska program (4.3 procent).

Det begränsade utbudet gäller också, mer förväntat, av program producerade i Latinamerika, Afrika och Asien. I tabellredovisningar brukar man undvika att ta med så ”små” siffror som exempelvis i detta fall 0.1 procent för Indien eller 0.4 procent för afrikanska eller latinamerikanska program eftersom de ofta är osäkra. Resultatet i tabell 7.2 är dock inte osäkert (underlaget det bygger på är unikt i sin omfattning). Det är så här den svenska tv-världen ser ut.

Ett kanske mer överraskande resultat är att det nordiska programutbudet har en förhållandevis stark ställning i public service-TV. De nordiska länderna står var och en i stort sett för ett lika stort utbud även om Danmark är ett något större produktionsland än Norge som i sin tur är något större än Finland. Det nordiska utbudet i TV4 är i jämförelse mycket begränsat, en tiondel så stort.

Tabell 7.2 TV-världen – SVTs och TV4s utlandsproducerade utbud - utvecklingen 1998-2015 (procent).

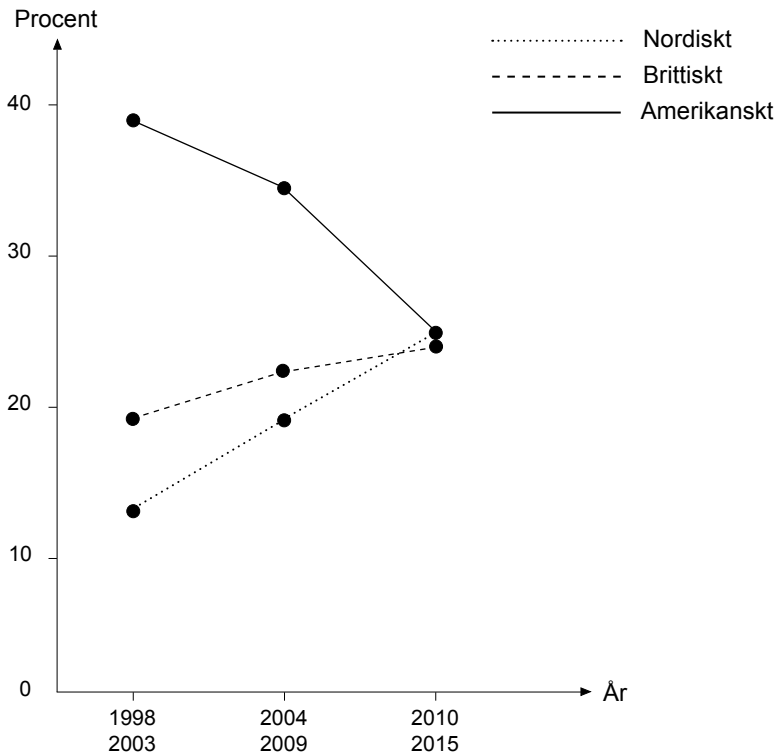
	TV-världen					
	SVT1/2			TV4		
	1998-2006	2007-2015	1998-2015	1998-2006	2007-2015	1998-2015
Norden	14.6	21.9	18.4	1.9	2.3	2.1
Danmark	6.2	7.8	7.0	0.6	0.9	0.7
Norge	4.4	7.5	6.0	0.9	0.8	0.9
Finland	3.7	6.2	5.0	0.3	0.3	0.3
Island	0.3	0.4	0.4	0.1	0.3	0.2
Europa	18.3	13.9	16.2	4.7	3.8	4.3
Tyskland	3.5	2.6	3.1	1.8	0.7	1.2
Frankrike	6.1	4.7	5.4	1.4	0.3	0.9
Övr västeuropa	6.4	4.7	5.6	1.3	1.2	1.3
Östeuropa	1.8	1.4	1.6	0.2	1.1	0.6
Ryssland	0.5	0.5	0.5	0	0.5	0.3
Angloamerika	62.4	55.5	59.0	91.8	92.5	92.2
USA	36.9	26.1	31.5	68.0	63.5	65.8
Storbritannien	20.6	27.2	23.9	16.1	24.5	20.3
Kanada	2.2	1.2	1.7	1.6	2.0	1.8
Australien/NZ	2.7	1.0	1.9	6.1	2.5	4.3
Asien	2.9	3.5	3.3	1.4	0.7	1.1
Japan	2.0	1.0	1.5	1.1	0.5	0.8
Kina	0.3	1.9	1.1	0	0.2	0.1
Indien	0.1	0	0.1	0	0	0
Övr Asien	0.5	0.6	0.6	0.3	0	0.2
Afrika	0.4	0.4	0.4	0.1	0.3	0.2
Latinamerika	0.4	1.0	0.7	0.1	0.3	0.2
Övrigt/okänt	1.0	3.5	2.0	0	0.1	0
	100	100	100	100	100	100

I public service-TV ökar dessutom utbudet kraftigt. Det framgår av *figur 7.1* som visar en jämförelse mellan hur det nordiska, det brittiska och det amerikanska utbudet har utvecklats över tid (18-årsperioden har i detta fall för åskådlighetens skull delats i tre sexårsperioder.)

Ökningen av nordiska program är mycket stor – från 13 till 25 procent av det totala utländska programutbudet. Räknat i programtid är ökningen än mer slående – från i genomsnitt 7 timmar per vecka till över 22 timmar.

Det som framförallt minskar i public service-TV är andelen amerikanska program – från 39 procent till 25 procent, medan utbudet av brittiska program ökar.

Figur 7.1 Amerikanskt, brittiskt och nordiskt i SVT1+2 - utvecklingen 1998-2015 (andel av det utländska utbudet).



Slutsatser

Det anglo-amerikanska utbudet dominerar kraftigt det utlandsproducerade materialet. Men det är en mycket stor skillnad mellan public service-TV och kommersiell TV. I TV4 uppgår det till över 90 procent och andelen är ännu högre i TV3 och Kanal 5.

Även om den geografiska mångfalden är avsevärt större i SVT:s utländska utbud finns det stora vita fläckar. Program med ursprung i Indien, världens största filmland, förekommer knappast. Det gör inte heller program från Asien, Afrika eller Latinamerika. Det är inte direkt överraskande. Däremot är det mer förvånande att program producerade i Tyskland och Frankrike och andra europeiska länder förekommer så sällan.

Ett viktigt undantag är det nordiska programutbudet. Det är omfattande och har under senare år ökat närmast explosionsartat. Till stor del förklaras det av att det nordiska tv-samarbetat gör det ekonomiskt fördelaktigt.

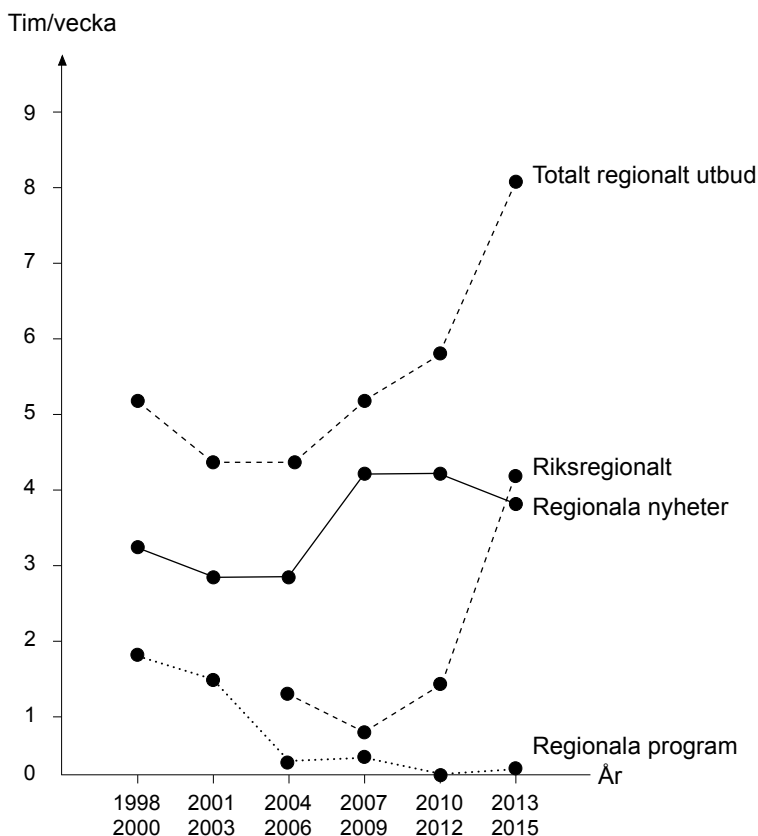
Men oavsett vad som ligger bakom har tv-tittarna kunnat ta del av ett större utbud av nordiska program i public service-TV – program som aldrig eller mycket sällan finns i kommersiell TV.

Hela landet

Ett grundläggande public service-värde är att utbudet skall spegla landet i sin helhet och inte enbart ses ur huvudstadens perspektiv. ”Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen”, som det sägs i det svenska sändningstillståndet (6§).

I vilken utsträckning SVT uppfyller kravet är svårt att besvara med utgångspunkt ifrån den information som ges i programtablåerna eftersom ett mer inträngande svar kräver att programmets innehåll undersöks, exempelvis hur väl Sverige speglas i de nationella nyhetsprogrammen.

Figur 7.2 Det regionala utbudets omfattning i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (tim/vecka).



Med programtablåernas hjälp är det däremot möjligt att undersöka i vilken utsträckning public service-TV prioriterar det regionala programutbudet och hur det har utvecklats över tid.

Ryggraden i public service-TV:s regionala utbud är – och har alltid varit – de regionala nyhetsprogrammen. Över tid har antalet nyhetsredaktioner varierat betydligt genom förändrade regions- och distriktsindelningar. För närvarande (2017) är antalet lokala nyhetsredaktioner större än någonsin, 21 stycken.

I *figur 7.2* redovisas det regionala programutbudets omfattning i SVT1 och SVT2 under sex olika tidsperioder mellan 1998 och 2015.

De regionala nyhetsprogrammets omfattning uppvisar både stabilitet och förändring. Under de tre första perioderna (1998-2006) ligger utbudet stabilt på genomsnitt ca 3 timmar per vecka, och under de tre senare stabilt på ca 4 timmar per vecka. Det vill säga i genomsnitt ca 25 minuter respektive 35 minuter varje dag, i sammanhanget en betydande ökning.

Utöver nyhetsprogrammen sänder SVT även andra program som produceras och sänds regionalt. Den typen av regionala program har under de senaste 12 åren i princip försvunnit från programutbudet i public service-TV. Det förekommer exempelvis att det sänds regionala valvakor men utbudet är mycket begränsat. Under de första sex åren uppgick det till mellan 1½ till 2 timmar per vecka.

En tredje typ av program är det som här kallas riksregionala program, program som produceras regionalt och speglar olika regioner men sänds nationellt. Det är ett programutbud som ökat betydligt över tid, en ökning som i tid sammanfaller med att de regionala programmen försvinner från programtablåerna.

Utbudet omfattar under de senaste åren ca 4 timmar per vecka och består i första hand av ett halvtimmeslångt program som sänds varje vardag (repriseras även på sen kvälltid/natt). Programmet tar upp teman och nyhetsinslag som tidigare sänts i de regionala nyhetsprogrammen (Sverige Idag). Till detta kommer ett mer kåserande veckoprogram på temat ”hela landet” (Landet runt).

Sammantaget har det regionala programutbudet haft ungefär samma omfattning under större delen av de 18 undersökta åren – det har pendlat kring ca 5 timmar per vecka eller drygt 40 minuter per dag. De tre senaste åren har det dock ökat kraftigt till ca 8 timmar per vecka. Ökningen kan troligen dock till stor del bero på repriseringar av de riksregionala programmen.

Slutsatser

Möjligheterna att med hjälp av uppgifter från programtablåerna bedöma hur väl olika delar av landet speglas i public service-TV, eller hur stor Stockholmkoncentrationen är, är begränsade. Man kan på goda grunder anta att ”förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen” inte enbart speglas i det regionala nyhetsutbudet utan också i andra program.

Och sett ur programföretagets perspektiv kan en utvärdering, som endast tar fasta på det utbud som tittarna kan ta del, framstå som något ”orättvis”, eftersom varje sänt regionalt nyhetsprogram motsvarar 21 producerade program.

Men givet de begränsningar som finns är slutsatsen att det regionala programutbudet i public service-TV i varje fall inte försvagats över tid. Det regionala nyhetsutbudet har snarare förstärkts något under senare år där det dagliga riksregionala programmet spelar en viktig roll.

Under senare år är SVT:s kanaler de enda som har ett regionalt programutbud, sedan TV4 lagt ned sina lokala nyhetsstationer. Men under de år TV4 hade ett stort antal lokala stationer och utbudet var som störst låg det i paritet med utbudet i SVT:s båda kanaler – i genomsnitt ca 3 timmar per vecka.

I så måtto utgör public service-TV ett tydligt alternativ genom att erbjuda tittarna ett utbud som idag överhuvudtaget inte finns i kommersiella tv-kanaler.

Kapitel 8

Särskilda grupper

I public service-uppdraget ingår ett ansvar att tillgodose vissa utvalda gruppers särskilda behov; barn och unga, etniska minoriteter och funktionshindrade. Genom att spegla, ge plats åt och värna underrepresenterade grupper i samhället kan public service-TV bidra till mångfalden i samhället.

Barn och unga

I sändningstillståndet sägs att ”SVT ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga”, och att ”programmen ska på barns och ungas egna villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen” (10\$). Det sägs dock inget om hur stort utbudet skall vara eller i vilka kanaler/programtjänster det skall erbjudas.

Utbudet till barn och unga har genomgått stora förändringar. Barnkanalen startade 2002, men först 2008/2009 kan den betraktas som en ”äkta” public service-kanal, eftersom det var först efter digitaliseringens slutförande som hela befolkningen kunde ta del av kanalen (ett grundläggande public service-krav).

Fram tills dess sändes barnprogram i SVT:s huvudkanaler, i första hand i SVT1. Utbudet riktat till barn var mycket stabilt och pendlade fram till år 2009 kring 13-14 timmar per vecka, eller i genomsnitt ca 2 timmar per dag. Det minskade sedan successivt i samband med Barnkanalens införande. Under senare år sänds i stort sett inga barnprogram i SVT:s huvudkanaler.

Även sett till andelar har utbudet till barn varit stabilt och låg innan Barnkanalen kunde ses av hela befolkningen på mellan 7 och 8 procent av det totala utbudet i SVT:s huvudkanaler.

Den successiva övergången från sändningar i SVT1 till Barnkanalen innebar följaktligen inte att utbudet riktade till barn och unga minskade till de som till en början inte hade tillgång till Barnkanalen. Sett i public service-perspektiv är det en viktig slutsats.

Barnkanalens tillkomst innebar en kraftig ökning av utbudet. Redan 2005 sände kanalen i genomsnitt över 80 timmar per vecka, från 2010 ca 90 timmar till över 110 timmar 2015 – i genomsnitt nästan 16 timmar varje dag.

Under alla undersökta år (1998-2015) har programutbudet riktat till barn och unga haft en stark ställning i public service-TV och som avsevärt förstärkts med Barnkanalen. Men även om utbudet till barn har ökat

mycket kraftigt har utbudet riktat till unga trendmässigt försvagats. Det gäller både om vi ser till utbudet i SVT:s huvudkanaler och i Barnkanalen.

Det är dock inte alldeles självklart vad som skall betraktas som program riktade till unga eller ungdomar. Dessutom är det en klassificering som bygger på tv-kanalernas egen programinformation och där en stor del av utbudet sänds i form av ramprogram med blandat innehåll där det inte närmare anges vad de olika programinslagen innehåller.

Men även med hänsyn till de definitions- och mätproblem som finns är trenden tydlig: program för unga har över tid minskat kraftigt i public service-TV – både när det gäller omfattning och den ställning de intar i programutbudet.

När programmen sändes i SVT1 (1998-2009) var ungefär 30 procent av utbudet riktat till unga, under Barnkanalens tidiga år (2005-2009) ungefär 20 procent och under de senaste åren (2010-2015) har det minskat till mellan 5 och 10 procent.

Det resultat som presenteras i *figur 8.1* tar fasta på det som sägs i sändningstillståndet om att SVT ska erbjuda ett ”varierat utbud” och ”förmedla nyheter och fakta”. Figuren visar utbudet av nyhets- och faktaprogram och fristående tecknade program i SVT1+2 (1998-2009) och Barnkanalen (2005-2015).

Som framgår av figuren har andelen tecknat/animerat ökat över tid – det gäller både om vi ser till den tid då utbudet sändes i SVT:s huvudkanaler och när det sänts i Barnkanalen.

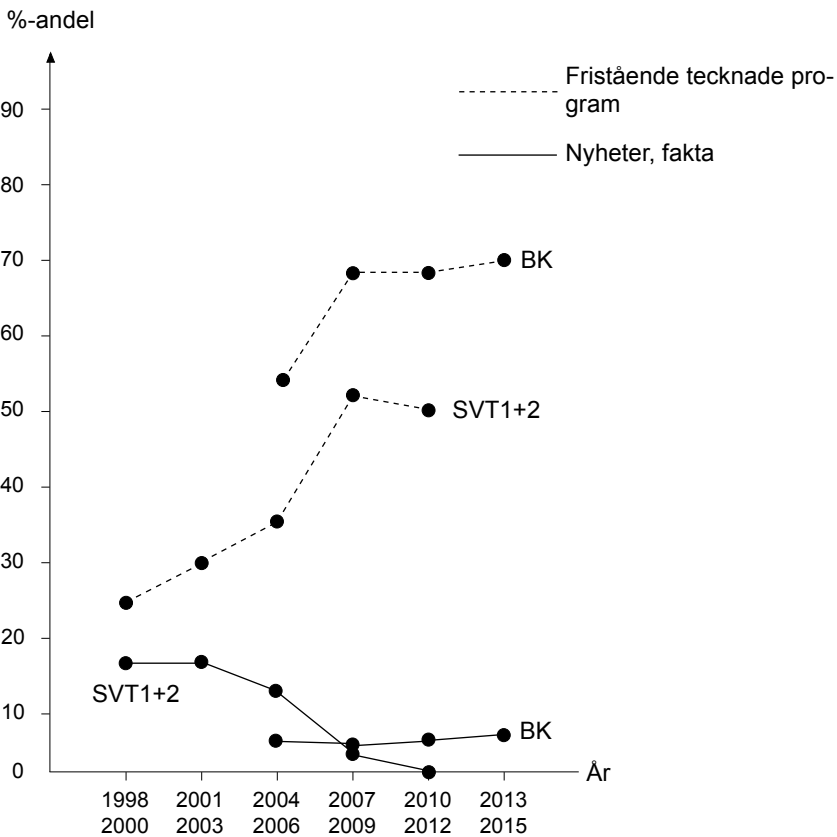
Barnkanalens utbud består i betydligt större utsträckning av tecknat/animerat (70 procent under treårsperioden 2013-2015) än när programmen sändes i SVT:s huvudkanaler (17 procent under treårsperioden 1998-2000).

Till stor del förklaras det av skillnader i programtid: Barnkanalen sände under 2015 ungefär 16 timmar per dag medan SVT1 1998 sände ca 2 timmar per dag. Den kraftigt ökade sändningstiden har inneburit att tecknat/animerat relativt sett har ökat mer än andra typer av tv-produktioner.

I *figur 8.1* presenteras även utvecklingen när det gäller utbudet av nyheter och faktaprogram. Under tiden då barnprogrammen sändes i SVT:s huvudkanaler utgjorde andelen i genomsnitt 17 procent motsvarande drygt 2 timmar per vecka. I Barnkanalen var under treårsperioden 2013-2015 andelen i genomsnitt 7 procent.

Även om andelen faktainriktat programutbud har minskat har utbudet räknat i timmar och minuter ökat kraftigt. Utbudet är nästan fyra gånger så stort (7 procent av Barnkanalens betydligt större utbud motsvarar 7½ timmar per vecka).

Figur 8.1 Barnprogrammets inriktning i Barnkanalen (BK) och SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (procent).



Barnkanalens omfattande utbud har lett till att andelen svenska program har minskat även om det svenskproducerade utbudet ökat betydligt i programtid.

Under den tid då barnprogrammen sändes i SVT1 (1998-2006) uppgick andelen svenska program (inräknat ramprogram) till i genomsnitt ca 65 procent, amerikanska program till ca 15 procent och resterande 20 procent hade sitt ursprung i andra länder.

Resultatet måste dock tolkas med en stor försiktighet. Under senare år har det blivit svårare att med utgångspunkt ifrån programinformationen identifiera programmets ursprung. Dessutom sänds mycket inom svenska ramprogram men där de programinslag som ingår kommer från andra länder. Det svenska utbudets omfattning blir därigenom överskattat och framstår som större än det egentligen är.

Kommersiella tv-kanaler har också (haft) ett stort utbud av barnprogram. TV4 hade under den tid då kanalen hade ett public service-liknande sändningstillstånd krav på att sända minst 4 timmar barnprogram per vecka och uppfyllde i stort sett kravet under alla år.

Efter att Barnkanalen nått full hushållstäckning, från 2009 och framåt, har dock utbudet av barnprogram i TV4 successivt minskat. Under senare år uppgår det till ca 1-2 timmar per vecka motsvarande ca 1-2 procent av totalutbudet.

Barnprogrammets nedgång i TV3 och Kanal 5 är betydligt mer drastisk – de försvann nästan helt med Barnkanalens tillkomst. Under de första fem undersökta åren (1998-2001) tillhörde barnprogram ett av de största programområdena, ungefär lika stort som sit coms.

I TV3 uppgick utbudet till i genomsnitt ca 15 timmar/vecka (10-12 procent av totalutbudet) och i Kanal 5 var det ännu större, uppemot 18 timmar per vecka eller 12-14 procent av kanalens totala programutbud. Utbudet bestod nästan uteslutande av tecknade program, mestadels amerikanska. Under de första åren sände TV3 även svenskproducerade barnprogram.

Är då detta ett exempel när public service-TV med sina speciella privilegier har konkurrerat ut kommersiella alternativ? Det mycket omfattande utbudet av barnprogram i TV3 och Kanal 5 (och i viss mån även i TV4) försvann ju i samband med tillkomsten av Barnkanalen.

Även om sambandet i tid kan tyckas bestickande är det inte självklart att det (enbart) var just public service-TV:s satsning på Barnkanalen som låg bakom detta – konkurrens fanns även från betal-TV-kanaler som Disney.

Etniska minoriteter

Den formulering som fanns i tidigare sändningstillstånd om att SVT skulle ”beakta språkliga och etniska minoriteters intressen” finns inte med i det nuvarande sändningstillståndet (2014-2019). Där sägs endast att ”SVT:s samlade programutbud på de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib ... ska sammantaget med SR:s och UR:s utbud, öka årligen jämfört med 2013 års nivå. Ökningen ska vara betydande” (12§).

Public service-TV:s allmänna programutbud riktat till etniska minoritetsgrupper har över tid successivt minskat.

Utbudet halverades nästan från 4½ timmar per vecka (2.5 procent av totalutbudet) under den första treårsperioden (1998-2000) till som lägst 2½ timmar under 2010-2012. Under de tre senaste åren har utbudet ökat något och uppgick under den sista treårsperioden (2013-2015) till 3 timmar per vecka (1.0 procent).

Numera består det nästan uteslutande av nyhetssändningar på minoritetsspråk. Det finns dock ett visst utbud för barn och unga på minoritetsspråk i Barnkanalen.

Funktionshinder

När det gäller kraven på programutbudets tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning ställdes i tidigare sändningstillstånd kvantitativt formulerade krav, exempelvis att en viss angiven procentandel textade program skulle uppnås vid tillståndsperiodens slut.

I innevarande tillstånd formuleras kraven mer allmänt: ”SVT ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning” (11§).

Utbudet anpassat för funktionshinder avser i första hand programutbud för hörselskadade och omfattar program på teckenspråk och öppen eller dold textning av program (under senare år förekommer även syntolkade program anpassade till synskadades behov). I SVT förekommer sedan 2005 enbart dold textning.

Slutsatser

I public service-uppdraget ingår ett särskilt ansvar för att tillgodose vissa tittargrupper särskilda behov. Det är naturligtvis inte möjligt att ge ett mer inträngande svar på frågan om SVT i en djupare mening lyckats uppfylla de krav som i dessa avseenden kan ställas på ett public service-företag.

En viss uppfattning kan vi dock få genom att undersöka hur SVT har prioriterat programutbudet. En tv-kanals prioriteringar av ett visst programområde kan avläsas på två olika sätt: genom den omfattning utbudet har räknat i timmar och minuter, och genom den ställning utbudet har i förhållande till andra områden i tv-kanalens programutbud.

Tillkomsten av Barnkanalen innebar ett avsevärt större utbud i public service-TV för barn och unga. Andelen svenska program har minskat men ökat betydligt räknat i programtid. Det går därför knappast att hävda att public service-TV:s utbud för barn och unga över tid blivit mindre svenskt och mer utländskt.

I ett kulturpolitiskt perspektiv har naturligtvis barnprogrammets produktionsursprung betydelse, men ur tittarnas/barnens synpunkt har det nog ingen större betydelse eftersom de tecknade/animerade programmen är dubbade till svenska. Animerat med svenskt tal behöver ju inte heller nödvändigtvis vara av sämre kvalitet än andra typer av barnprogram.

Det går inte heller att hävda att utbudet har blivit mindre faktainriktat; utbudet av nyheter och fakta har visserligen minskat andelsmässigt, men ökat kraftigt i timmar och minuter.

Utbudet i Barnkanalen är i allt mindre grad inriktad på ungdomar, unga tittare. Det är en utveckling som inleddes redan under den tid utbudet sändes i SVT:s huvudkanaler. Det kan dock diskuteras om ett särskilt utbud riktat till unga verkligen är ett mått på i vilken utsträckning SVT uppfyller de krav som ställs i sändningstillståndet.

Frågan är om det i dagens Sverige är möjligt eller särskilt fruktbart att föra samman unga och erbjuda dem ett särskilt utbud i en tv-kanal med en linjär programtablå. Det görs sannolikt i dagens medielandskap bättre på andra plattformar.

Det är därför svårt att enbart med utgångspunkt ifrån det som SVT sänder i traditionella tv-kanaler uttala sig om företaget uppfyller det krav som ställs på att ”särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga” (10§). Att sätta etiketten ungdomsprogram är kanske dessutom i många fall en garanti för att man inte når de unga tittare man önskar.

Den förändring som kan iaktas när det gäller minoritetsprogrammets inriktning mot nyhetssändningar avspeglar väl den tyngdpunktsförändring som ägt rum i sändningstillstånden. Huruvida kravet på ett betydligt ökat utbud på minoritetsspråk under innevarande tillståndsperiod (2014-2019) uppnås återstår att se.

De successivt ökande krav som under årens lopp ställts på SVT när det gäller tillgängligheten för personer med funktionsnedsättning har uppfyllts. Det visar i varje fall de årliga utbudsundersökningar som genomfördes under perioden 1998-2015. I dag finns i princip allt programutbud som så att säga inte redan är textat (utländska program) också i textad form.

De förändringar som ägt rum när det gäller anpassningen till funktionshindrades behov visar på så sätt det samspel som finns mellan förändrade krav i sändningstillstånden och hur det faktiska programutbudet har utvecklats.

Ett grundläggande krav på public service-TV är att erbjuda ett programutbud som inte förekommer eller är underrepresenterat i andra tv-kanaler; att vara ett tydligt alternativ till kommersiell TV.

Program på minoritetsspråk förekommer inte i kommersiell TV.

Anpassning av programutbudet för funktionshindrade förekommer sporadiskt och i mindre omfattning men har långtifrån den omfattning det har i public service-TV.

Något mer omfattande utbud riktat till barn finns inte heller; i TV3 och Kanal 5 har det nästan helt försvunnit. I denna mening utgör public service-TV ett tydligt alternativ till kommersiell TV.

Kapitel 9

Kulturen

Mångfald och kvalitet framhålls i sändningstillstånd och av public service-företagen själva som grundläggande värden för programverksamheten. Utbudet skall som det sägs utmärkas av ”mångsidighet” och ”hög kvalitet”.

Kvalitet är liksom mångfald ett svårhanterligt begrepp. Det är därför inte förvånande att man i sändningstillstånd och måldokument inte närmare klargör vad hög kvalitet närmare står för.

Hög kvalitet

Ett första steg är att skilja ut vad som kan kallas allmänna kvalitetskrav. Det är ofta den typen av krav som dominerar debatten om public service; att program eller programserier brister i kvalitet därför att de är för kommersiella eller inte har den kvalitet att de passar in i public service.

Public service-TV ska skilja sig från kommersiell TV alltifrån ton och tilltal och teknisk kvalitet till mer svårfångande krav som, enligt BBC:s förgrundsfigur Lord Reith, är kungstanken med public service: ”to make the good popular and the popular good” (att göra det som är bra populärt, och det som är populärt bra).

De allmänna kvalitetskrav som kan ställas på public service är naturligtvis viktiga. Men de är svåra att utvärdera. Främst därför att det inte finns några allmänt uppställda normer för vad som just utmärker ”public service-kvalitet”. Det är troligen därför kvalitetskrav av det här slaget (enligt min mening av goda skäl) inte finns formulerade i sändningstillstånden.

Det är däremot möjligt att tolka kravet på ”hög kvalitet” som att SVT har ett särskilt ansvar för de programområden som i sändningstillstånden speciellt utpekats som public service-verksamhetens kärnområden.

Ett sådant kärnområde är kultur där det ställs särskilda krav på programutbudet. Det undersöks i detta och nästföljande kapitel, *Svenska språket*. Det andra kärnområdet är demokrati. Det undersöks i de därpå följande kapitlen.

Omfattning och ställning

”SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud ... och bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och andra länder” (9§). Det är krav som ställs på SVT:s kulturutbud.

I vilken utsträckning SVT uppfyller sitt kulturansvar kan översiktligt avläsas genom hur starkt kulturområdet prioriteras. Dels visad genom den *ställning* som kulturutbudet intar i förhållanden till andra programområ-

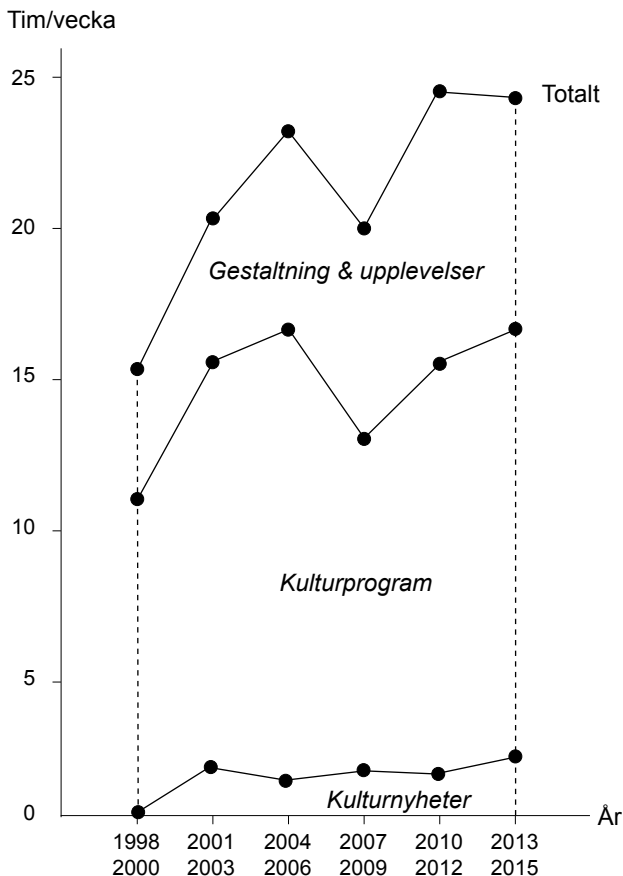
den, dels visad genom den *omfattning* kulturutbudet har i absoluta tal; i timmar och minuter.

Kulturutbudet i SVT består i stora drag av tre olika genrer: nyhetsprogram, kulturprogram – oftast faktainriktade magasinprogram i serieformat inom olika kulturområden som konst, litteratur musik och film – och gestaltande program – oftast upplevelseinriktade program i singelformat inom olika kulturyttringar som opera, teater och musikkonserter.

I *figur 9.1* redovisas kulturutbudets omfattning i SVT1 och SVT2 och hur det har utvecklats under perioden 1998-2015.

Under de första nio åren ökade utbudet mycket kraftigt – från i genomsnitt ca 15½ timmar per vecka 1998-2000 till drygt 23 timmar 2004-2006. Det motsvarar en ökning med ca 50 procent.

Figur 9.1 Kulturutbudets omfattning i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (tim/vecka)



Ökningen beror till en del på att Kulturnyheterna började sändas under den andra treårsperioden. Men ökningen förklaras främst av att utbudet av kulturprogram och särskilt utbudet av gestaltande program ökade. De gestaltande programmen ökade med ca 60 procent och kulturprogrammen med ca 30 procent.

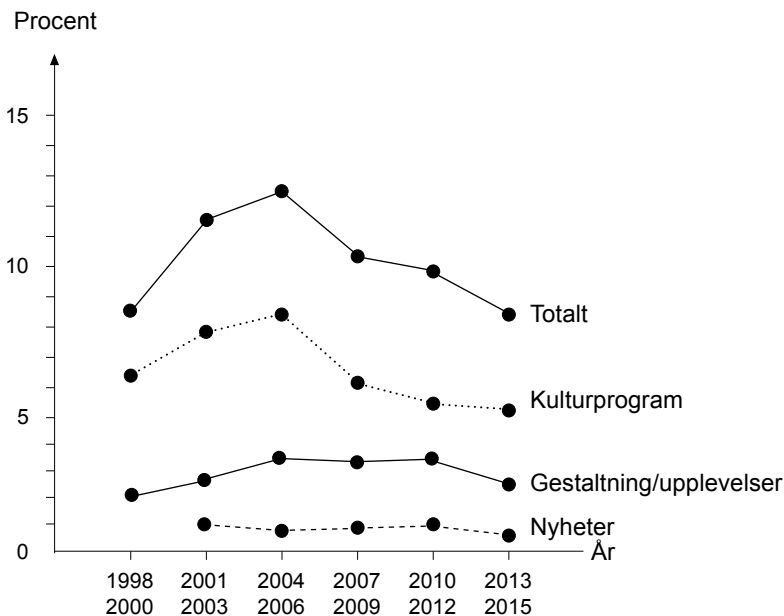
Det var med andra ord en expansion av kulturutbudet över hela linjen, med särskild tonvikt på gestaltande program och kulturnyheter.

Efter den stora utbudsökningen har utbudet planat ut och har under de senaste nio åren (2007-2015) legat på ungefär samma nivå – i genomsnitt ca 24 timmar per vecka. Kulturnyheterna står för ca 2 timmar i veckan, kulturprogrammen för ca 15 timmar och gestaltande program för ca 7 timmar. Fördelningen mellan de tre programgenrerna har varit ungefär densamma under hela tidsperioden (ca 8, drygt 60 respektive knappt 30 procent).

Det till en början kraftigt ökande och därefter det utplanade kulturutbudet måste ses mot bakgrund av att programutbudet i sin helhet ökade mycket kraftigt under samma tid. Det är alltså inte bara utbudets omfattning som säger något om hur programföretaget prioriterar utbudet utan också hur det förhåller sig till annat utbud och utbudet i sin helhet.

Kulturutbudets ställning och hur det har utvecklats över tid redovisas i *figur 9.2*.

Figur 9.2 Kulturutbudets ställning i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (procent)



Den kraftiga expansionen under de första nio åren innebar inte enbart att kulturutbudet ökade i omfattning utan också att kulturutbudet fick en starkare ställning – under åren 2004-2006 var kulturutbudet på topp och utgjorde nästan 13 procent av det samlade utbudet i SVT1 och SVT2.

Men därefter har kulturutbudets ställning försvagats – utbudet har inte minskat i timmar och minuter men det upptar en allt mindre del av det totala programutbudet.

Minskningen har till allra största delen gällt kulturprogramgenren. Kulturnyheter och gestaltande program har i stort sett samma ställning som under tidigare år.

I Kunskapskanalen finns också ett stort utbud av kulturprogram – under senare år i genomsnitt ca 15 timmar per vecka motsvarande en andel på 14-16 procent av kanalens totala programutbud.

Utbudet har ökat något över tid. Även om en del består av program som tidigare sänts i SVT1 och SVT2 kan tillkomsten av Kunskapskanalen ändå ses som ett betydande tillskott till public service-TV:s utbud av kulturprogram.

Kultur i TV4

Utbudet av kulturprogram i kommersiell TV är mycket begränsat. Under de första åren – från 1998 till 2004 – uppgick utbudet i TV4 till i genomsnitt ca 1½-2 timmar eller drygt en procent av kanalens totala utbud.

Under tiden då TV4 hade ett public service-liknande sändningstillstånd var kraven nästan lika omfattande som för SVT (men med förbehållet ”inom ramen för de kommersiella villkor företaget har att följa”). Efter 2004 har TV4 i princip inte haft något utbud av kulturprogram.

Men även om det saknas kulturprogram i TV4:s programtablåer betyder det inte att det saknas helt. I TV4 spelar morgon-TV en viktig roll. Där ingår ett visst kulturutbud ofta i form av panelsamtal och recensioner främst av aktuell litteratur och film.

I SVT:s morgon-TV förekommer också kulturinslag. Eftersom de ingår som inslag i ett ramprogram är det inte möjligt att fastställa vilken omfattning utbudet har med utgångspunkt ifrån programtablåerna.

Men även om det inte handlar om regelrätta kulturprogram utgör det ändå en betydelsefull del av det kulturutbud som erbjuds i SVT – och det är kanske än mer betydelsefullt för TV4 eftersom det i stort sett utgör kanalens enda kulturutbud.

Kulturvärlden

I sändningstillståndet sägs att utbudet ”ska spegla olika kulturkretsar och innehålla program från olika delar av världen” (9§).

Under tidsperioden i sin helhet utgör utländska program ca 25 procent av kulturprogramsutbudet.

Liksom i tv-världen i sin helhet dominerar det anglo-amerikanska utbudet även kulturvärlden, även om dominansen inte är lika stor – ca 43 mot 59 procent. Efter Storbritannien (23 procent) och USA (17 procent) kommer Frankrike och de nordiska länderna (7-8 procent).

Det förekommer knappast några kulturprogram från Afrika, Latinamerika eller Asien under de 18 undersökta åren (samtantaget 1.2 procent av totala kulturutbudet).

Afrika och Latinamerika uppvisar ungefär samma låga andelar som i tv-världen i sin helhet medan japanska, indiska eller kinesiska program överhuvudtaget inte finns representerade i kulturvärlden.

Kulturprogramgenrer

Kulturprogrammen – som under de senaste tre åren (2013-2015) uppgått till i genomsnitt ca 15 timmar per vecka – har *tabell 9.1* delats in efter vilka kulturområden som tas upp.

Som framgår av tabellen har utbudet i SVT1 och SVT2 stor spridning när det gäller bevakningen av olika kulturområden (tabellen visar omfattningen av utbudet räknat i programtid).

Tabell 9.1 Kulturprogram i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015
(snitttimmar/vecka).

	1998- 2000	2001- 2003	2004- 2006	2007- 2009	2010- 2012	2013- 2015	1998- 2015
Konst, design, arkitektur	1.50	1.50	2.30	1.15	2.50	2.00	2.00
Litteratur	1.30	1.50	2.00	2.00	3.00	2.15	2.10
Teater	0.15	0.15	0.20	0.10	0.15	0.10	0.15
Dans	0.15	0.30	0.25	0.10	0.15	0.10	0.20
Musik	2.30	1.45	2.00	0.30	1.30	2.15	1.50
Musik, rock/pop	1.00	3.40	2.50	1.30	1.45	2.30	2.00
Film	1.10	1.40	2.00	1.20	0.50	1.00	1.20
Massmedier	0.10	0.40	0.25	0	0.30	0.10	0.20
Nöje	0	0.05	0.15	0.25	0.10	0	0.10
Kultur, allmänt	2.50	1.30	2.40	4.40	3.20	4.15	3.10
Totalt	11.35	13.50	15.20	11.50	13.55	14.45	13.30

Musikområdet har störst programtid – sammantaget nästan i genomsnitt 4 timmar per vecka sett till perioden i sin helhet. Litteraturområdet kommer därefter med drygt 2 timmar per vecka. Konst, design och arkitektur uppmärksammas sammantaget i ungefär samma omfattning.

Det förekommer förändringar i utbudet över tid, men det är svårt att urskilja något mönster eller några tydliga och långsiktiga trender. Möjligen kan man spåra en tendens till att allmänt inriktade kulturprogram har ökat över tid, det vill säga program utan något specialområde och där flera olika kulturyttringar tas upp.

Det finns dock ett tydligt undantag. I kulturdebatten har det ofta framförts att filmområdet uppmärksammas allt mindre i SVT. Det stämmer om ser till den ställning filmområdet har i förhållande till andra kulturområden.

Under åren 1998-2009 utgjorde programtiden för filmprogram i genomsnitt ca 12 procent av SVT:s totala utbud av kulturprogram. Från 2010 har andelen minskat till i genomsnitt 6 procent (2010-2015). Även om nedgången i programtid inte är lika drastisk (eftersom kulturutbudet i sin helhet har ökat) har ställningen för film som kulturområde försvagats i public service-TV.

Även om breda kulturområden som musik och litteratur dominerar utbudet finns även smala kulturområden representerade.

Program om dans som konstform finns med i SVT:s programtablåer under samtliga år med en programtid på i genomsnitt ca 20 minuter varje vecka. Det innebär ungefär 17 timmar om året eller drygt 300 timmar under de 18 år som undersökts.

Till detta kommer utbudet av gestaltande tv-program där dans eller andra kulturyttringar utövas.

Gestaltning och upplevelser

De gestaltande upplevelseprogrammen har på samma sätt som kulturprogrammen delats upp efter de områden som speglas i programmen (tabell 9.2).

Under de senaste undersökta tre åren (2013-2015) har upplevelseprogrammen haft en programtid på i genomsnitt drygt 7 timmar per vecka. Det är mindre än de tre föregående åren, men i jämförelse med den första treårsperioden har utbudet nästan blivit dubbelt så stort.

Musikområdet dominerar mycket kraftigt. Det står för ungefär 80 procent av det gestaltande utbudet. Knappt hälften består av konserter med konstmusik. Föreställningar, konserter med rock och populärmusik uppgår i genomsnitt för perioden i sin helhet till i genomsnitt 50 minuter per vecka. Det som i tabellen betecknas som 'musik' består i första hand av klassisk musik, men som inte sänds i konsertform.

Det finns en tendens till att musikområdets dominans förstärks över tid – under den senaste treårsperioden är andelen nästan 90 procent mot drygt 70 procent under den första perioden.

Tabell 9.2 Gestaltning- och upplevelseprogram i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (snitttimmar/vecka).

	1998-2000	2001-2003	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013-2015	1998-2015
Teater	0.15	0.15	0.20	0.10	0.40	0.30	0.20
Opera	0.10	0.15	0.25	0.20	0.25	0.10	0.20
Dans	0.20	0.10	0.10	0.05	0.10	0.20	0.10
Musik	1.20	0.30	1.10	1.10	3.50	3.30	1.50
Musik, konsert	1.10	3.00	3.30	3.10	2.10	0.40	2.30
Musik, rock/pop	0.20	0.25	0.40	1.10	0.50	1.20	0.50
Teater/buskis	0.10	0.15	0.20	0.20	0.30	0.25	0.20
Annat	0.05	0.05	0.10	0.05	0.30	0.05	0.10
	3.50	4.40	6.30	6.30	9.10	7.10	6.40

Över tid är det framförallt utbudet av konserter med rock och popmusik som ökat – i slutet av 1990-talet förekom knappast den typen av program medan det under den senaste treårsperioden uppskattningsvis sänds minst ett längre konsertprogram med populärmusik i veckan.

Även om musiken dominerar stort förekommer även andra kulturyttringar som teater, opera, dans och buskisteater/revyer. Sett till perioden i sin helhet är exempelvis operaföreställningar en något större programgenre än revyer och buskisunderhållning. Det går inte att spåra några egentliga trender utan de olika programgenrerna finns representerade i utbudet i ungefär samma omfattning under alla tidsperioder.

I genomsnitt drygt 20 minuter opera varje vecka kan i grova drag översättas till att SVT under de senaste 18 åren sänt drygt en helaftonsopera varannan månad (under årens lopp betydligt fler än 100 föreställningar). Det bör dock påpekas att även om urvalet är stort är felkällorna som störst när det gäller programtyper som sällan förekommer i tablåerna (som opera) eller är starkt koncentrerade till en viss tidsperiod (som exempelvis OS eller ett VM).

Det innebär dock inte nödvändigtvis att resultaten underskattas. De kan också bli överskattade om exempelvis en urvalsvecka innehåller en temasatsning på opera eller är en OS-vecka med sändningar dygnet runt. Men eftersom urvalet varje år är så stort och att så många år undersöks måste trots allt resultat även för ”små” programkategorier som opera och dans bedömas som förhållandevis säkra.¹

¹ Ett annat problem när det gäller en bedömning av kulturutbudets omfattning och ställning

Slutsatser

Sveriges Television har ett omfattande kulturutbud, både när det gäller faktainriktade kulturprogram och gestaltande, upplevelseinriktade program. Kulturutbudet i SVT:s huvudkanaler har också förstärkts genom tillkomsten av SVT24 och Kunskapskanalen.

Skillnaden mellan public service-TV och kommersiell TV är mycket stor. Det gäller alla former av kulturprogram och kulturyttringar. I TV3 och Kanal 5 förekommer i princip inget kulturutbud och i TV4 är det mycket begränsat och har även minskat betydligt över tid.

Även om public service-TV uppvisar ett utbud som inte finns representerat i de kommersiella kanalerna och därmed utgör ett tydligt alternativ till kommersiell TV har kulturutbudets ställning i SVT:s huvudkanaler försvagats över tid.

Utbudet har inte minskat i programtid, men upptar en allt mindre del av det totala programutbudet. Det gäller i första hand kulturprogrammets ställning. Det gestaltande programutbudet och nyhetsprogrammen har ungefär samma plats i programutbudet som tidigare år.

Kulturutbudet måste ändå i jämförelse med andra programområden anses ha en mycket stark ställning i public service-TV. Det är svårt med direkta jämförelser men ett för samhället och för tv-tittare centralt område som ekonomi bevakas exempelvis långt ifrån lika mycket eller lika inträngande som kulturområdet.

Kulturen har ett dagligt nyhetsprogram; något motsvarande program för ekonominyheter finns inte. Det finns ett stort och reguljärt utbud av kulturprogram inom många olika genrer; det finns inga eller få reguljära specialprogram om ekonomi.

Sett i det perspektivet måste slutsatsen bli att Sveriges Television i stor utsträckning uppfyller kravet på att ”erbjuda ett mångsidigt kulturutbud”. Och då inte minst mot bakgrund av att public service-TV:s samlade kulturutbud är unikt i det svenska TV-landskapet.²

i programutbudet är frågan om vad som skall räknas som upplevelseprogram. Det som här klassificeras som teater utgår ifrån den information som tv-kanalerna själva ger om programmen. Men det kan också vara rimligt att exempelvis räkna dramaserier baserade på svenska klassiker till kulturutbudet.

2 Helt unikt är det dock inte eftersom den svenska betalkanalerna Axxess TV vid sidan av ett omfattande faktautbud också har ett betydande utbud av kulturprogram.

Kapitel 10

Svenska språket

Värnandet av landets kultur och en nationell identitet utgör en central del i public service-uppdraget. Såväl i officiella normkällor som i vetenskaplig litteratur och sändningstillstånd framhålls språkets betydelse; att public service-medier har ett särskilt ansvar för det egna landets språk.

I SVT:s sändningstillstånd uttrycks språkets betydelse för public service-uppdraget i främst två avseenden: att ”SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället” och att SVT ska ”tillhandahålla ett varierat utbud på svenska språket” (6§). Till det kommer ett påpekande om att ”språkvårdsfrågor skall beaktas i verksamheten”.

Svenska program

Det svenskspråkiga utbudets omfattning och ställning– och hur det har utvecklats över tid – redovisas översiktligt i *figur 10.1*. Den heldragna linjen visar de svenska programmens andel av totala utbudet och den streckade linjen hur utbudet har utvecklats räknat i programtid. Resultatet avser det sammanlagda utbudet i SVT1 och SVT2. Kanalerna skiljer sig inte åt i det här avseendet utan uppvisar under 18-årsperioden i sin helhet i stort sett samma andel svenska program i sitt utbud.

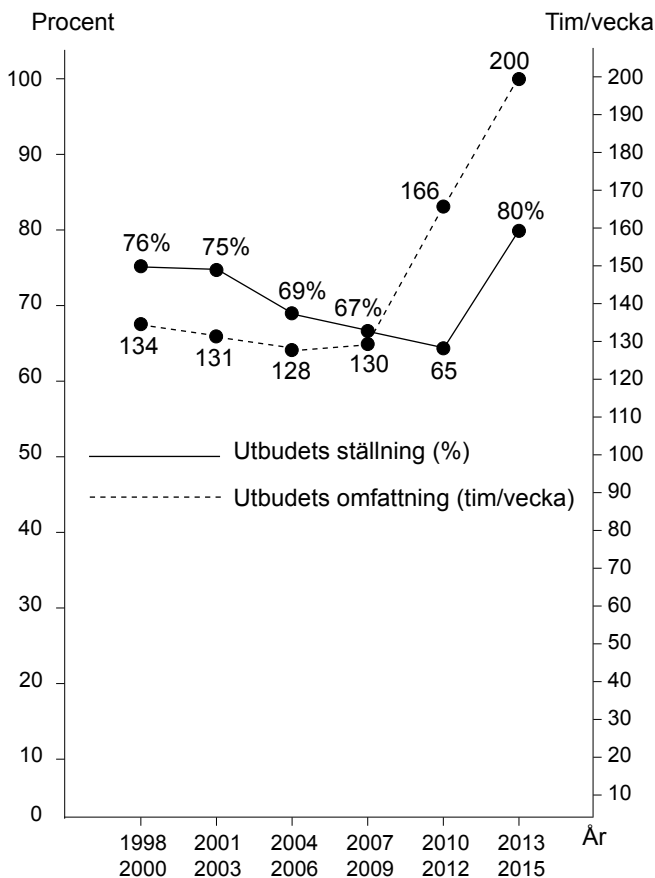
De svenska programmens andel av det totala utbudet har minskat över tid. I början av perioden utgjorde drygt 75 procent av utbudet i SVT1 och SVT2 av svenskproducerade program. Andelen har sedan successivt minskat till som lägst 65 procent. Nedgången bröts dock under den senaste treårsperioden.

På bästa sändningstid är andelen svenska program generellt sett något större (till stor del beror det på att nyhetsprogrammen är ett centralt inslag). Den långsiktiga nedgången på bästa sändningstid är inte heller lika stor som för utbudet i sin helhet.

Det svenska programutbudet i SVT1 och SVT2 har dock, som framgår av den streckade linjen i *figur 10.1*, ökat mycket kraftigt i programtid under de senaste fem-sex åren – från i genomsnitt ca 130 till ca 200 timmar per vecka. Utbudet av det svenskspråkiga utbudet har alltså ökat i omfattning samtidigt som utbudet räknat i andelar långsiktigt har minskat. Hur går det ihop?

I första hand beror det på att det utländska programutbudet har ökat betydligt mer än det svenska utbudet räknat i timmar och minuter. En minskad andel behöver alltså inte nödvändigtvis betyda en minskning i absoluta tal.

Figur 10.1 Det svenskspråkiga utbudets ställning och omfattning i SVT 1+2 – utvecklingen 1998-2015 (procent och snitttimmar/vecka).



Till allra största delen består ökningen av program som per definition är svenskspråkiga. Det gäller i första hand satsningen på SVT Forum som har en mycket omfattande programtid (i genomsnitt ca 30-35 timmar i veckan). Inom ramen för programmet ingår bland annat sändningar från riksdagen liksom seminarier och konferenser i olika samhällsfrågor.

Uppgången för det svenskspråkiga utbudet under senare år förklaras alltså till mycket stor del av ett enda samhällsinformerande ramprogram med mycket lång sändningstid. Det handlar alltså inte primärt av ett ökat utbud av vad som kan sägas vara "vanliga" svenska TV-program.

SVT24 och Kunskapskanalen

Det finns också ett omfattande utbud av svenskspråkiga program i SVT24 och Kunskapskanalen liksom i Barnkanalen.

Under de första åren var SVT24 den ”svenskaste” tv-kanalen – med över 90 procent svenska program. Programprofilen i SVT24 har dock förändrats kraftigt under årens lopp (bland annat genom byte av sändningskanal). Under senare år, som en utpräglad repriskanal, uppgår andelen till under 50 procent.

Även Kunskapskanalen har ett betydande utbud (ca 40 procent) av svenskspråkiga program (men de produceras i huvudsak av UR).

Både i Kunskapskanalen och SVT24 har andelen svenska program minskat över tid.

Kommersiell TV

Andelen svenska program i kommersiell TV är betydligt mindre än i public service-TV. I TV4 utgör andelen för 18-årsperioden i sin helhet till i genomsnitt 52 procent. Motsvarande andel för TV3 och Kanal 5 är 15 respektive 13 procent.

I kommersiell TV växlar utbudet av svenska program kraftigt från år till år. Konkurrenten om tittarna kan till stor del avläsas i tv-kanalernas varierande satsningar på det svenska programutbudet. När svenska program förekommer i de kommersiella kanalerna placeras de därför nästan alltid på bästa sändningstid (eftersom svenska program allt annat lika alltid har ett större publiktycke än utländska program).

Det är svårt att uttala sig om trender i utbudet, men sett till 18-årsperioden i sin helhet minskar utbudet av svenska program i kommersiell TV. Det gäller särskilt i TV3 och i Kanal 5.

Svenskt i olika genrer

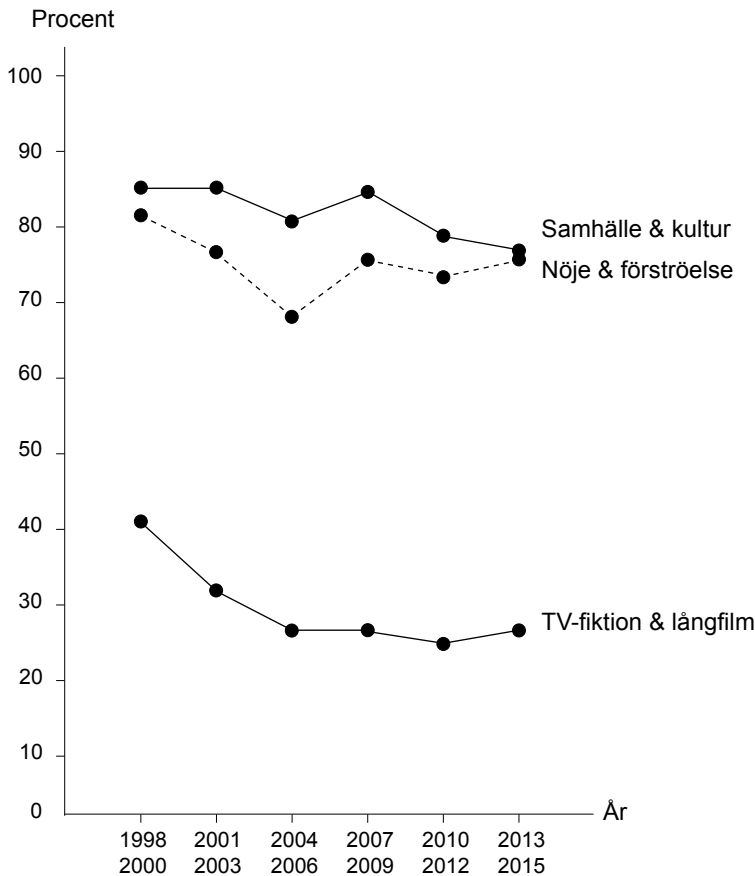
Det svenskspråkiga utbudet i SVT är starkt representerat i nästan alla programgenrer. Svagast ställning har det i fiktionsutbudet; i första hand gäller det utbudet av långfilm och tv-serier (*figur 10.2* på nästa sida).

Svenska program utgör i genomsnitt knappt 30 procent av det samlade utbudet av fiktion i SVT1 och SVT2. Resten av fiktionsutbudet – 70 procent är utländskt.

Det svenska fiktionsutbudet har, som framgår av *figur 10.2*, minskat över tid. Men försvagningen gäller enbart i jämförelse med undersökningsperiodens första år. Under de senaste 10-12 åren har andelen svensk fiktion – långfilmer och tv-serier – legat på ungefär samma nivå – drygt 25 procent.

När det gäller det samlade samhälls- och kulturutbudet ligger det svenska utbudet på en hög nivå – för kulturområdet är andelen svenska program ca 80 procent och för samhällsutbudet närmar det sig 90 procent. Men även här kan en viss nedgång över tid noteras.

Figur 10.2 Det svenskspråkiga utbudets ställning i olika programgenrer – utvecklingen 1998-2015 (procent).



Det svenskspråkiga utbudets ställning försvagas i ännu högre grad över tid när det exempelvis gäller faktagenrer och naturprogram. Nedgången är främst markant i jämförelse med slutet av 1990-talet och början av 2000-talet. Svenska program utgjorde då en mycket stor del av faktagenret i public service-TV (kring 90 procent).

Utländska program sänds ofta inom ramen för svenska programserier och räknas då som svenska produktioner. Det svenska utbudets omfattning är därför generellt sett något överskattat. Det gäller särskilt faktagenret men också, men i mindre grad, samhällsprogrammen.

I underhållningsutbudet har svenska program haft i stort sett samma ställning under de senaste 15 åren. Men i jämförelse med andra programområden växlar andelen svenska program i större utsträckning från år till

år. Under en period ligger andelen svenska nöjes- och förströelseprogram under 70 procent (2004-2006), medan den under en annan ligger över 80 procent (1998-2000).

Även i detta fall påverkas resultatet av enskilda programsatsningar. Det gäller exempelvis frågesportsprogramserien *Vem vet mest?* som med dagliga sändningar och repriser har en mycket omfattande programtid, och därför står för en betydande del av förströelseutbudet – och eftersom det är på svenska ökar det därigenom påtagligt andelen svenskspråkiga program i public service-TV.

Slutsatser

Sveriges Television har ett särskilt ansvar för det svenska språkets ställning i samhället och har i sitt uppdrag att tillhandahålla ett varierat utbud på svenska språket.

Utbudet av program på svenska är mycket omfattande och har en stark ställning. Det gäller i alla programgenrer, möjligen med undantag för fiktionsutbudet.

Det svenskspråkiga programutbudet har dock långsiktigt fått en något svagare ställning. Tillkomsten av Kunskapskanalen och SVT24 (liksom Barnkanalen) har visserligen inneburit en kraftig ökning av svenska program, men andelen svenska program har trendmässigt minskat.

Räknat i programtid handlar det dock inte om en minskning. Program på svenska ökar med andra ord inte i samma takt som det utländska programutbudet.

Andelen program på svenska minskar långsiktigt i stort sett inom alla traditionella programgenrer. Det gäller såväl faktautbud, fiktion som nöjesutbud. De programområden som framförallt ökar är per definition hel-svenska program som SVT Forum och riksdagssändningar.

Även om andelen program på svenska minskar trendmässigt är utbudet alltjämt mycket omfattande. Public service-TV intar på så vis en särställning i det svenska medielandskapet. I kommersiell TV är utbudet av svenska program avsevärt mindre – och är i första hand inriktat på underhållning och förströelse.

Public service-TV erbjuder med andra ord ett programutbud som är klart underrepresenterat i kommersiella tv-kanaler och som marknaden inte vill eller klarar av att ge tv-publiken. Public service-TV utgör på så vis ett tydligt alternativ till kommersiell TV.

Kapitel 11

Samhället

Ett av public service-TV:s viktigaste uppdrag är att vara en del av ett öppet pluralistiskt samhälle och i sin programverksamhet bidra till den demokratiska processen.

Sveriges Television skall som det sägs i sändningstillståndet, ”meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor”. Och SVT har också i uppdrag att ”granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer” (§8).

De public service-krav som ställs på verksamheten kan avläsas genom hur starkt public service-TV i sin programverksamhet prioriterar sådant utbud som har särskild betydelse för den svenska demokratin – att ge tittarna möjligheter att fungera som välorienterade medborgare.

I vilken utsträckning public service-TV uppfyller sitt demokratiska ansvar undersöks i detta kapitel genom samhällsbevakningens omfattning och den ställning bevakningen har i förhållande till andra programområden.

I de tre kapitel som därpå följer berörs andra aspekter som följer av public service-TV:s demokratiska uppdrag: att ”sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt” och att ”SVT ska beakta verksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen”.

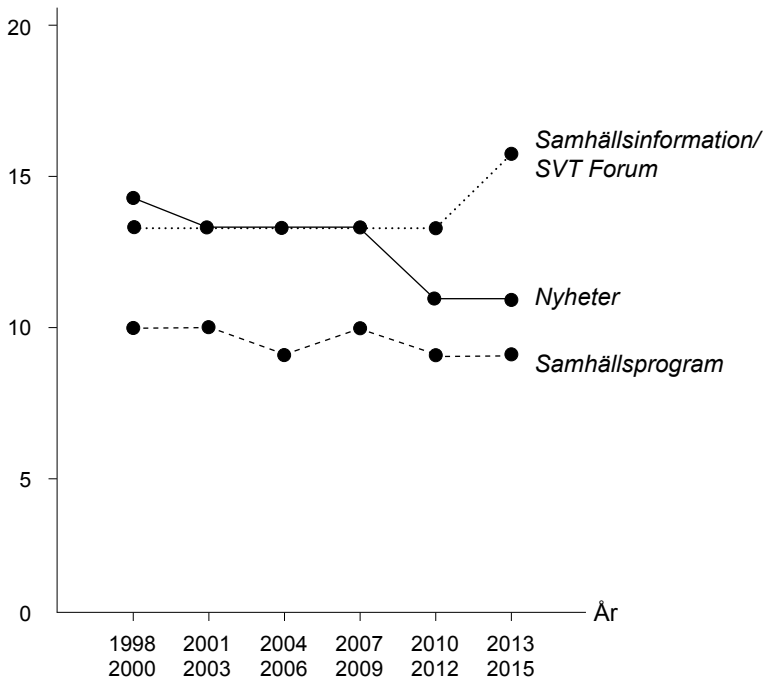
Samhällsbevakningen

I grova drag består samhällsbevakningen i public service-TV av tre olika slags program: nyhetsprogram, samhällsprogram och vad som i brist på bättre kan kallas allmän samhällsinformation, exempelvis sändningar från riksdagen.

I *figur 11.1* redovisas vilken ställning samhällsbevakningen har i SVT:s programutbud och hur den har utvecklats över tid.

Drygt en tredjedel av det som sänds i public service-TV består av samhällsorienterande program. Under den första perioden (1998-2000) utgjorde de tre typerna av program sammantaget 37 procent – och under de följande fem perioderna uppgår andelen till 36, 35, 36, 33 respektive 36 procent.

Figur 11.1 Samhällsbevaknings ställning i SVT1 och SVT2 – utvecklingen 1998-2015 (andel i procent av totalutbudet).



Samhällsbevakningen i SVT1 och SVT2 uppvisar i det här avseendet en anmärkningsvärd stabilitet under de senaste två decennierna.

Om det är ”tillräckligt” för medborgarnas orientering och ställningstaganden i olika samhällsfrågor kan naturligtvis inte avgöras enbart med utgångspunkt ifrån hur omfattande utbudet är. Men det är ändå viktigt att konstatera att det samhällsorienterande utbudet har en mycket stark ställning i public service-TV och att det är ett utbud som andelsmässigt visserligen inte har förstärkts över tid, men det har under alla år behållit sin starka ställning.

Även om stabiliteten sett till samhällsbevakningen i sin helhet är ett dominerande drag så får det samlade utbudet av nyhetsprogram (riksnyheter, regionala nyheter, kulturnyheter och ekonominyheter) en svagare ställning över tid. Nedgången är inte stor – från 14 procent till 11 procent sett till perioden i sin helhet. Det gäller även utbudet av samhällsprogram, även om nedgången där är mindre.

Att nyhets- och samhällsprogrammens ställning har försvagats i förhållande till annat utbud betyder inte (nödvändigtvis) att utbudet har

minskat i absoluta tal, i omfattning. Under de senaste fem-sex åren har programtiden ökat betydligt, men alltså inte i samma takt som utbudet i sin helhet.

Den svagare ställningen för nyhets- och samhällsprogrammen uppvägs av att utbudet av det som här kallas allmän samhällsinformation har förstärkts. Utbudet har ökat från i genomsnitt 23-25 timmar i veckan under de första fyra treårsperioderna (1998-2009) till 32 respektive 46 timmar de två senaste perioderna (2010-2015).

Den kraftiga utbudsökningen innebär att den allmänna samhällsinformationen över tid har ökat betydligt mer än programutbudet i sin helhet. Under senare år är det framförallt ett resultat av SVT Forums långa sändningstid (vardagar 9.00- 16.15).

Nedgång för nationella nyheter

Det samlade utbudet av nationella nyheter, lokala nyheter, kulturnyheter och ekonominyheter har alltså försvagats något i förhållanden till annat programutbud (även om den sammanlagda sändningstiden inte har minskat).¹

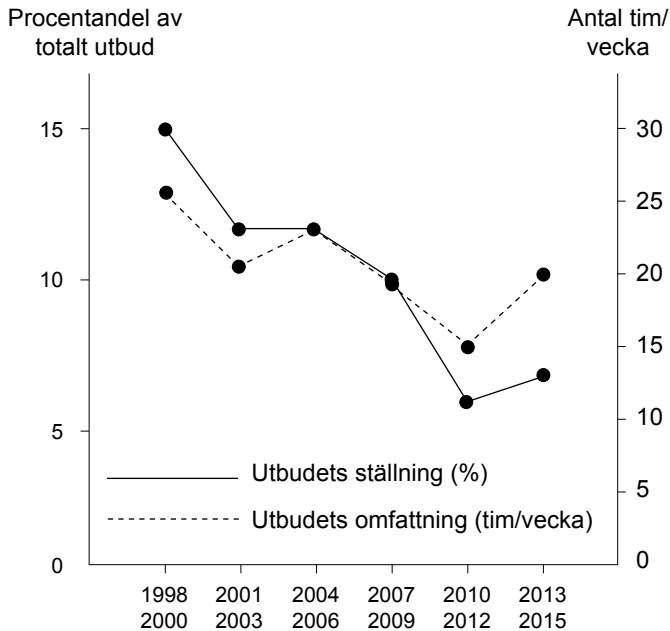
Men ser vi enbart till vad som kan sägas vara ryggraden i SVT:s nyhetsverksamhet – den nationella nyhetsbevakningen (inrikes- och utrikesnyheter) – har nedgången varit kraftig (den heldragna linjen i *figur 11.2*).

Utbudet har visserligen varierat betydligt år från år, men trenden är tydlig. Under den första treårsperioden (1998-2000)² utgjorde de nationella nyhetsprogrammets sändningar ca 15 procent av SVT:s totala programutbud (Rapport och Aktuellt inklusive nyhetssändningar på morgonen, på

1 Tv-kanalernas programtabläer utmärks generellt sett av en stor trögrörlighet. Programläggningen och programtabläerna – både i kommersiell TV och public service-TV – skiljer sig förhållandevis lite mellan olika år. Men med ett undantag – nyhetsverksamheten i SVT. Under de 18 år som undersökts har det skett både stora och små förändringar som inte alltid varit lätt att få överblick över. SVT24 sände till en början provsändningar och arbetsfördelningen mellan SVT24 och SVT:s ordinarie nyhetsprogram var under en period oklar. Nyhetsprogram har startats (Kulturnyheter) och nyhetsprogram har upphört (A-ekonomi). De regionala nyhetsprogrammen placering och sändningstider har under årens lopp förändrats ett flertal gånger. Rapport och Aktuellt har bytt sändningskanal och deras programtid har förändrats. Det gäller också nyhetssändningarna i Gomorron Sverige som förutom nationella nyheter även innehåller lokala nyheter och kulturnyheter. SVT Nyheter sänder (2017) varje hel timma nyheter på natten och sedan 2013 sänder 24 Vision nattetid rullande nyhetssändningar/text-tv-texter.

2 Under år 1999 och 2000 var det inte möjligt att fullt ut särskilja SVT24:s sändningar i SVT1 och SVT2. En del av SVT24:s nyhetssändningar under år 1999 ingår därför i resultatet för perioden 1998-2000. Det innebär att andelen på 15 procent sannolikt är något överskattad, men inte så mycket att det förändrar den trendmässiga förändringen.

Figur 11.2 Den nationella nyhetsbevakningens omfattning och ställning i SVT1 och SVT2 – utvecklingen 1998-2015 (procent och snitttimmar per vecka).



dagen och på natten).³ Andelen är mindre än hälften så stor (6-7 procent) under de två senaste treårsperioderna (2010-2015).

En del av den trendmässiga nedgången för de nationella nyheterna står ekonominyheterna för. Under de första fem undersökningsåren uppgick A-ekonomis programtid till drygt 2 timmar per vecka för att därefter successivt minska och helt upphöra 2011. Nedläggningen av A-ekonomi förklarar dock endast en liten del av nedgången.

Den minskande andelen nationella nyhetssändningar förklaras också av att utbudet i sin helhet har ökat mycket kraftigt – en utbudsökning som i stor utsträckning utgjorts av servicerepriser.⁴ Eftersom nyhetssändningar

³ SVT24:s sändningar ingår inte. De har en mycket omfattande programtid (2001 drygt 16 timmar/vecka, 2002 23, 2003 13, 2004 2, 2005 36, 2006 36, 2007 35, 2008 9, och 2009 30 timmar per vecka). SVT24 var en satsning som innebar ett omfattande nyhetsutbud och som kan ses som en väsentlig del av SVT:s public service-uppdrag. Samtliga resultat som redovisas avser dock SVT:s nyhetsverksamhet exklusive SVT24.

⁴ Under 1998-2000 uppgick det sammanlagda utbudet i SVT1 och SVT2 till ca 175 timmar per vecka, medan utbudet 2013-2015 uppgick till ca 287 timmar.

närmast per definition inte repriseras (även om man som tittare ibland kan få det intrycket) får det till effekt att nyhetsprogrammets andel per automatik blir lägre vid en utbudsökning än för andra programområden där servicerepriser så att säga är ett naturligt inslag.

Men det handlar trots allt om en reell försvagning av den nationella nyhetsbevakningens ställning i Sveriges Television. Över tid upptar inrikes- och utrikesnyheter en allt mindre andel av utbudet i public service-TV.

Det gäller också om vi ser till nyhetsbevakningens omfattning (den streckade linjen i *figur 11.2*) Programtiden räknat i timmar och minuter har minskat trots att utbudet i sin helhet har ökat kraftigt. Det har skett en trendmässig nedgång från i genomsnitt ca 26 timmar per vecka under den första treårsperioden (1998-2000) till som lägst ca 15 timmar per vecka (2010-2012).

Under de senaste tre åren (2013-2015) har det dock skett en återhämtning – programtiden har ökat från 15 till 20 timmar per vecka. Räknat i andelar är ökningen dock liten eftersom nyhetsbevakningen inte har ökat i samma takt som annat programutbud.

Stabilt för samhällsprogram

SVT:s utbud av samhällsprogram har som framgått varit stabilt – mellan 9 och 10 procent av det totala programutbudet. Public service-TV har i denna mening över tid varken prioriterat ned eller prioriterat upp samhällsprogrammen.

Tabell 11.1 Samhällsprogrammens omfattning i SVT1+2 – utvecklingen 1998-2015 (snitttimmar/vecka).

	1998- 2000	2001- 2003	2004- 2006	2007- 2009	2010- 2012	2013- 2015	1998- 2015
Debattprogram	2.05	2.50	3.00	2.20	2.40	3.40	2.50
Granskning	3.10	3.20	3.10	3.15	5.05	3.40	3.50
Samhällsmagasin	5.10	5.00	5.30	4.00	4.00	6.50	5.20
Intervju, utfrågning	0.50	0.30	0.15	0.30	0.40	2.15	0.50
Dokumentär, svensk	3.30	2.50	2.15	3.10	3.20	3.20	3.15
Dokumentär, utländsk	2.00	1.50	2.10	4.10	5.35	3.30	3.20
Samhällsprogram, övrigt	1.05	1.05	1.00	1.20	2.35	2.05	1.40
	17.50	17.25	17.20	18.45	23.55	25.20	21.05

Men som framgår av *tabell 11.1* har utbudet ökat trendmässigt räknat i programtid – från i genomsnitt drygt 17 timmar per vecka till som högst 25 timmar. Utbudet har ökat i ungefär samma takt som den generella utbudsökningen.

Samhällsprogrammen täcker flera genrer: debatt, granskning, magasin, intervju, svensk och utländsk dokumentär. Utbudet uppvisar på så vis en bredd som kan anses spegla det som sägs i sändningstillståndet att verksamheten skall komma ”till uttryck i olika program” (§8).

Ett av de krav som ställs är att SVT ska ”stimulera till debatt”. Som framgår av *tabell 11.1* har det sänts debattprogram (senast Opinion live) under alla år som undersökts. Tv-debatt som programgenre har alltid under årens lopp utsatts för kritik – där kritiken ofta tagit sin utgångspunkt i det notoriskt svåra att förnya debattgenren.

Programtiden för debattgenren har trots det ökat – från i genomsnitt drygt 2 timmar per vecka till drygt 3 ½ timmar. Det innebär inte enbart en utbudsökning utan också att debatt som genre över tid även något har stärkt sin ställning i public service-TV:s programutbud.

De granskande programmen (exempelvis Uppdrag granskning) har för perioden i sin helhet en programtid på i genomsnitt nästan 4 timmar per vecka. Utbudet har ökat något – men inte i samma takt som utbudet i sin helhet.

Utbudet av Magasinsprogram (exempelvis Agenda) är stabilt över tid och är den enskilt största genren med i genomsnitt drygt 5 timmar per vecka.

Samhällsinriktade utfrågningar, intervjuprogram (exempelvis Min sanning)⁵ förekommer betydligt mer sällan. Det är en programgenre som först under senare år har fått ett genomslag.

Svenska dokumentärer har sin givna plats i samhällsutbudet – i genomsnitt ca 3 timmar och 15 minuter per vecka. Någon entydig tendens över tid kan dock inte spåras.

Däremot har utbudet av utländska dokumentärer ökat kraftigt – under den andra hälften av undersökningsperioden är programtiden i genomsnitt mer än dubbelt så stor (ca 4½ timmar) som under den första hälften (ca 2 timmar).

Utbudet av samhällsprogram varierar något år från år men det bestående intrycket är att omfattningen, men också utbudets sammansättning,

5 Hit räknas endast de program då intervjupersonen och intervjun är inriktad på politik och samhälle. I annat fall tillhör programmet en annan kategori.

över tid är mycket stabil. Programtiden ökar trendmässigt – från ca 18 timmar till drygt 25 timmar per vecka, men även om det handlar om en betydande ökning så ökar utbudet av samhällsprogram inte i samma takt som utbudet i sin helhet.

Kunskapskanalen

Kunskapskanalen har också ett omfattande utbud av samhällsinriktade faktaprogram. Fram till 2009 då Kunskapskanalen hade en sändningstid på 35-40 timmar per vecka (delade sändningskanal med Barnkanalen) utgjorde samhällsprogrammen ungefär 30 procent av utbudet.

När Kunskapskanalen från 2010 sändes i en egen kanal med drygt 100 timmars sändningstid sjönk andelen samhällsprogram eftersom kanalen då även kom att härbärgera det stora utbudet av vetenskapliga seminarier och konferenser (producerade av UR).

Men även om andelen samhällsprogram har minskat över tid har utbudet ökat räknat i programtid – från i genomsnitt ca 10 timmar till ca 15 timmar per vecka. Utbudet består i första hand av utländska dokumentärer som tidigare sänts i SVT1 och SVT2.

Allmän samhällsinformation

Det som här sammanfattande kallas allmän samhällsinformation består i första hand av sändningar från riksdagen, andra politiska församlingar och sändningar från seminarier, konferenser och evenemang inom olika ämnesområden anordnade av partipolitiska organisationer, myndigheter och civilsamhället – intresseorganisationer och föreningar.

Programmen från riksdag och seminarier sänds på dagtid och är i princip oredigerade, utan kommentarer från redaktionen eller programföretagets sida.

Från år 2010 sänds det samhällsinformerande programutbudet nästan uteslutande i SVT2 inom ramen för SVT Forum. Sändningarna har en mycket lång programtid, i genomsnitt ca 35 timmar i veckan, och sänds normalt på vardagar (9.00 - 16.15) och innehåller två korta nyhetssändningar från SVT Nyheter (kl 12.00 och 16.00).

SVT Forum föregicks av och ersatte 24 Direkt (som hade ungefär samma uppläggning). 24 Direkt startade 2003 och sände till en början i SVT24 men senare med lång sändningstid också i SVT2 (över 15 timmar i veckan).

SVT Forum – en specialstudie

Tv-utbudsundersökningarna utgår ifrån den information som anges i programtablåerna och omfattar inte några detaljstudier av programmets innehåll – det gäller generellt och därmed också det samhällsinformerande programutbudet. Men för att få uppfattning om vad SVT Forums sändningar innehåller har en mindre specialstudie gjorts.⁶

Tabell 11.2 SVT Forum – en översiktlig studie av utbudets sammansättning (procent).

	Procent
Egna program	13
"Politik i veckan"	4
Intervju/samtal	4
Politik i bokhyllan	1
Ur arkivet	1
EU-intervju/EU	1
Eget, annat	1
Presskonferenser	1
Riksdagen	35
Debatt	16
Interpellation	8
Frågestund	3
Öppen utfrågning	4
EU-nämnden	1
Riksdagen, allmänt	3
Europaparlamentet	3
Seminarium/konferens	36
Politisk arrangör	6
Myndighet arrangör	9
Organisation arrangör	16
EU-seminarium	3
Seminarium, allmänt	2
Partistämmor/kongresser	6
Valrörelser	7
N=	100

procent av SVT Forums utbud motsvarande ungefär en tredjedel av egna materialet.

Resultatet presenteras i *tabell 11.2* och gör inte anspråk på att vara representativt för programutbudet i sin helhet. Sammanställningen skall snarast ses som en illustration till hur programmet är sammansatt och vad det innehåller.

Huvudelen av SVT Forum består av sändningar i oredigerad form från riksdagen och evenemang av olika slag som anordnas av aktörer utanför programföretaget i form av debatter, seminarier och konferenser.

Den del av programverksamheten som redaktionen själv står för är dock inte obetydlig – uppskattningsvis består ca 13 procent av innehållet av "eget" redaktionellt material. Det motsvarar en programtid på i genomsnitt ca 5-6 timmar per vecka.

Den största delen av de "egna" programmen utgörs av intervjuer (exempelvis Rakt på) och samtal med inbjudna gäster. Ett återkommande inslag är intervjuer och samtal med EU-parlamentariker, oftast på plats i Strasbourg eller Bryssel. Sammantaget utgör politikerintervjuer drygt 5

⁶ Jag har slumpmässigt valt ut en veckas sändningar under åren 2010-2017 (totalt 8 veckor med en sammanlagd programtid på ca 300 timmar).

På senare år innehåller programmet också två fasta inslag: Politik i bokhyllan (författarintervjuer om aktuella böcker) och Ur arkivet. Ett centralt och dagligt återkommande inslag är information som sammanfattar vad som händer i politiken (Politik i veckan).

I övrigt domineras utbudet av sändningar från riksdagen (ca 35 procent) och sändningar från seminarier, konferenser och andra evenemang (ca 36 procent).

Kraftigt ökad bevakning av riksdagen

Sändningarna från riksdagen består inte enbart av plenisalsdebatter. Statsrådsutfrågningar (interpellationer och frågestunder) intar också en central plats liksom utskottens öppna utfrågningar.

Utfrågningar av olika slag ges sammantaget ungefär samma uppmärksamhet som plenidebatterna. Räknat i programtid handlar det om utfrågningar på i genomsnitt 5-6 timmar per vecka och riksdagsdebatter i ungefär samma omfattning, i genomsnitt 5-6 timmar.

Det förkommer också sändningar från Europaparlamentet och EU-nämndens öppna möten. Tillsammans med intervjuer med EU-parlamentariker innebär det att det EU-relaterade programinnehållet totalt sett står för ca 8 procent av utbudet i SVT Forum, eller i genomsnitt 2-3 timmar per vecka.

Resultatet i *tabell 11.2* ger en illustrativ snarare än en representativ bild av innehållet i SVT Forum. Det ger inte heller någon uppfattning om hur utbudet har förändrats över tid. På en punkt kan vi dock få både ett representativt svar och hur utbudet har förändrats över tid. Det gäller sändningarna från riksdagen som har mätts varje år under hela tidsperioden 1998-2015.

Riksdagen har över tid fått en kraftigt ökad uppmärksamhet i public service-TV.

Från 1999 till 2004 uppgick sändningarna från riksdagen till i genomsnitt drygt 1½ timmar per vecka (i SVT1 och SVT2). Därefter har det skett en successiv ökning för att under den senaste treårsperioden (2013-2015) uppgå till 8-9 timmar per vecka.

Sändningarna från riksdagen har också blivit mer varierade – det handlar inte enbart om riksdagsdebatter utan också om interpellationer, utskottsutfrågningar, EU-nämnden och särskilda seminarier anordnade av riksdagen.

Stort utbud av seminarier och konferenser

Sändningar från seminarier, konferenser, debatter och andra evenemang har ungefär samma omfattning som sändningarna från riksdagen – drygt en tredjedel av SVT Forums programutbud.

Tre huvudgrupper av seminarieanordnare kan urskiljas: partipolitiskt anknutna arrangörer (exempelvis Fores), myndigheter och förvaltningar (exempelvis Statistiska Centralbyrån) samt intresseorganisationer och föreningar (exempelvis Rädda barnen). Till detta kommer särskilda EU-seminarier där oftast Europaparlamentets informationskontor i Stockholm är medarrangör.

Civilsamhället i form av organisationer och föreningar står som arrangörer för flertalet seminarier – ungefär hälften. Myndigheter förekommer som seminarieanordnare i något större utsträckning än partipolitiskt anknutna arrangörer.

I specialstudien av SVT Forum slumpade sig att ett riksdagsval (2010) kom med i en av urvalsveckorna, och en partistämna, kongress kom med i en annan (Sverigedemokraternas landsmöte).

Även om det begränsade urvalet inte kan ses som representativt ger denna ”slump” ändå en bra bild av hur SVT Forums utbud ser ut eftersom SVT Forum under årens lopp bevakat och i sin helhet direktsänt samtliga riksdagspartiers kongresser eller motsvarande. Det handlar då oftast om dagslånga sändningar över flera helgdagar.

Även riksdagsvalen (2010 och 2014) liksom valen till Europaparlamentet ges stor uppmärksamhet. Under de fyra sista veckorna 2010 och 2014 sände SVT Forum i princip 5-7 timmar om valet varje dag.

Det är därför inte osannolikt att de andelar på vardera 6-7 procent som anges i *tabell 11.2* för partikongresser och valrörelser ger en bild av innehållet som också en större, representativ studie skulle ge.

Samhällsbevakningen i kommersiell TV

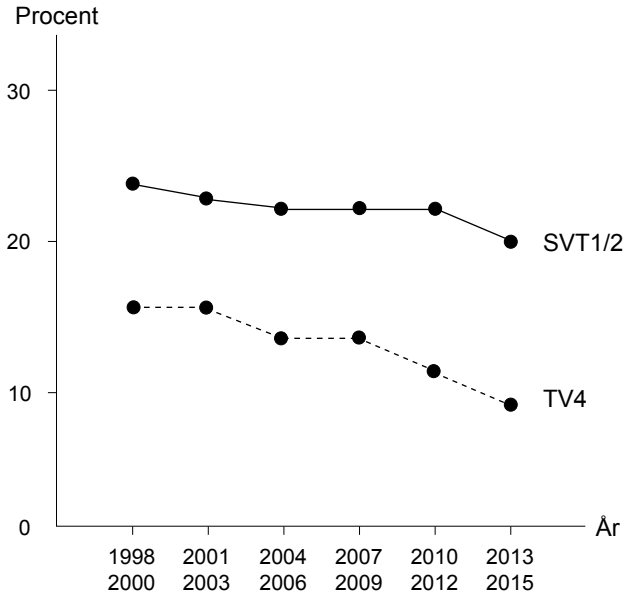
Den samlade samhällsbevakningen i public service-TV har en avsevärt starkare ställning än i kommersiell TV.

I TV3 och Kanal 5 förekom i början av 2000-talet ett visst utbud av svenska samhällsprogram, ofta på bästa sändningstid. Det gällde framför allt i TV3 som förutom granskande program under många år även sände kortare nyhetsprogram (3 minuter). Det är ett programutbud som inte längre finns i TV3 och Kanal 5.

TV4 har under hela undersökningsperioden haft ett betydande utbud av samhällsprogram (exempelvis Kalla Fakta) och en omfattande nyhetsverksamhet med både lokala och nationella nyhetsprogram (Nyheterna). TV4:s lokala nyhetsstationer lades dock ner under 2014.

I figur 11.3 görs en jämförelse mellan hur samhällsbevakningen har utvecklats i TV4 och SVT. Resultatet visar hur stor andel av det totala utbudet som utgörs av nyhets- och samhällsprogram.

Figur 11.3 Nyhets- och samhällsprogrammens ställning i SVT1+2 och TV4 – utvecklingen 1998-2015 (andel i procent av totalutbudet).



Två slutsatser kan dras. (1) Det är en stor skillnad mellan samhällsbevakningen i TV4 och i SVT. Andelen är nästan dubbelt så stor i public service-TV. (2) Både i TV4 och i SVT är trenden nedåtgående.

I TV4 minskar samhällsbevakningen i starkare takt än i SVT, vilket innebär att skillnaden mellan SVT och TV4 över tid har blivit allt större – public service-TV och kommersiell TV skiljer sig allt mer åt.

Det som framför allt skiljer TV4 och SVT åt är att utbudet av samhällsprogram är avsevärt mindre i TV4. Under den senaste perioden (2013-2015) uppgick det till i genomsnitt ca 2 timmar per vecka och till ca 4 timmar under den första perioden (1998-2000). Motsvarande siffror för den genomsnittliga SVT-kanalen (SVT½) är 13 respektive 9 timmar.

Skillnaden är inte lika stor om vi ser till nyhetsprogrammen. Den genomsnittliga SVT-kanalen har ett klart större samlat utbud av nyheter om kultur och nationella och lokala nyheter. Men ser vi enbart till de nationella nyhetssändningarna på kvällstid (18.00-23.00) finns det egentligen ingen skillnad mellan hur starkt exempelvis SVT1 och TV4 prioriterar utbudet av inrikes- och utrikesnyheter.

Slutsatser

Ett av public service-uppdragets kärnområden där Sveriges Television har ett särskilt ansvar är att bidra till den demokratiska processen i samhället – ett ansvar som också enligt sändningstillståndet ska avspeglas i programverksamheten: att förse medborgarna med sådan information de behöver för att vara orienterade och ta ställning i olika samhällsfrågor.

Samhällsbevakningen har en stark ställning i public service-TV. Utbudet är stort och omfattar förutom nyhetsförmedling samhällsprogram inom alla traditionella programgenrer: debatt, granskning, utfrågningar, magasin och svenska och utländska dokumentärer. Till det kommer regelbundet sändningar från riksdagen och ett omfattande utbud av seminarier och konferenser inom aktuella och viktiga samhällsområden.

Den samlade samhällsbevakningen har varit stabil över tid och utgör under alla år drygt en tredjedel av utbudet. Det som kan karaktäriseras som allmän samhällsinformation har ökat och förstärkt sin ställning i programutbudet medan nyhetsbevakningens och samhällsprogrammens ställning har försvagats något (även om sändningstiden inte minskat i omfattning).

Nedprioriteringen gäller främst public service-TV:s nationella nyhetsbevakning. Den allmänna nyhetsrapporteringen på kvällstid har över tid minskat både i omfattning och som del av det totala programutbudet.

Public service-TV framstår dock som ett tydligt alternativ till kommersiell TV. Det mesta av den samhällsbevakning som finns i SVT finns överhuvudtaget inte i de kommersiella tv-kanalerna.

TV4:s utbud av nationella nyhetssändningar på kvällstid har däremot ungefär samma omfattning (reklamen borträknad) som den största SVT-kanalen SVT1. I det avseendet gör den kommersiella kanalen i sin programtablå samma prioritering av den nationella nyhetsbevakningen som public service-kanalen.

Kapitel 12

Opartiskheten i riksdagsval

I politiska val har nyhetsmedierna två till synes oförenliga uppgifter. De skall göra det möjligt för de som i fria och återkommande val söker folkets mandat att föra ut sitt budskap. Och de skall ge medborgarna förutsättningar att självständigt informera sig om de alternativ de ställs inför. I en väl fungerande demokrati spelar nyhetsmedierna – som förmedlare av opinioner och information – en avgörande roll för att göra valen rättvisa och ytterst göra de folkvaldas maktutövning legitima.

I medievalsundersökningarna som omfattar tio riksdagsval (1979-2010) och tre folkomröstningar har studier av public service-TV utgjort ett centralt inslag. Min analys tar dock inte sin utgångspunkt i lagar och avtal eller i det som sägs i SVT:s sändningstillstånd om att ”sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt”. Studierna ingår i ett större teoretiskt sammanhang som utgår ifrån att medborgarnas politiska ställningstaganden är bestämt av hur de uppfattar och värderar två objekt i den politiska världen: aktörer och sakfrågor.

Med utgångspunkt ifrån fri åsiktsbildning som ett grundläggande demokratiskt värde ställs två krav på nyhetsmedierna som underlag för medborgarnas ställningstaganden:

(1) att de är *rättvisa* – att de behandlar olika åsiktsriktningar på ett sådant sätt att inte någon åsiktsriktning oskäligt gynnas eller missgynnas, och (2) att de är *informativa* – att de förser medborgarna med sådan information att de självständigt kan ta ställning i aktuella samhällsfrågor.¹ Ju mer rättvisa och ju mer informativa nyhetsmedierna är, desto större värde har de som underlag för medborgarnas ställningstaganden i frågor som rör samhällets angelägenheter.

I detta kapitel och nästföljande kapitel ställs frågan om public service-TV är rättvis i sin bevakning av de politiska valen.

1 När det gäller enskilda nyhetsmedier är krav på opartiskhet inte helt oproblematiskt. En partisk nyhetsrapportering i ett enskilt medium är inte oförenligt med det demokratiska värdet fri åsiktsbildning, utan kan till och med på ett bättre sätt bidra till att värdet uppfylls. På samhällsnivå är det exempelvis inte självklart att en nyhetsförmedling som bygger på s k professionella nyhetsvärderingsprinciper är det som bäst uppfyller värdet fri åsiktsbildning. På samhällsnivå kan värdet kanske bättre uppfyllas av en politiserad nyhetsförmedling där medierna själva företräder och ger uttryck för olika åsikter (under förutsättning att medborgarna har möjlighet att välja de nyhetsmedier de föredrar). Men även om krav på opartiskhet inte ur demokratisk synpunkt kan ställas på enskilda nyhetsmedier så kan kravet ställas på medier som genom lagar och avtal är ålagda (som SVT) eller genom självpåtagna yrkesregler ålägger sig vara opartiska i sin nyhetsrapportering (som i princip samtliga svenska nyhetsmedier bekänner sig till).

Att gynnas eller missgynnas

Två enkla antaganden ligger bakom de empiriska studierna om mediernas partiskhet: antaganden om *hur* en aktör kan gynnas eller missgynnas i nyhetsmedierna, och antaganden *när* ett gynnande eller missgynnande föreligger.

En aktör, ett parti eller en åsiktsriktning kan i princip gynnas eller missgynnas på tre olika sätt: genom den bild medierna ger av aktören, den bild man ger av sakfrågor, och den bild man ger av hur aktören kopplas till olika sakfrågor.

Ett parti kan alltså gynnas i ett avseende (positiv uppmärksamhet), gynnas i ett annat (partiets favoritfrågor står högt på mediernas dagordning), och missgynnas i ett tredje (komma fram i frågor och sammanhang partiet själv inte önskar).

Det som avgör när ett gynnande eller missgynnande föreligger utgår ifrån antaganden om vad som i *normalfallet* kan tänkas vara gynnsamt eller ogynnsamt för en aktör: att det är gynnsamt att få uppmärksamhet, att det är mer gynnsamt att få beröm än kritik, att det är mer gynnsamt att framställas i harmoni än i konflikt, att det är gynnsamt att få komma fram i frågor och sammanhang man själv önskar etcetera.²

Det är dessa teoretiska antaganden om hur och när en aktör kan anses vara gynnad eller missgynnad som ligger till grund för studierna av public service-TV:s och nyhetsmediernas partiskhet.

Frågan om *den faktiska partiskheten* (som de empiriska resultaten alltså ger svar på) måste skiljas från den normativa frågan om partiskheten varit *oskälig*. Att en aktör de facto har fått en ogynnsam uppmärksamhet innebär inte med nödvändighet att aktören därmed oskäligt har missgynnats. Slutsatser på deskriptiv nivå är inte automatiskt giltiga på normativ nivå.

När jag i medievalsundersökningarna har dragit slutsatser om mediernas faktiska gynnande eller missgynnande har jag använt mig av termen *partiskhet* och när jag har dragit slutsatser om den oskäliga partiskheten har jag använt mig av termen *rättvisa*.

Slutsatser om nyhetsmediernas valbevakning varit rättvis bygger sålunda på en samlad bedömning av den empiriskt uppmätta partiskheten och de förutsättningar under vilken rapporteringen ägt rum.³

2 Självfallet kan det i en del fall vara negativt för en aktör att framträda i medierna, vara negativt att få beröm om det kan uppfattas som en dödskyss, och positivt med kritik om den kommer från aktörer som man vill markera ett avstånd till.

3 Studierna avser det journalistiska arbetets slutprodukt. Det är inte nyhetsmediernas eller journalisternas intentioner som undersöks. Ett enskilt nyhetsmedium kan mycket väl ha för avsikt att var opartiskt men inte lyckats i sin målsättning, liksom ett medium kan vara opartiskt även om avsikten från början har varit att gynna eller missgynna någon part. Att fastställa att ett medium varit partiskt innebär inte med nödvändighet att detta också varit journalisternas avsikt.

Att få synas

Det mest basala i en valrörelse är att få uppmärksamhet. Och det är främst genom medierna som partierna får möjlighet att presentera sin politik och kritisera sina motståndare.

Socialdemokraterna har fått störst uppmärksamhet i public service-TV:s nyhetsprogram Rapport och Aktuellt – i genomsnitt ca 30 procent under de tio undersökta valrörelserna. Moderaterna, Folkpartiet och Centerpartiet kommer i ordning därefter. Vänsterpartiet, Kristdemokraterna och Miljöpartiet ges mindre, men ungefär lika stor uppmärksamhet.

Partiernas exponering speglar med andra ord i stort partiernas styrka i valmanskåren, även om Folkpartiet, Miljöpartiet och Centerpartiet exponeras något mer och Socialdemokraterna och Moderaterna något mindre än vad man kan förvänta utifrån deras valresultat.

Överensstämmelsen mellan exponering och valresultat gäller inte enbart i Rapport och Aktuellt – det tycks vara en urvalsprincip som gäller generellt i svenska medievalrörelser.⁴

Det är dock knappast troligt att det är partiets ställning i opinionen *per se* som avgör ett partis exponering. Det är snarare så att ett partis styrka i opinionen fungerar som ett mått på ett partis tyngd och relevans. Eftersom stora partier allt annat lika är politiskt ”viktigare” än små partier ges de också större uppmärksamhet.

Grundläggande nyhetsvärderingsprinciper, som tar fasta på en bedömning av partiernas politiska betydelse och relevans, kan alltså i första hand antas ligga bakom överensstämmelsen mellan medieexponering och valresultat. En annan förklaring är att nyhetsredaktionerna inom public service (men också andra nyhetsmedier) tillämpar en form av balanstänkande.

Partiernas exponering i medievalrörelsen kan ses som ett resultat av en nyhetslogik som blandar ett nyhetstänkande med ett balanstänkande. Och eftersom samma nyhetslogik tillämpas i alla medier resulterar det i att ett och samma parti får samma uppmärksamhet oavsett vilket medium väljarna väljer att ta del av.

Likhet som urvalsprincip

En betydelsefull del av public service-TV:s valbevakning är utbudet av valprogram där de i varje val återkommande partiledarutfrågningarna och den avslutande partiledardebatten intar en särställning. Under samtliga tio valrörelser har en likhetsprincip tillämpats – samtliga riksdagspartier får i princip lika stor eller samma uppmärksamhet i utfrågningar och debattprogram.

⁴ Samma urvalsprincip verkar också gälla för nyhetsrapporteringen i stort. Det visar en långsiktig studie av det dagliga nyhetsflödet i Rapport under åren 1979-2010 (sammanlagt över 30 000 nyhetsinslag).

Sett i ett opartiskhetsperspektiv kan det tyckas oproblematiskt (så länge antalet riksdagspartier är något så när begränsat). Men urvalsprincipen att enbart partier som sitter i riksdagen representeras missgynnar naturligtvis nya partier och kan ses som att public service-TV genom sitt urval inte enbart reflekterar utan också förstärker en rådande partistruktur.

Likhetsprincipen har inte heller alltid gällt fullt ut. Under tidiga valrörelser företrädde exempelvis Socialdemokraterna i den avslutande partiledardebatten av två representanter. Och i de senaste valrörelserna har de två största partiernas statsministerkandidater duellerat och på så vis fått en ”extra” exponering. Likhetsprincipen blandas alltså med en relevansprincip – där public service-företaget självt avgör vad som skall anses vara relevant.

Kritiska synpunkter på public service-TV:s urvalsprinciper framförs i stort sett i varje val. Men något kraftigt ifrågasättande av huvudprinciperna förekommer sällan. Under senare år har det från partiernas sida framförallt framförts kritiska synpunkter på hur de placeras i studion och hur debattstudion är utformad. Budskapet från SVT blir alltid i dessa fall att det är programföretaget självt och ingen annan som bestämmer arrangemangen kring debatterna och hur studion utformas.

Behandlingen av partierna

Blandningen av ett nyhetstänkande med ett balanstänkande i valbevakningen kan vid första påseende synas gynna stora partier och missgynna små partier. Men stor uppmärksamhet är endast ett sätt som ett parti kan gynnas på. Det handlar också om hur partiet uppmärksammas i medialrörelsen.

I public service-TV:s nyhetsprogram Rapport och Aktuellt har moderaterna och socialdemokraterna genomgående getts en mer ogynnsam uppmärksamhet än andra partier. Det gäller även i Ekot.

Skillnaden gentemot de andra partierna är stor. Det gäller särskilt Centerpartiet och Kristdemokraterna, men även fast i mindre grad Folkpartiet och Vänsterpartiet. Till de partier som i huvudsak får en gynnsam uppmärksamhet hör också Miljöpartiet.

Den behandling som partierna får i nyhetsmedierna påverkas i stor utsträckning av partiets position i partisystemet och av det grundläggande samarbets- och konfliktmönstret mellan partierna. Socialdemokraternas och moderaternas mindre gynnsamma uppmärksamhet är till en del ett resultat som följer av deras positioner som ”huvudalternativ” i valrörelsen. Det gör att de inte enbart utsätts för ömsesidig kritik utan också kritik från de andra partierna.

Centerpartiets och folkpartiets mer gynnsamma uppmärksamhet är på samma grunder resultat av deras mittenposition i partisystemet och att de sällan utdelar kritik sinsemellan och inte heller lika ofta i valdebatten utsätts för kritik från valets två ”huvudalternativ”.

Men oavsett vad som ligger bakom kvarstår att socialdemokraterna och moderaterna under de tio undersökta valrörelserna i public service-TV:s nyhetsprogram genomgående fått en klart mer ogynnsam uppmärksamhet som *aktör* än centerpartiet, folkpartiet och kristdemokraterna.

Det finns ingen tydlig trendmässig förändring över tid – möjligen att Moderaterna i de senaste valrörelserna (2006 och 2010) fått en något mer gynnsam uppmärksamhet, medan den blivit mindre gynnsam för Socialdemokraterna.

Det enda parti som under de tio valrörelserna har genomgått en trendmässig förändring är Vänsterpartiet. Även i det fallet återspeglar utvecklingen till stor del partiets ställning i partisystemet. Den mer gynnsamma behandlingen i valrörelserna på 1970- och 1980-talen speglar ett närmast marginaliserat parti där andra partierna inte ”brydde sig om” partiet, medan partiet i de senare medievalrörelserna mer har behandlats som ”andra partier”.

Behandlingen av regeringsalternativen

De svenska väljarna har att ta ställning till politiska partier. Men även om valseدلarna bär partiernas namn utgör valhandlingen också för många ett ställningstagande till olika regeringsalternativ.

I *figur 12.1* ges en sammanfattande bild av hur regeringsalternativen *genomsnittligt* har behandlats i tio nyhetsmedier under tio valrörelser (1979-2010).⁵ Resultatet redovisas med hjälp av ett AB-index där nollpunkten anger att regeringsalternativen har behandlats lika; en övervikt för socialdemokraterna innebär att de har behandlats mer gynnsamt än de borgerliga, en övervikt för de borgerliga att de behandlats mer gynnsamt än Socialdemokraterna.⁶

5 I medievalsundersökningarna har i varje riksdagsval sedan valet 1979 redovisats hur nyhetsmedierna har behandlat de olika regeringsalternativ som stått mot varandra. I rapporterna från valet 1979 till valet 1998 ställdes socialdemokraterna mot de borgerliga regeringsalternativen (1979-1988 c-fp-m och 1991-1998 c-fp-m-kd). I 2002- och 2006 års val var det inte självklart vad som skulle räknas som huvudalternativ till det borgerliga regeringsalternativet. Socialdemokraterna klargjorde både 2002 och 2006 att partiet inte hade för avsikt att bilda en koalitionsregering utan sökte för den kommande mandatperioden ett, som man uttryckte, socialdemokratiskt mandat för att bilda regering. Socialdemokraterna angav dock att de hade för avsikt att fortsatt samverka med vänsterpartiet och miljöpartiet under den kommande mandatperioden. I rapporterna om valen 2002 och 2006 ställdes därför de tre partierna, under beteckningen samverkanspartierna, mot den borgerliga alliansen, Allians för Sverige. I 2010 års val ställdes den borgerliga alliansen mot de rödgröna.

6 AB-indexet anger förenklat förhållandet mellan i vilken utsträckning en aktör får komma till tals (eller göra något) och i vilken utsträckning aktören utsätts för kritik/blir negativt värderad och i vilken utsträckning aktören får beröm/blir positivt värderad. AB-indexet möjliggör jämförelser mellan hur olika aktörer, i olika medier behandlas över tid. Indexet bygger på fyra komponenter: (1) antal gånger aktören förekommer som agerande aktör, (2) antal gånger aktören omtalas posi-

Det bör dock noteras att en övervikt för ett regeringsalternativ antingen kan vara ett resultat av en mer gynnsam behandling av det aktuella regeringsalternativet eller en mer ogynnsam behandling av det motsatta regeringsalternativet.

Arbetet och Svenska Dagbladet ligger i figuren på var sin ytterkant; i Arbetet är övervikten för socialdemokraterna mycket stark, medan Svenska Dagbladets övervikt för de borgerliga inte är lika påtaglig.

Bland kvällstidningarna har Aftonbladet en ungefär lika stor övervikt för Socialdemokraterna, som Expressen har för de borgerliga.

Dagens Nyheter och Göteborgs-Posten har visserligen en svag övervikt för de borgerliga, men såväl Dagens Nyheter som Göteborgs-Posten kan ändå räknas till nyhetsmedier som i detta avseende har en i huvudsak balanserad nyhetsbevakning.

Public service-TV:s nyhetsprogram Aktuellt och Rapport kan också räknas till denna grupp; även om det finns en viss övervikt för det borgerliga regeringsalternativet.

De som totalt sett har uppvisat den mest balanserade nyhetsbevakningen under valrörelserna är Nyheterna och Ekot, som placerar sig på var sin sida av nollpunkten.

Utvecklingen över tid

I *figur 12.1* redovisas resultaten i form av ett genomsnitt för de olika medierna under de tio valrörelserna. Hur nyhetsbevakningen har förändrats över tid presenteras i *figur 12.2*.

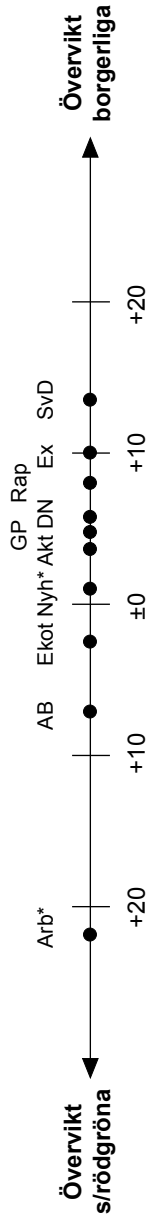
För åskådlighetens skull jämförs nyhetsprogrammen i public service (Rapport, Aktuellt och Ekot) enbart med utvecklingen i s-press (Arbetet och Aftonbladet) och Svenska Dagbladet.

Under den studerade tidsperioden har Svenska Dagbladet och den s-märkta pressen gått mot en mer balanserad nyhetsbevakning – Svenska Dagbladet och Arbetet/Aftonbladet har tydligt närmat sig varandra (Arbetet och Aftonbladet förändras i stort på samma sätt, men utvecklingen startade tidigare och är mer markant i Aftonbladet).

Med undantag för 1979 års valbevakning pendlar nyhetsprogrammen i public service (Rapport, Aktuellt, Ekot) stadigt kring nollpunkten i ett sick-sack-mönster. En övervikt för det ena blocket växlar under nästa val till en övervikt för det andra blocket.

tivt/får beröm, (3) antal gånger aktören omtalas neagtivt/får kritik och (4) antalet gånger aktören omtalas utan att någon värdering görs. De två första antas vara uttryck för en positiv behandling, den tredje för en negativ och den fjärde för en neutral behandling. AB-indexet beräknas sedan som skillnaden mellan antalet gånger en aktör får en positiv behandling (1+2) och antalet gånger aktören får en negativ behandling (3), dividerat med det totala antalet gånger aktören exponeras (1+2+3+4) multiplicerat med 100. Indexet kan variera mellan -100 och +100.

Figur 12.1 Regeringsalternativens behandling i nyhetsrapporteringen under tio valrörelser
(genomsnittligt AB- index).



Kommentar: För Arbetet avser det genomsnittliga indexvärdet sju valrörelser, för Aftonbladet och Expressen åtta och för TV4s Nyheterna sex valrörelser.

Nyhetsmediernas valbevakning skiljer sig alltså mindre åt, och likheten gäller inte enbart deras behandling regeringsalternativen. Under 2000-talets valrörelser har public service-TV:s nyhetsprogram Rapport och Aktuellt i stort sett gjort samma nyhetsbedömningar som Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten och Svenska Dagbladet. Det är en utveckling som kommit att bli något mer ogynnsam för socialdemokraterna och något mer gynnsam för de borgerliga.

Konflikt och sammanhållning

Mediernas bild kan också gynna eller missgynna ett parti genom det sätt på vilket partiets relationer till andra partier framställs. Det är exempelvis (i normalfallet) inte gynnsamt för ett parti att i medierna ställas i konflikt med framtida samarbetspartners. Däremot kan det vara gynnsamt att ställas i konflikt med ett parti som man valt till huvudmotståndare.

I 1979 års valrörelse behandlade Rapport, Aktuellt och Ekot de borgerliga betydligt mer gynnsamt än socialdemokraterna (som även framgår av *figur 12.2*). En viktig förklaring var att de tre public serviceredaktionerna gav en mycket positiv bild av den borgerliga sammanhållningen. Företrädare för Centerpartiet, Folkpartiet och Moderaterna fick ofta komma fram och uttala sitt stöd för varandra.

Vad som framförallt var gynnsamt var inte att de borgerliga fick stor uppmärksamhet utan att de – trots att samarbetsproblem hade spräckt den borgerliga trepartiregeringen bara ett år tidigare – kom att framstå som ett sammanhållet regeringsalternativ. Bilden som förmedlades i public service-TV avvek därmed kraftigt från den bild som gavs i pressen, där borgerligheten framställdes som betydligt mindre enig.

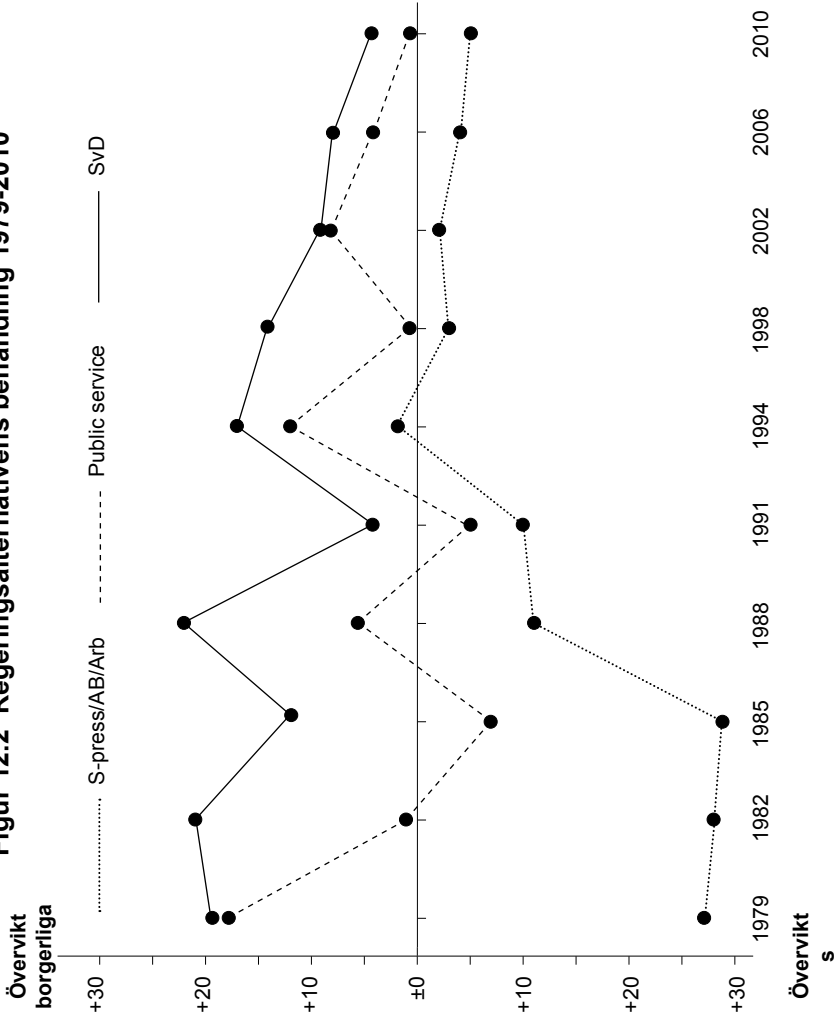
Socialdemokraterna har annars – genom sin styrka och position i partisystemet – varit framgångsrika i att bestämma det dominerande konfliktmönstret i medievalrörelsen. Huvudmotståndare har varierat från till val, men partiet har oftast fått den huvudmotståndare man velat ha. Och i detta avseende har public service-TV gett ungefär samma bild som storstadspressen.

Inre sammanhållning

Det är inte enbart samarbets- och konfliktmönstret mellan partierna som har betydelse. Bilden av den inre sammanhållningen är också av stor betydelse. Ett parti som framstår som splittrat och präglat av interna stridigheter inger knappast förtroende.

Den inre sammanhållningen inom partierna får en framträdande plats i nyhetsmedierna. Under de första medievalrörelserna (1979-1985) framställdes de inte som rakt igenom harmoniska, men den interna kritiken var ändå sällsynt. Från 1988 års valrörelse och framåt skildras partierna generellt som mer präglade av inre motsättningar och stridigheter.

Figur 12.2 Regeringsalternativens behandling 1979-2010



Det drabbar alla partier åtminstone någon gång under de tio valrörelserna. Men Socialdemokraterna är det parti där inre motsättningar generellt sett får störst uppmärksamhet i medievalrörelserna (sannolikt därför att det är det ”största och bredaste” partiet och ofta sitter med regeringsmakten).

Den bild som public service-TV:s nyhetsprogram Rapport och Aktuellt ger av Socialdemokraternas inre förhållanden är dock generellt sett knappast mer negativ eller ogynnsam än den bild som ges i dagspressens valbevakning.

Bilden av politikens innehåll

Ett parti kan gynnas eller missgynnas genom den bild medierna ger av partiet som aktör, men också genom den bild medierna ger av politikens innehåll; genom den uppmärksamhet olika frågor får, hur olika sakförhållanden framställs och hur sakfrågor relateras till varandra. Ju bättre mediernas bild av *politikens innehåll* stämmer överens med partiets egna prioriteringar och världsbild, desto mer gynnsam är rapporteringen för partiet.

Vilka frågor som slås upp och vilka som försvinner från mediernas dagordning kan många gånger vara helt avgörande för partiernas framgångar och motgångar, eftersom det som slås upp i medierna i stor utsträckning bestämmer vad som kommer att stå högst på väljarnas dagordning. Ökar eller minskar mediernas uppmärksamhet för en viss sakfråga kan man som regel också avläsa samma förändring hos väljarna. Kampen om mediernas dagordning är därför ofta det som avgör vilka partier som blir valets vinnare och förlorare.

I nästan alla tio undersökta valrörelser går det att peka på tydliga exempel när ett eller flera partier klart har gynnats eller missgynnas av den uppmärksamhet olika valfrågor har fått och genom det sätt på vilket olika sakförhållanden har framställts i medierna.

Men även om det i denna mening i varje valrörelse finns klara vinnare och förlorare av vad som tas upp i medierna går det inte att skilja ut något parti eller politisk åsiktsriktning som systematiskt har gynnats eller missgynnats.

I detta avseende finns det inte någon större skillnad mellan public service-TV och andra nyhetsmedier. Det innebär att om ett parti gynnas så gynnas det i alla nyhetsmedier, eftersom de i stort gör samma prioriteringar av vad som är viktiga valfrågor.

Den systematik som existerar är möjligen och kanske inte helt oväntat att de två största partierna, socialdemokraterna och moderaterna, i något högre grad än andra partier gynnas av dagordningen i medierna – och följaktligen också av public service-TV.

Partiernas medieprofiler

Ett parti kan inte enbart gynnas av vilka frågor som står högst på mediernas dagordning utan också genom det sätt på vilket partiet direkt relateras till olika frågor, företeelser och sammanhang. Ju bättre mediernas bild av partiets profil stämmer överens med den profil partiet självt önskar visa upp för väljarna, desto mer gynnsam är rapporteringen.

En framgångsrik valrörelse hänger med andra ord starkt samman med om ett parti lyckas komma fram i sina egna favoritfrågor och undvika frågor som partiet själv inte vill förknippas med.

Även i detta fall går det i varje valrörelse att peka ut tydliga exempel på hur ett eller flera partier har gynnats eller missgynnats av den bild medierna gett av partiernas sakfrågeprofiler. Men det går inte heller i detta fall att peka ut något särskilt parti eller särskild politisk riktning som systematiskt har gynnats eller missgynnats mer än någon annat. Det gäller såväl i public service-TV:s nyhetsprogram som i andra nyhetsmedier.

Ett generellt drag i nyhetsmediernas valbevakning finns dock. Partierna får i stor utsträckning komma till tals i frågor de själva inte önskar. Och det gäller särskilt i public service-TV:s nyhetsprogram Rapport och Aktuellt, där det under valrörelserna på 70- och 80-talet närmast existerade ”en negativ urvalsprincip”; partierna fick framträda just i de frågor de själva inte önskade.

Det som exempelvis mest bidrog till att 1979 års valrörelse blev så ogynnsam för Socialdemokraterna var att nästan hälften av deras framträdande i Rapport och Aktuellt de sista tio dagarna handlade om skatter och ränteavdrag och Olof Palmes bristande kunskaper om villapriser.

Socialdemokraterna drabbades hårt i 1979 års valrörelse av public service-TV:s ”negativa urvalsprincip”. Men andra partier har också drabbats. Det växlar från val till val – nyhetsmediernas bristande återspeglning av partiernas egna sakfrågeprofiler gäller för alla partier. I public service-TV finns det inget parti eller politisk åsiktsriktning som i det här avseendet entydigt och systematiskt har gynnats eller missgynnats mer andra.

Behandlingen av Socialdemokraterna

Samtidigt som valbevakningen ur ett övergripande perspektiv kännetecknas av opartiskhet är Socialdemokraterna det enskilda parti som såväl storstadspress som radio och TV tenderar att missgynna – och det är en tendens som har förstärkts sedan mitten av 1990-talet.

En yttre omständighet är att Socialdemokraterna innehaft regeringsmakten under en längre period än de borgerliga. Förklaringen skulle alltså innebära att man som regeringsparti utsätts för hårdare kritik och granskning. En närmare analys visar dock att det är lite som tyder på att just innehavet av regeringsmakten leder till att man i medievalrörelsen utsätts för tuffare behandling.

En ogynnsam behandling kan också orsakas av Socialdemokraternas eget agerande, olika strategiska misstag och tillkortakommanden. Förklaringen till de svaga medievalrörelserna skulle då falla på partiet självt. En genomgång av de studerade valrörelserna visar också att egna felgrepp är en viktig förklaring till varför Socialdemokraterna ofta ges en ogynnsam behandling i medievalrörelsen.

Men även om Socialdemokraterna gör ”sämre” ifrån sig än andra partier framstår förklaringen inte som helt rimlig även om det inte kan uteslutas. Partiet skulle i så fall sedan mitten av 1990-talet ha gjort fler misstag och tabbar än de gjorde under de första fem valrörelserna.

En tredje förklaring är att den mer ogynnsamma behandlingen skulle kunna bero på en politisk tendens i nyhetsrapporteringen.

Av resultaten att döma finns denna politiska tendens i Expressen och Svenska Dagbladet (även om Svenska Dagbladet över tid har förändrats mycket påtagligt).

I Dagens Nyheter och Göteborgs-Posten är det svårare att spåra en tydlig politisk tendens i valbevakningen. Under de första fem valrörelserna (1979-1991) behandlades Socialdemokraterna på ett balanserat sätt, men från valet 1994 och framåt är uppmärksamheten mer ogynnsam.

Rapport, och i mindre grad i Aktuellt, har haft en borgerlig snarare än socialdemokratisk tendens under de tio valrörelserna (även om förändringen mot en alltmer ogynnsam uppmärksamhet främst finns i Rapport).

I Ekot och TV4:s Nyheterna lutar rapporteringen varken åt det ena eller andra hållet. Där finns ingen generell tendens till en mer ogynnsam behandling av Socialdemokraterna.

Det går alltså knappast att helt bortse från att en politisk tendens kan ha haft betydelse för att Socialdemokraterna över tid har fått en alltmer ogynnsam uppmärksamhet i medievalrörelserna.

Mot detta talar att den över tid allt mindre gynnsamma behandlingen också gäller i Aftonbladet och Arbetet (till 1998), där utvecklingen mot en professionell nyhetsjournalistik naturligtvis haft betydelse också för bilden av Socialdemokraterna.

Snarare än att uppfatta förklaringen bakom Socialdemokraternas svaga medievalrörelser som ett uttryck för en politisk tendens framstår det alltså som mer rimligt att se utvecklingen som ett resultat av en professionell nyhetsjournalistik. Och där den enskilda förklaring som har mest förklaringskraft torde vara partiets kraftigt försvagade ställning i väljaropinionen; sedan mitten av 1990-talet har Socialdemokraterna gått från att vara ett 45-procentsparti till att bli ett 30-35-procentsparti.

Partiets tidigare dominans – med ett mer eller mindre villkorslöst stöd från Vänsterpartiet – har idag övergått i en situation där partiet är bero-

ende av stöd från andra partier för att kunna bilda regering; det svenska arbetarpartiet har helt enkelt blivit ett europeiskt arbetarparti bland andra.

Den främsta förklaringen till vilken uppmärksamhet ett parti får är dess politiska relevans och dess ställning i opinionen – och om Socialdemokraterna inte nödvändigtvis förlorat det ena har de i betydande grad förlorat det andra.

Den mindre gynnsamma behandlingen framstår därför inte i detta perspektiv som oskälig, utan som en (nyhets)logisk konsekvens av Socialdemokraternas förlorade maktställning i svensk politik.

Den faktiska partiskheten

Bilden som public service-TV och andra medier ger av valrörelserna gynnar eller missgynnar alltid något parti eller politisk riktning; alla har någon gång gynnats och alla har någon gång missgynnats. Det förekommer i alla val och gäller alla nyhetsmedier, såväl i dagspress som i radio och tv.

Styrkan kan variera från val till val, men det finns ingen entydig systematik i den partiskhet som förekommer. Att det inte går att upptäcka någon tydlig systematik i partiskheten är naturligtvis ett viktigt resultat för public service-TV som har att följa regler om en opartisk nyhetsmedling.

Förklaringen är att medierna fungerar både som medspelare och motspelare till de politiska partierna; rollen växlar från val till val och partierna kan aldrig vara säkra på vilken roll som journalisterna kommer att spela. Tillfälligheter och till synes betydelselösa inslag i valkampanjen kan genom journalisternas försorg förvandlas till händelser som gör medierna till värdefulla medspelare eller tuffa motspelare.

Att nyhetsmedierna arbetar efter samma nyhetslogik innebär att mediepubliken möter i stort sett samma bild av valrörelsen oavsett vilket medium de tar del av. Bevakningen i public service-TV skiljer sig inte från pressens, och skillnaden mellan olika tidningar är liten: Om ett parti hamnar i ett gynnsamt eller ogynnsamt opinionsklimat slår det därför igenom i alla medier.

Den partiskhet som trots allt existerar i svenska nyhetsmedier är av ett helt annat slag än under partipressens dagar. En politisk nyhetslogik med partipolitisk förankring har ersatts av en professionell nyhetslogik förankrad i journalistiken som profession.

Public service-TV och dagens nyhetsmedier är inte opartiska – de är bara partiska på ett sätt som drabbar alla.

Den oskäliga partiskheten

Är då public service-TV:s valbevakning rättvis?

Svaret är nej om vi ser till den faktiska partiskheten i enskilda valrö-

relser, eftersom det i varje valrörelse alltid förekommer att ett eller flera partier gynnas eller missgynnas av den bild public service-TV – och andra nyhetsmedier – ger av valrörelsen.

Svaret är övervägande ett ja, eftersom det mycket sällan förekommer att den partiskhet som förekommer i public service-TV kan betraktas som oskälig (med ett visst undantag för 1979 års valrörelse).

De gånger då ett parti klart har missgynnats i public service-TV (och i andra nyhetsmedier) kan det oftast föras tillbaka till partiets egna misstag och tillkortakommanden, eller som ett resultat av den kamp som förs mellan partierna, och som ofta resulterar i det jag kallat neråtgående negativa opinionsspiraler.

Och de gånger ett parti har gynnats kan det oftast föras tillbaka till lyckade politiska utspel, framgångar i valdebatten eller i televisionens partiledarutfrågningar, och som då ofta leder till uppåtgående positiva opinionsspiraler.

Huvudslutsatsen blir att public service-TV, sett i övergripande och långsiktigt perspektiv, har varit rättvis – i så måtto att inget parti eller åsiktsriktning oskäligt och systematiskt har gynnats eller missgynnats i valbevakningen.

Public service-TV och svenska nyhetsmedier i allmänhet, har under de tio riksdagsval som studerats på så vis bidragit till att ge legitimitet åt de folkvaldas maktutövning.

Kapitel 13

Opartiskheten i folkomröstningar

Folkomröstningar skiljer sig från riksdagsval genom att medborgarnas roll som beslutsfattare blir än tydligare eftersom ställningstagandet gäller en specifik sakfråga (med två eller som i kärnkraftsomröstningen tre svarsalternativ).

Analysen av mediernas partiskhet under kärnkraftsomröstningen 1980, EU-omröstningen 1994 och Euro-omröstningen 2003 utgår ifrån samma normativa demokratiska utgångspunkter som riksdagsvalsundersökningarna.

Partiskheten bestäms med andra ord utifrån (1) den bild medierna ger av omröstningsalternativen, (2) den bild medierna ger av den sakfråga som medborgarna har att ta ställning till och (3) den bild medierna ger av omröstningsalternativens sakfrågeprofiler.

Undersökningarna är mycket omfattande och inbegriper förutom nyhetsbevakningen i radio och TV även lokaltidningar och storstadspress liksom studier av valprogram, ledare, insändare och debattmaterial. Här kommer jag dock i första hand ta upp bevakningen i public service-TV och då främst fokusera på den senaste folkomröstningen om euron 2003.

Omröstningslinjerna

När det gäller exponeringen av de politiska alternativen är opartiskheten i public service-medier generellt sett mer uttalad i folkomröstningar än i riksdagsval. Det hänger till en del samman med att det är ”lättare att balansera” en ja-sida och en nej-sida än exempelvis åtta partier.

Den urvalsprincip som public service-TV valde för de tre linjerna under kärnkraftsomröstningen var en lösning som inte på ett oskäligt sätt gynnade eller missgynnade någon av linjerna. Och både under EU-omröstningen och euroomröstningen exponerades ja-sidan och nej-sidan på ett likartat sätt.

Dagspressens nyhetsbevakning är däremot klart mer partisk under folkomröstningar än under riksdagsval. I kärnkraftsomröstningen 1980 avspeglade tidningarnas behandling av de tre omröstningslinjerna i hög grad inställningen på ledarplats. Det gällde också under EU-omröstningen 1994 och euroomröstningen 2003 även om det långtifrån var lika påtagligt.

Ja-sidan dominerade både under 1994 och 2003 nyhetsrapporteringen med ungefär två tredjedelar för ja-sidan och en tredjedel för nej-sidan. Övervikten för ja-sidan var särskilt markant i Stockholmspressen (med undantag för Aftonbladet). Under EU-omröstningen fick ja-sidan både en större och en mer gynnsam uppmärksamhet än nej-sidan, men även om ja-sidan som aktör under euroomröstningen dominerade nyhetsflödet var mediernas bild av nej-sidan sammantaget mer gynnsam än den bild de gav av ja-sidan.

Den markanta skillnaden mellan nyhetsmediernas bevakning av EU-omröstningen 1994 (som i övervägande grad var positiv till ett EU-medlemskap) och euroomröstningen 2003 (som i övervägande grad var negativ till införandet av euron) gäller alla undersökta medier; nyhetsprogrammen i radio och tv, storstadspress, kvällspress och landsortspress.

Euroomröstningen 2003

Under folkomröstningen om euron fick ja-sidan en betydligt större uppmärksamhet i medierna än nej-sidan: nästan dubbelt så stor. Men en stor del av uppmärksamheten var negativ. Sammantaget kom därför ja-sidan som agerande och omtalad aktör i nyhetsmedierna att få en mindre gynnsam uppmärksamhet än nej-sidan.

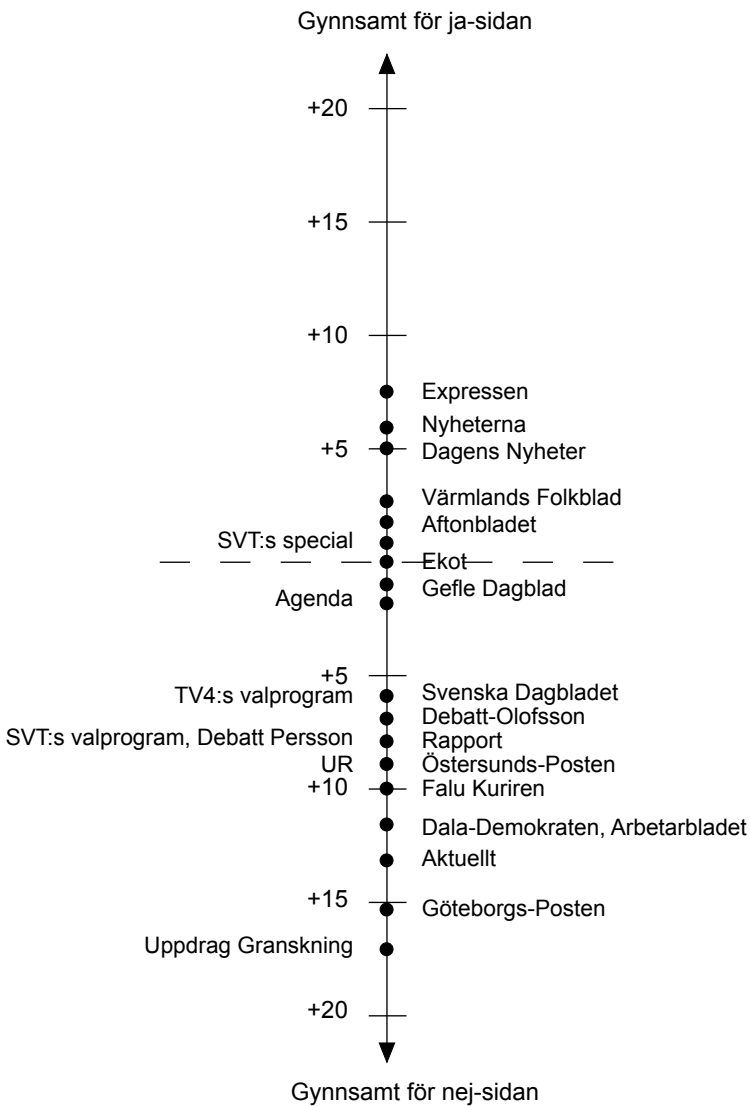
Euroomröstningen uppvisade på så vis ett liknande mönster som i riksdagsvalen. Där förekommer det ofta att ett parti gynnas i ett avseende men missgynnas i ett annat. Ja-sidan missgynnades genom det sätt på vilket de kom att uppmärksammas som aktör, men gynnades genom den övervägande positiva bild som medierna gav av euron.

Det som framförallt bidrog till den negativa bilden av ja-sidan var den stora uppmärksamhet som medierna ägnade åt ja-sidans överlägsna kampanjresurser, interna stridigheter och att de satte munkavlar (på nej-sidans företrädare). Nej-sidan fick också ofta argumentera i hemmaplansfrågor (främst nationellt självbestämmande), medan ja-sidan i större utsträckning fick argumentera utifrån en försvarsposition.

I *figur 13.1* presenteras ett sammanvägt index som tar hänsyn till samtliga tre partiskhetsaspekter. Ju högre upp ett nyhetsmedium eller ett valprogram är placerat på skalan, desto mer gynnsamt urval för ja-sidan. Och ju lägre ner ett nyhetsprogram eller ett valprogram är placerat på skalan, desto mer gynnsamt urval för nej-sidan.

Ja-sidan fick den minst gynnsamma uppmärksamheten i public service-TV: främst i Uppdrag granskning och Aktuellt. Det var dock (som framgår av figuren) överhuvudtaget mycket få nyhetsmedier som sammantaget gav en bild som var mer gynnsam för ja-sidan än för nej-sidan (i stort sett endast i Expressen).

Figur 13.1 Behandlingen av ja-sidan och nej-sidan under euroomröstningen 2003. (sammanvägt index).



Public service-TV:s valprogram och debattprogram tillhörde det utbud som var mer gynnsamt för nej-sidan än för ja-sidan. Vid ett första påseende kan det synas märkligt att debattprogram framstår som mer gynnsamma för den ena sidan, eftersom programmen i hög grad bygger på medverkan från båda parter med samma tid till förfogande.

I huvudsak beror det på att nej-sidan i public service-TV i högre grad än ja-sidan fick framträda i hemmaplansfrågor. Även om de som aktörer behandlades på ett likartat sätt (exempelvis gavs samma tid) kom utbudet i public service-TV:s valprogram vid en samlad bedömning ändå bli mer gynnsamt för nej-sidan än för ja-sidan.

Public service-TV:s och då särskilt Aktuellt's bevakning kom på så vis under folkomröstningskampanjens fyra sista veckor att ge en bild som var mer gynnsam för nej-sidan än för ja-sidan.

Oskälig partiskhet?

Var då public service-TV:s bevakning orättvis? Var partiskheten oskälig?

Ett sätt att närma sig ett svar på frågan är att analysera under vilka förutsättningar och omständigheter som bevakningen ägde rum; vad som ligger bakom att den ena eller den andra sidan faktiskt gynnas eller missgynnas.

Ja-sidans ogynnsamma uppmärksamhet berodde i första hand på två omständigheter.

För det *första* fick ja-sidan argumentera i frågor de helst ville undvika och inte i frågor de själva ville. Det är det som främst ligger bakom det något märkliga förhållandet att de i utgångsläget balanserade utfrågning- och debattprogrammen de facto var mer gynnsamma för nej-sidan än ja-sidan, eftersom de i klart större utsträckning kom att handla om nej-sidans favoritområden än ja-sidans.

Men var det oskäligt? Svaret är ja om det var redaktionerna som självständigt valde områden och styrde debatten i en viss riktning. Svaret är nej om programmen i stort avspeglade den debatt parterna själva valda att föra.

Mycket talar för det senare. Det var ja-sidan själv som före och under folkomröstningskampanjen förde in debatten på nej-sidans hemmaplan (ja-sidans lansering av buffertfonder var ett sådant exempel). Och ja-sidan lyckades inte heller att föra fram ett gemensamt och koncentrerat budskap i frågor de själva ville föra fram. Ja-sidans ogynnsamma uppmärksamhet i medierna var i detta avseende i hög grad självförvållad.

Den ogynnsamma uppmärksamheten kan därför knappast betraktas som oskälig, eftersom den i stora drag återspeglade den debatt som fördes i sakfrågan mellan de två parterna.

Den *andra* huvudförklaringen till den ogynnsamma uppmärksamheten var den bild medierna gav av ja-sidan som aktör. Nej-sidans övertag var alltså inte i första hand ett resultat av att nej-sidan gynnades som aktör, utan ett resultat av att ja-sidan missgynnades som aktör.

Var då partiskheten i det här avseendet oskälig?

Svaret på denna fråga är mer komplicerat. Året före folkomröstningen var mycket av ja-sidans negativa publicitet, som i första hand ägnades åt socialdemokraternas interna förhållanden (munkavlar och buffertfonder), orsakad av egna tillkortakommanden och därför i stor utsträckning självförvållad.

Däremot kan det diskuteras om den fortsatta rapporteringen under själva folkomröstningskampanjen, som i stort sett gick i samma spår, var journalistiskt lika berättigad. Det var nej-sidans dubbla martyrskap som kom att dominera i medierna: ja-sidan satte munkavlar på euromotståndare och ja-sidan hade alla pengarna – nej-sidan inga.

I det här avseendet tillhörde Aktuellt de nyhetsmedier som gav ja-sidan den mest ogynnsamma uppmärksamheten. Osedvanligt många och stort uppslagna nyhetsinslag gick på munkaveltemat och nej-sidan behandlades i ovanligt hovsamma valreportage.

Aktuelltts bevakning under euroomröstningens fyra sista veckor kom därför i sitt urval och i sin presentation på ett oskäligt sätt att missgynna ja-sidan.

Den utjämnande rättvisan

Många väljare upplevde efter euroomröstningen att ja-sidan hade gynnats. Det ansåg en majoritet bland nej-röstarna, men det fanns också många ja-röstare som tyckte samma sak.

Undersökningen av mediernas bevakning (som här refererats) visade på motsatt resultat. Det var ja-sidan som fick den mest ogynnsamma behandlingen.

Det är troligt att väljarna också tänkte på annat än mediebevakningen när de besvarade enkätfrågan (ja-sidans överlägsna kampanjresurser, och att de bestämde tidpunkten för omröstningen). Men vi ställs ändå inför det något paradoxala förhållandet att den förlorande sidan i folkomröstningen upplevdes vara gynnad, medan den vinnande sidan uppfattades som missgynnad.

Men detta var troligen också en viktig förklaring till att mediernas bevakning blev som den blev: Ja-sidan missgynnades i medierna just därför att ”alla” uppfattade att ja-sidan var så gynnad.

Om man tar del av mediernas rapportering året före folkomröstningen och under själva kampanjen var det uppenbart att journalisterna också hade uppfattningen att ja-sidan var gynnad – att det handlade om en kamp mellan David och Goliat. Från professionella journalistiska utgångspunkter var det därför främst ja-sidan som skulle granskas – inte nej-sidan. Journalisterna och medierna tog därför på sig en utjämnande roll.

Men – sett i ett demokratiskt perspektiv – var inte detta bra?

Det var för var och en som under det här skedet följde politiken uppenbart att ja-sidan var gynnad inför folkomröstningen i den meningen att de hade bestämt lämplig tidpunkt när folkomröstningen skulle hållas, hur folkomröstningsfrågan skulle formuleras, hur de statliga kampanjpengarna skulle fördelas och hade, som det verkade av mediernas rapportering, obegränsad tillgång till näringslivets pengar. Var det inte under sådana förhållanden rimligt att journalisterna i rättvisans namn tog på sig en utjämnande roll?

Vid ett första påseende kan det tyckas vara rimligt. Och särskilt då att public servicemedierna tar på sig denna roll. Men det finns enligt min uppfattning både en praktisk och en mer principiell demokratiteoretisk invändning.

När journalister och medier i rättvisans namn tar på sig en utjämnande roll mellan olika parter är det viktigt att premisserna är riktiga – att en sida faktiskt är oskäligt missgynnad eller att en sida faktiskt är oskäligt gynnad. En sådan kunskap förutsätter god information om olika sakförhållanden, men också stor kompetens att bedöma den information som finns tillgänglig. Den informationen och den kompetensen finns inte alltid hos medier och journalister.

Ur principiella synpunkter är en utjämnande journalistik i syfte att skapa rättvisa mellan olika parter tveksam. Om journalister självpåtaget tar på sig en rättviseskapande roll mellan olika aktörer i samhället ger det en mycket stor makt till medierna, eftersom de i praktiken själva bestämmer premisserna för sin utjämnande roll.

För public service-TV är denna invändning central, eftersom en opartisk och saklig journalistik inte skall förväxlas med en utjämnande journalistik. Det ligger inte i public servicemediernas uppdrag att i sin journalistik i rättvisans namn jämna ut (uppfattade) skevheter i förhållandet mellan olika parter.

En opartisk och saklig journalistik är – sett i ett demokratiskt perspektiv – en bättre metod att kritiskt granska och informera om de orättvisa villkor som existerar i en folkomröstning – eller i ett samhälle.

Kapitel 14

Informationen i folkomröstningar

Att public service-TV behandlar de som söker väljarnas mandat rättvist är en del av det som gör valresultat legitima. Men en rättvis valbevakning räcker inte. Public service-TV och nyhetsmedierna bör också förse medborgarna med ett sådant informationsunderlag att de fritt och självständigt kan ta ställning i de sakfrågor de politiska valen handlar om.

Medborgarna kan ta del av valpropaganda, de kan diskutera med vänner och bekanta, utbyta åsikter inom familjen, läsa faktaböcker eller lyssna på torgmöten. Men för de allra flesta är press, radio och tv den avgjort viktigaste informationskällan. Och för de medborgare som inte är särskilt intresserade av politik och samhällsfrågor spelar nyhetsprogrammen och valprogrammen i public service-TV en särskilt viktig roll.

Mediernas värde som informationsunderlag har i första hand studerats under tre folkomröstningar – kärnkraftsomröstningen 1980, EU-omröstningen 1994 och euroomröstningen 2003. En mindre studie gjordes även i 2010 års riksdagsval.

Gav public service-TV väljarna sådan information att de fritt och självständigt kunde ta ställning till kärnkraften, EU-medlemskapet och euron?

Mediernas informationsvärde

Kravet på att nyhetsmedier skall vara informativa är föga problematiskt utifrån normativa demokratiska utgångspunkter (även om kravet inte kan förankras i klassisk demokratiteori utan är av betydligt senare datum). Problemet är snarast att klargöra vad vi skall mena med informativa medier och hur vi skall avgöra om kravet skall anses vara uppfyllt.

Medborgarnas informationsbehov utgör i *Medievalsundersökningarna* den norm mot vilken nyhetsmediernas rapportering relateras där individens informationsbehov bestäms med utgångspunkt ifrån de krav som ett för individen rationellt och självständigt beslutsfattande ställer.

Ett första och grundläggande krav är tillgång till beslutsrelevant information – det som talar för och det som talar mot ett visst ställningstagande. Den beslutsrelevanta informationen måste dock förekomma med en viss frekvens så att den inte försvinner i ovidkommande information. Den bör stå i ett rimligt förhållande till det totala flödet av information och uppvisa en viss *informationstäthet*.

Täthet kan dock åstadkommas genom att samma eller ett fåtal ”informationsbitar” upprepas. Kravet på informationstäthet måste därför kom-

bineras med krav på en viss *informationsbredd* där den maximala informationsbredden innebär att samtliga teoretiskt relevanta skäl för och emot ett visst ställningstagande föreligger.

Medierna bör också sätta in frågan i ett sammanhang och tillhandahålla sådan information som medborgarna behöver för en egen bedömning av argumentens hållbarhet och styrka – det bör även ställas krav på *informationsdjup*.

Mediernas informationstäthet, informationsbredd och informationsdjup är egenskaper som var sig är av betydelse. Men för medborgarna är det egenskaperna tillsammans tagna som är det mest centrala: mediernas informationsvärde.

Informationsvärdet hänger dock starkt samman med det utrymme medierna kan ägna en enskild fråga eller en valrörelse. Det är därför också viktigt att analysera hur effektiva medierna är som informationsmedier: mediernas *informativitet*. Det vill säga hur mycket information en medieconsument får ut i förhållande till den tid han eller hon ägnar mediet.

Beslutsrelevant information

De svenska medierna satsade stort på bevakningen av samtliga tre folkomröstningar. Utbudet i public service-TV var mycket omfattande. Informationen kulminerade de sista kampanjveckorna antingen det handlade om ett ställningstagande för och emot kärnkraften, för och emot ett EU-medlemskap eller för och emot ett införande av euron som valuta. Men den intensiva mediebevakningen hade redan under lång tid föregåtts av dagliga nyhetsrapporter, extrabilagor i dagspressen och specialprogram i radio och TV.

Den genomsnittlige mediekonsumenten kunde i mån av tid och ork under den sista månaden varje dag ägna flera timmar åt att sätta sig i den fråga man hade att ta ställning till på folkomröstningsdagen. Och public service-TV undvek inte ta upp svåra frågor. I kärnkraftsomröstningen risken för härdsmälta och radioaktiv strålning och i den senaste omröstningen om euron har väl sällan penningpolitik, stabiliseringsverktyg, buffertfonder, konjunkturpolitiska risker och flytande kronor fått en så ingående och kvalificerad behandling som under de sista veckornas folkomröstningskampanj.

Mediernas bevakning av folkomröstningar är mer omfattande än riksdagsval. Omröstningen om kärnkraften intog dock en särställning. Bevakningen var så omfattande och utdragen i tiden att många väljare uttryckte att ”kärnkraften står mig upp i halsen”.

Storstadspressens morgontidningar innehöll generellt sett mer beslutsrelevant information än landsortstidningarna och kvällspressen, samtidigt som de i sin tur innehöll mer beslutsrelevant information än nyhetspro-

grammen i public service-TV. Resultatet är föga överraskande eftersom mängden av ”informationsbitar”, är starkt avhängigt hur stort ”nyhetsutrymme” som finns tillgängligt. Och det är i det avseendet stor skillnad mellan en storstadsmorgontidning och ett nyhetsprogram i TV.

Men även om dagstidningarna innehöll mer information än public service-TV:s nyhetsprogram var den beslutsrelevanta informationen under samtliga tre omröstningar mycket omfattande i det särskilda utbudet av valprogram: utfrågningar, debatter och faktaprogram.

Detta innebar att den som under folkomröstningskampanjernas fyra sista veckor tittade på Rapports huvudsändning och public service-TV:s samlade utbud av valprogram fick del av ungefär samma mängd av beslutsrelevant information som den som läste allt som skrevs om folkomröstningarna i Dagens Nyheter och Aftonbladet.

Det saknades därför knappast beslutsrelevant i medierna under de tre folkomröstningarna – oavsett om medborgarna valde att ta del av folkomröstningskampanjen i dagspressen eller i public service-TV.

Täthet, bredd och djup

Förekomst av beslutsrelevant information är ett grundkrav, men den måste förekomma med en viss frekvens – ha en viss täthet.

En vanlig föreställning är att nyhetsprogrammen i public service-TV i sina korta sändningar är mer informationstäta än dagspressen med sitt större nyhetsutrymme. Skillnaderna är dock inte stora och resultaten är inte heller helt entydiga. Under euroomröstningen 2003 var visserligen nyhetsprogrammen i public service-TV mer informationstäta än både storstadspress och landsortspress, men under kärnkraftsomröstningen 1980 var dagstidningarna mer informationstäta än etermedierna, även om skillnaderna då inte var lika stora.

Public service-TV:s debatt- och utfrågningsprogram uppvisar dock generellt sett en större täthet än nyhetsrapporteringen. Det är kanske inte helt överraskande, eftersom själva programidén går ut på att konfrontera folkomröstningslinjernas olika argument, relevanta ”informationsbitar”. Men oavsett om det är överraskande eller inte – medborgarna mötte i de tre folkomröstningarna den tätaste informationen i public service-TV:s valprogram.

Tätheten i valprogrammen kan dock åstadkommas genom att ett och samma argument upprepas. Ur medborgarnas perspektiv måste tätheten också kombineras med ett krav på bredd.

Generellt sett är skillnaderna mellan olika nyhetsmediers informationsbredd större än när det gäller deras informationstäthet. Störst informationsbredd uppvisade storstadsmorgontidningarna där Dagens Nyheter

både under kärnkraftsomröstningen och under euroomröstningen uppvisade den klart största bredden. Bredden är mindre i landsortspress och kvällspress, och minst i etermediernas nyhetsprogram.

Public service-TV:s samlade utbud av valprogram gav däremot en lika bred belysning av folkomröstningsfrågorna som de stora morgontidningarna. Detta innebär att inte enbart väljare bosatta i Stockholm, Göteborg och Malmö kunde ta del av ett brett informationsunderlag utan även den stora majoritet av väljare som inte hade tillgång till en storstadsmorgontidning.

Bredd och täthet är viktiga egenskaper. Men medierna bör även förse väljarna med sådan information att de kan göra en självständig bedömning av argumentens hållbarhet och styrka genom att förmedla de fakta och motiv som argumenten grundar sig på – att informationen uppvisar ett visst djup.

Under euroomröstningen 2003 bestod ungefär en femtedel av nyhetsmediernas bevakning av vad som kan karaktäriseras som fördjupningsmaterial. Det var en något större andel än under kärnkraftsomröstningen 1980. Det finns dock stora variationer mellan olika nyhetsmedier och mellan folkomröstningarna. Det är därför svårt att finna ett genomgående och generellt mönster när det gäller mediernas informationsdjup förutom att storstadsmorgontidningarna uppvisar störst informationsdjup.

Två förändringar kan noteras i public service-TV:s programutbud. Informationsdjupet under euroomröstningen 2003 var större i nyhetsprogrammen än under kärnkraftsomröstningen. Däremot uppvisade public service-TV:s särskilda valprogram under euroomröstningen ett mindre informationsdjup än under kärnkraftsomröstningen. Under 1980 års folkomröstning var valprogrammen mer journalistiskt bearbetade och inriktat mot bakgrunder och fördjupningar, medan utbudet i 2003 års omröstning var mer inriktat på studiodebatter mellan olika partsrepresentanter.

Det är möjligt att detta återspeglar en mer generell utveckling: Televisionen som informationsmedium uppvisar över tid en större täthet, men ett mindre djup.

Informativiteten

I väljarnas perspektiv är det ideala mediet ur informationssynpunkt det medium som samtidigt uppvisar täthet, bredd och djup – det sammanlagda informationsvärdet.

En beräkning av mediernas informationsvärde med hänsyn till samtliga tre egenskaper innebär att avståndet mellan de sämsta och bästa medierna ökar.

En viktig förklaring är att det finns en tendens till att medier som är bra på en ”gren” tenderar att vara bra i alla ”grenar”.

Det leder till att stora storstadsmorgontidningar har ett betydligt större informationsvärde än nyhetsprogrammen i public service-TV. Men också till att public service-TV:s samlade utbud av valprogram under folkomröstningarna hade ett lika stort informationsvärde som den bästa storstadstidningen, Dagens Nyheter.

Men ur väljarnas perspektiv är inte enbart mediernas informationsvärde av betydelse utan också hur effektiva de är som informationsmedier – deras informativitet. Mediekonsumenter tvingas (eller önskar) nästan alltid göra ett urval av det utbud de möter i medierna. Ett medium med hög informativitet är alltså ett medium där läsarna, lyssnarna och tittarna får ut mest information i förhållande till den tid man ägnar mediet.

Vilket slags medieutbud skall då väljarna ta del av om man har ont om tid eller av andra skäl inte vill lägga tid på att informera sig i sakfrågan?

Public service-TV:s samlade utbud av valprogram uppvisade den högsta informativiteten under folkomröstningarna. För väljaren var ”avkastningen” klart bättre än att läsa en storstadsmorgontidning eller ta del av nyhetsprogrammen i radio och tv.

Valprogrammen i public service-TV hade därför inte enbart ett stort informationsvärde, de utmärktes också av hög informativitet. Televisionen var med andra ord inget dåligt informationsmedium under de tre folkomröstningarna.

Bra information?

Gav då public service-TV väljarna bra information?

Ser vi på resultatet i stort är svaret ja. Väljarna hade stora möjligheter att genom public service-TV skaffa sig ett bra informationsunderlag. Informationen i sakfrågan var ofta tät, uppvisade en betydande bredd och hade också ett visst djup.

Och även om det förekom betydligt fler argument i medierna för en användning av kärnkraften, för ett EU-medlemskap och för euron innebar blotta mängden av argument att det även för den mest ointresserade var svårt att inte också komma i kontakt med nej-sidans argument. I det avseendet spelade de balanserade valprogrammen i public service-TV en mycket viktig roll i samtliga tre folkomröstningar.

Det var inte endast väljare som hade tillgång till en storstadsmorgontidning som fick bra information. Även de som var bosatta utanför storstäderna, de som inte var så intresserade av politik, äldre och lågutbildade kunde genom public service-TV väga olika argument mot varandra – och fritt och självständigt ta ställning i de tre folkomröstningarna.

Kapitel 15

Public service-uppdraget

En public service-institution utmärks av att de privilegier statsmakterna ger programföretaget förenas med vissa förpliktelser. Privilegier som innebär en garanterad offentlig finansiering och ett oberoende av olika samhällsintressen. Förpliktelser som innebär att programföretaget ska vända sig till och vara öppen för alla – och med ett särskilt uppdrag att bedriva programverksamhet som präglas av mångfald, värnar nationell identitet och kultur och fungera som arena för den demokratiska processen i samhället.

Har Sveriges Television - sett i ett långsiktigt och övergripande perspektiv - uppfyllt sitt public service-uppdrag?

Till grund för utvärderingen ligger en enkel tankefigur. Med utgångspunkt från olika normkällor, i första hand det som sägs i Sveriges Televisions sändningstillstånd, har jag ställt upp vad jag ser som centrala public service-ideal och vad som utgör programverksamhetens kärnområden. Ju mindre avstånd mellan ideal och programutbud, desto bättre uppfylls uppdraget.

Det finns emellertid ingen självklar måttstock för att bestämma avståndet mellan ideal och verklighet. I en del fall kan det framstå som uppenbart, men i huvudsak är vi hänvisande till jämförelser i tid och rum: om avståndet över tid har ökat eller minskat eller om avståndet mellan ideal och utbud är mindre eller större i public service-TV jämfört med andra (kommersiella) tv-kanaler.

I första hand är det alltså jämförelser i tid och rum som ligger till grund för de slutsatser som dras om det som sammanfattande kan kallas public serviceuppdragets kärnområden: mångfald, kultur och demokrati.

Mångfald

I public service-TV ska programverksamheten präglas av mångfald; spegla samhällets olikheter, ge plats för olika åsikter och erbjuda publiken alternativ. Public service ska också bidra till mångfalden i det svenska medielandskapet i sin helhet och i sitt utbud värna och bidra till pluralism – ett samhälle som accepterar och tolererar att det finns olika åsikter och intressen.

Mångfalden i public service-TV:s programverksamhet kan avläsas på många olika sätt. Här har granskningen inriktats på innehållslig och programmässig mångfald, hur Sverige och världen utanför speglas och hur minoritetsgruppers olika behov tillgodoses.

Information och underhållning

Programutbudet i public service-TV ska tillgodose de skiftande förutsättningar och intressen som finns hos hela landets befolkning: erbjuda ett mångsidigt utbud som innehåller både nyheter och fakta, underhållning och förströelse. Sveriges Television ska vara det som brukar kallas för bred public service.

I Sveriges Television råder det närmast en total balans mellan ett informationsinriktat och ett underhållningsinriktat utbud. Det gäller för utbudet i sin helhet, men också för utbudet på bästa sändningstid.

SVT1:s och SVT2:s programprofiler har visserligen förändras under årens lopp, men sett till utbudet i sin helhet har det inte skett några större förändringar. Blandningen av information och underhållning var ungefär densamma under mitten av 2010-talet som under slutet av 1990-talet. Det finns heller ingen tendens till att kravet på ett informationsinriktat utbud för public service-TV i sin helhet uppfylls genom att exempelvis smala samhällsprogram flyttats till "nischkanalerna" SVT24 och Kunskapskanalen samtidigt som huvudkanalerna SVT1 och SVT2 behåller de breda underhållningsprogrammen.

Utbudet i svensk public service-TV har med andra ord inte blivit mer underhållningsinriktat. Snarare mer informationsinriktat, bland annat genom satsningen på SVT Forum och tillkomsten av Kunskapskanalen.

Kommersialisering vs marginalisering

När den första tv-utbudsundersökningen för programåret 1998 publicerades tog jag på DN Debatt upp frågan om SVT:s förutsättningar att i framtiden klara av att erbjuda ett brett och varierat utbud både inom informationsområdet och inom underhållningsområdet (Dagens Nyheter 13/10 1999).

Jag pekade något paradoxalt på TV4 som en avgörande faktor för SVT:s möjligheter att klara av sitt public service-uppdrag. Två framtidsscenarios skisserades. Om TV4 lämnade sin mittposition i det svenska tv-systemet och gick mot ett mer kommersiellt underhållningsbetonat utbud kunde i princip två saker hända.

I det *första* framtidsscenarioet tvingas SVT följa med TV4 för att inte förlora tittare. På sikt skulle det leda till att SVT kommersialiseras och att programutbudet i svensk television i sin helhet skulle bli mer präglad av fiktion och underhållning (än det var 1998).

I det *andra* scenariot, om SVT inte följer med TV4 utan väljer att ha kvar sin programprofil, kommer sannolikt kampen om tv-publiken att leda till att SVT i stor omfattning förlorar tittare. Det skulle på sikt leda till att SVT marginaliserades.

I dag nästan två decennier senare visar undersökningsresultaten att TV4:s programutbud successivt har blivit mer underhållningsinriktat och gått i en om vi så vill mer kommersiell riktning. TV4 kan därför sägas ha lämnat sin mittposition och närmat sig TV3 och Kanal 5 (som i sin tur över tid blivit ännu mer underhållningsinriktade).

Public service-TV:s programprofil har däremot som utvärderingen visat inte förändrats särskilt mycket sedan 1998. SVT har med andra ord inte följt med TV4. Det första framtidsscenarioet stämde alltså inte. Sveriges Television har inte gått i en kommersiell riktning.

Sveriges Television intar på så vis en särställning i det svenska TV-landskapet.

Public service-TV utgör inte enbart ett alternativ till kommersiell TV utan har också över tid blivit ett allt tydligare alternativ.

Det första framtidsscenarioet stämde inte – SVT har inte kommersialiserats. Men stämmer det andra scenariot? Har public service-TV marginaliserats som en följd av att de hållit fast vid sin programprofil? Vi får anledning att återkomma till frågan i nästa kapitel om framtiden för public service-TV.

Minskad programmångfald

Public service-TV uppvisar alltså en innehållslig mångfald med ett utbud både av nyheter och fakta, underhållning och fiktion. Men utbudet ska innehålla många olika typer av program: erbjuda tittarna ett brett och variationsrikt utbud.

Under samtliga undersökta år kan både SVT1 och SVT2 karaktäriseras som breda public service-kanaler, det vill säga med stor bredd både i det informationsinriktade och i det underhållningsinriktade utbudet.

Bredden och variationen har dock minskat trendmässigt: programmångfalden i SVT1 och SVT2 är inte lika stor som den var för 15-20 år sedan. Men ser vi till public service-TV i sin helhet har utbudet i Kunskapskanalen, Barnkanalen och SVT24 inneburit en ökad programmångfald.

De kommersiella tv-kanalerna uppvisar en betydligt mindre bredd och variation i sitt programutbud – och den över tid minskande programmångfalden är ännu mer markerad i kommersiell TV. Framförallt uppvisar public service-TV ett avsevärt mer variationsrikt programutbud än de kommersiella kanalerna.

Bredden och variationen i public service-TV:s programutbud intar på så vis en särställning i det svenska TV-landskapet, även om programmångfalden i SVT:s huvudkanaler har minskat över tid.

Fler kanaler – mer mångfald

Att public service-TV över tid har ökat mångfalden i svensk TV är närmast ett trivialt konstaterande. Det gällde när TV2 startades 1969 och det gällde vid tillkomsten av SVT24, Barnkanalen och Kunskapskanalen.

Men det är inte bara antalet kanaler som ökat. Det gäller även mängden av program. SVT:s huvudkanaler sänder i princip dygnet runt och utbudet i public service-TV uppgår sammantaget under de senaste åren till över 500 timmar i veckan mot exempelvis 180 timmar 1998.

Men innebär det mer mångfald?

Mångfalden i det svenska tv-systemet har efter digitaliseringen ökat betydligt. Det finns fler tv-kanaler, men framförallt finns det idag helt andra sätt att ”se på TV”. Public service-TV har i detta starkt expanderande TV-landskap inte enbart inneburit ”mer TV” utan tillkomsten av nya kanaler har ökat mångfalden genom att erbjuda tv-tittarna ett programutbud som över huvudtaget inte finns i andra svenska tv-kanaler.

Public service-TV har på så vis i ökande grad kommit att utgöra ett alternativ till kommersiell TV.

Hela landet?

Att spegla hela landet är ett centralt public service-värde. I vilken utsträckning kravet uppfylls är däremot svårt att bedöma enbart med utgångspunkt ifrån de uppgifter som ges i programtablåerna.

Det utbud som produceras och sänds regionalt har i stort sett haft samma omfattning de senaste 15 åren, möjligen har det regionala nyhetsutbudet förstärkts något (bland annat genom fler lokala nyhetsredaktioner och ett dagligt riksregionalt program). Det regionala programutbudets ställning har däremot försvagats eftersom det inte har ökat i samma takt som utbudet i sin helhet.

I vad mån utbudet är tillräckligt prioriterat eller ger en ”godtagbar” spegling av ”förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen” kan naturligtvis diskuteras. Under alla omständigheter är public service-TV det enda programföretag som har ett regionalt programutbud sedan TV4 lagt ned sina lokala nyhetsstationer.

Public service-TV erbjuder på så vis ett programutbud som marknaden inte förmår ge tv-publiken.

En begränsad värld

Att spegla förhållanden utanför landets gränser är också ett mångfaldskrav som kan ställas på public service-TV.

Den bild som nyhetsförmedlingen ger av vår omvärld skiljer sig i princip inte från den bild som kommersiell TV ger eftersom public service-redaktionerna delar samma professionella nyhetsvärderingsprinciper.

Däremot skiljer sig public service-TV från kommersiell TV när det gäller den geografiska mångfalden i det allmänna programutbudet. I tv-världen råder det allmänt sett en kraftig anglo-amerikansk dominans. Det gäller även för det utländska utbudet i public service-TV, men i kommersiell TV är dominansen närmast total.

Även om den geografiska mångfalden är betydligt större i public service-TV är stora delar av världen kraftigt underrepresenterade, även viktiga länder i Europa.

Oavsett vad som i ett public service-perspektiv skall anses som en "godtagbar" representation av vår omvärld möter tittaren en i många avseenden annan världsbild i public service-TV – visserligen en begränsad värld men en betydligt mer fyllig och mångfasetterad värld än i kommersiell TV.

Särskilda grupper – väl tillgodosedda

Att tillgodose vissa gruppers särskilda behov – barn och unga, etniska minoriteter och funktionshindrade – är ett grundläggande public servicekrav. När det gäller utbudet till dessa grupper har stora förändringar ägt rum.

Det allmänna programutbudet riktat till minoriteter och invandrargrupper har över tid minskat och i princip upphört (med undantag för barnprogram). Utbudet består idag nästan uteslutande av nyhetssändningar på minoritetsspråk. Förändringen av utbudet står inte i strid med det som sägs i innevarande sändningstillstånd (tidigare skrivningar om ett mer allmänt utbud finns inte längre med).

Programutbudets tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning har succesivt ökat och omfattar under senare år i princip allt utbud. Även om (tekniska) förbättringar alltid kan göras måste ändå de krav som ställs anses uppfyllda.

Utbud riktat till barn och unga har genom tillkomsten av Barnkanalen mångdubblats. Andelen svenska program har minskat men utbudet har inte blivit mindre svenskt eftersom programtiden har ökat kraftigt. Det har inte heller blivit mindre faktainriktat.

Utbud särskilt riktat till ungdomar, unga tittare, har minskat. I sändningstillstånden ställs krav på att public service-TV skall erbjuda ett utbud till unga tittare. Det kan diskuteras om det kraftigt minskade utbudet i traditionellt distribuerad TV ger en relevant bild av hur väl kraven uppfylls. I dagens medielandskap görs det sannolikt bättre på andra plattformar.

Kultur

Kultur är ett grundläggande public service-värde och har här skiljts ut som ett av programverksamhetens kärnområden. Det är ett område som traditionellt framhålls i alla länders normativa källor om public service. Värnandet av en nationell identitet genom landets språk och kultur framhålls särskilt.

Public service-TV har med andra ord i sin programverksamhet ett särskilt ansvar för det egna landets språk och dess ställning i samhället och har i uppgift att bevaka och spegla olika kulturområden och kulturyttringar i Sverige och utomlands. Det gör man genom att erbjuda ett mångsidigt kulturutbud och värna det svenska språket.

Kulturutbudet har en stark ställning

Public service-TV har ett omfattande kulturutbud som också i viss mån förstärkts genom tillkomsten av SVT24 och Kunskapskanalen. Kulturutbudet upptar dock en allt mindre del av det totala programutbudet även om det inte minskat i programtid.

Skillnaden gentemot kommersiell TV är mycket stor. Det gäller såväl faktainriktade som upplevelseinriktade program. I TV4 är utbudet mycket begränsat och har även kraftigt minskat över tid. I TV3 och Kanal 5 förekommer i princip inget kulturutbud.

Sett till programutbudet i sin helhet har kulturutbudet i jämförelse med andra programområden en mycket stark ställning i public service-TV och utgör ett tydligt alternativ till kommersiell TV: public service-TV uppfyller därför i stor utsträckning kravet på att ”erbjuda ett mångsidigt kulturutbud”.

Mer svenskt – men svagare ställning

Public service-TV har ett särskilt ansvar för det svenska språkets ställning i samhället och har i uppdrag att tillhandahålla ett varierat utbud på svenska språket.

Andelen svenskspråkiga program har minskat trendmässigt även om utbudet av program på svenska är mycket omfattande och har en mycket stark ställning i alla genrer (med undantag för fiktionsutbudet).

Det svenskspråkiga programutbudet har inte minskat räknat i programtid utan dess svagare ställning beror på att det över tid inte ökat i samma takt som det utländska programutbudet. Det gäller inom alla traditionella programgenrer, såväl fakta som fiktion och nöjesprogram. De genrer som framförallt har ökat i programtid är per definition svenska, exempelvis riksdagssändningar och SVT Forum.

I kommersiell TV är utbudet av svenskspråkiga program avsevärt mindre – och är främst inriktat på underhållning och förströelse. Public servi-

ce-TV intar genom sitt omfattande programutbud på svenska språket en särställning i det svenska TV-landskapet.

Demokrati

Demokrati har som samlade beteckning här skiljts ut som ett av programverksamhetens kärnområden. Public service-TV:s uppdrag är att vara en del av och bidra till den demokratiska processen. Det innebär att public service-TV ska utöva sin samhällsbevakning opartiskt och sakligt och tillhandahålla sådan information medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i olika samhällsfrågor.

Ökad samhällsbevakning – minskad nyhetsbevakning

Den samlade samhällsbevakningen (drygt en tredjedel av utbudet) har över tid varit stabil och omfattar alla traditionella programgenrer: nyheter, samhällsprogram, debatt, granskning, utfrågningar, magasin, riksdags-sändningar och svenska och utländska dokumentärer. Under senare år har det på dagtid genom SVT Forum tillkommit ett stort utbud av seminarier och konferenser.

I public service-TV har dock rapporteringen av inrikes- och utrikesnyheter på kvällstid trendmässigt försvagats – både i omfattning och som del av det totala programutbudet. Den kommersiella kanalen TV4:s nyhets-sändningar har i jämförelse ungefär samma omfattning som den största SVT-kanalen - SVT1.

Den samlade nyhetsverksamheten (lokalnyheter, kulturnyheter, allmänna nyheter) är dock betydligt mer omfattande i public service-TV och framstår framförallt genom sin bredd i samhällsbevakningen som ett tydligt alternativ till kommersiell TV.

Partiska men rättvisa

Public service-TV:s valbevakning gynnar eller missgynnar alltid något parti eller politisk riktning. Men under de tio undersökta riksdagsvalen finns det ingen systematik i den partiskhet som förekommer – den drabbar alla partier.

Public service liksom nyhetsmedierna i allmänhet fungerar både som medspelare och motspelare till partierna; en roll som växlar från parti till parti och från val till val. Och eftersom medierna arbetar efter samma nyhetslogik innebär det att väljarna möter samma bild av valrörelsen oavsett vilket medium de tar del av. Det leder till att om ett parti hamnar i ett gynnsamt eller ogynnsamt opinionsklimat slår det igenom i alla medier.

Public service-TV och dagens nyhetsmedier är inte opartiska – de är bara partiska på ett sätt som drabbar alla.

Kan då en sådan bevakning betraktas som rättvis?

Min slutsats är – sett i ett övergripande och långsiktigt perspektiv – att bevakningen i public service-TV till övervägande delen varit rättvis eftersom det är sällsynt att den faktiska partiskhet som existerar kan betraktas som oskälig.

Då ett parti klart har missgynnats kan det nästan alltid föras tillbaka till egna tillkortakommanden och då ett parti har gynnats har det oftast sin bakgrund i partiets egna förtjänster.

Rättvisa i folkomröstningar

Opartiskheten i public service är mer uttalad i folkomröstningar än i riksdagsval – när det gäller exponeringen av de politiska alternativen. Under EU-omröstningen 1994 och euroomröstningen 2003 fick ja-sidan och nej-sidan lika stor uppmärksamhet. Och den urvalsprincip som valdes för de tre linjerna i kärnkraftsomröstningen 1980 innebar att inte någon av linjerna på ett oskäligt sätt gynnades eller missgynnades.

Public service-TV:s nyhetsbevakning av 1994 års omröstning, som i övervägande grad gav en positiv bild av ett EU-medlemskap, skiljde sig dock betydligt från 2003 års omröstning som i övervägande grad gav en negativ bild av euro-förespråkarna som aktörer.

Nyhetsbevakningen i public service skiljde sig emellertid inte i det avseendet från den bild som gavs i pressen utan avspeglade därför troligen mera den debatt som fördes under de båda folkomröstningarna än en tendens hos medierna.

Under folkomröstningskampanjer är dagspressens nyhetsbevakning förhållandevis mer partisk än under riksdagsval. Bevakningen i public service-TV framstår därför som ännu mer betydelsefull i folkomröstningar eftersom det är främst där som medborgarna finner och kan ta del av en opartisk valbevakning.

Har då public service-TV:s bevakning varit rättvis?

Även om de tre folkomröstningarna till sin karaktär skiljer sig åt måste slutsatsen bli att bevakningen sett i ett övergripande perspektiv varit rättvis i den meningen att den faktiska partiskhet som förekommit inte – med något undantag – kunnat betraktas som oskälig eftersom den kunnat föras tillbaka till omständigheter under vilken bevakningen har ägt rum.

Bra information i folkomröstningar

Public service-TV:s bevakning av de tre folkomröstningarna var mycket omfattande. Visserligen innehåller dagspressens nyhetsrapportering generellt sett mer beslutsrelevant information än nyhetsprogrammen i public service, men public service-TV:s utbud av valprogram (utfrågningar, debatter och faktaprogram) har å andra sidan ett mycket stort informationsvärde.

Under folkomröstningskampanjernas fyra sista veckor kunde den som tittade på public service-TV:s utbud av valprogram tillsammans med ett av nyhetsprogrammen ta del av ungefär samma mängd beslutsrelevant information som den som läste allt som sammantaget skrevs i landets största morgontidning och största kvällstidning.

Public service-TV:s särskilda valprogram har inte enbart ett stort informationsvärde. De uppvisar också stor informativitet; man får ut mycket information i förhållande till den tid man ägnar mediet.

Var då medierna och public service-TV informativa – gav de väljarna bra information?

Min slutsats är att public service-TV väl uppfyllde de krav som från normativa demokratiska utgångspunkter kan ställas på programföretaget som informationsförmedlare. Televisionen framstår på hela taget som ett bra informationsmedium i samtliga tre folkomröstningar. Framförallt därför att den når väljare som inte är så intresserade eller så insatta i politik.

Vårt offentliga rum

Public service-TV ska i sin programverksamhet erbjuda ett programutbud som ”marknaden” inte är intresserad av eller förmår ge tv-publiken. Public service-TV ska erbjuda mångfald och ett programutbud där kultur och demokrati intar en särställning och vara ett tydligt alternativ till kommersiell TV. Det är så public service-TV ska fungera som vårt kanske viktigaste offentliga rum.

Min samlade bedömning är att svensk public service-TV i stor utsträckning uppfyller kraven på att vara ett alternativ till kommersiell TV genom att erbjuda tittarna ett programutbud som aldrig eller mycket sällan finns representerade i andra tv-kanaler.

SVT1 och SVT2 uppfyller krav som kan ställas på ett mångsidigt programutbud. Det gäller balansen mellan information och underhållning, det gäller det inhemska utbudets ställning och det gäller bredd och variation. Samhällsbevakningen och kulturutbudet är omfattande och det svenska språket har en stark ställning inom alla programgenrer.

De nyttillkommande kanalerna har inte enbart kraftigt ökat utan också breddat utbudet och tillfört nya programgenrer och gett barn i Sverige en egen public service-kanal. Och bevakningen av de politiska valen under de senaste decennierna har varit rättvis – i så måtto att inget parti eller åsiktsriktning oskäligt eller systematiskt har missgynnats eller gynnats.

Men granskningen visar också att vissa public servicekrav tillgodoses sämre eller uppfylls i mindre grad än tidigare. I ett public serviceperspektiv är det bekymmersamt att den genremässiga mångfalden trendmässigt

minskar. Det gäller särskilt programvariationen. Bredden i SVT:s huvudkanaler har med andra ord minskat samtidigt som det totala utbudet har ökat.

Andelen svenska program minskar också trendmässigt, även om minskningen har avtagit under senare år, framförallt genom att stort utrymme har getts åt samhällsinformerande program med lång sändningstid. Det svenska utbudet dominerar dock fortfarande starkt i public service-TV och skiljer sig markant från kommersiell TV.

Det finns heller inget som talar för att public service har amerikaniserats – snarare har utvecklingen gått i motsatt riktning. Däremot är program från stora europeiska kulturländer fortfarande sällsynta, även om inslaget av nordiska produktioner ökat kraftigt.

Nyhetsverksamhetens ställning i public service-TV har generellt sett inte märkbart försvagats. Men det som kan ses som ryggraden – rapporteringen av inrikes- och utrikesnyheter på kvällstid – har förlorat terräng. Även om programföretaget ur ett publikperspektiv kan finna skäl för en sådan utveckling kan det svårigen motiveras sett i ett public service-perspektiv.

Det gäller även den påtagliga underrapporteringen av det ekonomiska området i vad som måste betraktas som Sveriges största nyhetsmedium; det finns inga särskilda ekonominyhetsprogram eller serier av faktaprogram inriktade på svensk samhällsekonomi. Det torde Sveriges Television vara ensam om bland större svenska nyhetsmedier.

Bevakningen av de politiska valen har i huvudsak varit rättvis och informativ.

Även om det i varje val och folkomröstning funnits skäl till kritiska synpunkter är det endast vid enstaka tillfällen då rapporteringen brustit när det gäller kraven på opartiskhet. Det gällde i 1979 års valrörelse då både Rapport och Aktuellt oskäligt gynnade de borgerliga och missgynnade socialdemokraterna. Och det gällde i euro-omröstningen 2003 då Aktuellt tog på sig en utjämnande roll i rättvisans namn som innebar att programmet på ett oskäligt sätt kom att gynna nej-sidan och missgynna ja-sidan.

Även om det sålunda finns brister och problematiska inslag i hur public service-uppdraget har uppfyllts så har Sveriges Television sett i ett långsiktigt och övergripande perspektiv i stor utsträckning klarat av det som public serviceverksamheten mycket handlar om: att väga två intressen mot varandra – samhällsintresset och publikintresset.

Min bedömning är alltså att svensk public service-TV framgångsrikt har lyckats med denna svåra balansakt.¹ Men innebär det att public service-TV kan ses som vårt viktigaste offentliga rum – som bokens undertitel antyder?

Det är uppenbart att den digitala revolutionen och de sociala mediernas starka expansion inneburit att public service-TV har förlorat lite av sin särställning.

Våra traditionella medier och sociala medier är visserligen inte det samma som ett samhälles offentlighet. Men ur ett medborgarperspektiv framstår medier som den viktigaste publika offentligheten. Det är främst genom medierna som medborgarna möter sina makthavare. Och i det avseendet är public service-TV fortfarande kanske den viktigaste publika offentligheten.

Problemet är att det i allt mindre grad har blivit vårt gemensamma rum. Public service-TV framstår på det hela taget som rätt möblerat – om än inte lika välbesökt som tidigare.

1 Efter att jag på nytt har tagit del av det drygt trettiotal artiklar på DN Debatt och i andra medier där jag under årens lopp i ett eller annat sammanhang tagit upp public service märker jag att jag med åren verkar ha blivit bra mycket snällare. Till en del ligger det i sakens natur – debattartiklar är ju främst inriktade på resultat som kan utsättas för kritik. Men det beror också på att de i huvudsak kritiska debattartiklarna tog fasta på specifika undersökningar av hur utbudet såg ut under ett visst programår eller i ett visst val. Den kritik som då fördes fram uppfattar jag därför inte som missriktad. Och egentligen finns det ingen motsättning mellan de kritiska slutsatser som de årliga tv-utbudsundersökningarna och medievalsundersökningarna gav upphov till och de slutsatser som en sammanfattande, långsiktig och övergripande studie kan ge.

Kapitel 16

Framtiden – publiken och politiken

Sveriges Television har sett i ett långsiktigt och övergripande perspektiv i stora drag uppfyllt sitt public service-uppdrag. Men hur ser framtiden ut? Kommer public service-TV också framöver att spela samma centrala roll som samhällets offentlighet?

Framtiden för public service-TV bestäms självfallet av många olika omständigheter. Två förhållanden framstår dock för mig som helt avgörande: förankringen hos publiken – och politiken.

Publiken

I samband med att den första utbudsundersökningen 1998 skisserade jag två framtidsscenarior för Sveriges Television. Om TV4 lämnade sin mittposition och gick i mer uttalad kommersiell riktning skulle SVT för att inte förlora tittare tvingas följa med TV4 och kommersialiseras. Om SVT däremot inte följde med TV4 i kampen om tv-publiken skulle SVT förlora tittare och marginaliseras.¹

Det första framtidsscenarioet har visat sig inte stämma – public service-TV har som vi här kunnat visa inte gått i kommersiell riktning. Stämmer då mitt andra scenario – har Sveriges Television marginaliserats?

I dagens medielandskap är det avsevärt mer komplicerat än det var 1998 att undersöka vilken ställning public service-TV har hos svenska tittare. Förutom traditionella plattformar, finns internetdistribuerad rörlig bild, webbplattformar, nedladdat och mobil-TV. Internet fanns visserligen 1998 men det hade inte till närmelsevis samma betydelse som idag.

Under perioden 1998-2016 har det som MMS kallar traditionellt distribuerad television inte helt överraskande tappat mark. Räckvidden (hur många som under en dag sett minst fem sammanhängande minuter) har minskat från 76 procent 1998 till 64 procent 2016. Det är en mycket kraftig men knappast dramatisk nedgång.

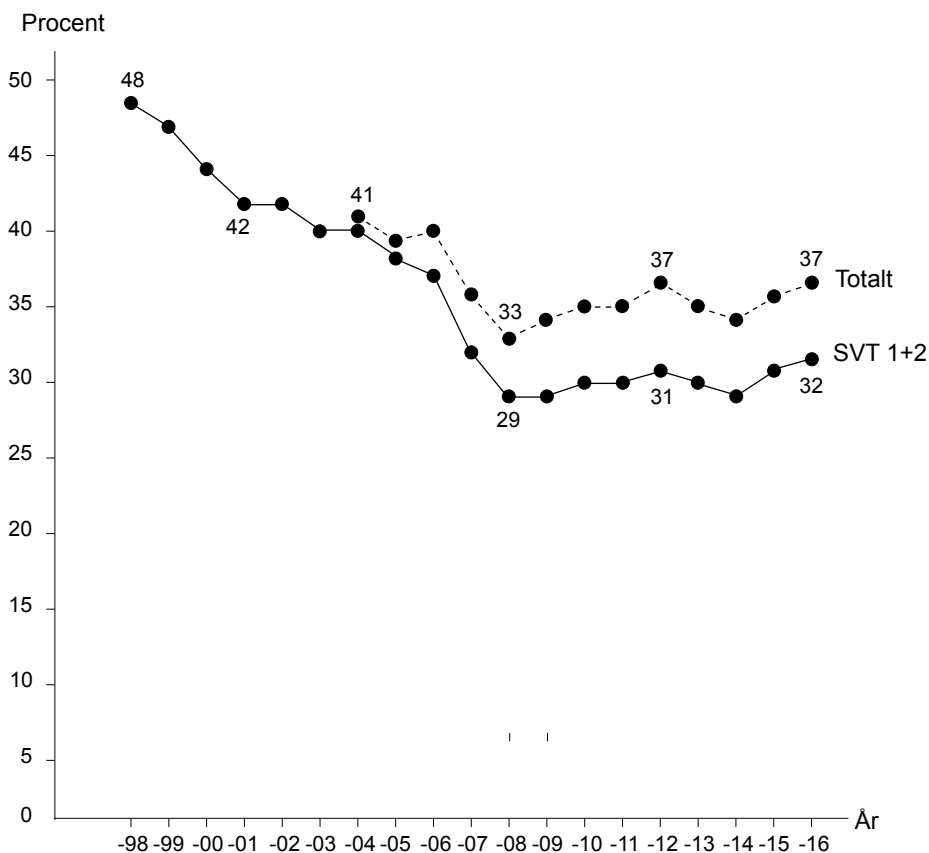
Och ser vi till den tid som tittarna under en dag i genomsnitt tittar på traditionell TV uppgick den enligt MMS till 144 minuter 1998 och 148

1 Mitt syfte med framtidsscenariorna var att påvisa TV4:s nyckelroll i det svenska tv-systemet; att det var viktigt att TV4 (skulle ha sådana villkor) att de innehållsligt som det ursprungligen var tänkt skulle ligga ”mellan” SVT och de mer kommersiella TV3 och Kanal 5. Om TV4:s mittposition övergavs skulle det alltså kunna leda till att SVT antingen kommersialiserades eller marginaliserades. Det var alltså omsorgen om public service-TV:s framtida programprofil (inte omsorgen om TV4:s villkor) som låg bakom framtidsscenariorna.

minuter 2016. Tiden vi ägnar åt vanlig TV har alltså inte minskat – under åren kring 2010 var dock tiden ännu längre kring 166 minuter. Till detta kommer webb-TV som MMS försökt mäta sedan 2012 och uppskattar att tittandet mer än tredubblats mellan 2012 och 2016.

Räckvidden för traditionellt distribuerad TV har minskat, men inte den tid vi tittar på TV. Internetdistribuerad rörlig bild har däremot ökat dramatiskt, medan traditionell distribuerad television har förlorat terräng och tablå-tittande har i stor omfattning ändrats till icke-linjärt webb-tv-tittande. Men själva ”TV-apparaten” har bland annat genom strömnings-tjänsternas tillkomst fortfarande en stark, kanske till och med en starkare ställning än 1998.

Figur 16.1 Public service-TVs tittartidsandel – utvecklingen 1998-2016 (procent).



Kommentar: Den streckade linjen visar det bidrag som Kunskapskanalen, Barnkanalen och SVT24 har gett det totala tittandet på public service-TV.

Det är mot denna föränderliga bakgrund som public service-TV:s förankring hos tv-publiken skall ses. Det vanligaste måttet på vilken ställning en tv-kanal har hos tittarna är hur stor andel som ser på kanalen. Hur public service-TV:s ”marknadsandel”, tittartidsandel, har utvecklats mellan 1998 och 2016 presenteras i *figur 16.1*. Den heldragna linjen står för SVT1 och SVT2 sammantaget och den streckade linjen står för det tillskott som tittandet på Kunskapskanalen, Barnkanalen och SVT24 har gett (2004-2016).

För SVT1 och SVT2 sker det en mycket kraftig nedgång under periodens första tio år – nästan 20 procentenheter mellan 1998 och 2008 (från 48 till 29 procent). Men efter de första tio årens nedgång har tittartidsandelen under de följande åtta åren legat på ungefär samma nivå – kring 30 procent och däröver. Till detta kommer de nytilkommande kanalerna som under de senaste tio åren sammantaget konstant haft en tittartidsandel på ca 5 procent.

I jämförelse med 1998 har alltså public service-TV:s ställning hos tv-publiken kraftigt försvagats. Men efter digitaliseringens slutförande 2008 har det inte skett någon försvagning; public service-TV har därefter under alla år ”lagt beslag på” gott och väl en tredjedel av den tid som landets befolkning ägnar sig åt att titta på traditionell TV.

Om vi till detta lägger webb-TV tyder utvecklingen på att public service-TV stärkt sin ställning, i varje fall i förhållande till TV3, TV4 och Kanal 5. Det framgår av *tabell 16.1* som visar hur tittandet enligt MMS på kanalernas webb-tv har utvecklats under åren 2012-2016.

Tabell 16.1 Webb-TV – public service-TV:s tittartidsandel. Utvecklingen 2012-2016.

	2012	2013	2014	2015	2016	Ökning/ minskning
SVT	46	67	57	64	66	+20
TV4	28	17	21	23	22	-6
TV3/MTG	17	10	16	9	7	-10
Kanal 5/SBS	9	6	6	4	5	-4
	100	100	100	100	100	

SVT:s webb-TV har haft en dominerande ställning under alla år, men har även över tid förstärkts kraftigt – och stod 2016 för ungefär två tredjedelar av tittandet. Samtliga andra kanalers webb-tjänsters tittartidsandelar har under samma period minskat.

Public service-TV är naturligtvis inte utan problem; svaga på unga tittare, en kraftig överrepresentation av äldre och ett vikande nyhetstittande. Men även om utbudet av rörlig bild genom internet har mångdubblats sedan 1998 och traditionellt distribuerad television inte spelar en lika central roll i det digitaliserade medielandskapet har public service-TV fortfarande en i många avseenden överraskande stark ställning hos tv-tittarna.

Det gäller inte minst det stora förtroende som svenska folket har för public service-medierna. Sveriges Radio och Sveriges Television kommer nästan alltid högst upp i SOM-institutets årliga förtroendemätningar.

Det andra framtidsscenarioet som jag skisserade 1998 stämmer alltså inte heller. Sveriges Television har inte marginaliserats trots (eller tack vare) att de hållit fast vid sin public service-profil.

Det är läget idag (2016-2017) – men medielandskapet förändras snabbt. Är en tittartidsandel under kommande år kring 30 procent helt realistisk? Och var går i så fall gränsen för att vi skall kunna säga att public service-TV har en stark förankring hos tv-publiken? Det kanske är så att marginaliseringen ännu inte inträffat – det andra framtidsscenarioet kan ju fortfarande stämma.

Det kan vi naturligtvis inte veta. Det enda vi vet idag är att public service-TV i sin programverksamhet hitintills framgångsrikt lyckats balansera ett samhällsintresse (uppfyllt sitt public service-uppdrag) mot ett publikintresse (fortfarande en förhållandevis stark ställning hos tv-publiken).

Politiken

Public service är inte längre en starkt partiskiljande fråga och kan därför i dagsläget sägas ha en stark förankring hos både publiken och politiken.²

Politikernas uppgift är något förenklat att (1) se till att public service lever upp till sitt uppdrag, och (2) se till att public service-mediernas verksamhet är förenlig med en kommersiellt fungerande mediemarknad.

Någon partipolitisk initierad debatt som starkt ifrågasatt om public service lever upp till sitt uppdrag har knappast förekommit i Sverige, till skillnad från exempelvis Danmark och andra länder. En anledning som ligger nära till hands kan vara – som vi här har kunnat visa – att programverksamheten under årens lopp på det hela taget uppfyllt de krav som ställs i sändningstillstånden. En förklaring är troligen också att det för politiker är besvärande att kritisera medier, i synnerhet public service.

2 Public service har nog också tidigare varit förankrat i politiken, men inte lika starkt som under 2000-talet. SR/SVT har i varje fall inte varit lika utsatta för politiska påtryckningar som under tidigare decennier om man skall tro tidigare TV-chefer (Rydbeck 1990; Hansson 1998; Nilsson 2013).

När det gäller frågor som rör public services marknadsstörande effekter har de politiska partierna inte heller varit särskilt engagerade. Utredningar har gjorts och Myndigheten för press, radio och tv har som tidigare nämnts utrett frågan och kommit fram till slutsatsen att public service-TV inte otillbörligt snedvrider konkurrensen.

De kommersiella etermedieföretagen har inte överraskande en annan uppfattning. Men även representanter för dagspressen har under senare år ifrågasatt public service-företagens expansion på nätet och den negativa påverkan det har på den lokala dagspressen. Det är alltså främst kommersiella intressenter som uppmärksammat public service-mediernas marknadspåverkan, inte politiker.

Men frågan är om politikernas undflyende attityd i längden är hållbar.

I en monopolsituation är public service-medier som offentligt åtagande föga problematiskt. Men när trängseln i etern inte längre legitimerar offentligt finansierade och reglerade programföretag måste det enligt min mening till andra argument för att motivera varför public service-medier även fortsatt bör vara ett offentligt åtagande.

En omistlig samhällsinstitution

Den distinktion jag här gjort mellan public service som institution och public service som innehåll är enligt min uppfattning grundläggande. Den föreliggande utvärderingen har dock helt inriktats på programverksamheten – inte på public service-TV som institution.

Avslutningsvis vill jag ändå med utgångspunkt ifrån det som jag menar är public service-institutionens tre särskilda kännetecken peka på det som motiverar och legitimerar public service-medier som ett offentligt åtagande – och i samband med det belysa en del av de problem som public service-TV som institution står inför.

En oberoende institution. I ett samhälle finns det enligt min uppfattning ett egenvärde i en oberoende medieinstitution Och det finns anledning att tro att medborgarna också sätter ett värde i detta.

Men oberoendet måste specificeras. Även om det går för långt att tala om public service-TV som en statstelevision är den som institution självfallet beroende av staten.³ Programföretagen är offentligt finansierade och verkar under villkor som fastställs av riksdag och regering. Public service som institution är och kan inte heller som ett offentligt åtagande vara oberoende av staten, men public service som innehåll, programverksamheten,

³ Möjligen kan public service oberoende gentemot staten rent allmänt liknas med det som enligt Wilhelm von Humboldt utmärker "fria universitet": staten får inte fordra något som omedelbart har beröring med staten själv.

kan och ska däremot präglas av oberoende och stå självständig i förhållande till staten (som också framhålls i sändningstillstånden).

Det som kanske tydligast visar public service-institutionens beroende av staten är finansieringen. Den har under årens lopp varit föremål för flera statliga utredningar – och ytterligare är på gång. Ett viktigt argument för dem som förespråkar det nuvarande finansieringssystemet är att det genom sin konstruktion garanterar ett visst oberoende gentemot staten. Det är möjligt, men frågan är om det ur både ekonomiska och tekniska synpunkter är ett hållbart system i framtiden.

Finansiering genom reklam (med risker för kommersiell styrning) och direkt finansiering över statsbudgeten (med risker för politisk styrning) torde vara uteslutna som alternativ. Även i framtiden kommer det därför med största säkerhet att handla om någon form av avgiftsfinansiering. Ett förslag som framförts i debatten är att det införs en ”public service-avgift” i likhet med den begravningsavgift som alla folkbokförda i landet är med om att betala.

Programföretagen har vad jag förstår uppfattat att en ”public service-avgift” innebär ett ökat beroende av staten än den nuvarande TV-avgiften och att det som kan uppfattas som en i varje fall symbolisk koppling mellan programföretagen och deras publik försvinner. Det är möjligt, men det är svårt att se att ett införande av en ”public service-avgift” förvandlar SVT till en ”statstelevision”.

En ”public service-avgift” (förtryckt på deklaraionsblanketten) uppväger enligt min mening många av de brister det nuvarande finansieringssystem har. Det är robust och man slipper en ofruktbar teknisk diskussion som alltid i efterhand visar sig vara föråldrad. Den är rättvis i den mening att ingen kan smita från avgiften. Dessutom har den fördelar ur fördelningssynpunkt – i dag betalar välbärgade hushåll med många ”apparater” samma avgift som en ensamstående pensionär.

Ett förändrat finansieringssystem behöver inte nödvändigtvis öka public service-institutionens beroende av staten. Däremot är det – sett i ett självständighetsperspektiv – ett större problem att public service-företagen, som Hans-Gunnar Axberger (2017) framhållit, har ”en anmärkningsvärt oklar konstitutionell ställning”.

I dag kommer hotet mot public service-mediernas oberoende inte från staten. Det kommer från globala amerikanska storföretag som Google, Youtube, Facebook, Instagram och Twitter. Public service-företagen lever mer eller mindre i symbios med de sociala medierna. SVT är exempelvis den mest aktiva levrantören av innehåll till Facebook och driver 60 officiella Facebook-grupper (DN Debatt 9/2 2017).

Public service-medierna och Facebook, You Tube och andra sociala medier har i ökande grad blivit beroende av varandra. Det ömsesidiga bero-

endet kan ses som byteshandel. SVT ”kontrollerar” innehåll och har ”intresse” av att få det distribuerat, sociala medier ”kontrollerar” distribution och har ”intresse” av innehåll.

Resultatet av byteshandeln blir att SVT kan nå fler tittare och att sociala medier får tillgång till ett attraktivt innehåll (som de själva inte tillhandahåller). Även om det inte är självklart vem som ”tjänar” mest på byteshandeln – så torde det i ekonomiska termer vara mest lönsamt för de sociala medieföretagens ägare.

Det är naivt att tro att denna typ av byteshandel inte påverkar public service-institutionens oberoende. Public service-företagen gör sig exempelvis beroende av kommersiella aktörer för distributionen av sitt eget innehåll (som de sociala medierna dessutom tjänar pengar på). Det innebär också en risk att public service-företagen förlorar kontrollen över det egna innehållet. Gränsen mellan public service och kommersiella aktörer som Facebook, Youtube och andra sociala medier blir oklar.

Public services ökande beroende av sociala medier blir ju inte heller bättre av att det får konsekvenser för det svenska mediasystemet i sin helhet genom att byteshandeln ekonomiskt gynnar vinstdrivande amerikanska jätteföretag på bekostnad av svensk dagspress – en utveckling som hotar en central del av vår demokratiska infrastruktur.

En publik institution. En andra egenskap som utmärker en public service-institution är att den är publik; att den utan inskränkningar är öppen och tillgänglig för hela befolkningen. Det publika är grundläggande för public service-tanken.

Digitaliseringen har dock något paradoxalt fört med sig att det publika har inskränkts. För att kunna ta del av de tjänster som erbjuds krävs det att man har tillgång till dator och numera även smartphones. Dessutom behöver man ha kunskaper så att man kan ladda ner appar eller ”hänga med” när man hänvisas till Facebook, Youtube eller andra sociala medier. Och i pågående program kan man ofta hänvisas till nätet om man vill ta del av ”hela intervjun” eller till material som enbart finns på nätet.

På så vis har public service och det digitaliserade medielandskapet onekligen berikat och öppnat upp nya världar för många av oss – men det har samtidigt inneburit inskränkningar för andra, viktiga publikgrupper.

Det finns naturligtvis inget enkelt svar på hur public service-TV skall förhålla sig till digitaliseringen och de sociala mediernas ökande betydelse – och den påverkan det har på public service som en oberoende och publik institution i samhället. Det är ju så här dagens och framtidens medielandskap ser ut; det är de förutsättningar som gäller och som public service-medierna måste förhålla sig till – och som vi som publik både har stor nytta och glädje av.

Public service har väl knappast något annat alternativ än att följa med i utvecklingen. Eller?

Möjligen kan man önska sig – att programföretag och politiker – inte har en så oproblematiske för att inte säga naiv syn på den inverkan som de sociala medierna har på public service-mediernas oberoende och de inskränkningar som digitaliseringen faktiskt innebär för en stor del av deras publik.

Ett särskilt uppdrag. Alla samhällsinstitutioner har i någon mening ett ändamål, ett uppdrag. Public service-TV:s uppdrag föreskrivs i första hand i deras sändningstillstånd.

Vad som ytterst motiverar public service som ett offentligt åtagande tas sällan upp i officiella dokument eller överhuvudtaget i politiken, i varje fall inte särskilt ingående. ”Det svenska synsättet” på public service har något tillspetsat inte förändrats på något avgörande sätt sedan 1960 års radioutredning lade fram sitt betänkande *Radions och televisionens framtid i Sverige* (SOU 1965:20).⁴

I utredningen framhålls att statsmakterna i Sverige alltid hållit fast vid ”att radion och senare televisionen skall behandlas som en ”public service”, en offentlig nytthet” (s 160). Men utredningen nöjer sig inte med det utan går vidare och introducerar med brittisk förebild uttrycket ”en radio och TV i allmänhetens tjänst” och ger det innebörden: ”En radio och TV av detta slag har till uppgift att tjäna samhällets intressen och publikens önskemål” (s 160).

Det heter vidare i utredningen att public service-medierna ”verkar i samhällets intresse genom att på olika sätt hålla medborgarna väl informerade” och har ”i publikens intresse att se till att så många av dess önskemål som möjligt tillgodoses” (s 160).

Utredningen tar väl egentligen inte ställning till vad som väger tyngst, men formuleringarna och den vikt som betänkandet i övrigt ger publikens önskemål och det sätt man valde att översätta det ursprungliga engelska uttrycket ”public service” visar att publikens intresse, önskemål, tillmäts ett mycket stort värde (se kapitel 2). En radio och tv i allmänhetens tjänst har i Sverige på så sätt närmast kommit att bli synonymt med en radio och TV i publikens tjänst.

I en monopolsituation med den unika ställning som etermedierna då hade genom sin räckvidd, genomslagskraft och officiösa framtoning är den starka tonvikten vid publikens önskemål inte svår att förstå. Det fanns ju inga alternativ ”i etern” som lyssnarna och tittarna kunde vända sig till och publikens betalningsvilja gav ju den ekonomiska grunden inte bara för programverksamheten utan också för etermediernas utbyggnad.

⁴ Utredningen har främst haft ”innehållslig” betydelse för public service-tanken, men var i övrigt ganska misslyckad. I stort sett inga av de ”organisatoriska” förslag som föreslogs genomfördes.

Men så ser det ju inte ut idag. Dagens medielandskap är helt annorlunda med ett överflöd av både information och underhållning såväl i traditionella medier, som press, radio och tv, och på nätet. Och ”trängsel i etern” kan knappast längre användas som ”räddningsplanka” för public service (Axberger 2017).

Varför ska då public service i dagens digitala medielandskap ha särskilda privilegier och särbehandlas? Vad motiverar public service som ett offentlig åtagande?

Public service kan som 1960 års radioutredning framhöll (och som många forskare, bland annat Trine Syvertsen 1991, senare anslutit sig till) ges tre betydelser: (1) en allmän nyttighet (som posten), en verksamhet som står i (2) samhällets tjänst och i (3) publikens tjänst.

Idén om en public service i samhällets tjänst och en public service i publikens tjänst står inte nödvändigtvis i motsats till varandra. Däremot bör man enligt min mening ta ställning till vad som är överordnat. Det görs nästan aldrig – varken i internationella, nordiska eller i svenska officiella dokument. Det vanligaste är att public service definieras genom en uppräkningslista av en rad olika positiva egenskaper som anses utmärka just public service – ett bekvämt sätt att komma undan svåra avvägningar.

Public service-medier kan – i dagens medielandskap – enligt min uppfattning inte primärt ses som ett offentligt åtagande som står i tittarnas tjänst. Det är samhällsnyttan som ger public service dess legitimitet. Det innebär självfallet inte att tittarsiffror inte har någon betydelse. Som jag tidigare framhållit är en stark förankring hos publiken avgörande för vilken samhällsnytta public service har.

Driver man tesen att public service i dagens digitaliserade medielandskap först och främst står i publikens tjänst riskerar man att hamna i en återvändsgränd. Om man som jag betraktar public service som en omistlig samhällsinstitution är det ett mer hållbart argument att förankra public services legitimitet i samhällsnyttan och se publikintresset – ett brett och folkligt public service som något som på sikt bäst tjänar allmänintresset.

Referenser

Amsterdamprotokollet. 1997. EU:s ministerråd. *Official Journal C 340, 10/11 1997 P.0109.*

Asp, Kent. 1978. *Kungstorgsockupationen i Göteborg. Studier kring information och opinionsbildning.* Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, Nr 91.

Asp, Kent. 2007. "Mångfald och kvalitet. Public service-TV 1998-2006 – en utvärdering". Granskningsnämndens rapportserie – rapport nr 22.

Asp, Kent. 2010. "Nordens plats i en medialiserad värld – fyra nyhetshypoteser" i *Norden och världen. Perspektiv från forskningen om medier och kommunikation.* En bok tillägnad Ulla Carlsson. Göteborgs universitet.

Asp, Kent. 2014a. "Mediatization – Rethinking the Question of Media Power" i *Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Sciences.* De Gruyter Mouton.

Asp, Kent. 2014b. "News Media Logic in a New Institutional Perspective" i *Journalism Studies.* Vol 15 (3)

Asp, Kent. 2016. "Svenskt medieutbud 2015". *Myndigheten för press, radio och tv. Rapport.*

Asp, Kent & Johannes Bjerling. 2014. *Mediekratin – mediernas makt i svenska val.* Ekerlids Förlag.

Axberger, Hans-Gunnar. 2010. "Tv-granskning i tiden" i Mats Bergstrand (red) *Ålskade hatade 14 röster om TV.* TV4-Gruppen.

BBC. 2004. *Building public value. Reviewing the BBC for a digital world.*

Djerf-Pierre, Monika&Lennart Weibull. 2001. *Spegla, granska, tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet.* Prisma.

Donders, Karen&Hallvard Moe (eds). 2011. *Exporting the Public Value Test. The Regulation of Public Broadcasters' New Media Services Across Europe.* Nordicom.

Hadenius, Stig. 1998. *Kampen om monopolet. Sveriges radio och TV under 1900-talet.* Prisma.

Hansson, Oloph.1998. *Intresset ljuger aldrig. Studier om makten i och över Sveriges Radio.* Ekerlids Förlag.

Kringkastning i en digital framtid. 2007. Stortingsmelding nr 30.

- McQuail, Denis. 1992. *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. Sage.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory*. Sage.
- Nilsson, Sam. 2013. *Kalabaliken på Gärdet. En TV-chefs memoarer*. Atlantis.
- Public service de næste 10 år*. 2016. Rapport fra public service-udvalget. Kulturministeriet.
- Reith, John. 1924. *Broadcast over Britain*. Hodder and Stoughton.
- Rydbeck, Olof. 1990. *I maktens närhet. Diplomaten Radiochef FN-ämbetsman*. Bonniers.
- SOU 1965:20. *Radions och televisionens framtid i Sverige*
- SOU 2000:55. *Radio och TV i allmänhetens tjänst – ett beredningsunderlag*
- SOU 2005:1. *Radio och TV i allmänhetens tjänst. Riktlinjer för en ny tillståndsperiod*
- SOU 2008:64. *Kontinuitet och förändring*
- SOU 2012:59. *Nya villkor för public service*
- Syvetsen, Trini. 1991. ”Kringkasting i 1990-åra: Hvem er mest ”public service”?” i Carlsson, Ulla (red) *Medier, människor, samhälle*. Nordicom.
- Syvetsen, Trini. 1999. ”The Many Uses of the ”Public service” Concept” i *Nordicom Review:1*
- Söndergaard, Henrik. 1995. *Public service I danske fjernsyn – begreper, status og scenarier*. Rapport udgivet av Medieudvalget.
- Söndergaard, Henrik. 1996. ”Nordisk forskning i public service” i Hultén, Söndergaard&Carlsson (red) *Nordisk forskning om public service. Radio och tv i allmänhetens tjänst*. Nordicom.
- The media in a democratic Society*. 1994. Europarådet.
- Wormbs, Nina. 2011. ”Swedish Pre-screening of New Svices. Treading Lightly” i Donders, Karen&Hallvard Moe (eds). *Exporting the Public Value Test. The Regulation of Public Broadcasters’ New Media Services Across Europe*. Nordicom.

Publikationer från JMG

1. Weibull, Lennart (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm, Liber
2. Ohlsson, Anders (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International
3. Severinsson, Ronny (1994) *Tidningar i konkurrens. Dagstidningarnas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950–1985*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
4. Reimer, Bo (1994) *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm
5. Wallin, Ulf (1994) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
6. Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
7. Borden, William (1995) *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
8. Tassew, Admassu (1995) *Reporting a Pandemic. A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Dailies*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
9. Djerf-Pierre, Monika (1996) *Gröna nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetsändringar 1961–1994*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
10. Andersson Odén, Tomas (1996) *Principer på pränt. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
11. Melin-Higgins, Margareta (1996) *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
12. Elliot, Maria (1997) *Förtroendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet
13. Asp, Kent, Johansson, Bengt och Larsson, Larsåke (1997) *Nära ny-*

heter. Studier om kommunaljournalistik. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet

14. Carlsson, Ulla (1998) *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
15. Johansson, Bengt (1998) *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet
16. Wallin, Ulf (1998) *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet
17. Larsson, Larsåke (1998) *Nyheter i samspel. Studier i kommunjournalistik.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet
18. Weibull, Lennart och Wadbring, Ingela (red)(1998): *Publik och medier 1996/1997.* Särtryck av artiklar om medier ur SOM-rapporterna nr 18 och 19. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet
19. Lindstedt, Inger (1998) *'Till de unga, till dem som ämna bliva tidningsmän'.* Handböcker i journalistik. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
20. Dahlén, Peter (1999) *Från Vasaloppet till Sportextra. Radiosportens etablering och förgrening 1925–1995.* Stiftelsen Etermedierna i Sverige, Stockholm
21. Löfgren Nilsson, Monica (1999) *På Bladet, Kuriren och Allehandan. Om ideal och organiseringsprinciper i den redaktionella vardagen.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
22. Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (red)(2000) *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
23. Andersson Odén, Tomas (2000) *Skaraborgar'n och Spionen. Tidningar i Västra Götaland genom 250 år.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
24. Ghersetti, Marina (2000) *Sensationella berättelser. En studie av nyheter från Angola 1987 och om Prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

25. Örnebring, Henrik (2001) *TV-Parlamentet. Debattprogram i svensk TV 1956–1996*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
26. Andersson Odén, Tomas (2001) *Redaktionell policy. Om journalistikens mål och inriktning i svensk dagspress*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
27. Jansson, André (2001) *Image Culture: Media, Consumption and Everyday Life in Reflexive Modernity*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
28. Nilsson, Åsa och Severinsson, Ronny (2001) *Trender och traditioner i svensk morgonpress 1987–1999*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
29. Stål, Margareta (2002) *Signaturen Bansai. Ester Blenda Nordström – pennskaft och reporter i det tidiga 1900-talet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
30. Wadbring, Ingela; Weibull, Lennart och Bergström, Annika (red): (2002) *Efter Arbetet. Synen på nedläggningen och dess konsekvenser*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
31. Palm, Göran (2002) *I nationens och marknadens intresse. Journalister, nyhetskällor och EU-journalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
32. Wadbring, Ingela (2003) *En tidning i tiden? Metro och den svenska dagstidningsmarknaden*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
33. Wallin, Ulf (2003) *Utlandsbilden i landsortspressen. Före, under och efter kampen mellan TT och FLT*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
34. Rahbek, Per (2004) *Från centralstyrning till lokalradio. Produktion och distribution inom Radiotjänst och Sveriges Radio*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
35. Sundin, Ebba (2004) *Seriegubbar och terrorkrig. Barn och dagstidningar i ett förändrat medielandskap*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
36. Jönsson, Anna Maria (2004) *Samma nyheter eller likadana? Studier av mångfald i svenska TV-nyheter*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

37. Brune, Ylva (2004) *Nyheter från gränsen. Tre studier i journalistik om invandrare, flyktingar och rasistiskt våld*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
38. Fogelberg, Karin (2004) *Reportrar på plats. Studier av krigsjournalistik 1960-2001*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
39. Asp, Kent (2004) *Jordskredssegern. Medierna och folkomröstningen om euron*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
40. Bergström, Annika (2004) *nyhetsvanor.nu. Nyhetsanvändning på internet 1998-2003*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
41. Bergström, Annika, Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (2005) *Nypressat. Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet,
42. Andersson, Magnus (2006) *Hemmet och världen. Rumsliga perspektiv på medieanvändning*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
43. Johansson, Bengt (2006) *Efter valstugorna. Skandalstrategier och mediemakt*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2006
44. Edström, Maria (2006) *TV-rummets eliter. Föreställningar om kön och makt i fakta och fiktion*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
45. Viscovi, Dino (2006) *Marknaden som mönster och monster. Ekonomiska experter och nyheter om ekonomi i Rapport 1978-1998*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2006
46. Svensson, Anders (2007) *Från norra ståplats till cyberspace. En beskrivning av en diskussion på internet om ishockey utifrån ett offentlighetsperspektiv*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
47. Bengtsson, Stina (2007) *Mediernas vardagsrum. Om medieanvändning och moral i arbetslivet*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
48. Asp, Kent (red) (2007) *Den svenska journalistkåren*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

49. Sternvik, Josefine (2007) *I krympt kostym. Morgontidningarnas formförändring och dess konsekvenser*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
50. Grusell, Marie (2008) *Reklam – en objuden gäst? Allmänhetens uppfattningar om reklam i morgonpress och tv*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
51. Melin, Margareta (2008) *Gendered Journalism Cultures. Strategies and Tactics in the Fields of Journalism in Britain and Sweden*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
52. Englund, Liselotte (2008) *Katastrofens öga. En studie av journalisters arbete på olycksplats*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
53. Fredriksson, Magnus (2008) *Företags ansvar Marknadens retorik. En analys av företags strategiska kommunikation*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
54. Andersson Odén, Tomas; Gherseti, Marina & Wallin, Ulf (2009). *När hoten kommer nära. Fågelinfluensa och tuberkulos i svensk massmedierapportering*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
55. Andersson, Ulrika (2009) *Journalister och deras publik. Förhållningsätt bland svenska journalister*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
56. Monika Djerf-Pierre & Lennart Weibull (red.) (2009) *Ledarskap i framgångsrika tidningsföretag*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
57. Bjur, Jakob (2009) *Transforming Audiences. Patterns of Individualization in Television Viewing*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
58. Sandstig, Gabriella (2010) *Otrygghetens landskap. En kartläggning av otryggheten i stadsrummet och en analys av bakomliggande orsaker, med fokus på mediernas roll*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
59. Wiik, Jenny (2010) *Journalism in Transition. The Professional Identity of Swedish Journalists*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
60. Magnusson, Ann-Sofie (2010) *Bilden av psykiatriområdet. Nyhetsrapporteringen i Rapport 1980-2006*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.

61. Thorbjörn Broddason, Ullamaija Kivikuru, Birgitte Tufte, Lennart Weibull, Helge Östbye (red.) (2010) *Norden och världen. Perspektiv från forskningen om medier och kommunikation*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
62. Ghersetti Marina, Odén Tomas A. (2010) *Pandemin som kom av sig. Om svininfluensan i medier och opinion*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
63. Asp, Kent (2011) *Mediernas prestationer och betydelse*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
64. Westlund, Oscar (2012) *Cross-Media News Work. Sensemaking of the Mobile Media (R)evolution*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
65. Ohlsson, Jonas (2012) *The Practice of Newspaper Ownership. Fifty years of Control and Influence in the Swedish Local Press*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
66. Asp, Kent (red) (2012) *Svenska journalister 1989-2011*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
67. Bjerling, Johannes (2012) *The Personalisation of Swedish Politics. Party Leaders in the Election Coverage 1979-2010*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
68. Oxstrand, Barbro (2013) *Från MEDIA LITERACY till MEDIEKUNNIGHET. Lärares uppfattning och förståelse av begreppen mediekunnighet och IKT i skolan och deras syn på medieundervisning*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
69. Färdigh, Mathias A (2013) *What's the Use of a Free Media? The Role of Media in Curbing Corruption and Promoting Quality of Government*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
70. Jacobsson, Diana (2016) *Bruised by the Invisible Hand. A critical examination of journalistic representations and the naturalization of neoliberal ideology in times of industrial crisis*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
71. Zuiderveld, Maria (2017) *Battling the "Invisible nets". Gender in the fields of journalism in sub-Saharan Africa*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
72. Asp, Kent (2017) *Public service-TV – vårt offentliga rum. En utvärdering*. Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.