

Uppgift 4 Mediernas historia och utveckling

Konceptet public service



Kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap A, 30 p

Kursledare: Piotr Urniaz

Institutionen för kultur- och medievetenskaper

Umeå Universitet

Oktober 2011

Av Margareta Ivarsson

www.margaretaivarsson.se

Bakgrund och syfte

Detta PM är en uppgift i Medie- och kommunikationsvetenskap. Uppgiften innebär att redogöra för konceptet public service utifrån Anna Maria Jönssons text i Nord & Strömbäck (2004). Följande frågor besvaras: Vilka motiv ligger bakom public service? Hur regleras svensk publik service, dvs. hur relateras staten och medieföretagen? Vilka problem präglar (eller förutspås för) public service?

Vilka motiv ligger bakom public service?

Den ideologiska grunden för mediepolitiken och mediestrukturen innehåller ett antal värden. Dessa är kopplade både till politiska- och särskilda medieideologier. När etermedierna, dvs. radion och televisionen, växte fram uppstod olika synsätt kring vilken roll de borde ha i samhället. I Västeuropa, till skillnad mot USA, betonades det ansvar som medierna hade. Detta kom att kallas den sociala ansvarsideologin. Motivet som ligger bakom den är ”full yttrandefrihet för medierna men att samhället måste gå in och begränsa etableringsfriheten och även sätta ramar för verksamheten för att begränsa marknadskrafternas negativa verkningar” (Jönsson 2004:73). Tanken är att medierna är särskilt viktiga för demokratin och samhällsutvecklingen: ”Etermediernas nyhetssändningar är en central del av offentligheten och kan antas spela en viktig roll för den nationella demokratin” (Jönsson 2004:72). McQuail, (2010:34) beskriver hur både radio- och tv-mediet ansågs vara alltför kraftfulla och ha för stor påverkan på människor för att få ligga i händerna på enskilda intressen. Ett motiv bakom public service är alltså att skapa tydliga gränser för att skydda publiken från potential skada eller manipulation. Ett annat motiv är att public service ska stödja demokrati och demokratisk samhällsutveckling. Medierna har stor betydelse och ”ska tillhandahålla vissa kunskaper som är nödvändiga för att medborgarna ska kunna fungera i det demokratiska samhället” (Jönsson 2004:75). Av Jönssons beskrivning kan man göra tolkningen att ett ytterligare motiv med public service är att folkbilda invånarna. Det är alltså ett större samhällsuppdrag som motiverar public service där demokratiska värden såsom jämlikhet, frihet och mångfald står i centrum och där medborgarna ska kunna förvänta sig program av god kvalitet som är sakliga och opartiska.

Jönsson (2004:75) hänvisar till den norska medieforskaren Trine Syvertsen och man kan av det dra slutsatsen att ytterligare motiv som ligger bakom public service är allmännyttan och tillgänglighet för medborgarna. Public service medier ska t.ex. vara fysiskt tillgängliga för alla invånare inom ett specifikt område såsom en nation. De ska även erbjuda något som intresserar alla samhällsgrupper, dvs. en mer intellektuell eller psykisk tillgänglighet. ”Public service-radio och -tv har samma uppgifter som pressen i samhället, men de har också fler uppgifter” de ska verka i samhällets tjänst (Hadenius m.fl. 2009:28).

Hur regleras svensk publik service?

Mot bakgrund av de sk etermediernas kraftfullhet, som beskrivits ovan, behövs en speciell relation mellan stat och medieföretag. Det finns ett politiskt ramverk, regler och en policy som reglerar den svenska public service-verksamheten. I praktiken betyder det att rätten att sända är kopplad till vissa skyldigheter. Tidigare hade vi ett public service monopol i Sverige, men detta ändrades under slutet av 1980-talet. ”Idag formuleras public service-uppdraget framför allt i mediernas sändningstillstånd” (Jönsson 2004:76) som regleras av staten. Det är

Vilka problem präglar public service?

Det finns något som kallas ”det klassiska dilemmat”. Jönsson (2004:89) beskriver det i termer av de motstridiga krav public service har på sig: å ena sidan ska de erbjuda alternativ till de kommersiella kanalerna och å andra sidan ska de vara tillräckligt intressanta för allmänheten som publik. Ett problem på en konkurrensutsatt och avreglerad mediemarknad är att public service inte har syftet att gå med vinst. Public service marknadsanpassas alltmer och det innebär att ”allt fler produktioner läggs ut på eller köps upp av externa producenter” (Jönsson 2004:82). I framtiden kanske riktlinjerna för inköparna kommit att bli det enda som skiljer public service och kommersiell media? Den tidigare nära kopplingen mellan produktion och distribution hos public service finns inte längre kvar. Kommer public service att reduceras till en inköpare med uppgift att lägga programtablåer som på bästa sätt konkurrerar med andra kanaler?

Redan idag anses medierna i allmänhet ha kommersialiserats, dvs. att de i första hand försöker locka publik och annonsörer till programmen och i andra hand erbjuda kvalitativa program. Denna process påverkar även public service. Kommer vi att få minskat utbud och en förskjutning från informativa till underhållande program på public service-kanalerna? Kommer public service att bli alltmer lik kommersiell media? Risken finns i framtiden, även om det inte är så idag och då skulle de motiv som ligger bakom public service inte längre ha något större genomslag. Att kommersiella kanaler och public service-kanaler blir mer lika varandra ju längre konkurrensen fortgår, kallas konvergenshypotesen (Jönsson 2004:84).

En annan farhåga är att konkurrensen mellan olika medier ska leda till att t ex. nyhetsjournalistiken anpassas och ändrar karaktär, för att lyssnare och tittare alls ska vara intresserade. Jönsson (2004:85) redogör för hur detta skett inom den kommersiella etermediesfären. Kommer det att bli likadant även för public service-kanalerna i framtiden? Det finns en risk för att publiken väljer mer ”lättlyssnat” eller ”lätttittat” material på kommersiella kanaler istället för public service. Och vad ska då public service-kanalerna annars kontra med, för att behålla publiken? En väldigt smal public service som liknar det amerikanska systemet där huvuddelen av befolkningen som nås av den är högutbildad och välbärgad?

Om det inte finns stöd för public service, även hos grupper som inte utnyttjar dem så mycket, kommer kanske den politiska viljan att satsa på public service att minska? Sedan är den tekniska utvecklingen en viktig fråga för alla medier. Digitaliseringen av etermedierna är ett exempel på detta och vad den kommer att innebära för public service i framtiden är inte helt lätt att avgöra.

Källor

Hadenius, Stig, Wadbring, Ingela, Weibull, Lennart; *Massmedier: press, radio och TV i den digitala tidsåldern*. Ekerlids 2009.

Jönsson, Anna Maria (2004) i Nord och Strömbäck (red.), *Medierna och demokratin*. Studentlitteratur 2004.

McQuail, Denis; *Mass Communications Theory* (6th edition). Sage 2010.