

Motion till riksdagen 2008/09:Kr325

av **Tomas Tobé (m)**

Public service i det nya medielandskapet

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om public service.

Motivering

En av de viktigaste framtidsutmaningarna för public service är att fylla begreppet med ett relevant och reellt värde som ligger i linje med förutsättningarna i det nya medielandskapet. Detta är angeläget för att public service ska bibehålla ett kvalitativt utbud samtidigt som det skapas en sund konkurrenssituation.

I regeringsdirektivet till den nyligen avlämnade public service-utredningen stod att ”för radio och TV i allmänhetens tjänst är det särskilt viktigt att slå vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset och som är kvalitativt eller kvantitativt underrepresenterade hos de kommersiella aktörerna”. Det är en bra utgångspunkt för var tonvikten i public service-uppdraget borde ligga men det är tveksamt om detta verkligen gäller idag.

Den nuvarande utvecklingen går faktiskt delvis i motsatt riktning. Det är exempelvis uppenbart att minoritetsfaktaprogram, olika typer av gestaltande kulturprogram och ungdomsprogram helt har försvunnit från SVT:s tablåer sedan år 2006.

För att säkerställa att framtidens public service fortsätter vara relevant behöver därför det politiska ramverket ta sin utgångspunkt i tre övergripande huvudspår:

1. Innehållsmässiga fokusområden – public service särart behöver garanteras genom att public service ges tydliga direktiv för vad public service bör fokusera på. Centrala delar i uppdraget är givetvis sådant som är underrepresenterat i det övriga utbudet som nyheter, dokumentärer och debattprogram.

Fel! Okänt namn på

Andelen resurser som läggs på det bör öka. Det är också viktigt att våga satsa på det som den kommersiella marknaden inte gör: nyskapande program från andra delar av världen och oprövade programmakare och regissörer.

2. *Utvärderingsmekanism* – skapa ett tydligt system med ett antal generella parametrar som varje ny större verksamhetsinsatsning kan motiveras och utvärderas ifrån. Sådana typer av system finns redan idag i andra länder och fyller en bra funktion för att ge tittaren ökad insikt, för att motverka snedvridande konkurrens och för att ge public service-utövaren en säkrare identitetsbas att stå på.

3. *Trovärdigheten som fristående från kommersiella intressen* – för att markera public service egenart borde sponsringen helt avskaffas. Det är heller inte tillfredsställande med olika typer av kommersiella samarbeten eller att det råder osäkerhet kring SVT:s indirekta sponsring. Om samarbeten av den typen ska få förekomma bör SVT tydligt redovisa storleken av de ekonomiska medel som dessa inbringar.

Utan ett särpräglad public service kommer det på sikt att vara svårt att motivera public service idé gentemot tittarna. Därför är det viktigt att gå mot ett public service som har en stark egen identitet och som konsekvent och tydligt skiljer sig från de kommersiella aktörerna.

Stockholm den 6 oktober 2008

Tomas Tobé (m)