

Offentlig utfrågning om framtidens public service

ISSN 1653-0942
ISBN 978-91-87541-97-1
Riksdagstryckeriet, Stockholm, 2017

Förord

Kulturutskottet anordnade den 23 mars 2017 en offentlig utfrågning om framtidens public service. Syftet var att få underlag inför fortsatta diskussioner om framtidens public service.

I det följande redovisas programmet för utfrågningen och en utskrift av den stenografiska uppteckningen som gjordes vid utfrågningen.

Stockholm i maj 2017

Olof Lavesson
Kulturutskottets ordförande

Ann Aurén
Kanslichef

Program

Dag: Torsdagen den 23 mars 2017
Tid: Kl. 10.00–12.00 (kaffe serveras från kl. 9.30)
Plats: Riksdagen, Förstakammarsalen

Inledning

10.00 Olof Lavesson (M), kulturutskottets ordförande

Framtidens public service

10.05 Andreas Ekström, journalist, Sydsvenska Dagbladet

10.15 Jesper Strömbäck, professor, Göteborgs universitet,
Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

10.25 Cilla Benkö, vd, Sveriges Radio AB

10.35 Hanna Stjärne, vd, Sveriges Television AB

10.45 Christel Tholse Willers, vd, Sveriges Utbildningsradio AB

10.55 Jan Scherman, diversearbetare

11.05 Alice Bah Kuhnke, kultur- och demokratiminister,
Kulturdepartementet

11.15 **Frågestund**

Avslutning

11.55 Gunilla Carlsson (S), kulturutskottets vice ordförande

Offentlig utfrågning om framtidens public service

Olof Lavesson (M), ordförande: Kära vänner! Vi hälsar er alla hjärtligt välkomna till riksdagens förstakammarsal och utskottets offentliga utfrågning om framtidens public service.

Seminarieret direktsänds i Sveriges Television, och jag vill också hälsa alla er som följer detta via tv eller webb välkomna.

Är det en fråga som ständigt berör oss är det den om public service. Vi möter public service varje dag när vi tar del av utbudet i Sveriges Television, Sveriges Radio och Utbildningsradion.

Men vi kanske inte alltid funderar över vad public service står för eller varför det är så viktigt med public service. Det känns för många helt enkelt som en självklarhet.

Den självklarheten gäller inte överallt. Händelser i vår geografiska närhet både skrämmer och förskräcker. När politiker och regeringar stärker greppet och vill omvandla sina public service-medier till det som man kallar nationella kulturinstitut eller när journalister och chefer hotas med avsked därför att verksamheten inte faller det politiska styret på läppen, då är det viktigare än någonsin att Sverige står upp för public service.

Kulturutskottet har vid ett flertal tillfällen betonat betydelsen av en stark och oberoende radio och tv i allmänhetens tjänst för det svenska medielandskapet och ytterst för vår demokrati samt hur viktigt det är att public service förblir oberoende och skyddas från påtryckningar i utförandet av sin verksamhet.

Samtidigt är det viktigt att även här föra en debatt om villkoren för public service såväl innanför som utanför politiken. Många har gett sig in i den här debatten, och det välkomnar jag. Det är naturligt att det finns åsikter i samhället om det som SVT, SR och UR gör och hur man uppfyller sitt uppdrag.

Det handlar ytterst om förtroendet för public service. Jag är övertygad om att såväl status som position för public service stärks av att verksamheten diskuteras.

Vi är nu halvvägs inne i nuvarande sändningstillstånd. Och då börjar det bli dags att förbereda nästa tillståndperiod som ska ta sin början 2020.

Att det är just inför sändningstillstånden som den parlamentariska diskussionen om public service förs är centralt. När det gäller tillstånden och avställning av tillstånden ska det ske en politisk prövning. Sedan är det upp till bolagen att utföra sin verksamhet inom ramen för dessa tillstånd utan vare sig påtryckningar eller pekpinningar från politiskt håll.

Regeringen har gett den parlamentariska public service-kommittén i uppdrag att se över och komma med förslag till finansiering av public service. Innan sommaren kommer regeringen att besluta om tilläggsdirektiv som rör kommande sändningstillstånd och deras utformning. Jag är väldigt glad över

att vi har stora delar av den kommittén på plats här i dag. Vi hälsar er särskilt välkomna.

Jag vill också ge ett stort välkomnande till våra talare. Det gläder mig att vi har samtliga tre programbolagschefer på plats liksom vår kultur- och demokratiminister som är på väg hit.

Vi kommer även att få intressanta och viktiga inspel såväl från den fristående sidan som från akademien.

Tillsammans med utskottets vice ordförande Gunilla Carlsson och utskottets kanslichef Ann Aurén ska jag försöka att lotsa oss igenom detta. Jag vill redan förvarna talarna om att jag kommer att vara ganska hård när det gäller tiden – detta inte av ohövlighet, utan för att alla ska komma till tals och för att utskottsledamöterna ska få möjlighet att ställa frågor.

Med detta vill jag än en gång hälsa er alla hjärtligt välkomna samtidigt som jag lämnar ordet till dagens inledningstalare Andreas Ekström.

Andreas är till vardags journalist på Sydsvenskan, men han har också gjort sig känd som föredragshållare och författare när det gäller den digitala revolutionen. Han har bland annat skrivit boken *Google-koden*. Han har utsetts till Årets genombrott på Talargalan, och han har hållit flera uppskattade TED Talks. Hjärtligt välkommen, Andreas!

Andreas Ekström, Sydsvenska Dagbladet: Vilken ära och vilken glädje att få tala inför den här församlingen!

Någonting fångade min uppmärksamhet i en debattartikel i Svenska Dagbladet från i går. Sju direktörer för massmediebolag skrev en hel del kloka saker om framtiden för public service, möjligheter och begränsningar. Det började så bra, men sedan blev det lite konstigt.

Det står så här: ”Det” – och då utgår vi från public service-uppdraget – ”bör ske utifrån ett allmännyttigt behov som inte uppfylls eller kan antas uppfyllas av andra mediebolag.” Det är kärnan för mig när det gäller vad public service är.

Vi har inga operahus och inga bibliotek i Sverige som går med vinst. Jag tror att vi kan vara alldeles säkra på att saker som Dagens dikt, Sameradion och en lång rad andra kulturbärande institutionella kulturella verksamheter i Sverige inte går med vinst. De kommer inte någonsin att drivas eller produceras av bolag som syftar till vinst i sin verksamhet. Men vi har dem ändå därför att vi har bestämt oss för att det i ett litet språkområde som vårt och i en liten kultursfär som vår finns det andra värden. Det är därför som vi gör alla de här sakerna.

Så här långt är debattartikeln bra – jag utgår från att nästan alla som är specialintresserade har läst den. Men i nästa stycke står det: ”All verksamhet måste ha tydlig koppling till public service-bolagens kärnverksamhet – det vill säga bolagens utsändningar i FM-nät och marknät.”

Nej, kamrater, så är det inte längre. Det är ett fullständigt irrelevant sätt att se på vad public service ska vara och hur det distribueras. Public service är att

tillgodose ett innehåll som marknadskrafterna aldrig kan tillgodose och sedan distribuera på det sätt som man redaktionellt finner för gott. Punkt, slut.

Att vi har public service med ett särskilt fokus på tv och radio har många olika historiska skäl. Ett av dem är kostnadsskäl, att det var så väldigt dyrt att göra television och att göra radio. Vet ni vad, jag kan göra television just nu för inga pengar alls med mobilen. Det är inte konstigare än så. Den typen av distinktion har förlorat och kommer än mer att förlora sin relevans.

Public service har felaktigt trott att man bygger sin legitimitet på att någon gång ibland dra stora åskådarskaror, till exempel genom *Melodifestivalen* och stora sportsändningar. Sådant, menar man, skänker legitimitet i verksamheten. Sådant, menar man, får människor att betala sin licensavgift.

Vet ni vad, jag tror att det är tvärtom. Jag tror i stället att människor är beredda att säga: Vi är ett litet land. Vi är ett litet kulturområde. Vi är ett litet språkområde. Vi tänker betala lite grann för att göra särskilda insatser för kulturen i vårt land. Vi behöver inte göra någonting i Sveriges Television som vi kan vara säkra på att TV3 eller Kanal 5 omedelbart kommer att göra i morgon om vi lägger ned det. Det är inte så legitimiteten vinnns.

Men hur ska vi klara och förklara det? Och hur ska vi klara av att vinna det under förutsättning att vi bestämmer oss för att tycka som jag, vilket inte alls är säkert? Jag tror att det krävs – och här vänder jag mig särskilt till utskottets ledamöter – en typ av antipopulistiskt ledarskap som ni måste orka att ta och genomföra där ni säger: Nej, vi kan inte räkna hem detta. Nej, det är inte så att varje programpunkt riktar sig till alla. Men vi slår vakt om public service därför att vi tycker att ett land som Sverige ska ha bibliotek, operahus, konstnärliga och kulturella uttryck som inte nödvändigtvis mäts bara i sin kommersiella bärkraft.

Det är inte ett helt lättsålt budskap. Det är kanske inte en valvinnare, men det är en typ av politiskt ledarskap som jag är helt övertygad om att vi just nu lider brist på. Av just det skälet är public service-frågan mycket större än vad den ser ut att vara.

För mig slår framtidens public service vakt om det innehåll jag annars aldrig kommer att kunna ta del av. Men om den distribueras som television, som radio, som tryckt papperstidning, som böcker, ja, som en performance lämnar jag med varm hand åt de respektive redaktionerna att bedöma.

Ordföranden: Då går vi raskt vidare i programmet. Nästa talare är Jesper Strömbäck, professor i journalistik vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikationsvetenskap vid Göteborgs universitet. Han har bland annat forskat om mediernas bevakning av politik och samhälle och de förändrade medielandskapen och deras betydelse. Han var också huvudsekreterare i den förra regeringens framtidskommission. Varmt välkommen, Jesper!

Jesper Strömbäck, Göteborgs universitet: Som forskare kan jag inte uttala mig särskilt mycket om framtiden för public service med vetenskap. Däremot kan jag

uttala mig om det som har varit och det som är. Det är lite grann så som jag ser min roll här, att på dessa tio minuter försöka att sammanfatta vad vi vet forskningsmässigt om vilken skillnad public service gör i sådana medielandskap som det svenska.

Jag gör detta utifrån ett demokratiskt perspektiv. Det finns väldigt många teorier här som pekar på att man måste se mediefrågor i allmänhet och public service i synnerhet ytterst som en demokratifråga. En fungerande demokrati förutsätter bland annat att människor är åtminstone någorlunda informerade om politik och samhälle. Då måste en demokrati ha institutioner som säkerställer att denna information produceras och sprids, till allmänheten.

Forskningen om vilken betydelse som public service har är ett område där vi vet mycket. Det finns en del forskningsområden där det är svårt att dra slutsatser därför att det inte har forskats tillräckligt. Men när det gäller public service finns det en väldigt omfattande forskning.

Man kan titta på detta utifrån fyra olika analytiska nivåer. Det handlar om strukturen, om utbudet, om innehåll och om effekter. Det här är en väldigt kort sammanfattning, så jag kommer att förenkla lite grann. Men på det stora hela är detta vad forskningen visar.

När det gäller strukturer har starka public service-företag och starka public service-kanaler inte bara betydelse i sig själva, utan de påverkar också strukturen i övrigt, bland annat genom att påverka kommersiella kanaler i riktning mot mer investeringar i programutbud och mer nyhets- och samhällsjournalistik.

I länder med en stark public service finns det en del kommersiella kanaler som konkurrerar med public service. För att kunna konkurrera med public service måste de investera i program och satsa på den typ av nyhets- och samhällsjournalistik som public service gör, både för att uppfattas som seriösa och för att kunna locka över tittare eller lyssnare från public service.

När det gäller utbud vet vi med en hög grad av säkerhet att public service har ett större utbud av nyhets- och samhällsjournalistik än kommersiella kanaler. Det spelar egentligen ingen roll, vilket land vi än tittar på så är detta ett återkommande mönster.

Detta har såklart betydelse i sig, men det är också kopplat till innehållet. Det finns åtskillig forskning som pekar på att public service präglas av högre informationsvärde och/eller kvalitet än innehållet i kommersiella kanaler.

Här vill jag sätta jag informationsvärde och kvalitet inom citationstecken, för dessa begrepp är väldigt problematiska att använda. Man har undersökt det empiriskt på olika sätt i olika studier. Det som är genomgående i forskningen är slutsatsen att public service-företag tenderar att ha den typ av utbud och innehåll som mer ligger i linje med journalistikens klassiska uppgift, att tillhandahålla sådan information som människor behöver för att kunna ta ställning i samhällsfrågor.

Detta har också sin betydelse för effekter. Från forskning såväl i Sverige som i andra länder vet vi att public service bidrar mer till människors kunskaper om politik och samhälle än kommersiella kanaler. Det har undersökts både på en aggregerad samhällsnivå och på en individnivå.

Människor som bor i länder med starkare public service är mer kunniga om politik och samhälle än människor som bor i länder med ett kommersialiserat mediesystem. Men på individnivå kan man koppla människors faktiska medieanvändning till deras kunskaper och se hur mycket man lär sig och hur mycket ny information man plockar upp om man följer olika typer av medier. Den forskningen landar i att man lär sig mer av att följa public service-nyheter än nyheter i kommersiella kanaler.

Ingenting av detta betyder att public service i sig själv är överlägsen kommersiella kanaler eller att journalisterna, redaktörerna eller medarbetarna på något sätt per definition är bättre inom public service än i kommersiella kanaler.

Det handlar om de institutionella förutsättningarna och i vilken utsträckning som man utsätts för kommersiell konkurrens. Jag vill inte på något sätt hävda att kommersiella kanaler gör ett dåligt jobb. De gör ett, mer eller mindre, bra jobb givet de förutsättningar som de har, men förutsättningarna skiljer sig åt. Det är därför som det är viktigt utifrån ett politiskt och demokratiskt perspektiv att se på vilka förutsättningar medierna har att verka. Då är public service en unik demokratisk institution, skulle jag vilja säga.

För några månader sedan publicerades en internationell genomgång av forskning kring public service. Där landade man i ungefär samma slutsats som jag, fast den formulerades lite annorlunda:

”The academic and stakeholder research reviewed thus provides strong evidence that public service media have a positive political impact, some evidence that public service media have a positive social impact, and little evidence that public service media have a negative market impact.” Detta om forskningen och om vilken skillnad public service gör.

Det finns en del villkorande faktorer. Enligt den forskning som finns gäller det inte överallt. Det gäller exempelvis inte i Italien i samma utsträckning som det gör i Sverige. Varför då? Jo, det kan ha olika anledningar, men det är tre faktorer som är särskilt viktiga.

För det första måste public service ha en ganska stark ställning i medielandskapet i förhållande till de kommersiella aktörerna. De kommersiella aktörerna måste förhålla sig till och konkurrera med public service. I USA har public service en marknadsandel på ett par tre procent. Där spelar public service ingen roll. Public service är ointressant där. Det måste till att public service är tillräckligt stark för att den ska få dessa effekter.

För det andra måste man också se till att public service är välfinansierad. I det ligger att finansieringen också måste vara stabil. I länder där public service är mer beroende av annonsintäkter har inte public service lika positiva effekter. Det gäller också länder där det finns en politisk kontroll och styrning av public services ekonomi.

För det tredje måste public service vara politiskt och kommersiellt oberoende.

Den stora frågan som ofta diskuteras och som Andreas var inne på är: Hur ska innehållet förhålla sig till det innehåll som andra aktörer kan tillhandahålla? Det forskningsmässiga svaret är i grund och botten att för att public service ska ha dessa effekter på struktur, utbud och innehåll är det viktigt att public service har ett stort utbud av nyhets- och samhällsjournalistik.

Men man måste också hitta den rätta balansen mellan smalt och brett. Om public service blir för smal, så når man bara dem som är särskilt intresserade av politik och samhälle. Då når man i huvudsak de som är väldigt resursstarka. Ska man nå ut bredare, och därmed bidra till vidare kunskapsspridning, måste man också ha en del mer populära genrer och program för att skapa så kallade lead in-effekter, det vill säga att det är naturligt att slå på en public service-kanal eller gå in på en hemsida, kanske inte därför att man i första hand är ute efter nyhets- och samhällsjournalistik. Man är ute efter någonting annat, men man leds in till att konsumera den typ av innehåll och utbud som är mer demokratiskt centralt.

Det får alltså inte bli för smalt, och det får inte heller bli för brett. Då tappar public service sin särställning. Då finns det inget skäl att ha public service, om man gör för mycket detsamma som kommersiella aktörer gör. Här är det fråga om en balansgång.

Om vi tittar på de övergripande förändringarna i medielandskapet är en stor fråga att vi går mot ett alltmer heterogent, ett alltmer fragmenterat, ett alltmer polariserat medielandskap där människor allt lättare kan välja det medieutbud och det medieinnehåll som de är intresserade av utifrån sina politiska intressen eller sina politiska preferenser. Det har aldrig varit så enkelt för människor att söka sig till det som de är intresserade av, på de plattformar och vid de tidpunkter som de är intresserade av.

Det här riskerar att leda till att offentligheten splittras ännu mer. Vi har haft mycket av diskussionen kring den politiska polariseringen och polariseringen när det gäller grundläggande verklighetsuppfattningar.

För att demokratin ska fungera bra krävs det att det finns gemensamma fysiska och mediala arenor och platser där människor från olika delar av samhället, med olika bakgrunder och erfarenheter, kan mötas och få kunskap om och förståelse för dem som har andra bakgrunder, erfarenheter eller åsikter – detta för den sociala sammanhållningen.

Detta är en av de stora utmaningarna för den svenska demokratin framöver. Hur kan man stärka den sociala sammanhållningen i ett samhälle som blir alltmer fragmenterat också när det gäller mediasidan?

Nu lämnar jag det som forskningen visar, och går in på det som är min personliga slutsats. Ju svagare kommersiella nyhetsmedier blir, ju mer fragmenterad konsumtionen av nyhetsmedier blir, desto viktigare blir public service. Alldeles oavsett vilken betydelse som public service hade 1995 eller 2005 är betydelsen en annan 2017, och den kommer kanske att vara ytterligare en annan 2025.

Så här långt är min bedömning att public service är den institution som har bäst förutsättningar att producera och nå ut brett med kvalificerat innehåll. Jag ser inte att andra aktörer kommer att lyckas bättre med detta i framtiden.

Sedan står public service såklart inför en rad olika utmaningar. Det handlar om finansiering, hur man ska nå unga tittare, hur långt ska man gå på webben, hur man ska hantera förtroendefrågor och så vidare. Men det överlämnar jag till dem som jobbar med dessa frågor.

Ordföranden: Nu övergår vi till att få höra från våra public service-bolag. Först ut är Sveriges Radio och Cilla Benkö. Cilla har en bred erfarenhet av public service. Hon har varit chef över bland annat Aktuellt på SVT och Ekoredaktionen på Sveriges Radio. Hon har även varit reporter på TV4.

Sedan 2012 är hon vd för Sveriges Radio, och det är i den rollen som vi hälsar dig välkommen.

Cilla Benkö, Sveriges Radio AB: Jag ska prata om en alltmer digital och global konkurrens. Då har vi den här stora utmaningen i dag: Vi måste bli valda. Vi har varit ganska bortskämda med att varje svenskt hushåll har mellan sju och åtta radioapparater hemma. I bilen är det vi och några kommersiella radiokanaler som konkurrerar. Så ser det inte ut längre. Vi konkurrerar med allt och alla i den smarta mobiltelefonen, och då gäller det att bli vald.

Det gäller också att ha en affärsidé. Tro det eller inte, men vi är ett radiobolag, så vi satsar på ljudet. Vi har ljudet i fokus när vi utvecklar vårt innehåll, och vi gör det på alla tre ben. Vi gör det för den stora publik som fortfarande finns i den analoga radion. Det är 5 miljoner människor som varje dag väljer Sveriges Radio.

Men vi gör det också för den publik som väljer att ta del av oss digitalt, och vi gör det tillsammans med publiken på sociala medier.

Sedan har vi bestämt att det viktigaste faktiskt inte är att publiken kommer till oss. Det viktigaste är att vårt innehåll når fram till publiken, så vi jagar inte klick.

Sedan har vi begränsade resurser, och det gäller att prioritera. Allt innehåll som vi producerar är viktigt, annars skulle vi inte göra det, men vissa saker är just nu viktigare att utveckla än annat.

Det handlar till exempel om det som är ryggraden i Sveriges Radio, nämligen nyheter och den grävande journalistiken. Det handlar om vår lokala närvaro. Det handlar om att ta ett speciellt ansvar för kulturen utanför de stora städerna. Och det handlar om den så viktiga utrikesjournalistiken.

Redan i dag får man 92 procent av det samlade utbudet för våra minoriteter via Sveriges Radio.

Sveriges Radio har alltid varit snabba med nyheter, och det tänker vi fortsätta att vara. Men det är många som är snabba där ute. Det viktiga nu är att vi också är snabba med att förklara varför någonting har inträffat och vad det kan få för konsekvenser.

Däremot driver vi inte opinion. Vi förmedlar kunskap, och sedan får folk själva bestämma vad de ska tycka.

Jag vågar påstå att Sveriges Radio i dag är det enda riktiga riksmédiet som finns kvar i landet. Vi finns på 50 platser. Ibland när jag lyssnar på debatten om oss låter det som att vi bara producerar nyheter. Vi gör massor av lokala originalnyheter, men vi är ju också något annat.

Vi sänder från tidig morgon till sen kväll. Vi är en öppen arena för debatt och diskussion där olika röster hörs, där åsikter bryts och där olika perspektiv lyfts fram, något som enligt Jesper är viktigare än någonsin i ett Sverige som blir alltmer fragmentiserat, alltmer polariserat och alltmer tudelat.

I våra lokala kanaler hörs det 200 000 röster varje år. Det som gör oss till ett riktigt riksmédium är att dessa röster ju inte stannar där lokalt. Vi tar dem vidare ut i hela landet via våra riksprogram. Där satsar vi just nu på att verkligen vara hela Sveriges Sveriges Radio: mer av röster, mer av ämnen och mer av perspektiv utanför Stockholm i våra riksprogram. Vi är inte ett elitmedium.

Sedan har vi Nordens största korrespondentnät. Är det viktigt? Ja, det är det. Man kan sätta in det lokala i ett nationellt och ett internationellt perspektiv. Man kan göra lokaljournalistik, och man kan titta på världen med svenska ögon. Man är inte beroende av stora amerikanska och brittiska nyhetsbyråer. Det är viktigt för den svenska publiken och för den svenska demokratin.

Sedan är vi inte bara en stor nyhets- och samhällsaktör. Vi är också Sveriges största kultur- och musikscen. Vi har Berwaldhallen som är ett hus i Stockholm. I Berwaldhallen hör man en av världens bästa körer och en riktigt bra symfoniorkester. 100 000 människor runt om i landet lyssnar på en konsert. Det är en väldigt stor musikscen.

Sedan har vi en talangjakt för den unga osignade publiken i P4. Numera gör vi det så numera hyllade *Musikhjälpen* i P3 tillsammans med SVT, UR och Radiohjälpen.

Vi vill också nå de unga, det vill ju alla. Då gäller att ha koll på var de befinner sig. Trots det har P3 som vanlig traditionell radiokanal fortfarande var fjärde eller var femte av målgruppen som dagligen lyssnar på den kanalen. Och varför gör man det? Jo, för att P3 inte bara spelar musik, utan man sätter in den i ett sammanhang. Man guidar och satsar på samhälls- och nyhetsjournalistiken.

Jag sitter med i EBU:s styrelse. I ett europeiskt perspektiv är det unikt. 40 procent av innehållet i P3 är talat innehåll. Man har sin egen ungdomskorrespondent, och man har unga grävreportrar i Göteborg.

När det gäller den så omtalade musiken är det 13 000 titlar som presenteras i P3 varje år, och det är bra mycket mer än vad man får i en kommersiell radiokanal.

Räcker det? Nej, det räcker inte. Trots det måste såklart även vi finnas där de unga befinner sig. Därför har vi landets enda nyhetsredaktion som speciellt fokuserar på den här målgruppen, tar upp målgruppens ämnesval och också tar de stora nyheterna till gruppen på ett sätt som passar den och som gör det attraktivt.

Det är lika viktigt att min 20-åriga dotter som ska rösta för första gången får ta del av en oberoende och opartisk politisk kommentar av Tomas Ramberg på Facebook på ett sätt som hon gillar som att jag får höra Tomas Ramberg i *P1-Morgon*. Det är också viktigt för den svenska demokratin.

Sveriges Radio i dag är ett företag som har en ekonomi i balans, och det är också viktigt. Det gör att vi har skapat vårt eget utrymme för innovation och utveckling. Det finns ingen fond för oss vid sidan av. Återigen: Det lägger vi på att utveckla ljudet via till exempel ett antal specialpoddar. I år när det är ett stort Europaår har vi *Europapodden*. Vi personaliserar också Sveriges Radio Play där man hittar vårt ljud och våra program. Det kräver publiken av oss.

Vi har lyckats med det här därför att vi ganska tidigt började att se över våra lokaler som vi har moderniserat. Vi gör dem mindre, och vi kommer att fortsätta att göra dem ännu mindre för att frigöra pengar till program. Vi är världsledande när det gäller att ha tagit fram en ny och billigare teknik, inte bara för att producera radio, utan för att sända radio utanför radiohusen.

Det funkar så här: Ni känner kanske igen Helena Groll, Johar Bendjelloul, programledare i *Studio Ett*, och Ginna Lindberg som kommenterade det amerikanska valet.

De befinner sig utanför Vita huset. Ni ser ingen studio, ni ser inget hus och ni ser inga tekniker. De har varsin ryggsäck på ryggen och en padda under armen, och de sänder med den här tekniken hem till svenska folket. Det här gör såklart att man i framtiden kan producera en helt annan sorts radio också lokalt. Det vi satsar på nu är att frigöra pengar för att rulla ut den här tekniken i hela landet.

Så vad behöver vi av er? Vi behöver kunna fortsätta vår förflyttning. Vi har tolv jättestora publicistiska utvecklingsprojekt som rullar en bra bit in i nästa sändningstillståndsperiod. Vi behöver vara oberoende och få vara ett självständigt radiobolag långt bort från politiskt inflytande. I det ligger en trygg och stabil finansiering där Sveriges Radio tror att det bästa är en teknikneutral avgift.

Sedan måste vi också få räkna det vi gör på webben. Så är det inte i dag när granskningsnämnden tittar i efterhand på om vi har levt upp till vårt uppdrag. Sveriges Radio spelar en oerhört viktig roll i samhället.

Här visar jag nu resultat från en undersökning gjord av Novus. Frågan gick både till dem som lyssnar och till dem som inte lyssnar, och nästan 80 procent sa att vi spelar en viktig roll i samhället. Det vill vi fortsätta att göra – för publiken och för den svenska demokratin.

(Applåder)

Ordföranden: Tack Cilla! Vi går nu vidare till SVT och Hanna Stjärne som även hon har en bakgrund inom radion som chef för såväl *Ekot* som *P1*, men hon har också varit i den privata mediesektorn som vd, chefredaktör och ansvarig utgivare för UNT-koncernen. Nu är hon vd för Sveriges Television. Hjärtligt välkommen, Hanna!

Hanna Stjärne, Sveriges Television AB: Om 535 dagar, den 9 september 2018, går det svenska folket till val. De kommer då att omges av mer information än någonsin tidigare. De kommer att kunna följa partiernas egen information. De kommer att få råd från sina vänner. De kommer att följa traditionella medier. De kommer att kunna följa vad som cirkulerar i sociala medier. Och de har förstås sina egna erfarenheter och sin egen förförståelse med sig.

Men det finns också en ökad risk att de kommer att fatta sitt beslut utifrån mer av desinformation och digitala påverkansförsök från aktörer både i och utanför Sverige. Paradoxalt nog finns också en risk att de kommer att fatta sitt beslut utifrån en snävare bild trots att informationen är mycket bredare än vad den någonsin har varit och att de kommer att fatta sina beslut utifrån det som rekommenderas till dem i sociala medier i deras egen mycket begränsade filterbubbla.

Mitt i allt det här, inför valet om 535 dagar, finns det också en viktig källa till seriös information, och det är public service. Faktum är att den allra viktigaste källan till information inför valen under lång tid har varit just SVT. Det visar flera olika undersökningar. På SVT märker vi ett ökat intresse för våra nyhetssändningar redan nu. De samlar mer och mer publik. Nästan 2 miljoner tittade på den förra partiledardebatten till exempel. Det här ökade intresset märker vi också av när vi träffar tittare över hela landet.

Under våren har SVT:s nyhetsreportrar gått ut med en kaffetermos och kanelbullar och besökt hundratals platser över hela landet för att höra vad människor är extra intresserade av. Vad vill de att vi granskar? Vad vill de att vi bevakar? Vad är extra viktigt för dem? Den här bilden visar en fikaträff på Volvo i Olofström. Men vi har också varit i klassrum, på syjuntor och hemma hos familjer, och en sak har varit tydlig vid alla de här mötena: Opartiskheten och saktligheten som finns i public service är helt central för vår publik.

När vi kom ut med kaffekorgen till Borrby sa en tittare: "Public service ska reda ut vad som är falskt och vad som är sant." Det här har funnits med som en röd tråd i de möten som vi har haft. Man behöver någonting att hålla sig i. Man behöver någon sorts stabilitet, och det är en respons som vi får från tittarna ännu mer just nu.

Vilken är då SVT:s roll framöver? Vi tror att det finns en grundläggande kärna just i det här – i demokratiuppdraget och i folkbildningsuppdraget. Under hösten tog vi fram en ny vision för SVT: Vi bidrar och vill bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och mer och mer insatta.

I det här ligger förstås traditionell kunskap. Här finns folkbildning och här finns en sorts sans och balans som är en viktig motvikt mot desinformation och mot myter. Det finns ju, som vi hörde, entydig forskning som visar att public service hjälper till med att höja allmänbildningsnivån i samhället.

Nyfikenheten bidrar också till en sorts förståelse oss människor emellan så att man genom programmen och utbudet får en chans att få en inblick i någon annan människas liv. Man vidgar sin filterbubbla, och vi blir nyfikna på varandra. Vi blir nyfikna på vad just du eller du eller du tänker på egentligen.

Grunden för det här är förstås att publiken litar på oss. Bilden jag visar nu känner ni säkert igen från den senaste SOM-undersökningen. Sveriges Radio och SVT ligger i topp när det gäller förtroendet hos allmänheten i Sverige.

Nio av tio personer i Sverige tittar på något från SVT varje vecka. Genomsnittssvensken lägger nästan en timme om dagen på SVT. De allra flesta tittar på det sätt som passar dem allra bäst just i stunden oavsett om de tittar via datorn, mobiltelefonen, surfplattan eller på den traditionella tv-apparaten. Det här börjar väldigt tidigt. Ett av de första ord som många barn i Sverige lär sig är ”bolibompa”. Så små barn som ett-och-ett-halvt-åringar kan svajpa på surfplattan. Ett-och-ett-halvt-åringar är faktiskt medvetna mediekonsumenter i dag. De väljer själva vad de vill titta på. Det här är en helt ny situation. Utvecklingen har gått rasande fort, och det gör att vi är i ett historiskt och nytt läge när det gäller barns mediekonsumtion.

SVT når i stort sett alla barn i Sverige. Jag skulle vilja säga att *Lilla Aktuellt* är det viktigaste nyhetsprogrammet i Sverige. Vi försöker hjälpa skolan att lära barnen, vi jobbar med källkritik och vi jobbar med grunderna i demokratin i våra barnprogram.

Om man vidgar perspektivet och tittar på hela det svenska medielandskapet ser man att det just nu styrs mycket av två starka krafter.

Den första är digitaliseringen. 1 miljon svenskar använder i dag SVT bara digitalt, bara online, framför allt via SVT Play. 1 miljon svenskar. Bara på de två år som jag har varit på SVT har den här siffran ökat dramatiskt, inte minst bland unga och de grupper som SVT har i särskilt uppdrag att nå.

Digitaliseringen var den första kraften. Den andra kraften är globaliseringen. I mediebranschen cirklar en allt större del av verkligheten just nu kring de beslut som fattas av globala giganter som Facebook och Google. Ett par förändringar i deras sökalgoritmer i Silicon Valley påverkar faktiskt en stor del av offentligheten i stora delar av Europa. När de går in och skruvar på algoritmerna påverkar det vilken information människor över hela Europa får till sig. Deras reklamintäkter i Sverige är redan i dag större än den samlade dagspressens, och de har just gått om hela tv-branschen i Sverige. För dem är Sverige en liten, perifer digital marknad.

Hur svarar då vi på SVT på den här situationen, på de här förändringarna som sker just nu? Vi fokuserar på uppdraget. Vi stärker journalistiken. Vi stärker utbudet. Vi har till exempel just genomfört den största ökningen av antalet reportrar runt om i landet som vi någonsin har gjort. Vi har slimmat teknik och administration så att vi har kunnat anställa 70 journalister på ett år över hela landet. Vi har öppnat helt nya redaktioner i Helsingborg, Södertälje, Borås, Angered och Rinkeby, och vi öppnar snart i Övertorneå. Det här innebär att de journalistiska besluten fattas över hela landet. De fattas över hela landet och så nära människor som möjligt.

Vi satsar på faktakoll. Vi satsar på granskande journalistik som avslöjar men också fördjupar och förklarar, som till exempel i dokumentärserien om kirurgen Macchiarini.

SVT är den största kulturproducenten i Sverige. På SVT kan man se allt från *Vänligen Lars Lerin* till *Kulturstudion*. Vi ökar satsningarna på svensk film, och vi ökar satsningarna på svenskt drama. Vi har utökat sändningarna på minoritetsspråk. Vi har gjort det lättare för dem som inte har varit så länge i Sverige genom att starta helt nya nyhetssändningar på lätt svenska varje dag. Vi har gjort en ny app som heter Språkplay där man kan få SVT Plays innehåll översatt till 18 språk.

Viktigt är också att vi samlar Sverige i en alltmer splittrad tid, till exempel när fler än var tredje svensk tittar på *Melodifestivalen* och teckentolkarna blir hjältar för oss alla.

Nu börjar arbetet mot ett nytt sändningstillstånd. Det vi vet är att de krafter som vi ser i dag kommer att vara ännu starkare framöver.

Jag vill också lyfta en specifik fråga. Säkerhetsläget kommer att fortsätta att vara skarpare, och det finns en stor risk att det blir ännu skarpare än vad det är i dag under de kommande åren. Vi behöver tänka till kring det nationella säkerhetsperspektivet även i tillståndprocessen. Seriösa medier i Sverige är redan i dag utsatta för stor informationspåverkan, för hot, för desinformation och för rykten. Varje dag hanterar SVT ett trettiotal säkerhetsincidenter i form av ofredanden, våldshandlingar, olaga hot och hotmejl – ett trettiotal incidenter bara för SVT varje dag. En stor del av dem är så allvarliga att de polisanmäls.

De kommande åren kan vi också räkna med att det kommer fler åsiktsmedier i Sverige, alltså medier som vill driva en tes i stället för att ärligt försöka söka en sanning. Det blir mer views än news.

Vi kommer mer än någonsin att behöva ett starkt och oberoende public service som faktiskt har Sverige i fokus, som ägs av oss själva och som är en sorts trygghet, samlingspunkt och garant både i vardag och i kris. Undersökningar visar att det är public service man vänder sig till när samhället skakar till. SVT är också Sveriges kollektiva minne. När vi tittar på *Fem myror* eller *Här är ditt liv* förstår vi hur samhället såg ut och vilka frågor som diskuterades på 70-talet, på 80-talet, i alla tider.

Men hur kan man utifrån det här formulera och forma ett public service och villkor för public service så att vi kan möta och faktiskt mota en del av de här starka förändringarna? Finansieringen kan inte vara inlåst i den traditionella tv-apparaten. Det behövs en finansieringsform som garanterar public services oberoende, som är långsiktig och solidarisk och som är teknikneutral. Online-uppdraget behöver utvecklas och oberoendet behöver stärkas.

Samtidigt är kärnan i public service-uppdraget tidlös: att engagera, underhålla och berika i allmänhetens tjänst och att ge människor ett bättre underlag för att välja i nästa val och nästa och nästa.

Så här uttryckte regissören Lars Molin en gång SVT:s uppdrag, och sällan har uppdraget varit viktigare än nu. [Bild visas med texten: "Sveriges Television ska vara folklig och publik, ge plats för både politik och högmässa, kungligheter, frimärkssamlade och erotik. Den ska vara omutlig för snäva gruppintressen, egennyttiga och framför allt ska den vara en bastion mot fördumning

på alla områden ... Den tv:n ska också ha råd att fungera i en tid av nedgång, pest och kolera.”]

(Applåder)

Ordföranden: Tack, Hanna! Nu är det dags för Christel Tholse Willers. Christel är i dag vd för Utbildningsradion men har en bakgrund inom Sveriges Television, dels som chef för SVT Malmö, dels som ansvarig för megaprojekt som *Eurovision Song Contest 2013* och svenska *Melodifestivalen*. I dag är det dock Utbildningsradion som står på agendan. Hjärtligt välkommen, Christel!

Christel Tholse Willers, Utbildningsradion: ”Nu har jag förstått vad jag har läst.” Det sa Nils, elva år, som är min son. Han går i femman, och på hans agenda i skolan stod att lära sig om det demokratiska Sverige – hur funkar det? Partier, kvalificerad majoritet, enkel majoritet, de röstar och vem vinner? Det var ganska tufft. Det var en utmaning, och jag hjälpte till så gott jag kunde. Han lärde sig det där. Efter ett par dagar kom han hem, och så sa han: ”I dag fick vi se på ett UR-program” – han har de glasögonen på sig – ”och när jag såg *Dröm om demokrati* förstod jag vad jag hade läst.”

Att ha som uppdrag att via medier tillsammans med andra utbilda och folkbilda medborgare i allmänhetens tjänst är ett världsunikt uppdrag, ett uppdrag som är viktigt på riktigt och där UR gör skillnad i människors lärande. Behoven av utbildningsprogram är större än någonsin.

Vi har hört här att det blir allt viktigare att kunna navigera i det digitala samhället och att kunna lära sig att kritiskt förhålla sig till det enorma informationsflöde vi alla utsätts för. En grundförutsättning för detta är att barn och unga lär sig läsa, skriva, räkna och nå kunskapsmålen i skolan.

Att säkra ett utbud med publicistisk och pedagogisk kvalitet som kompletterar, breddar och förstärker andras insatser blir därför allt viktigare i vår strävan efter en likvärdig skola.

Att bredda, förstärka och komplettera – vad innebär då det? Jag kan ta ett exempel. *Livet i Bokstavslandet* är en tv-serie dramatiserad för att hjälpa barn att knäcka läskoden. Man lär sig inte att läsa genom att titta bara på *Livet i Bokstavslandet*, men det kompletterar det pedagogien lär ut i skolan och de läromedel som pedagogen har till stöd. Det vi försöker är att med hjälp av ett pedagogiskt berättande locka barnens lust och önskan att vilja läsa. Då använder vi humor och starka karaktärer, och vi gör det tillsammans med pedagoger.

Det finns åtta lärstilar, det vill säga vi har olika sätt att knäcka läskoden. Vi smyger in de olika pedagogiska metoderna i en programserie som *Livet i Bokstavslandet*. Jag ser det inte, men den med ett pedagogiskt tränat öga ser det. Vi hjälper till att få barn att lära sig läsa.

UR har en lång erfarenhet av att tillgängliggöra utbudet på andra plattformar efter sändning för att det ska kunna användas i utbildningen. Det gör vi på olika sätt. Vi använder mediepedagoger som frekvent är ute och träffar pe-

dagoger i deras miljö, skol- och utbildningsmiljön. Vi använder oss av mediecentraler som distribuerar vårt innehåll, och vi använder givetvis digitala plattformar.

Eleven möter vårt utbud i utbildningen. När samma program går i sändning bidrar UR till folkbildningen i Sverige. Därför är det naturligt att i framtiden betrakta webben också som en kärnverksamhet, och den bör räknas.

Omvärlden har som sagt förändrats, och UR har hängt med. Vi har bland annat haft möjlighet att få rättighetsavtal som gör att vårt utbud kan ligga upp till fem år på öppet internet. Det gör att vi blir trovärdiga och en spelare för lärarna som kan nå vårt utbud år från år.

Sammantaget gör detta att vi fortsatt har ett mycket högt förtroende bland lärarna i Sverige. Över 100 000 lärare använder UR:s utbud varje månad. Nio lärare av tio rekommenderar gärna utbudet till en kollega.

De kommande tre åren har vi valt tre prioriterade behovsområden. Det första är medie- och informationskunnighet, det som kallas MIK. UR ska ge medborgarna kunskap och möjlighet att förhålla sig källkritiskt till information, desinformation, fakta, värderingar och kunskap. Det bidrar till medvetna mediekonsumenter. Att inte kunna navigera i det nya digitala landskapet skulle kunna framkalla ett slags digital analfabetism. Det bygger utanförskap, rädslor och konspirationsteorier – listan kan göras lång.

I sammanhanget, när vi pratar om filterbubblor, är det jätteviktigt att nämna att eftersom UR finns i skolmiljön – det råder skolplikt i Sverige – bryter vi igenom de filterbubblor som finns. Man tar del av vårt utbud från norr till söder, i alla möjliga upptagningsområden, och vårt utbud når därmed alla.

Men vi måste också fortsatt leva som vi lär. När vi pratar om medie- och informationskunnighet tror jag att det blir mycket viktigt att vi är transparenta, att vi tydligt redovisar våra källor. När vi hänvisar till forskning – vilken forskning, och vilket urval har vi gjort? På så sätt kan vi också visa hur man kan implementera MIK.

Det andra behovsområdet är de nya i Sverige. UR ska bidra till att minska utbildningsklyftorna. När det gäller de nya i Sverige ska de kunna klara av en utbildning som gör att de kommer in i samhället.

Vårt fokus kommer att ligga på att agera språkförstärkande. Vi hjälper eleven att gå från ett vardagsspråk till ett skolspråk till ett ämnesinriktat språk för att kunna klara av utbildningen. Genom att göra materialet tillgängligt på plattformarna, våra egna och andras, på en mängd olika språk lyckas vi nå målgruppen.

Redan i dag finns 1 800 program på urskola.se på andra språk än svenska, och vi översätter till 47 språk. Där räknar vi givetvis in de nationella minoritetsspråken, varieteter och svenskt teckenspråk. Men vi kommer att göra mer framöver.

Det tredje området är kunskapsmålen i skolan. De senaste åren har vi hört rapporter om försämrade skolresultat och betygsskillnader. Att ge alla elever förutsättningar och möjligheter att uppnå kraven i skolan är ett kärnområde för

UR. Alla elever har enligt skollagen rätt att gå ut grundskolan med godkända betyg. Vi vill bidra till att alla elever når sin fulla potential.

UR kan genom barns och ungas alltmer digitala användarvanor möta upp med ett pedagogiskt berättande i rörlig bild och ljud. Vi utgår från tre perspektiv: ämneskraven, kunskapskraven och förmågor. Hur vi utvecklar och stärker elevernas förmågor är lika viktigt som att stärka den rena faktakunskapen. Uppdraget inbegriper också att stötta lärarna. Lärare behöver kompetensutbildas och fortbildas, och de behöver handledning.

Ett exempel är *Retorikmatchen*. Det är sjätteklassare som helt enkelt tävlar i retorik. Det sänds i både radio och tv, men det börjar långt innan strålkastarljuset sätts på. Det börjar i klassrummet när läraren förklarar och inspirerar: Vad ska du säga? Vad vill du säga? Vilket budskap har du, och hur ska du säga det?

Jag fick ett mejl vidarebefordrat från redaktionen för ett par månader sedan. Det var från en lärare som ville dela med sig. Han beskrev en pojke som satt längst bak i klassrummet och som inte riktigt ville räcka upp handen för att svara på frågor – han vågade inte. I slutet av den terminen, efter att ha jobbat med retorik, stod samma kille längst fram i aulan och höll ett avslutningstal för hela skolan. Att få ett sådant kvitto på att vi gör skillnad gör mig otroligt stolt och glad.

Sammantaget kan sägas att UR är del av ett system som ska skapa medvetna medborgare och ha skolan i fokus där både lärare och elever stötts. UR är ett av många didaktiska val. UR har det pedagogiska berättandet som form. Inför framtiden är det viktigt med en säkrad finansiering och att vi får räkna det vi producerar oavsett var vi väljer att publicera.

Jag är stolt över det här uppdraget. Det finns ingen motsvarighet i hela världen. Det finns stora behov, det finns förutsättningar och om det krävs skulle UR kunna accelerera.

(Applåder)

Ordföranden: Vi tackar de tre programbolagscheferna och går vidare till Jan Scherman som själv har valt titeln diversearbetare i dagens program. Han har dock ett mer gediget cv inom mediesektorn och inledde förvisso karriären inom SVT men har sedan främst haft en lång karriär inom TV4-gruppen och var under tio år dess chef. Under senare år har han även varit affärsområdeschef för Aftonbladet TV. Hjärtligt välkommen, Jan!

Jan Scherman: Diversearbetare är en väldigt fin titel, tycker jag. Tack så mycket för att jag fick komma hit! Det här är en fantastiskt vacker sal, måste jag säga inledningsvis – Förstakammarsalen. Här har växlats många historiska repliker. *Aktuellt* direktsände 1989 när Anders Björck fällde den berömda kommentaren: ”Du ska veta hut när du är här!” Det är ett ordbruk som vi kanske inte ska använda i dag; det är en annan samtalston här i dag.

Jag vill ändå säga att det alltid finns en risk när man talar om public service att det blir lite digitalt: noll eller ett, för eller emot. Jag ska försöka mig på konststycket att säga både och. Det blir inte lätt.

På temat: Varför, var och vad? ska jag visa några bilder. Det här är en av mina egna, från Kungsträdgården. Den är mycket vacker, om jag får säga det själv.

Hörni, jag tänkte att vi ska flytta oss ut ur det här rummet. När jag googlade i går på hur tv såg ut förr i tiden hittade jag den här bilden [svartvit bild på en familj som sitter samlad framför tv:n]. Jag kommer själv ihåg det här. Så pass gammal är jag. Det här är modern tv [färgbild på familj framför tv:n där tre av fem familjemedlemmar tittar på dator, platta och mobiltelefon]. Man är fortfarande tillsammans, men alla agerar individuellt.

Nu får ni blicka in i mitt privata fotoalbum. Det här är när min familj var på resa häromåret. Så här umgås vi, och säkert ni också [bild som visar två barn och två vuxna i en soffa och med varsin mobiltelefon]. Jag har sett att många har pillat på sina mobiltelefoner här.

Det här är Alice, tio år, ett av mina barnbarn. Hon är i New York. Vi pratade inte särskilt mycket under resan, för hon levererade till sin Youtubekanal hela tiden [bilden visar Alice som sitter i en soffa och filmar sig själv med en telefon på selfiepinne].

Här har min hustru smygfotograferat mig när jag håller på med tre apparater samtidigt.

Ungefär 74 procent av dem som tittar på tv har flera grejer igång samtidigt enligt en stor undersökning från Ericssons konsumentanalyslabb.

Så här smygfotograferade jag en gång på Aftonbladet [bilden visar hur en man sitter med en dator och en kvinna sitter med en mobiltelefon under ett möte]. Så här går det till när vi har möten numera.

Man kan hålla på så här rätt länge. Ta till er följande notering bland alla de här uppgifterna: Under valet 2014 informerade sig sex av tio i den unga målgruppen förstagsängslare via Facebook. Det är viktigt att komma ihåg.

Här får ni en liten inblick i hur det ser ut på en journalistisk arbetsplats [bilden visar en vägg på en redaktion som är fylld med skärmar med en massa olika flöden]. Det här är inte från Expressen, Aftonbladet, DN eller Svenska Dagbladet, utan det här är från CNN. Så här går det till i dag. Jag har ju själv jobbat på Aftonbladet ett antal år, och man följer hela tiden live hur det tickar på olika sociala plattformar. Sedan räknar man om index så att man ser vad som ligger i topp. På den här bilden är det någonting om Iran [grafik med röda, gröna och blå bollar med text i]. Lawrence Phillips och de andra grejerna känner jag inte till, men *Star Wars* är ju bekant. Sedan fattar man beslut efter det här så att bollarna ligger rätt i luften.

Så här ser det ut i hela världen [bild på ung man som ligger på rygg och pillar med sin mobiltelefon]. Det här var när jag var i Kina senast, i Peking. Ta med er de här bilderna, och orkar ni inte lyssna på vad jag säger så titta på den här bilden [bild på körsbärsblom]!

Jag ska börja med *varför*. Jag känner ett slags behov av att först av allt säga: Public service-innehåll – vad det nu är, men om vi har något slags rund definition av det – publiceras även i kommersiella medier, och så har det varit väldigt länge. Det görs viktiga avslöjanden, det görs kulturreportage, det görs oerhört mycket inom ramen bredd och mångfald. Detta är ett nytt scenario som jag tror att man politiskt snart måste börja ta till sig. Det finns inte ett specifikt företag som är ensamt om att göra public service-innehåll.

Med detta sagt måste man vara klar över den ram som gäller i kommersiella medier. Jag blev väldigt glad när jag läste Expressens chefredaktör Thomas Mattsson som i helgen hyllade sina reklamsäljare. Läs den artikeln! Det tycker jag var både modigt och bra av en väldigt erfaren och kunnig publicist, och där klargörs väldigt tydligt att den publicistiska ramen i ett kommersiellt finansierat medieföretag sätts av intäkterna. Utan vinst på sista raden blir det väldigt svårt att ha en publicistisk frihet.

Debattartikeln i Svenska Dagbladet nämndes här av den första talaren, tror jag att det var. När ni ser vilka bolag som har skrivit under kan ni notera att de stora bolagen – Bonnier, MTG, Schibsted – drar in ungefär 60 miljarder i omsättning, och det står 3 miljarder nere på sista raden. Det är alltså inte noll eller ett, svart eller vitt, utan det är lite mer mångfasetterat.

Jag ska inte upprepa min kritik mot min förra arbetsplats TV4:s nedläggning av lokal-tv:n, för då blir det tråkigt. Däremot vill jag säga att när företagsledningen fattade det beslutet skedde det med ett väldigt tydligt och enkelt motiv: Verksamheten var inte lönsam och bedömdes inte heller vara lönsam framåt.

Det är den skillnaden som jag tror att man måste ta med sig. I mitt perspektiv leder det inte bara till att public service ska göra det som kommersiella medier av olika skäl inte orkar med, utan även där är det lite mer komplicerat.

Så tar jag frågan *var*, eftersom även den har varit aktuell. I början, på monopoltiden med stambanan och det analoga marknätet, var det väldigt enkelt. Det fanns ett slags konstitution i botten som handlade om att allmänhetens tv skulle nå alla medborgare i landet. Nu har ju distributionen fullständigt exploderat, eftersom tillgängligheten till rörlig bild eller ljud är väldigt allmän och enkel. Egentligen är den enda begränsningen att en del bredbandspipor är för svaga. Då kan man inte, tycker jag, säga att public service inte får vara där eller där eller där. De ungdomar som formade sin faktabank inför valet 2014 gick till Facebook. I mitt enkla perspektiv betyder det att public service måste vara där människorna befinner sig, det vill säga på alla tillgängliga plattformar. Den viktiga frågan är *hur*, och den behöver redas ut. Inte ”får inte”, om någonting är populärt.

Mina barn och barnbarn informerar sig inte särskilt ofta framför platt-tv-sändningar via det digitala marknätet, och det där tror jag att man måste ha med sig på riktigt. Det för då med sig en liten komplicerande omständighet, och det är ju *varför* inte Aftonbladets, Expressens eller DN:s onlineverksamhet då inte ska kunna ha public service-materialet tillgängligt på sina plattformar.

Jag vill inte ha ett enkelt svar på den frågan, men den måste liksom behandlas. Public service ska finnas där människorna finns, och i de kommersiella mediernas värld blir det på något sätt rätt motsägelsefullt om flera eller alla delar av public service-innehållet finns på exempelvis Facebook, medan Aftonbladet i sin onlineverksamhet inte kan ha samma public service-material.

Jag ger er inte svaret, men frågan måste på något sätt hanteras.

Jag tycker också att det är extremt olyckligt att det avtal som nu daterar sig från 2013 har en sådan distributionsteknisk inlåsning som det har. Jag skulle gärna se att man lyfte ut den frågan illa kvickt och skapade den här friheten som jag talar om, med de komplikationer som måste redas ut. Det är en kvarleva av en väldigt ålderdomlig tidsperiod. Ska man vänta till 2019 kan jag bli riktigt orolig, måste jag säga.

Till sist: Det handlar om *vad*, och det är väl här som jag under årens lopp till en del blivit rätt kritisk mot public service. Jag tycker att public service lever i något slags hägn av gamle vd Sam Nilssons tid när man talade om att SVT måste ha 50 procent av den tillgängliga publiken för att det skulle finnas betalningsvilja. Sedan har det där gått vidare till något slags önskan om att man ska vinna det där kommersiella racet om att vara den största tv-kanalen och ha den största publiken, och då kryddar man sitt utbud med ibland, måste jag säga, rätt provocerande innehåll som *Tro, hopp och kärlek* där präster ska gifta sig eller kändisar ska skickas ut på grönbeta.

Varje gång man säger det där ramlar man rakt in i fällan, nämligen huruvida man ska bestämma exakt med pekfinger vad public service är. Men jag tror faktiskt att public service-bolagen gör sig själva en otjänst genom att vara så utmanande inom det här området. Jag tycker inte att det politiska uppdraget ska vara ett pekfinger, men ni måste nu våga ta frågan om att peka ut fokusområden där public service absolut måste vara.

Ett uppenbart fokusområde är ju lokal verksamhet. Det finns hur många vita fläckar som helst på den svenska kartan i dag där det inte ens finns journalister på plats i kommunen. Det är ett område. Det handlar också om stark nyhetsförmedling 24 timmar om dygnet, ännu mer korrespondenter ute i världen, ännu fler lokala redaktioner och ännu mer stöd till film.

Självfallet handlar det också om underhållning. Det går inte längre att köra med motsatsparet brett och smalt. Ta mina barnbarn igen – de definierar inte saker och ting på det sättet. Ungdomarna i tioårsåldern som ni såg här vet precis lika mycket om Trump som jag. Det finns ett oerhört stort intresse för nyheter och samhällsjournalistik. Jag tror att vi ska försöka tänka bort ifrån smalt eller brett och i stället hitta fokusområden.

Allra sist vill jag säga att om den sittande public service-utredningen gör som jag tycker att det har blivit väldigt många gånger tidigare, det vill säga nästan ingenting alls för det funkar ändå, så skulle jag vilja säga: Vi befinner oss i en dramatisk och omvälvande tid när detta inte längre håller. Ni måste faktiskt våga komma med tydligare definitioner, lösa finansieringsfrågan på ett begripligt och uthålligt sätt och reda ut det här med var public service ska finnas. Annars tror jag att den verksamheten utsätts för risker och hot som gör

att den stora demokratiska betydelse som public service har riskerar att devalveras.

(Applåder)

Ordföranden: Stort tack! Det har nu blivit dags att hälsa vår kultur- och demokratiminister Alice Bah Kuhnke välkommen. Hon behöver kanske inte någon närmare presentation, men hon har faktiskt också inlett sin karriär på SVT. Hjärtligt välkommen – vi är glada att du är här!

Kultur- och demokratiminister Alice Bah Kuhnke (MP): Jag vill börja med att tacka ordföranden och hela utskottet för att ni anordnar denna offentliga utfrågning, som det så fint heter, om framtidens public service. Jag hoppas att detta är en av många delar som kommer att utgöra ett gott underlag för så många som möjligt att ta del av de svåra och stora frågor vi står inför.

En mångfald av oberoende medier är nödvändigt för att demokratin ska fungera. I en tid där den fria pressen på alltför många håll i världen är satt under tryck är det viktigare än någonsin att värna medierna och den fria journalistiken. Alla människor, oavsett var man bor i landet, ska ha tillgång till allsidig nyhetsförmedling av hög kvalitet för att var och en självständigt ska kunna bilda sig en uppfattning om samhället utifrån fakta och kunskap.

Journalistiken är också ett viktigt skydd mot maktmissbruk och korruption. Genom att fria medier granskar samhällets olika maktsfärer upprätthålls allmänhetens insyn i maktutövningen, och det blir möjligt för allmänheten att utkräva ansvar. Journalistiken är avgörande för att demokratin ska kunna hållas vital.

Den digitala revolutionen har förändrat förutsättningarna för mediepolitiken. Det är vi alla väl medvetna om. Internet och sociala medier har blivit en central infrastruktur för nyhetsförmedling, och aldrig förr har det varit så enkelt att dela information och kunskap.

Men den digitala revolutionen manar till eftertanke om hur framtidens mediepolitik bör utformas. Det är min absoluta övertygelse att betydelsen av professionella medier och journalistisk granskning är större än någonsin. I en flora av medier och informationskanaler kan ansvarstagande kommersiella nyhetsmedier och public service göra verklig skillnad för det offentliga samtalet. Villkoren för public service i det nya medielandskapet är därför en central mediepolitisk fråga.

Den viktigaste utgångspunkten i politiken för tv och radio i allmänhetens tjänst är att värna public services oberoende. Public service måste stå bortom samhällets olika maktsfärer. Detta gäller särskilt den politiska sfären. Om trovärdigheten ska kunna hållas intakt får det aldrig råda några tvivel om att public service som institution står oberoende i förhållande till politiken.

Därför har jag sedan jag tillträdde som kulturminister varit mån om att inte blanda mig i diskussionen om public services rådande verksamhet – vad bolagen gör och hur de gör det – i det avtal som nu gäller, och detta ställningstagande har jag stått bi trots den väldigt livliga debatten.

Tidningsföretagen har haft sin egen public service-kommission. Medieutredningens särskilda pm om public service har genererat debatt, liksom den rapport om marknadspåverkan som initierades av den förra regeringen.

Samtidigt välkomnar jag med enfaset en levande diskussion om public services verksamhet som engagerar många, men det är inte en kulturministers sak att delta och lyfta detaljer och tyckande och tänkande i den diskussionen under pågående tillståndsperiod. Om allmänhetens förtroende ska kunna upprätthållas är det nödvändigt att public service under pågående tillståndsperiod fredas från allt som kan uppfattas som politisk påverkan och alldeles särskilt sittande regerings påverkan.

Public service har genom sitt oberoende en unik position. Jag är därför glad över att public service-företagen år efter år fortsätter att ha ett mycket högt förtroende hos det svenska folket. Det förtroendet är avgörande för att SR, SVT och UR ska fortsätta vara oberoende röster som når ut i hela landet.

För nästan exakt en månad sedan hade jag förmånen att få sitta i ett långt samtal med vd:arna för public services tre programföretag. Vi genomförde då den halvtidsöversyn som enligt riksdagens beslut ska genomföras mitt i tillståndsperioden. Samtalet handlade om public services uppdrag, förutsättningar och utmaningar. En stor del av samtalet handlade om viktiga frågor inför framtiden och om den parlamentariska public service-kommittén.

För mig var samtalet en möjlighet att få ställa alla de frågor som jag varken kan eller bör ställa annars. Samtalet har rapporterats till kulturutskottet. Det var mycket givande och kommer att utgöra ett viktigt underlag i det fortsatta arbetet med tilläggsdirektiven till den parlamentariska public service-kommittén.

Denna kommitté med representanter från samtliga riksdagspartier tillsattes i februari. Kommittén kommer att arbeta i två steg. I ett första steg ska de utreda och lämna förslag till en ny finansieringsmodell för public service som ska ersätta den nuvarande radio- och tv-avgiften. Denna del är svaret på riksdagens tillkännagivande som begärt en utredning av radio- och tv-avgiften i god tid före nästa sändningstillståndsperiod. Att hitta ett nytt finansieringssystem som är långsiktigt hållbart, garanterar public services oberoende och upplevs som legitimt av allmänheten är en avgörande framtidsfråga för public service. Det är därför min stora förhoppning att kommittén ska lämna ett förslag i bred politisk enighet. Uppdraget ska redovisas den 30 september.

I nästa steg ska kommittén utreda och föreslå hur villkoren för public service ska utformas inför nästa sändningstillståndsperiod. I det nya medielandskapet där olika typer av medier smälter samman och där till exempel skillnaden mellan en tv-kanal och en tidning blir allt mindre uppstår mängder med nya frågor och utmaningar också när det gäller villkoren för public service.

Direktiven till den andra delen av uppdraget tas just nu fram på mitt departement, och min förhoppning är att dessa ska vara klara före sommaren.

Som jag betonade inledningsvis är det min bestämda uppfattning att public service och andra kvalitativa nyhetsmedier har en avgörande betydelse i ett demokratiskt samhälle, och det är en betydelse som sannolikt kommer att fortsätta öka. Public service står alltså inför en ny och utmanande tid. Kommittén kommer att behöva ta ställning till många stora och svåra frågor som handlar om vilken roll public service ska spela i framtiden.

Bolagen har alla högt ställda ambitioner för sin verksamhet. SVT har formulerat en målsättning om att deras verksamhet ska bidra till att publiken blir mer nyfiken och mer insatt. Det är ett motto som jag hoppas ska kunna tjäna som inspiration även för kommitténs arbete, liksom jag hoppas att den här hearingen är det första av många tillfällen till samtal, diskussion och kunskapande om och för framtiden för radio och tv i allmänhetens tjänst.

(Applåder)

Ordföranden: Stort tack! Vi kommer nu att gå in på den del där riksdagens ledamöter från kulturutskottet får möjlighet att ställa frågor till paneldeltagarna. Nu kommer vi kanske till en utmaning, och den handlar om att hålla tidsgränser och så. Jag vill alltså be ledamöterna om att försöka ställa korta, koncisa frågor och gärna också berätta vem man riktar frågan till så blir det lite enklare.

Jag kommer att lämna ordet till partierna i storleksordning, och första frågeställare är Ida Karkiainen, Socialdemokraterna.

Ida Karkiainen (S): Tack för ordet, och tack för otroligt bra dragningar! Jag vill rikta ett särskilt tack för att ni alla berörde vikten av att finnas i hela landet. Det är en otroligt viktig demokratisk fråga att även nyheter från hela Sverige lyfts i riksmidierna, så jag tackar särskilt för detta.

Jag undrar: Hur ser public service-bolagen själva på sin roll när det gäller att bidra till en stark, heterogen mediebransch och på att fylla de vita fläckarna eller kanske de svarta hål som finns i medielandskapets geografiska täckning?

Ordföranden: Den frågan lämnas brett till public service-bolagens chefer. Jag tittar på er – vem vill börja?

Cilla Benkö, Sveriges Radio AB: Jag försökte väl beskriva det där. Jag tror att i vår framtid så blir husen inte så viktiga. Det är därför vi satsar på att ta fram den här nya tekniken som vi vill rulla ut i hela landet, för med den tekniken kan vi komma otroligt mycket närmare alla medborgare och lyssna på dem, vara närvarande, ta upp deras frågeställningar och föra in nya perspektiv i en bevakning både lokalt och sedan ut i hela landet även socialt och digitalt.

Vi har också publiknätverk kopplade till alla våra lokala kanaler. Helt vanliga människor hör av sig, säger att de vill vara med och får vara med. Redan på morgonen spelar de in vilka ämnen som rör sig i deras område och vad de tycker att den lokala kanalen ska bevaka. Det är klart att när radion i Jämtland har 300–400 personer i sitt nätverk som varje morgon kommer med inspel till bevakningsområden blir ju det en otroligt mycket bredare bevakning än när tre fyra lokala nyhetsjournalister sitter och tänker på vad de ska bevaka varje dag.

Vi försöker alltså på alla sätt helt enkelt bjuda in publiken till ett medskapande.

Hanna Stjärne, Sveriges Television AB: Vi har ju som jag berättade gjort en stor utökning av antalet reportrar runt om i landet, och den bygger på en genomgång där vi tittade på hur Sverige faktiskt har förändrats de senaste åren och kommer att förändras. Hur ser flyttströmmarna ut? Vilken typ av frågor har diskuterats? Hur har vi lyckats bevaka dem?

I grunden för denna omfördelning, där vi alltså har skurit ned på det vi kan för att få fram 70 nya reportertjänster, har vi tittat på just vad vi har för vita fläckar på kartan och hur det egentligen ser ut i Sverige. Detta har gjort att vi har öppnat nya redaktioner på väldigt många olika ställen. I grunden finns det alltså en genomlysning av hur Sverige faktiskt ser ut i dag och hur Sverige håller på att förändras, och det har gett oss en mycket bättre täckning över landet.

Sedan är det klart att när vi har reportrar i Södertälje så kan de rapportera om vad som händer där. Det kan komma in i *Rapport* och *Aktuellt*, och det kan också kompletteras med en bild från våra utrikeskorrespondenter. Vi vet till exempel att i Södertälje finns det många med en bakgrund i Syrien, och då kan vi koppla ihop deras verklighet i vardagen i Södertälje centrum med det som faktiskt händer i Sverige i stort och via våra utrikeskorrespondenter även med det som händer i området kring Syrien.

Vi har alltså en chans att koppla ihop den här utvecklingen: Det som händer lokalt hör ju ihop med det som händer i Sverige som helhet och det som händer i andra delar av världen.

(Ordföranden: Ida Karkiainen, jag uppfattade att din fråga ställdes lite grann i förhållande till andra medier också?)

Det är ju inte så länge sedan jag själv var chefredaktör för en tidning. Jag var det för drygt två år sedan, och då jobbade jag i Uppsala på UNT-koncernen och hade hand om Upsala Nya Tidning och en rad andra tidningar runt om i Uppland.

Jag har ju i kroppen de utmaningar som flera av de lokala tidningarna står inför, och jag har mycket kontakt med kollegor runt om i landet på många olika ställen. Ibland i debatten hör man ju de stora företagen, men det finns många tidningsföretag runt om i landet också.

Jag har också initierat en genomgång som vi genomför just nu, där vi har samtal med framför allt chefredaktörer runt om i landet. Jag var själv i Malmö häromveckan, jag ska åka till Kalmar, jag kommer att åka till Västerås, vi har varit i Luleå och vi kommer att vara på en rad olika platser i landet med några förslag som vi har sett där vi kan samarbeta mer med tidningarna.

Men vi lyssnar också och hör vad tidningsföretagen själva ser. Finns det områden där vi kan samarbeta mer? Vi har till exempel tittat på granskande journalistik. Det finns redan i dag en möjlighet för andra att komma med idéer till program till SVT. SVT:s budget är 4,8 miljarder, och 3 miljarder av dem går i dag till andra aktörer. Man kan lämna in förslag och programförslag av olika slag. Tittar man till exempel på drama och dokumentärer ser man att mellan 80 och 90 procent av dem görs av andra – produktionsbolag och frilansare. En stor del av de här pengarna går också till upphovsmän.

Vi har alltså ett väldigt stort kontaktnät och samarbetar med väldigt många runt om i landet, och för att kunna förbättra det framöver har vi också de här samtalen där vi både har några idéer själva och även åker runt för att höra mer med stora öron.

Ordföranden: Cilla Benkö ska få en kort kommentar också, men jag vill bara säga att för att vi ska hinna med så får svaren vara korta och koncisa.

Cilla Benkö, Sveriges Radio AB: Det blir ett jättekort svar som också är ett svar på Janne Schermans inlägg: Allt Sveriges Radios ljud är fritt att använda för den som vill, även våra kommersiella konkurrenter, och det gör de. När Aftonbladet gör en jättesatsning bakom betalvägg på Estonia så använder de två timmar av Sveriges Radios ljud. Det är det enkla svaret på den frågan.

Cecilia Magnusson (M): Tack, herr ordförande, och tack för alla inlägg som har varit väldigt intressanta!

Jag uppfattade att Jesper Strömbäck sa att ju svagare kommersiella medier blir, desto viktigare är det med public service. Jag måste ändå som politiker tycka att man ska ha en mångfald, inte bara en public service, utan även kommersiella medier. Det är bra för mångfalden inom medierna.

Jag skulle dock vilja fastna vid den fråga som Jan Scherman tog upp om *hur* public service ska vara, och det hänger ju samman med mångfalden. Hur ska vi kunna begränsa public service? Då kommer jag in på förhandsprövningen, och då är frågan till kulturminister Alice Bah Kuhnke: Kommer Public service-utredningen att få ta fram förslag om den framtida förhandsprövningen för public service-bolagen?

Kultur- och demokratiminister Alice Bah Kuhnke (MP): Det återstår att se. Jag kommer inte att här och nu sitta och berätta exakt hur formuleringen kommer

att se ut, utan det kommer jag att annonsera i sedvanlig ordning när vi, förhoppningsvis före sommaren, ger tilläggsdirektivet till kommittén.

Jesper Strömbäck, Göteborgs universitet: Vad jag menade är att journalistik kostar. Vi talar väldigt mycket om distribution av medieinnehåll och distribution av journalistik, men i grund och botten så handlar det om produktionen, och i den takt som andra medieföretag, privata medieföretag, tidningar inte minst, får det svårare och deras ekonomiska muskler att producera god journalistik försvagas, då blir public service viktigare för att fylla det som tidningarna tidigare kunde göra.

Det är inte ett argument mot mångfald; jag håller självklart med om att det behövs en stor mångfald, och jag ser det som ett stort problem att andra delar av mediebranschen har det så svårt ekonomiskt, för det drabbar ju journalistiken.

Aron Emilsson (SD): Tack till alla talare och för de inlägg som har gjorts hittills!

Vi kan börja med att konstatera att det råder en samsyn om public services grundläggande roll, syfte och existensberättigande i demokratin. Just granskningen och rapporteringen om hur utvecklingen ser ut bland institutioner och aktörer i demokratin är kanske det viktigaste arbetet liksom granskningen av oss politiker. Men saktligheten och opartiskheten är ju också grunden för den folkliga förankringen, och här visar olika undersökningar på olika grad av förtroendeutveckling för de traditionella medierna och också för public service generellt.

När det gäller teorin i hur vi ser på sändningstillstånd och praktiken i hur det ser ut i många människors uppfattning har vi alltså ett glapp, och därför vill jag ställa två frågor.

Den ena frågan riktar sig till kulturministern och den andra till SVT som public service-bolag.

Den första frågan är: Är kulturministern beredd till en kompletterad utredning om just förstärkta saktlighetsprövningar och förstärkningar i sändningstillståndet för saktlighet och oberoende utöver den föreliggande finansieringsutredningen?

Den andra frågan, till SVT, är vad som är det viktigaste verktyget som ni har hittat under de olika verklighetsbesök som Hanna Stjärne nämnde här när det gäller att ta tillbaka nyhetsundvikare och den stora och växande målgrupp som tidigare har haft ett väldigt stort förtroende för SVT men som i mötet med oss politiker bland annat hävdar att man har ett minskat förtroende för till exempel Sveriges Television.

Kultur- och demokratiminister Alice Bah Kuhnke (MP): Tack för frågan! Det är noterbart att det är en sverigedemokrat som lyfter samsynen. Det är ju så att

om det finns ett parti som genom åren har uttryckt en snedsyn, en annan syn, kring public services oberoende och hur public service arbetar så är det Sverigedemokraterna. I övrigt finns det en bred samsyn, vilket jag är väldigt glad och tacksam för, och det borgar också för ett gott arbete som ska tas i parlamentarisk anda.

När det gäller om och vad jag öppnar för är det så att vi i detta nu arbetar med det tilläggsdirektiv som ska komma till kommittén. Vilka frågor och detaljer och vad som ska belysas i detta direktiv återkommer jag till i den process och den ordning som man ska göra det.

Hanna Stjärne, Sveriges Television AB: Vi jobbar på många olika sätt med att förstå vilka frågor som verkligen engagerar människor. Jag berättade här om en turné som vi har gjort nu, när många olika reportrar har varit ute och lyssnat, men vi gör detta ständigt. Vi har otroligt mycket kontakt med vår publik. Nio av tio tittar på något från SVT varje vecka, och vi får väldigt mycket respons tillbaka.

Jag tror att ett av våra främsta verktyg är de redaktioner vi har runt om i Sverige. De jobbar hela tiden med stora, öppna öron för att höra vad det är för frågor som rör sig och belysa dem på ett sakligt och opartiskt sätt, så långt de bara kan.

Vi har stora diskussioner internt, där vi hela tiden prövar var en publicering landar och hur den blev. Jag tror att vi i större utsträckning också kommer att behöva berätta – och det tror jag är bra – hur vi har landat i de nyheter vi förmedlar och berätta mer om processen innan. Varför valde vi att landa i denna fråga? Var kom idén ifrån? Hur landade vi i just denna publicering? Det diskuterar vi en hel del internt, och det tror jag är en sak som vi kommer att jobba med framöver.

Sedan visar det sig också – ni såg ju bilden över förtroendemätningen i min dragnig – att public service, både SR och SVT, legat stadigt i toppen när det gäller förtroende bland svenskar i Sverige.

Niclas Malmberg (MP): Jag har två frågor, först en som har debatterats mycket den sista tiden men inte belysts så mycket här i dag, nämligen vilken eventuell påverkan public services närvaro på sociala medier kan ha på andra medieaktörer. Det skulle jag gärna vilja ha belyst, från SVT och/eller Sveriges Radio.

Den andra frågan handlar om det som går under epitetet ”räkna webben”. Vi vet ju att framför allt tablå-tv snabbt tappar mark till förmån för Play. Vi vet också att nästa sändningstillstånd måste ta ett nytt grepp om frågan. Samtidigt får vi höra att detta är väldigt komplext och kräver grundlagsändringar. Är det så? Krävs en grundlagsändring, eller hur skulle frågan kunna lösas? Även den andra frågan är ställd till SVT och/eller SR. De kanske har ett gemensamt svar eller vill svara var för sig.

Hanna Stjärne, Sveriges Television AB: När det gäller den första frågan, hur vi förhåller oss till sociala medier, är det klart att de ger en möjlighet, som inte riktigt har funnits tidigare, att faktiskt göra saker tillsammans med publiken. När vi till exempel har tittat närmare på och granskat bredbandsutbyggnaden i Sverige, som också är en viktig fråga som gäller hur människor kan ta del av information, har vi tagit hjälp av publiken.

Vi gjorde en stor granskning som kallades #ettsverige, som fick rätt stor uppmärksamhet. Där tittade vi på hur bredbandstäckningen egentligen ser ut runt om i Sverige och var det finns vita fläckar i den bemärkelsen. Detta gör vi tillsammans med publiken.

Sedan använder vi såklart sociala medier för att kunna diskutera med tittarna. När nio av tio tittar på SVT varje vecka är det klart att det finns väldigt många olika tankar och idéer. Hur kan SVT bli bättre? Vad borde vi förändra? Varför har vi gjort som vi har gjort? Detta diskuterar vi naturligtvis mycket med publiken.

Annars är vi faktiskt rätt restriktiva på SVT. Vi ser att vi i vissa lägen behöver jobba extra med sociala medier för att nå ut, faktiskt också i marknadsföringssyfte. Vi behöver berätta att det här innehållet finns. Men vi är rätt restriktiva i den frågan.

När det gäller frågan om att räkna webb och möjligheterna vid sidan av en grundlagsändring, som ju ligger väldigt långt fram, går utvecklingen rasande fort nu. Vi har 1 miljon svenskar som bara tar del av SVT digitalt. Majoriteten av de nio av tio som tar del av SVT varje vecka gör det på alla plattformar. De tittar i mobilen, på surfplattan och på den stora tv-skärmen hemma. De tittar på SVT Play. Den vanligaste kommentaren jag får när jag någon gång blir igenkänd på stan och folk kommer fram är ”tack för SVT Play”. Det är en högt älskad tjänst.

Jag tror att det du lyfter är väldigt viktigt: att titta på om det finns möjligheter för oss att redan i dag gå in och räkna och få tillgodoräkna oss det som finns på webben, och hur det skulle kunna se ut. Vi jobbar såklart med samma typer av principer när det gäller innehållet på nätet som när det gäller innehållet i tv- och radiokanalerna. Vi tar det ansvaret redan nu, men det skulle vara bra med en formell prövning också.

Cilla Benkö, Sveriges Radio AB: Jag kan komplettera med att det finns en temporär lösning av problematiken, nämligen att politiken talar om för granskningsnämnden att man i väntan på en grundlagsändring ska beakta det public service-bolagen gör på alla plattformar. Då skulle vi till exempel få tillgodoräkna oss 6 000 timmar Sisoradio på webben, som i dag inte räknas. Men om samma 6 000 timmar går i ett DAB-nät i marken och ingen lyssnar räknas de, och det visar hur absurt det är i dagens tekniska läge.

Rossana Dinamarca (V): Det har varit väldigt intressant att lyssna på de dragningar som har varit. Det finns ändå en samsyn kring vikten av den särställning

som gör public service i Sverige så starkt: Man har det smalare men lägger också vikt vid att det ska vara brett.

Vi ser det nästan som självklart – och det nämndes här – att vi kommer att kunna se *Melodifestivalen* och sportevenemang som VM och OS. I somras, under OS, vaknade en del till och undrade om de inte skulle kunna se matchen eller något annat evenemang, just därför att public service inte hade rättigheterna. Detta är inget som har nämnts nu, men jag ser det ändå som en viktig fråga. Är det av allmänt intresse att vi ska kunna se de stora evenemangen, eller är det något vi bara ska låta andra köpa upp utan att det spelar så stor roll om allmänheten får se eller inte? Denna fråga gäller evenemangslistan och är riktad till Hanna Stjärne. Jag har också ställt en fråga om detta till kulturministern.

En annan sak som är lite svår att lyfta utan att gå in på vad man gör i olika program, men som jag tycker är viktig att betona med tanke på den tid vi lever i, är opartiskheten, som ju alla framhåller vikten av. Det har funnits en diskussion, till exempel när bokmässan bjöd in Nya Tider och man i direktsändning i *Aktuellt* bjöd in chefredaktören att sitta och orera om en massa saker. Detta har dykt upp flera gånger: Det upplevs inte som att public service faktiskt säger ifrån. Opertiskheten lyfts på ett sätt som gör att man inte gör det som kan förväntas av public service: att man ska klara balansgången mellan det som är sant och det som är falskt. Jag tror att det är extremt viktigt just nu och kommer att vara det även framöver.

Hanna Stjärne, Sveriges Television AB: När det gäller idrotten är utvecklingen väldigt speciell just nu. Kostnaderna för de stora idrottsevenemangen har ökat dramatiskt de senaste åren. På SVT är vi med i budgivningarna. Vi hanterar pengarna så ansvarsfullt vi bara kan, för det är licensbetalarnas medel. Vi är med och försöker se till att så många som möjligt i Sverige ska kunna se de riktigt stora evenemangen. Vi har rättigheterna till en hel del stora evenemang; just OS har vi inte.

Jag tror också att vi i detta rum måste vara medvetna om att denna konkurrens nu är global. När vi var med och konkurrerade om att få sända OS ställdes vi mot aktörer från Mellanöstern och Kina, som ville köpa rättigheterna för Sverige. Det pågår en extremt stark globalisering och internationalisering just nu, inte minst på tv-marknaden, och det går väldigt fort.

Vi är med. Vi försöker göra en avvägning mellan alla intressen och alla krav vi i public service har på oss för att använda licensbetalarnas medel så ansvarsfullt som möjligt och säkra de rättigheter vi kan. Och det gör vi också ibland i samarbete med privata aktörer i Sverige. Vi sänder till exempel en hel del fotboll tillsammans med TV4, och vi gör drama tillsammans med MTG. Vi samarbetar alltså med andra och försöker säkra rättigheterna.

Vi vet ju att idrott är något som förenar oss och som vi samlas kring, och i längden tror jag faktiskt att detta påverkar svenskt idrottsliv. Om en stor del

av de riktigt stora evenemangen blir inlåsta i olika typer av betaltjänster blir det svårare för alla att ta del av dem. Vi välkomnar därför en evenemangslista.

När det gäller den andra frågan, synen på opartiskhet, försöker vi hela tiden arbeta med det. Vi försöker göra den grundläggande värderingen så att vi inte hamnar i ett läge med en sorts falsk balans; det finns faktiskt vissa frågor som man kan slå fast. Vi försöker titta på forskning och göra vägningen. Dessa diskussioner har vi ständigt internt.

Våra reportrar coachas hela tiden att ställa tuffa frågor, oavsett vilket ämne det handlar om: att kunna bemöta, diskutera och gå på de riktigt smärtsamma punkterna vem det än är. Det vet jag att många i den här salen har fått känna på. Reportrarna ska vara omutliga och opartiska, och vi jobbar mycket med detta. I vissa lägen kan vi säkert bli mycket bättre, och vi jobbar med att coacha reportrarna så att de ska ställa de svåra frågorna, vem det än handlar om.

Cilla Benkö, Sveriges Radio AB: Jag tycker att detta är en otroligt viktig fråga, och jag vill därför peka på en sak där jag tycker att debatten ibland går lite fel. SVT, Sveriges Radio och TV4 omfattas av demokratiparagrafen i radio- och tv-lagen. Ibland hänvisas det till den på ett lite felaktigt sätt. Demokratiparagrafen säger att vi, om en person i sändning yttrar något som går emot alla människors lika värde, aktivt ska ta ställning emot. Det räcker alltså inte att släppa fram en annan debattör, utan programledaren – om det är en direktsändning – ska aktivt gå in och ta ställning emot.

Det demokratiparagrafen däremot *inte* säger är att bolagen från början ska säga att vissa personer inte får höras i radio eller vara med i tv. Här går det ibland lite snett. Självklart ska vi vara en öppen arena för alla. Även folk som tycker saker som jag personligen kanske tycker är helt åt helskotta ska få vara med i både radio och tv, men yttrar man något som går emot alla människors lika värde ska vi alltså ta aktiv ställning emot. Detta diskuterar vi oerhört mycket, och det kommer att vara ännu viktigare framöver, tror jag.

Bengt Eliasson (L): Tack för alldeles utmärkta och högtintressanta föredragningar i inledningarna! Det märks att vi är många som är besjälade av ett stort, starkt och oberoende public service – som ständigt utvecklas – som enhet och begrepp. Detta tycker jag också förpliktat ganska mycket, inte minst för oss i politiken och som demokratiska delar i ett samhälle.

Då kommer man till frågan om att ytterligare stärka och säkra oberoendet för evinnerlig tid och med avseende på alla begrepp, när det gäller såväl vad och hur som med *vad*, som Jan Scherman var inne på i sitt föredrag.

Jag skulle vilja ställa några frågor till Jesper Strömbäck och till just Jan Scherman. Det handlar om ifall det finns någon borte gräns för vad public service ska göra. Jag tänker på detta i förhållande till konkurrensfrågorna, som flera frågeställare varit inne på, inte minst på det lokala planet; detta är ju en ständig debattfråga. Jag tänker på det i förhållande till det demokratiska begreppet, armlängds avstånd och demokratikriteriets egentliga innehåll – om

det är styrande eller inte. Och jag tänker på det i förhållande till den allmänna diskussion, analys och kritik mot public service-institutionerna som ständigt finns. Är den bra eller dålig? Ska man ha den levande och driva på den, eller ska man ställa sig vid sidan av?

Frågorna är möjligtvis mer filosofiska, men detta är ack så viktigt när vi nu ska gå in i mer skarpa diskussioner om en ny sändningsperiod.

Jesper Strömbäck, Göteborgs universitet: Jag vet inte om jag har något bra svar som går att formulera här. Det finns absolut bortre gränser, men var de går är en väldigt komplicerad fråga. Man kan inte som forskare säga att här går gränsen, utan i så fall måste man bygga det på ett resonemang om public services ansvar i förhållande till hur starka olika andra aktörer är.

Problematiskt i detta sammanhang kan vara att det skiljer sig åt i olika delar av landet. För att ta ett exempel blir det i en kommun eller region där det inte längre finns några tidningar ett stort ansvar för public service att försöka fylla på med lokal och regional nyhetsbevakning. Men det blir en annan situation i en region eller kommun där det finns väldigt starka tidningar. Det är inte säkert att public service ska gå lika långt där. Hur kompletterar man utan att konkurrera ut, lokalt och regionalt? Det är en väldigt svår fråga. Men någonstans finns det en bortre gräns; det gör det för allt.

Jan Scherman: Jag smet nästan undan – det var så filosofiskt. Men det jag försökte säga var att tidigare formuleringar om ett mångsidigt utbud inte räcker längre. För att citera författaren Joseph Heller: "Någonting har hänt" från den tid då det rädde en monopolsituation i fråga om television och radio. Vi har haft en explosion av innehåll, och det var därför jag påpekade att även andra medier gör public service-innehåll, vilket är bra för mångfalden.

Jag vill därför inte sträcka mig längre än till att jag tycker att ni nu måste våga anta utmaningen att börja fastslå en tydligare fokusinriktning så att man inte hamnar i detaljstyrning och sätter ned pinnen där du efterfrågade. Finns det en bortre gräns? Ja, men jag skulle nog vilja avråda från att sätta pinnen. Jag skulle igen vilja predika för att man ska bli tydligare när det gäller inriktning och fokusområden.

Jag vill lägga till att mitt perspektiv inte handlar om att public service är allt det som andra inte gör. Det blir en fullständigt hopplös och felaktig inriktning. Det varierar dessutom över tid. Man kan tala om stora och små mängder som görs och inte görs. En gång i tiden kritiserades mångfalden i public service för att man ville driva igenom opera-tv, som ingen tittar på. Det ska man vara försiktig med, och då är man inne på detaljstyrningen och den bortre gränsen.

Roland Utbult (KD): Jag vill också tacka för alla inlägg. Jag vill gå tillbaka till en grundläggande fråga, som är riktad till cheferna för public service. Det

handlar om den garanterade finansieringen på 8 miljarder, som skapar en ekonomisk obalans i konkurrensen med andra medier. Hur ser ni på den?

Jag har en fråga till, som går till kulturministern och departementet. Ministern nämnde halvtidsavstämningen; vilka är regeringens slutsatser av den? Frågan gäller inte public service-bolagens tankar utan vad departementet självt menar har fungerat och inte fungerat fram till halvtidsavstämningen. Vilken blev slutsatsen av samtalet?

Cilla Benkö, Sveriges Radio AB: Vi kan börja med detta med pengarna. Vi har 8 miljarder; det är vår enda intäkt. Bara Sveriges Radio gör motsvarande 4 nationella och 25 lokala tidningar och driver dessutom ett konserthus med kör och orkester. Ett svenskt hushåll betalar 800 kronor om året för Sveriges Radios samlade innehåll.

Jämför detta med det vi just hörde både Jan Scherman och Jesper Strömbeck berätta om, nämligen de samlade intäkterna för kommersiella medieföretag i Sverige. Då är Sveriges Radios samlade kaka ganska liten. Att jämföra hela vår finansiering med det statliga bidrag som i dag kallas presstödet blir fullkomligt felaktigt om vi ska ställa storhet mot storhet. Det är det första.

Sedan tror jag också att det är viktigt att komma ihåg att det i andra länder finns public service som får ha kommersiella intäkter. I Sverige har vi bestämt att det inte ska vara så, och det tycker jag är bra. Men i mina kollegors plånböcker kommer det in en hel del annonsintäkter. Jag tycker att det är bra att vi har ett rent public service utan annonsintäkter.

Jag tror också att det är viktigt att vi bestämmer oss för att hålla fast vid det vi har bestämt i Sverige, nämligen vad public service är. Public service är inte kvalitetsinnehåll. Vi gör jättemycket som är bra kvalitet; det gör kommersiella medier också. Det är otroligt viktigt att det finns livskraftiga kommersiella medier och ett starkt public service sida vid sida, det som kallas för dual system.

Public service i Sverige kännetecknas av fyra saker. Det första gäller ägandeformen – det ska vara skilt från staten. Det andra är finansieringen, som ska komma direkt från svenska folket. Det tredje är en reglering, som ska beslutas av riksdagen. Det fjärde är att vi ska vara opartiska. Om man inte kan checka av alla dessa fyra saker – om man till exempel inte vill ha en reglering som är beslutad i riksdagen – är man inte ett public service-företag. Däremot kan man fortfarande göra ett väldigt kvalitativt innehåll.

Hanna Stjärne, Sveriges Television AB: Eftersom det faktiskt inte var så länge sedan jag själv var tidningschef har jag väldigt tydligt med mig de erfarenheterna även när jag går in i det här jobbet. I den första debattartikel jag skrev som SVT-chef diskuterade jag och tog upp punkter som rörde public service. Men jag tog också upp den punkt som jag tror är allra viktigast för många av de kommersiella medieföretagen och som var allra viktigast för mig i min roll på UNT: en förändrad digitalmoms. Den frågan diskuteras redan politiskt.

Detta kommer att innebära en stor förändring för många av de privata medieföretagen och hjälpa dem över tröskeln för att kunna utveckla den digitala affärsmodell det handlar om. Den subvention av momsatsen som nu diskuteras politiskt tror jag kommer att få stor inverkan. Det är en väldigt stor reform, riktad mot privata medieföretag, som håller på att sättas i verket.

Kultur- och demokratiminister Alice Bah Kuhnke (MP): Halvtidsöversynen genomfördes exakt som den skulle enligt de regler som finns uppsatta, vilket jag också rapporterade till kulturutskottet för några dagar sedan. Vi utgick från en myndighetsgenomgång och från de frågor och diskussioner som varit uppe i debatten, även här i dag. Vi samtalade om vissa specifika frågor, till exempel sponsringsfrågan.

Men själva slutsatsen, sammanfattningen av halvtidsöversynen, är det tydliga inspel som kommer att synas när kommittén får sitt tilläggsdirektiv.

Ordföranden: Då har vi gått igenom alla partier, och vi har ett par minuter kvar. Finns det några fler frågor? Jag vill be om väldigt konkreta och koncisa frågor.

Marie-Louise Rönnmark (S): Tack för era analyser och kloka förslag! Att vara på alla plattformar borde vara en självklarhet. Jag vill rikta en fråga till Jan Scherman. Det kanske är lite filosofiskt men också verkligt; så ser det ut i dag. Vi tar lättare in information som bekräftar vår bild – så fungerar vi som människor. Det klickade blir den lilla gruppens synpunkter, och en liten grupp kidnappar debatten.

Jag ser att det är här vi har kampen i dag. Vi talar om det lokala och det globala, och vi ser Sputnik som tar över vissas tankar. Ni har alla talat om källkritik, kunskap, folkbildning och så vidare. Men jag skulle vilja att du kommenterade lite mer om det vi kidnappar.

Jan Scherman: Det var inte lätt! Kan du precisera lite? Jag bollar tillbaka – det är ett känt knep.

Marie-Louise Rönnmark (S): Det kända knepet tar jag till mig. Du kan ta fake news. En liten grupp kan på nätet, genom att klicka flera gånger, få oss att tro att det är detta debatten består av.

Jan Scherman: Du reser en fråga som de flesta i församlingen inser inte har ett kort svar. Men jag tycker att det tangerar något som vi har varit inne på: vikten av att det i vårt samhälle fortsätter att finnas ett starkt oberoende och ekonomiskt oberoende public service-företag, som kan stå emot det som ibland kallas för klickokratien.

Det andra problem du tar upp, som har att göra med fake news och metoder där man på nätet flaggar för sådant som inte är sant, skulle jag vilja säga ligger hos alla ansvariga i samhället: public service, kommersiella bolag och politiker. Det gäller inte *sedan* utan *nyss*, för detta har pågått så otroligt länge.

Den tredje sak jag vill passa på att säga tangerar det som jag tror att Aron var inne på. Vi måste, trots alla fina siffror, vara medvetna om att det finns en stark, stor och växande grupp som inte på samma sätt är intresserad av att konsumera nyheter från traditionella medier. Sveriges Television, Sveriges Radio och några andra företag har tillsammans med analysföretaget Nepa undersökt detta. Man landar faktiskt i att nästan hälften av den målgruppen inte anser sig nyhetsmässigt tillfredsställd av det som erbjuds på etablerade vägar. Där har vi, tycker jag, en varningsklocka till, och vi har ett gemensamt ansvar att ta tag i detta, *nyss*.

Saila Quicklund (M): Jag vill tacka alla för väldigt intressanta inlägg. Jag har en fråga till public service-bolagen. Det handlar om vilket innehåll som omfattas av uttrycket ”i allmänhetens tjänst”. Jag relaterar detta också till det som Andreas Ekström tidigare tog upp.

Fråga två: Kan andra än public service-bolag verka i allmänhetens tjänst?

Cilla Benkö, Sveriges Radio AB: Det finns såklart inget enkelt svar på den frågan heller. Som jag har försökt beskriva strävar vi efter att prioritera vissa ämnesområden, där vi lägger mer krut. Jag tror inte att jag behöver upprepa vilka de är. Vi försöker att verkligen vara ett Sveriges Radio för hela Sverige. Det är så vi verkar i allmänhetens tjänst. Vi vill låta alla röster och alla perspektiv få höras och debatteras. Det är det enkla svaret på den frågan.

Jag tror att ”i allmänhetens tjänst” också innebär att man faktiskt är oberoende av kommersiella, religiösa eller politiska intressen. Det är bara SVT, Sveriges Radio och UR som är det. Det hindrar inte att kommersiella medieföretag återigen gör ett innehåll som är extremt viktigt och jättebra och som håller väldigt hög kvalitet och gynnar allmänheten. Men de är inte i allmänhetens tjänst på samma sätt – de är i det kommersiellas tjänst. Ytterst, vilket även Jan Scherman vittnade om, handlar det nämligen om vad som står på sista raden. De måste tjäna pengar.

Ordföranden: Då bryter vi frågerundan för den här gången. Jag vill tacka alla frågeställare.

Gunilla Carlsson (S), vice ordförande: Medierna och de mediepolitiska förutsättningarna har kraftigt förändrats. Mediepolitiska ställningstaganden och analyser hinner knappt skrivas och debatteras innan förutsättningarna förändras och man får börja om på nya premisser.

Dagens utfrågning är ett led i att vi också ska jobba med nya sändningstillstånd för public service framöver. Jag vill tacka er alla som deltagit i denna diskussion. Det finns en hel del saker jag tar med mig. Jag tänker på det som sagts om att slå vakt om det innehåll som vi annars aldrig skulle kunna få ta del av, hur viktigt public service är för demokratin, att det bidrar till mer kunskap hos människor om politik och samhälle och att polariseringen i samhället i dag är väldigt stor och att det då, vilket lyftes fram, blir allt viktigare med ett gemensamt ”fikabord” för ett samhälle som ska hålla ihop.

Vi måste bli valda, var det någon som lyfte fram. Det är intressant, med tanke på det här huset, att se hur viktigt det är att bli vald. Så är det också för public service-bolagen och vilka plattformar som man får lov att finnas på. Det måste ges möjlighet att finnas där människor finns.

Då handlar det också om att 1 miljon människor tar del av public service via webben.

Vikten av att reda ut vad som är falskt och vad som är sant har lyfts fram.

Situationen i dag innebär en allt större fara för hot och utsatthet. Vi blir påverkade av påtryckningar från olika håll runt om i världen och av desinformation.

Att vi ska värna medierna och den fria journalistiken är en av grunderna i en demokrati. Hur kompletterar man utan att konkurrera ut?

Det här är några av de frågeställningar som inte minst den nya public service-utredningen kommer att få brottas med framöver innan den överlämnas till regeringen och till slut landar på riksdagens bord.

Ett jättestort tack från kulturutskottet för att ni delgav oss alla synpunkter, tankar och utmaningar som vi står inför framöver när det gäller public service i framtiden! Tack så jättemycket!

2014/15:RFR1	MILJÖ- OCH JORDBRUKSUTSKOTTET Stöd till lokala åtgärder mot övergödning
2014/15:RFR2	TRAFIKUTSKOTTET Hållbara analyser? Om samhällsekonomiska analyser inom transportsektorn med särskild hänsyn till hållbar utveckling
2014/15:RFR3	TRAFIKUTSKOTTET Trafikutskottets offentliga utfrågning om järnvägens vägval
2014/15:RFR4	FÖRSVARsutskottet Blev det som vi tänkt oss? En uppföljning av vissa frågor i det försvarspolitiska inriktningsbeslutet 2009
2014/15:RFR5	UTBILDNINGsutskottet Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige Huvudrapport
2014/15:RFR6	UTBILDNINGsutskottet Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige Delredovisning 3: Enkätundersökning till studieansvariga
2014/15:RFR7	UTBILDNINGsutskottet Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige Delredovisning 4: Den fallstudiebaserade undersökningens första fas
2014/15:RFR8	TRAFIKUTSKOTTET Seminarium om samhällsekonomiska analyser
2014/15:RFR9	TRAFIKUTSKOTTET Sjöfartsnäringen och dess konkurrenskraft
2014/15:RFR10	SKATTEUTSKOTTET Skattebefriade bränslen i industriella processer, så kallade råvarubränslen
2014/15:RFR11	UTBILDNINGsutskottet Utbildningsutskottets offentliga utfrågning om idrott och fysisk aktivitet i skolan – ett sätt att stärka inlärning och hälsa
2014/15:RFR12	KONSTITUTIONsutskottet Konstitutionsutskottets hearing om journalisters och medie-redaktioners säkerhet och arbetsförutsättningar
2014/15:RFR13	SOCIALFÖRSÄKRINGSUTSKOTTET Finsam – en uppföljning av finansiell samordning av rehabiliteringsinsatser
2014/15:RFR14	SOCIALFÖRSÄKRINGSUTSKOTTET Socialförsäkringsutskottets offentliga utfrågning om Finsam – finansiell samordning av rehabiliteringsinsatser
2014/15:RFR15	SKATTEUTSKOTTET Skatteutskottets seminarium om internationellt samarbete mot skatteflykt

- 2014/15:RFR16 NÄRINGSUTSKOTTET OCH UTRIKESUTSKOTTET
Offentlig utfrågning om ett handelsavtal mellan EU och USA
(TTIP)
- 2014/15:RFR17 CIVILUTSKOTTET
Civilutskottets offentliga utfrågning om unga vuxnas möjlighet att
finansiera ett eget boende

2015/16:RFR1	KONSTITUTIONSUTSKOTTET Statsråds medverkan i konstitutionsutskottets granskning
2015/16:RFR2	FINANSUTSKOTTET Finansutskottets offentliga utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 24 september 2015
2015/16:RFR3	FÖRSVARSKOTTET Om krisen eller kriget kommer – En uppföljning av informationsinsatser till allmänheten om den enskildes ansvar och beredskap Huvudrapport och Bilagor
2015/16:RFR4	KULTURUTSKOTTET Är samverkan modellen? En uppföljning och utvärdering av kultursamverkansmodellen
2015/16:RFR5	FINANSUTSKOTTET Öppna utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 12 november 2015
2015/16:RFR6	FINANSUTSKOTTET Utvärdering av Riksbankens penningpolitik 2010–2015
2015/16:RFR7	FINANSUTSKOTTET Review of the Riksbank's Monetary Policy 2010-2015
2015/16:RFR8	SKATTEUTSKOTTET Punktskatteshöjningar på alkohol- och tobaksprodukter – skatteeffekter och påverkan på den oregistrerade anskaffningen av dessa produkter
2015/16:RFR9	CIVILUTSKOTTET Miljömärkning av produkter – En översikt över de miljömärkningar av produkter som finns i Sverige och i de övriga nordiska länderna
2015/16:RFR10	KONSTITUTIONSUTSKOTTET OCH JUSTITIEUTSKOTTET Konstitutionsutskottets och justitieutskottets hearing om radikalisering och rekrytering till våldsbejakande extremism i den digitala miljön
2015/16:RFR11	KULTURUTSKOTTET Kulturutskottets seminarium om kultursamverkansmodellen
2015/16:RFR12	FINANSUTSKOTTET Offentlig utfrågning om den aktuella penningpolitiken 23 februari 2016
2015/16:RFR13	SOCIALUTSKOTTET Cancervården – utmaningar och möjligheter
2015/16:RFR14	TRAFIKUTSKOTTET Kollektivtrafiklagen – en uppföljning
2015/16:RFR15	CIVILUTSKOTTET Inventering av forskning inom civilutskottets beredningsområde 2016

2015/16:RFR16	UTBILDNINGSKOTTET Utbildningskommitténs offentliga utfrågning inför proposition om forskning och innovation
2015/16RFR17	KULTURKOTTET Offentlig utfrågning om förutsättningar för svensk film
2015/16RFR18	UTBILDNINGSKOTTET Digitaliseringen i skolan – dess påverkan på kvalitet, likvärdighet och resultat i utbildningen
2015/16RFR19	UTBILDNINGSKOTTET Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige
2015/16RFR20	FINANSKOTTET Offentlig utfrågning om utvärderingen av penningpolitiken 2010-2015 12 maj 2015
2015/16RFR21	FINANSKOTTET Öppen utfrågning om Finanspolitiska rådets rapport 2016
2015/16RFR22	UTBILDNINGSKOTTET Utbildningskommitténs öppna utfrågning om lärarbrist
2015/16RFR23	SOCIALKOTTET Socialkommitténs seminarium om cancervården – utmaningar och möjligheter
2015/16RFR24	UTBILDNINGSKOTTET Utbildningskommitténs öppna utfrågning om brist på utbildade inom naturvetenskap och teknik
2015/16RFR25	NÄRINGSKOTTET Näringskommitténs offentliga utfrågning om piratkopiering och andra rättighetsintrång på den digitala marknaden
2015/16RFR26	TRAFIKKOTTET Offentlig utfrågning om finansieringsmodeller för transportinfrastruktur
2015/16RFR27	CIVILKOTTET Civilkommitténs offentliga utfrågning om familjerätten är i takt med tiden

2016/17:RFR1	TRAFIKUTSKOTTET It-infrastrukturen – i dag och i framtiden
2016/17:RFR2	CIVILUTSKOTTET Uppföljning av den nya fastighetsmäklarlagen
2016/17:RFR3	FINANSUTSKOTTET Offentlig utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 27 september 2016
2016/17:RFR4	UTBILDNINGSPOLITISKA UTSKOTTET Forskarskolor för lärare och förskollärare – en uppföljning av fyra statliga satsningar
2016/17:RFR5	FINANSUTSKOTTET Öppen utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 15 november 2016
2016/17:RFR6	SOCIALFÖRSÄKRINGSUTSKOTTET Socialförsäkringsutskottets offentliga utfrågning om Finsams fortsatta utveckling - nästa steg
2016/17:RFR7	MILJÖ- OCH JORDBRUKSPOLITISKA UTSKOTTET Uppföljning av systemet med överlåtbara fiskerättigheter i det pelagiska fisket
2016/17:RFR8	SKATTEUTSKOTTET OCH NÄRINGSUTSKOTTET Konkurrenskraften hos svenska multinationella företag i ljuset av nya regler inom internationell beskattning
2016/17:RFR9	CIVILUTSKOTTET Civilutskottets offentliga utfrågning om marknadsföring i sociala medier
2016/17:RFR10	NÄRINGSUTSKOTTET Uppföljning av handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar 2010–2012
2016/17:RFR11	SKATTEUTSKOTTET Skatteutskottets seminarium om Skattereformen 25 år – dess historia och framtid
2016/17:RFR12	KULTURUTSKOTTET Statens idrottspolitiska mål – en uppföljning med inriktning på barn och ungdomar
2016/17:RFR13	FINANSUTSKOTTET Öppen utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 14 mars 2017
2016/17:RFR14	SOCIALUTSKOTTET Socialutskottets offentliga utfrågning om kompetensförsörjningen inom hälso- och sjukvården