

Motion till riksdagen 2025/26:936

av **Jamal El-Haj (-)**

Mot en oligopolliknande marknad eller demokratisk mångfald

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att verka för en nationell utredning om mediekoncentrationens konsekvenser och förslag på åtgärder som stärker pluralism och oberoende i det svenska medielandskapet och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att driva på för ökade stödformer till oberoende och lokala medier som motvikt till de stora koncernernas dominans och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att värna journalisters suveränitet och ekonomiska oberoende, bl.a. genom att utreda nya stödformer och regelverk som minskar ägar- och annonsörsberoende, i syfte att stärka en demokratisk mångfald och motverka en oligopolliknande mediemarknad och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Den svenska mediemarknaden har under de senaste årtiondena utvecklats mot en allt tydligare oligopolliknande struktur där ett fåtal koncerner dominerar. På dagspressens område har antalet ägarbolag mer än halverats sedan 1990, samtidigt som Bonniers andel av omsättningen ökade från 28 procent 2014 till 46 procent 2022. Schibsted kontrollerar i sin tur stora delar av både kvälls- och morgonpressen genom Aftonbladet, Svenska Dagbladet och nyhetsappen Omni.

Samma mönster syns i tv. TV4, Sveriges största kommersiella nyhetskanal, ägs sedan 2025 av Schibsted, som därmed samlar dagspress, digitala plattformar och tv i en gemensam sfär. Viaplay Group är den största kommersiella tv-aktören sett till intäkter med cirka 18,6 miljarder kronor globalt 2023, varav 5,1 miljarder på den svenska

marknaden. SVT omsatte samma år 5,5 miljarder, medan TV4 låg på 5,2 miljarder. Ett fåtal aktörer delar alltså på både publik och intäkter.

Även radion är starkt koncentrerad. Sveriges Radio når ungefär hälften av befolkningen en genomsnittlig dag, medan den kommersiella radion i praktiken delas mellan två bolag, Bauer Media och Viaplay Group Radio.

Bonnier samlar samtidigt hundratusentals kunder i sitt digitala paket +Allt, medan Schibsted via Aftonbladet och Omni dominerar stora delar av nyhetskonsumtionen online. Tre fjärdedelar av de digitala reklaminvesteringarna i Sverige går dessutom till globala jättar som Google, Meta, Youtube och Tiktok. Det innebär att de svenska mediehusen inte bara är starka i sig själva, utan också beroende av internationella plattformar de inte kan kontrollera.

Utvecklingen har inte skett av en slump, utan genom en lång rad förvärv och strukturförändringar. Bonnier köpte 2019 Mittmedia med 28 lokaltidningar, bland annat Östersunds-Posten och Sundsvalls Tidning. Året därpå gick Bonnier och norska Amedia samman för att förvärva Hall Media, som bland annat omfattade Jönköpings-Posten. NTM-koncernen har på liknande sätt vuxit genom uppköp av Eskilstuna-Kuriren och Norran. På västkusten tog Polaris Media och dess partners över Stampenkoncernen, inklusive Göteborgs-Posten. När Schibsted 2025 köpte TV4 och finska MTV från Telia knöts press, digitala medier och kommersiell tv ihop under samma ägare. Sammantaget har denna serie av förvärv och omstruktureringar förvandlat en tidigare mångfacetterad marknad till en scen där ett fåtal sfärer styr dagspress, tv, radio och digitala plattformar. Den mångfald som på ytan finns kvar, med många titlar och kanaler, döljer i själva verket en verklighet där makten koncentreras till några få ägare.

Journalistförbundet har länge varnat för konsekvenserna av denna utveckling. Redan för tio år sedan påpekade dåvarande ordföranden Agneta Lindblom Hulthén att den största faran inte är direkta påbud från ägarna, utan att de rekryterar chefer som delar deras värderingar. Det är en mer subtil påverkan som kan prägla hela redaktioner, vad som prioriteras, nedtonas eller inte ens ställs som frågor.

Många reportrar vittnar om oro för självcensur och förlorad lokal förankring. När flera tidningar i samma region hamnar under ett paraply minskar utrymmet för en mångfald av röster. Annonsberoende och ägarintressen riskerar att påverka vad som granskas eller inte granskas. Självcensuren kan innebära att granskningar av koncernens egna affärer aldrig blir av, eller att känsliga frågor om viktiga annonsörer tonas ner.

Den nuvarande ordföranden Ulrika Hyllert har intagit en mer pragmatisk linje. Hon menar att koncentrationen visserligen är problematisk, men att alternativet – en omfattande tidningsdöd – vore värre. Enligt Hyllert handlar det om ett val mellan två dåliga lösningar: färre ägare, eller inga tidningar alls på många orter.

Förbundet markerade dock tydligt i sitt remissvar 2025 på regeringens genomförande av den europeiska mediefrihetsförordningen, EMFA. Man avstyrkte förslaget att Konkursverket skulle luta sig mot Mediemyndighetens bedömningar av mediekoncentration. Argumentet var att Sverige som litet språkområde har särskilda förutsättningar och att frågan därför kräver en egen utredning. Oro uttrycktes också för att EMFA-reglerna riskerar att bli tandlösa och inte faktiskt påverka pluralismen.

Journalistikens kärna är mångfald och pluralism. När samma koncern äger både lokaltidningar, rikstidningar, tv-kanaler och digitala plattformar blir rösterna färre och mer samstämmiga. Ägarnas värderingar sipprar ner genom rekryteringar, resursfördelning och prioriteringar. För journalister märks detta i vardagen: färre kollegor på ortsredaktionerna, ökade krav på centralisering och mer mallstyrda arbetsmetoder.

Resultatet kan bli en journalistik som liknar en produktionslinje snarare än samhällsgranskning. Rädslan är att det fria ordet ska malas ner till ett likformigt erbjudande, där vinstintresse och kostnadseffektivitet prioriteras framför det demokratiska uppdraget.

När Schibsted äger både TV4 och Aftonbladet, eller när Bonnier News Local samlar tiotals lokaltidningar under ett paraply, måste vi fråga oss vem som granskar ägarna själva. Om de som granskar makten också är makten, är demokratin inte längre trygg.

Mediekoncentration är inte bara ett marknadsproblem, utan i högsta grad en demokratifråga. Yttrandefriheten förutsätter att medborgarna har tillgång till många oberoende källor. Journalisternas oro handlar därför inte bara om arbetsvillkor, utan om att kritiska frågor riskerar att inte ställas. När samma ägare styr stora delar av både press, tv och digitala plattformar uppstår en risk för självcensur. Det behövs inga uttalade order från toppen, det räcker att redaktionerna förstår vilka frågor som kan krocka med ägarens intressen eller hota koncernens annonsaffärer.

Effekten blir en tyst filtermekanism där det fria ordet begränsas, inte av lagar, utan av ekonomiska och organisatoriska lojaliteter. Koncentrationen påverkar dessutom politiken. När en handfull koncerner formar dagordningen kan de påverka opinion och beslutsfattare på ett sätt som små, oberoende medier aldrig kan. Här uppstår risken för en djupare obalans i demokratin där näringslivets intressen börjar sätta agendan för politiken.

Näringslivets inflytande över politiken är farligt. När samma aktörer som dominerar nyhetsflödet också är ekonomiska maktcentra riskerar det offentliga samtalet att domineras av särintressen. Vi står vid ett vägskäl. Antingen accepterar vi att den svenska mediemarknaden i praktiken styrs av ett fåtal koncerner, eller så utvecklar vi nya modeller för att garantera pluralism.

Jamal El-Haj (-)