

Lunds universitet
Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap
MKV 203
Katarina Hollósy
VT 010530

SVT, på gott eller ont?

En granskning av debatten i DN och SvD

Examinator:
Gunilla Jarlbro

Handledare:
Peter Dahlgren
Ingrid Höjerback

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Syfte och frågeställning	4
1.2 Avgränsningar	5
2. Bakgrund	6
2.1 Monopolets fall	6
2.2 Problem för SVT och public service	7
2.3 SVT och public service i kris?	7
2.4 Agenda setting	8
3. Metod	9
3.1 Kvalitativ metod	9
3.2 Reliabilitet och validitet	9
3.3 Urval	10
3.3.1 Tidningar	10
3.3.1.1 Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet	11
3.3.1.2 Artiklar	12
3.3.2 Tidsperioden	13
3.4 Analysmetod	13
3.4.1 Innehållsanalys	14
3.4.1.1 Det praktiska arbetet	14
4. Teori	15
4.1 Public service	15
4.1.1 Historia	15
4.1.2 Nutid	15
4.2 SVT	17
4.2.1 SVT:s ägande och styre	18
4.2.2 De två F:n, finansiering och framtid	18
4.2.3 Public service uppföljning 2000	19
4.3 Medieideologier	20
4.3.1 Den auktoritära ideologin	21
4.3.2 Den frihetliga ideologin ("frihetsteorin")	21
4.3.3 Den sociala ansvarsideologin	21
4.3.4 Den marxistiska medieideologin	22
4.4 Altschulls modeller	22
4.4.1 Market-modellen	23
4.4.2 Communitarian-modellen	23
4.4.3 Advancing-modellen	23
5. Resultat	24
5.1 SVT och public service före monopolets fall	24
5.2 SVT och public service efter monopolets fall	24
5.3 Statens inblandning	26
5.4 SVT och public service i framtiden	27
6. Analys	30
6.1 SVT och public service före monopolets fall	30
6.2 SVT och public service efter monopolets fall	31

6.3 Statens inblandning	32
6.4 SVT och public service i framtiden	34
7. Slutdiskussion	36

Källförteckning

Sammanfattning

Författare:	Katarina Hollósy
Titel:	SVT, på gott eller ont? En granskning av debatten i DN och SvD
Avdelning:	Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap
Problem:	Sedan monopolets fall har mediesituationen i Sverige förändrats mycket. SVT är inte längre ensamma aktörer på marknaden. Många frågor har uppstått efter monopolet föll. Bland annat hur SVT ska anpassa sig för att kunna behålla publiken i framtiden när utbudet och konkurrensen från andra kanaler ständigt växer.
Syfte:	Syftet med den här uppsatsen är att granska debatten kring SVT i Dagens Nyheter (DN) och Svenska Dagbladet (SvD) för att se vad för inställningar som finns till SVT, positiva såväl som negativa. Min huvudfrågeställning är: Hur framställs SVT i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet? Delfrågeställningar är: Vilka inställningar finns till SVT och public service i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet? Hur väl stämmer bilden av SVT som framställs i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet med SVT:s egen bild av sig själv?
Undersökningen:	Två tidningar valdes ut, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, till stor del för att de har en opinionsbildande funktion genom att deras debattsidor är ledande i Sverige och att de har en stor läskrets. Perioden som granskades sträcker sig från 1:a januari 1998 till 23:e april 2001. De artiklar som valdes ut ingick i en innehållsanalys med syftet att få fram teman och underteman som kunde visa på inställningar, negativa och positiva, till SVT och public service.
Slutsatser:	Det finns många frågor kring SVT och public service, som exempelvis SVT:s förhållande till staten och vad företaget ska göra i framtiden. Alla skribenter har givetvis inte samma inställning i frågorna. Vissa ser SVT och public service som något positivt som är värt att värnas om medan andra skribenter anser att SVT och public service inte fyller någon funktion i dagens mediesamhälle. Mellan dessa två extreminställningarna finns också flera variationer.

1. Inledning

Den 1:a oktober 1956 hade 1000 personer betalt tv-licens. I juni 1957 var det 10 000 personer som betalt (www.svt.se/hela/historia/historia.htm). 1960 fanns det cirka 800 000 tv-apparater i Sverige. Året därpå hade antalet apparater ökat till 1,5 miljoner (Hadenius & Weibull, 1999). Idag har de flesta hushåll minst en tv-apparat. Tv-tittandet har blivit en naturlig del av vår vardag. En statistisk svensk sitter ungefär sju hela år av sitt liv - dygnet runt - framför tv:n (www.svt.se/hela/historia/index.html). Sveriges Televisions (SVT:s) två kanaler är vid sidan om TV4 de enda kanaler som i stort sett hela Sveriges befolkning har tillgång till. På så sätt utgör SVT:s programutbud en stor del av det totala utbud som alla har tillgång till. I samband med att propositionen om *en radio och tv i allmänhetens tjänst* offentliggjordes yttrade sig Lars Weiss om SVT, befolkningen och propositionen:

"Det är visserligen inget ovanligt i det politiska livet, men för det mesta kan vi strunta i det och leva vidare som vi har tänkt ändå. Med SVT är det skillnad. Burken står där hemma. De flesta av oss tillbringar rätt mycket tid framför den. Vi ställer krav på vad som visas i den och vi betalar allihop (nåja, nästan alla) för det som just SVT visar. Vilka regler politikerna ställer upp för SVT:s verksamhet påverkar oss alltså mer än mycket annat" (Weiss, 010322).

Jag håller med Lars Weiss i det avseendet att SVT är något som berör en stor del av befolkningen i vårt avlånga land, speciellt som de flesta av oss hjälper till att finansiera dess existens. Kombinationen av att de flesta spenderar en hel del tid vid tv:n, att alla har tillgång till SVT och att alla som anmält tv-innehav betalar tv-licens gör att SVT är något som rör oss alla.

Det är ena halvan av den grundläggande tanken till min frågeställning. Den andra halvan kommer av dagspressens inverkan på opinionsbildning. Genom agenda setting kan medier genom upprepade inslag höja medvetenheten och vikten av en viss fråga i publikens medvetande. Det finns även en annan typ av agenda setting, nämligen intermedia agenda setting. Undersökningar har visat att vissa elitmedier kan sätta agendan åt andra medier och att det generellt är tryckta medier som styr etermedier (Severin & Tankard, 1997). Med andra ord kan de tryckta medierna styra våra inställningar i olika frågor. Det här gjorde att jag ville granska någon fråga eller företeelse i pressen för att se hur den framställdes. Slutsatsen blev enkel: SVT är något som rör oss alla, så varför inte granska debatten kring SVT i tryckta medier? Sagt och gjort, nu är det er tur som läsare att få ta del i min undersökning. För att underlätta för dig som läser den här uppsatsen har jag inledningsvis i varje kapitel gjort en kort presentation av dispositionen för att underlätta läsningen och förbereda dig på vad som komma skall (Att skriva uppsats, 1998).

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med den här uppsatsen är att granska debatten kring SVT i Dagens Nyheter (DN) och Svenska Dagbladet (SvD) för att se vad för inställningar som finns till SVT, positiva såväl som negativa.

Min huvudfrågeställning är:

- Hur framställs SVT i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet?

Delfrågeställningar är:

- Vilka inställningar finns till SVT och public service i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet?
- Hur väl stämmer bilden av SVT som framställs i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet med SVT:s egen bild av sig själv?

1.2 Avgränsningar

Jag anser att det är viktigt att redan så här i inledningen klargöra att huvudsyftet med den här uppsatsen är att titta på innehållet i artiklarna inte dess upphovsmakare. Jag är alltså inte intresserad av vem som säger något utan jag är intresserad av vad som sägs. Huruvida artikelförfattaren är chef för SVT eller partiledare har ingen betydelse i den här uppsatsen. Därför kommer jag inte presentera författarnas namn eller yrke/ställning i mina resultat. Istället har jag delat in artiklarna i fyra kategorier efter artikelförfattare: Tidningarna, Näringslivet, SVT och Politiker. På så sätt kan jag presentera exempelvis politikerns åsikter och så vidare utan att gå in på den enskilda författaren. I förteckningen på sidan 14 finns artikelförfattarnas namn med och givetvis även i källförteckningen.

Jag vill också poängtera att jag inte har för avsikt att i innehållsanalysen utreda huruvida artikelförfattarna baserar sina argument på korrekta fakta och att uppgifter som presenteras i respektive artikel är sanna.

Jag vill även klargöra att när jag talar om public service är det public service i Sverige jag menar. Public service kan skilja sig lite mellan olika länder men jag talar alltså enbart om public service i Sverige.

2. Bakgrund

Jag känner att det är viktigt för dig som läsare att direkt få en bild av varför monopolet föll och eventuella problem och diskussioner som är konsekvenser av avregleringen. Detta eftersom många av de diskussioner som förs i artiklarna rör sig kring de svårigheter som SVT och public service tvingas att brottas med i dag och som är konsekvenser från monopolets fall. Jag inleder med *Monopolets fall* och fortsätter sen med *Problem för SVT och public service* och *SVT och public service i kris?* för att avsluta med *Agenda setting*. Som jag redan nämnt kort i inledningen bottenar min frågeställning delvis i pressens opinionsbildande funktion genom agenda setting. Därför har jag valt att även presentera agenda setting i bakgrundskapitlet för att det är den teori som ligger till bakgrund för min frågeställning. Utan kunskapen om agenda setting skulle det inte vara speciellt intressant att granska en debatt i vare sig etermedier eller tryckta medier.

2.1 Monopolets fall

Under 1980- och 1990-talen har det svenska medielandskapet förändrats radikalt. Förändringarna har varit så omfattande att man kan tala om ett nytt mediasystem. På några år degraderades den svenska public service televisionen från att vara en dominerande samhällsinstitution till att bli en, visserligen väsentlig, del i ett större, i hög grad kommersiellt, sammanhang. För första gången utsattes det svenska public service företaget för konkurrens i stor skala (Thurén, 1997). En viktig faktor för förändringarna i det svenska mediasystemet i början av 1990-talet var introduktionen av kabel-tv 1986. Detta var inte en reaktion mot frågor kring allmänna sändningar utan snarare en direkt konsekvens av satellitutvecklingen i Europa. Sverige var väl medveten om kabel-tv:s teknologi och dess möjliga användbarhet. En kommission tillsattes för att titta närmare på hur man skulle reglera det nya kabelsystemet. Kommissionen såg få konsekvenser för det etablerade, nationella bestämmelserna eller för sändningarna om några utländska satellitkanaler skulle sända via kabelsystemet. Så 1986 godkände riksdagen en av de mest liberala kabel-tv lagarna någonsin. Bygandet och skötseln av kabelsystemet lämnades oreglerat för marknaden. Inhemsk kabelkanaler var tvungna att respektera restriktioner mot annonserande i svensk tv. Kabelkanaler fick inte sända någon reklam för och exklusivt för svenska tittare. Men, lokalkanaler, utländska kanaler och betal-tv kunde erbjudas till de som hade kabelabonnemang. På nyårsafton 1987/1988 startade därför TV3 sina sändningar från London och monopolet var i praktiken brutet. I februari 1989 kom den första satelliten för direkt mottagning, ASTRA, och det blev uppenbart att den svenska strategin mot kommersiella sändningar var förlegad (Hultén, 1995). Den svenska kabellagen visade sig plötsligt vara föråldrad och satt ur spel eftersom den svenska reklamen, som 1986 års lag skulle förhindra, från och med denna tidpunkt nådde direkt till alla hem som skaffat sig egen parabol (Hultén, 1996). Detta gjorde att riksdagen blev tvungen att se över bestämmelserna för marksändningar. Majoriteten av riksdagen ansåg att om inget gjordes skulle annonsintäkter hamna utomlands och därför inte stödja inhemsk programproduktion. Detta ledde till att riksdagen 1991 bestämde att man skulle tillåta en ny, privat, nationellt markbunden kanal (Hultén, 1995). TV4 hade sänt via satellit sedan hösten 1990. Valet stod därför mellan TV3 och TV4 (Hadenius & Weibull, 1999). TV4 fick uppdraget och i mars 1992 började TV4 sända, kanalen fick sända reklam mot att den

accepterade ett antal public service åtaganden (Hultén, 1995). Strategin att etablera nya nationella rikskanaler i marknätet (TV4), finansierade med reklam, har varit framgångsrikt för att bevara tittarna inom landet (Hultén, 1996).

2.2 Problem för SVT och public service

Anna Edin menar att det finns problem med att monopolet försvann. Hon menar att när monopolet försvann så miste man också den traditionella uppfattningen om allmänheten och publiken, och deras inbördes förhållande, sin självklara giltighet. När monopolet bröts kunde inte public service medierna adressera allmänheten på det sätt som de tidigare kunnat och förhållandet till publiken fick omvärderas. Sett ur ett marknadsperspektiv så övergav nästan hälften av publiken public service för de kommersiella kanalerna. I ett multikanalsystem definieras publiken i första hand som medieförbrukare och föreställningar om allmänheten har ingen självklar eller "naturlig" plats inom systemet (Edin, 1996).

I debatten på en allt tuffare tv-marknad ställs public service televisionen mot kommersiell television. Public service kanalerna anklagas för att härma de kommersiella kanalerna för att kunna behålla publiken. De kommersiella kanalernas tillskyndare påstår också att public service televisionen inte behövs i framtiden. Public service kan avvecklas eftersom kommersiell television kommer att tillgodose publikens behov så länge de får utvecklas i fred utan offentliga pekpinor. Public service "lägret" påstår med samma bestämdhet att det uppdrag man förvaltar, en nationell programverksamhet som är angelägen för alla, inte kommer att förvaltas och leva vidare på sådana villkor. Självklart anser man inte heller att man imiterar sina kommersiella rivaler (Hultén, 1996).

En fråga som inställer sig i samband med ovanstående debatt är hur public service verksamheten ska möta konkurrensen från de privata kanalerna om man vill spela en viktig roll för sin publik? Det finns två huvudinriktningar som svar på den frågan. Antingen en tv för alla med ett brett utbud eller att SVT bara gör sådana program som ingen annan kanal sänder. Resonemanget för det första alternativet är då att om inte public service erbjuder ett lättare utbud kommer stora grupper av allmänheten inte att hitta dit och upptäcka de samhällsorienterade programmen. Inte skulle heller licensbetalare och beslutsfattare vilja betala till kanaler med enbart ett smalt utbud. Alternativ nummer två motiveras med att om samhället genom lag om mottagaravgifter väljer att finansiera public service företag är det rimligt att dessa satsar sina resurser på sådant som inte är kommersiellt gångbart. Ett sådant synsätt medför i regel att det anses fullt tillräckligt med en enda nationell public service kanal i tv (Hadenius & Weibull, 1999).

2.3 SVT och public service i kris?

Det går ofta att höra och läsa att SVT eller/och public service är i kris. Henrik Söndergaard för en diskussion kring den omtalade krisen. Han menar att krisdiskussionen emellertid inte bara har bakgrund i den mediepolitiska maktkampen utan även kommer utav den osäkerhet och förvirring som för tillfället råder kring betydelsen av public service och uppfattningar kring den roll offentliga medier ska spela i det nya avreglerade mediasystemet. Söndergaard

undrar om det kanske i verkligheten snarare är våra begrepp kring public service som befinner sig i kris än de offentliga medierna. Public service är inte längre vad det en gång var och många av de begrepp som hittills har använts för att beskriva den slags medier, passar därför inte längre. De traditionella definitioner av public service som utvecklades under monopoltiden är så förändrade att de inte längre ger någon mening, men också många av de nyare försöken att beskriva begreppets innehåll har visat sig vara dåliga. Han avslutar sitt resonemang med att när man konstaterar att de begrepp som man en gång kunde beskriva public service med inte längre stämmer med verkligheten är det frestande att dra slutsatsen att missförhållandena är de offentliga mediernas fel och kommer av deras bristande vilja att leva upp till de ideella kraven. Mot den bakgrunden blir det svårt att uppfatta den faktiska utvecklingen som något annat än en kris för public service medierna (Söndergaard, 1996).

2.4 Agenda setting

Agenda setting hypotesen har varit en av de dominerande koncepten i kommunikationsteori sedan tidigt 70-tal. Hypotesen är viktig eftersom den presenterar ett sätt som visar hur massmedier kan påverka samhället. Den är även viktig eftersom den ger bevis på att medier formar människors syn på problem som finns i samhället och att de problem som tas upp i medier inte alltid är de som är de största problemen i verkligheten. Mediers agenda sättande funktion betyder alltså mediernas möjlighet att genom upprepade nyhetsreportage påverka hur viktig publiken upplever en fråga. På ett sätt är tidningen det främsta mediet när det gäller agenda setting. Tidningar har stor del i vad läsarna kommer att prata om, vad de flesta människor kommer tro att fakta i frågan är och hur de flesta kommer att anse att frågan ska behandlas. Man kan säga att det inte är framgångsfullt att säga till folk vad de ska tänka men det är häpnadsväckande framgångsrikt att berätta för sina läsare vad de ska tänka på. Den uppdaterade versionen av agenda setting menar att man även kan lägga till "hur de ska tänka". För att förtydliga det kan jag ge ett eget exempel. Medierna skulle inte ha stor framgång genom att berätta att publiken ska tänka på SVT som ett meningslöst företag i dagens mediasamhälle, dock skulle det vara framgångsrikt om medierna försökte att få publiken att tänka på SVT. Den nya faktorn "hur" betyder då att medierna genom det sätt de framställer SVT ger frågan vissa attribut som får publiken att tänka på SVT på ett visst sätt. Agenda setting visar vilket ansvar som läggs på journalister eftersom det sätt de framställer nyheter på kan påverka många människor (Severin & Tankard, 1997). Palm presenterar olika stadier i agenda setting processen med följande termer: *science agenda* (frågan diskuteras bland experter i vetenskapliga tidskrifter och i andra fackorgan), *media agenda* (frågan behandlas i massmedierna), *public agenda*, den interpersonella agendan (frågan diskuteras i personliga samtal), *polling agenda*, (opinionsundersökningar börjar genomföras) och *policy agenda* (politiska beslut diskuteras och fattas). Den vanligaste ordningen är den ovan beskrivna men det finns en rad situationer där andra kombinationer är tänkbara. Som till exempel kan en fråga nå den interpersonella agendan innan den når media agendan (Palm, 1994). I mitt fall analyserar jag frågan när den befinner sig på media agendan.

3. Metod

I metodkapitlet kommer jag att presentera en motivering till varför jag valt en kvalitativ metod med en kort efterföljande diskussion om reliabilitet och validitet i kvalitativa undersökningar. Sedan går jag igenom urvalsprocessen kring val av tidningar och tidsperiod som ska granskas. Jag presenterar också kort de tidningar som ingår i undersökningen och en förteckning av undersökta artiklar. Vidare följer de analysmetoder som använts, först teoretiskt för att sedan förklara hur jag gick tillväga rent praktiskt.

3.1 Kvalitativ metod

Det som är avgörande för om man kommer att bedriva i huvudsak kvantitativ eller i huvudsak kvalitativ inriktad forskning är hur man har formulerat sitt undersökningsproblem (Davidson & Patel, 1998). Jag har följt Davidsons och Patels råd och utgått från min frågeställning och kom då fram till att en kvalitativ metod passar bäst för att nå syftet med den här uppsatsen. Jag ska här försöka motivera mitt val genom att beskriva den kvalitativa metoden. Arvidson beskriver kvalitativa studier som att vi vill komma åt en idé (Arvidson, 2000). Bengtsson et al. använder ordet kvalitet eller egenskap vilket jag tolkar som samma sak som idé. De menar att kvalitet (idé) kan även betyda beskaffenhet, karaktär, art, natur, sida. Enligt dem är det ytterst sällan en individ eller ett fenomen bara har en sida, och det är inte ofta en sida kan uppfattas som, och förstås på endast ett sätt (Bengtsson, Hjorth, Sandberg & Thelander, 1998). Det är just det jag är ute efter i min analys, att hitta de olika sidorna av hur SVT framställs och det är en av anledningarna till att kvalitativa studier lämpar sig bäst. Bengtsson säger att den kvalitativa forskningsprocessen bygger på att man tar vara på det oförutsedda och är flexibel i sitt val av metoder och tillvägagångssätt. Det finns alltså inom kvalitativ metod inga givna mallar eller tydliga väganvisningar att följa. Ofta finns det inte bara en enda väg som leder till målet, men givetvis är det så att vissa vägar är bättre eller sämre än andra (Bengtsson, 2000). Patel och Davidson definierar kvalitativt inriktad forskning som forskning som använder sig av verbala analysmetoder (Davidson & Patel, 1998). Att metoden inte är given och att forskaren själv får utveckla sin metod under arbetets gång tyckte jag lät som ett utmanande sätt att arbeta på och lämpligt då jag inte visste vad jag skulle finna och hur jag skulle finna det när jag inledde min undersökning.

3.2 Reliabilitet och validitet

Det första jag insåg efter att jag hade bestämt att jag skulle skriva en uppsats med kvalitativ ansats var problematiken med tolkningen av det empiriska materialet, det vill säga hur tillförlitligt resultat blir (reliabilitet). Vid en kvantitativ ansats känns reliabiliteten mer naturlig medan den vid kvalitativ känns mer svåruppnådd. Hur genomför jag en innehållsanalys utan att resultaten blir för subjektiva? Findahl och Höijer menar att för att kringgå tolkningsproblemen gör man istället reliabilitetsprövningar. Man låter flera personer koda samma material och mäter i hur hög grad de kommer till samma resultat (Findahl & Höijer, 1981). Termen reliabilitet i samband med innehållsanalys betyder ofta intersubjektivitet. Orsaken är troligen att den enda metod att fastställa mätningarnas reliabilitet som i sådana sammanhang står till buds är att jämföra två eller flera bedömares resultat (Andrén, Nowak & Strand, 1983). Björnsson et al. skriver att när olika personer utför en analys av en

argumenterande text så finns det flera faktorer som kan bidra till att de får fram olika resultat även om metoden de använt varit densamma. Två viktiga faktorer är dels att personerna har olika kännedom om textens kontext (var artikeln har förekommit) och dels olika uppfattningar om vilka argument som är övertygande, enkla och naturliga (Björnsson, Kihlbom, Tersman & Ullholm, 1994). Utifrån ovanstående har jag försökt nå hög reliabilitet genom framför allt två saker:

1. förklara och motivera min metod och mina tolkningar så utförligt som möjligt
2. ta hjälp av en kurskamrat, Julia Fall, för att diskutera mina tolkningar av materialet

Validitet efter definitionen: att mäta det vi avser att undersöka, kan kännas svår i kvalitativa undersökningar. Davidson och Patel menar att man kan åstadkomma innehållsvaliditet genom en logisk analys av innehållet i instrumentet, som i mitt fall är frågorna jag ställer till texten. De säger att när man själv har konstruerat instrumentet är man förmodligen övertygad att man undersöker det man avser att undersöka och ser inte sina egna misstag. Den logiska analysen för att säkerställa innehållsvaliditeten bör därför göras av någon utomstående. Davidson och Patel föreslår att det bästa sättet är att någon som är väl insatt i mitt problemområde får granska instrumentet (Davidson & Patel, 1998). Arvidson skriver att man i den kvalitativa studien jobbar med idéer. När vi jobbar med idéerna vet vi inte hur de ser ut förrän vi har hittat dem. Hanteringen av det kvalitativa materialet präglas därför av en öppenhet, osäkerhet och oändliga omprövningar. Den kvalitativa studien är därför belastad med vad Arvidson kallar ackommodationsfel, att man inte alls ser det som faktiskt finns där eller att man drabbas av synfel och ser fel saker. Han föreslår att man därför ständigt byter utgångspunkt, byter "glasögon", i strävan efter att någon gång se "rätt" (Arvidson, 2000). Utifrån ovanstående har jag försökt nå hög validitet genom att:

1. byta "glasögon" under arbetets gång
2. ta hjälp av Julia Fall för att kontrollera mitt instrument, det vill säga de frågor jag ställer till texten

3.3 Urval

Jag har gjort två huvudsakliga urval, dels vilka tidningar som ska ingå i undersökningen och dels vilken tidsperiod som ska granskas. Jag inleder med urvalet kring tidningarna för att sedan behandla urvalet kring tidsperioden.

3.3.1 Tidningar

Det finns två olika urvalsstrategier, teoribaserad och databaserad. Jag har använt mig av teoribaserad vilket innebär att urvalet görs med utgångspunkt från forskarens egna antaganden eller tidigare forskning på området (Bengtsson, 2000). Den svenska dagstidningsmarknaden brukar traditionellt delas upp efter (1) hur ofta tidningarna kommer ut, (2) om utgivningen sker i storstad eller landsort och (3) utgivningstid (morgon- och kvällspress) (Hadenius & Weibull, 1999). De tidningar jag valt ut, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, ges ut 7 dagar i veckan, båda är morgonpress och storstadspress. En anledning till att jag valde dessa två är för att de har en stor räckvidd (när många läsare) och på så sätt påverkar det som skrivs i tidningarna många människor vilket gör det intressantare utifrån den agenda setting

synpunkt som jag presenterade tidigare. En ytterligare anledning är att de är opinionsbildande, eller som Hadenius och Weibull uttrycker det, ledande debattsidor i Sverige är *DN Debatt* i Dagens Nyheter och *Brännpunkt* i Svenska Dagbladet (Hadenius & Weibull, 1999). Jag valde både Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter för att inte ge en alltför ensidig bild av debatten. En tredje faktor var att båda finns tillgängliga i databaser på Internet, *presstext* respektive *mediarkivet*, en tillsynes mindre viktig faktor men väsentlig i det avseendet att man sparar mycket tid i insamlingen av det empiriska materialet. Eftersom artiklarna hämtas från databaser på Internet måste man tänka på att Internet ständigt förändras och uppdateras vilket gör att det inte kan garanteras att sidor innehåller samma saker om någon annan skulle vilja göra samma undersökning (Jones, 1999). Detta anser inte jag är ett problem då min information kommer från databaser som mest troligt finns kvar en längre tid och artiklarna går även att få fram via andra vägar som till exempel via utgivare eller bibliotek. Artiklarna som kommer att analyseras är av debattkaraktär, det vill säga huvudsakligen debattartiklar och ledare men även någon krönika har slunkit med. Att det är artiklar av debattkaraktär är för att hitta argument och åsikter (teman) som inte framkommer lika tydligt i en vanlig artikel. Jag vill också förtydliga skillnaden mellan debattartikel och ledare. Debattavdelningarna på en tidning redigeras visserligen som regel av den politiske redaktören eller en person knuten till ledaravdelningen. Detta innebär inte att diskussionsinläggen på samma sätt som ledarna skulle vara bestämda av tidningens färg. Många tidningar har också kolumnister på sina ledaravdelningar som uttrycker andra åsikter än de som är tidningens eller den partigruppering som tidningen står närmast (Hadenius & Weibull, 1999).

3.3.1.1 Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet

Dagens Nyheter är Sveriges största morgontidning med ambitionen att vara både huvudstadens tidning och landets största riksspridda morgontidning. Man riktar sig till alla läsarkategorier och ges ut sju dagar i veckan. Tidningen är oberoende liberal och har en upplaga på 353 300 på vardagar och 411 500 på söndagar (Svenska massmedier och deras medarbetare, 2000). 51 procent av tidningens läsare är stockholmare, av dem är cirka 52 procent män och 48 procent kvinnor. Dagens Nyheter har sin största spridning i Stockholm, där är man 2,5 gånger större än Svenska Dagbladet (www.dn.se/DNet/departments/405-static/main_omdn_siffror.html). På tidningens fjärde sida finns det dagligt återkommande inslaget *DN Debatt*. Där blandas uppseendeväckande forskningsrön med färsk politiska förslag som ofta också väcker andra mediers intresse. Ibland får detta till följd att större mediedebatter sätts igång som kan pågå under en längre tid. *DN Debatt* är idag ett av landets viktigaste och mest statustyngda forum för opinionsbildning. Man kan också se *DN Debatt* som en av de framträdande platser där åsikter, värderingar och attityder som anses som giltiga och legitima i samhället förhandlas fram (Ekström & Larsson, 2000).

Svenska Dagbladet beskrivs som en modern tidning för moderna storstadsbor. Tidningen är obunden moderat och ges ut sju dagar i veckan. Upplagan är 178 100 på vardagar och 193 700 på söndagar (Svenska massmedier och deras medarbetare, 2000). Av Svenska Dagbladets läsare bor 55 procent i Stockholm, könsfördelningen är 47 procent kvinnor och 53 procent män. Svenska Dagbladet beskriver sina läsare med att drygt hälften (54 procent) har

högskoleutbildning och högre inkomster än Sverigesnittet, 40 procent av Svenska Dagbladets läsare tjänar över 250 000 kronor om året jämfört med 18 procent av alla svenskar. Svenska Dagbladets räckvidd i Stockholm är 246 000, Göteborg är 25 000, Malmö är 21 000 och Sverige utanför Stockholm, Göteborg och Malmö är 165 000 (www2.svd.se/kundservice/omsvd/diagram.asp). Svenska Dagbladets motsvarighet till *DN Debatt* är *Brännpunkt* som tillsammans med *DN Debatt* är de ledande debattsidorna i Sverige (Hadenius & Weibull, 1999).

3.3.1.2 Artiklar

Som jag nämnde under 1.2 har jag delat upp artiklarna efter författare till artikeln. Det är inte frågan om att generalisera utan bara ett sätt att visa varifrån åsikterna kommer. Givetvis har inte till exempel alla politiker samma åsikt i en viss fråga. De artiklar som ligger under benämningen *Tidningarna* är alla artiklar som är skrivna av personer som arbetar för tidningen. Eftersom tidningarna fungerar som en gatekeeper så har tidningarna ansvar för de åsikter som trycks i tidningen och är skrivna av tidningens medarbetare. Benämningen *Näringslivet* är precis vad det låter som, artikelförfattarna kommer från näringslivet och även de artikelförfattare som inte passade in i någon annan kategori som till exempel akademiker hamnade i denna kategori. Under benämningen *SVT* är artikelförfattarna anställda på SVT. Slutligen så är det personer som är politiskt aktiva som finns under benämningen *Politiker*.

Tidningarna

Svenska Dagbladet, 980420, Carl Otto Werkelid, *Ett ösregn av förolämpningar*

Svenska Dagbladet, 990620, Ulrika Beck-Friis, *Bredden livsviktig för public service*

Dagens Nyheter, 991009, Ing-Marie Olofsdotter, Ingrid Elam, *Missvisande bild av sponsring. Kritiken mot Utbildningsradion är felaktig*

Dagens Nyheter, 991021, Ledare osignerad, *Ordning och reda på teve*

Dagens Nyheter, 991023, Ledare osignerad, *Lång dags färd mot fel beslut*

Dagens Nyheter, 991026, Ledare osignerad, *Att ge allmänteve en chef*

Svenska Dagbladet, 991102, Ledare osignerad, *För tyst om SVT*

Svenska Dagbladet, 000112, Ledare osignerad, *Programskifte*

Svenska Dagbladet, 000625, Mats Johansson, *En redaktion skär ner, divergens eller konvergens?*

Dagens Nyheter, 001227, Ledare osignerad, *Bestäm vad SVT ska göra*

Dagens Nyheter, 001229, Ledare osignerad, *Staten som tv-producent*

Svenska Dagbladet, 010110, Ledare Mats Johansson, *I skuggan av Sam*

Svenska Dagbladet, 010118, Staffan Ingvarsson, *Oreda i rutan*

Svenska Dagbladet, 010118, Max Wahlund, *Vart ska SVT gå?*

Dagens Nyheter, 010322, Ledare Lars Weiss, *Så beläggs SVT med tvångströja*

Dagens Nyheter, 010323, Ledare osignerad, *Public service-propositionen: En halvmesyra på kort sikt*

Näringslivet

Svenska Dagbladet, 980619, Casten Almqvist, Stefan Barholm, Per Bystedt, Johanna Unghanse, Lasse Weiss, *Bränn*
Dagens Nyheter, 991013, Kent Asp, *SVT:s kommersialisering en myt*
Dagens Nyheter, 991024, Stig Hadenius, *Nu är Weiss situation ohållbar*
Dagens Nyheter, 991114, Leif Furhammar, *Public service - en dyrbar tillgång*

SVT

Dagens Nyheter, 991004, Jan-Olof Gurinder, *Indirekt sponsring*
Dagens Nyheter, 991014, Lars Adkatusson, Jarl Alfredius, Birgitta Alm et al, *Aktuellt slaktas mot tittarnas vilja*
Dagens Nyheter, 991016, Ingvar Bengtsson, *Jo, ni är visst bakåtsträvare*
Dagens Nyheter, 991021, Lars Adaktusson, Birgitta Alm, Nils Edman et al, *Står du bakom planerna, Weiss?*

Politiker

Dagens Nyheter, 991021, Olle Wästberg, *Avtalsbrott av SVT*
Svenska Dagbladet, 991101, Gunnar Hökmark, *Privatisera den ena av SVT:s kanaler*
Dagens Nyheter, 991123, Gunnar Hökmark, *Bättre program med en kanal*
Svenska Dagbladet, 010325, Ola Karlsson, *Sälj statsradion och statstelevisionen*

3.3.2 Tidsperioden

Tidsperioden är 980101 - 010423 (23:e april var det sista tillfället jag gjorde en artikelsökning). Den ursprungliga tanken var att bara granska en kortare period. Perioden valdes då efter kontakt med Ursula Hägerström på SVT via e-post. Hon föreslog perioden februari-mars eftersom det är den period som "omger" den 22:a mars då propositionen om *en radio och TV i allmänhetens tjänst* lades till riksdagen. Då intensifieras de olika politiska kampanjerna i olika medier när det gäller frågor som rör SVT (Hägerström, personlig kontakt, 010326). Efter diskussioner med handledare bestämde jag att titta på en längre period eftersom det mest troligt skulle ge en mer rättvisande bild. Principen vid valet av den slutgiltiga perioden var densamma som vid det ursprungliga urvalet. Tidsperioden valdes genom att titta på SVT:s historia för att hitta flera större förändringar som mest troligt gjort att SVT omtalats i pressen. De händelser som gjorde att jag valde denna period är: 1998 fattar SVT beslut om att digitala marksändningar ska börja sändas. Man får sändningstillstånd för tre rikstäckande digitala kanaler och fem regionala. 1999 startar SVT digitala rikssändningar i det digitala marknätet. 2000 organiserar SVT om nyhetsverksamheten och skapar en central nyhetsredaktion för de rikstäckande nyhetsprogrammen (www.svt.se/hela/historia/artal.htm). Här tillkommer även turerna kring Lars Weiss 1999 och kring Mikael Olsson 2000 och den tidigare nämnda propositionen.

3.4 Analysmetod

Jag har valt att göra en innehållsanalys där jag använder mig av ad hoc för att lokalisera teman och underteman. Jag börjar med att presentera metoderna i teori för att sedan beskriva hur jag

gick tillväga rent praktiskt vilket enligt Arvidson är lämpligt vid kvalitativa metoder fast det inte garanterar att en upprepning av förfaringssättet leder till ett lyckligt slut (Arvidson, 2000).

3.4.1 Innehållsanalys

Främsta anledningen till att jag valt att använda den här metoden är för att ad hoc är eklektisk och man då kan använda olika angreppssätt och tekniker för att skapa mening (Kvale, 1997). Mitt syfte är att hitta olika teman och underteman i artiklarna och därför anser jag att metoden är användbar för mitt syfte. Kvale beskriver tillvägagångssättet som genom att lägga märke till mönster, teman (1), se rimligheten (2) och ställa samman (3) kan analytikern se "vad som hör ihop med vad" (Kvale, 1997). För att uppnå nummer ett (1), som är mitt faktiska syfte, har jag använt mig av delar av Mats Wingborgs modell för argumentationsanalys eftersom hans modell känns som en bra vägledning när en text ska analyseras. När man ska avgöra en viktig fråga eller analysera en text, har man nytta av argumentationsanalys. Metoden kan givetvis även användas för analyser av debatter, propagandafilmer etcetera. (Wingborg, 1987).

Wingborg presenterar följande tillvägagångssätt:

1. För att det ska gå att analysera texten, måste det finnas något i texten som det argumenteras för eller emot. Detta, det som argumentationen gäller, kallas tes.
2. När tesen i artikeln har fastställts, bör tesen preciseras.
3. Det är visserligen ofta så att en text innehåller flera teser. Men istället för att skriva ihop dessa till en tes, bör man formulera om dem var för sig.
4. När huvudtes och eventuella sidoteser är formulerade gäller det att ta fram själva argumenten. (Wingborg, 1987)

Efter att genomfört de här fyra stegen har jag fått fram olika teman och underteman genom att hitta teser och argument.

Jag kommer också använda mig av Lennart Hellspongs modell för komparativ analys, eller rättare sagt, delar av den. Den komparativa analysens syfte är att jämföra olika texter eller genrer för att undersöka likheter, skillnader och påverkan mellan dem. Man jämför texterna med hänsyn till (1) sammanhanget, (2) språket, (3) innehållet, (4) den sociala tonen och (5) stilen (Hellspång, 2001). Jag kommer använda mig av steg 3, innehållet, då de övriga stegen inte helt överensstämmer med mitt syfte. Frågor jag kommer att ställa till texten är då: hur liknar och skiljer sig texterna innehållsligt? Vilka teman tar de upp - vilka huvudämnen och vilka delämnen? Vilka perspektiv anlägger de - ser de på sina ämnen subjektivt eller objektivt, utifrån en viss position, i ljuset av en teori eller ideologi, på nära eller långt håll och så vidare? Vilken roll spelar underförstådda inslag i dem - står det viktiga på eller mellan raderna? (Hellspång, 2001) Resultaten från de ställda frågorna sammanställer jag sedan med de från argumentationsanalysmodellen för att se vilka olika inställningar som finns.

3.4.1.1 Det praktiska arbetet

Själva insamlingen av artiklarna gick till så att jag gick in på respektive databas, *presstext* för DN och *mediearkivet* för SvD, och sökte på SVT och/eller public service. Jag avgränsade sökningen genom att söka på ett årtal åt gången och när det gällde *presstext* så bockade jag för "rätt" artikeltyp, det vill säga debattartiklar och ledare. Sedan gick jag igenom alla träffar,

så kallat skumläste dem för att se om artikeln handlade om SVT eller kanske bara om ett nytt program i SVT (vilket inte var relevant för mig). Som ni kan ana av artikeltitlarna så behandlas många olika vinklar och frågor inom SVT och public service. När jag var nöjd med innehållet i en artikel skrev jag ut den för att slutligen ha en hög med 28 artiklar som stämde in på mitt syfte. Bengtsson säger att djup är viktigare än bredd och kvantitet i kvalitativa undersökningar, och samlar man på sig ett för stort material riskerar man att få för lite tid och kraft över till analysarbetet, detta gjorde att 28 artiklar verkade lagom. Jag kände även att jag nått en teoretisk mättnad, det vill säga när man inte längre upptäcker nya aspekter av det studerade fenomenet (Bengtsson, 2000).

Nästa steg blev att inleda arbetet med en genomläsning av artiklarna för att än en gång försäkra mig om att de innehöll det jag ville analysera och inte debatterade något som inte överensstämde med mitt syfte. Jag insåg rätt snabbt att det blir svårt att hålla ordning på alla artiklar, därför numrerade jag dem efter att ha lagt dem i kronologisk ordning. Vissa artiklar var sammanhängande på det sätt att de kommenterade något som sagts i en tidigare artikel, därför var det lämpligt att arrangera dem i kronologisk ordning. Sedan började flera genomläsningar med de frågor jag presenterade tidigare i bakhuvudet. Här kom numreringen av artiklarna till nytta. När jag hittade något intressant i en artikel kunde jag anteckna det och hänvisa till artikel 6 exempelvis, det visade sig vara ett snabbt och smidigt sätt i stället för att använda till exempel artikelförfattare (speciellt då inte alla artiklarna har någon författare angiven). Efter flera genomläsningar började några dominerande teman träda fram. I det läget började jag färgkoda materialet. Jag använde mig av flera understrykningspennor i olika färger. En färg för ett visst tema. Snart började materialet se väldigt färgglatt ut men metoden fungerade väldigt bra för mig. Jag hade först tänkt klippa och klistra men tyckte att det då blir svårt att spåra det urklippa till sin källa. På det här sättet fanns citaten kvar i källan men var ändå separerade från övrig text. När färgkodningen var klar började jag sammanfatta alla citat, meningar och stycken inom varje tema. Detta tidsödande arbete bestod i att skriva av alla meningar som var överstrykta med exempelvis blått i ett och samma dokument. Alla understrykningar i en viss färg från en artikel fick ett eget stycke, på så sätt kunde jag lätt spåra källan ifall jag behövde läsa om artikeln. Syftet med detta sätt var att få en bättre överblick och slippa leta efter exempelvis alla blåa understrykningar. Sedan var det "bara" att läsa igenom dokumentet för att kunna sammanställa det till en presentation.

4. Teori

Min ambition i teorikapitlet är att presentera teorier som kommer att användas i den slutgiltiga analysen. Jag inleder med public service och SVT, för att sedan ta upp Hutchins-kommissionens fyra medieideologier och Altschulls tre modeller. Redan här vill jag nämna att om delar av presentation av SVT upplevs som vinklad är det för att informationen enbart kommer från SVT:s egen hemsida. Detta är ett medvetet val för att få fram SVT:s egen syn på sig själv, för att längre fram kunna jämföra med andras bild av företaget.

4.1 Public service

Jag har för att underlätta för läsaren delat upp public service i hur det var när begreppet "föddes" och hur man ser på public service idag.

4.1.1 Historia

I televisionens barndom skapades företag med monopol på sändningarna som var tvungna att prestera efter vissa generella principer vilka var formulerade av regering och riksdag i respektive land. Syftet med dessa principer var att säkra en viss profil på programmen. En betoning på att höja den allmänna nivån på utbildning eller kultur bland befolkningen var speciellt viktig men även idéer om en fast professionell standard. En viktig underliggande idé var att sändningarna skulle tjäna befolkningen som en helhet, med andra ord ha en bredd som tilltalade alla - med vissa gränser som var mer eller mindre löst fastställda med uttryck som kvalitet och relevans. Public service television såg sin publik som medborgare, som medlemmar av en politiskt liberal demokrati med en rätt och en skyldighet att vara väl informerade om alla frågor som är av allmänt intresse. Sändningarna skulle finansieras av ganska låga, politiskt definierade licensavgifter (Gripsrud, 1998). Statliga regleringar var motiverade av behovet att undvika "frekvenskrockar" med bland annat militären och även för en viss styrning av innehållet antingen när det gällde medborgarnas rätt till information eller statens intresse för moralisk och politisk kontroll (Barker, 1997).

4.1.2 Nutid

Beteckningen public service präglas enligt Hadenius och Weibull av den sociala ansvarsideologin (Hadenius & Weibull, 1999). Det finns inte en ensam definition på vad public service står för och variationerna är oändliga. Thurén för en diskussion kring översättningen, han menar att den etablerade svenska översättningen "radio och tv i allmänhetens tjänst" är så vag att den i stort sett inte säger någonting. Han presenterar även synsättet att "public" betyder "offentlig" och det då betyder att ett public service företag har sitt uppdrag från samhället och arbetar i samhällets tjänst, det är samhället som finansierar och kontrollerar företagets verksamhet. Thurén tar också upp James Currans uppfattning som är att public service är kopplad till staten (Thurén, 1997). Boman presenterar Hans Furuhausen som menar att översättningen "i allmänhetens tjänst" kan tolkas som "i publikens tjänst" vilket i sin tur kan läggas till grund för påståendet att SVT har sitt uppdrag från "publiken", alltså ska man ge publiken enbart vad den vill ha etcetera. Furuhausen påminner därför att det svenska substantivet "publik" heter "audience" på engelska. Det engelska adjektivet "public" betyder däremot "offentlig" eller "statlig", dess motsats är "private" (Furuhausen, 1994 i

Boman, 1998). Men trots alla skillnader i definition finns det en grundläggande faktor nämligen att programmen ska vara producerade i allmänhetens intresse. Det betyder att det ska finnas en explicit (direkt) hänvisning eller implicit (underförstådd) förutsättning av mångfald och kvalité, tillhandahållet för alla utan att glömma minoriteter (Wieten, 2000). Barker säger också att det inte finns en ensam modell men han menar att det finns identifierbara teman: någon form av ansvarighet för politiska representanter av medborgarna via administrativa organisationer, någon form av allmän finansiering, reglering av innehållet, en universell service som vänder sig till medborgarna och en grad av skydd från tävlan. Public service ska erbjuda en universell och mångsidig service med balanserade, opartiska, korrekta och olikartade program (Barker, 1997). Wieten menar att public service baserar sin verksamhetsfilosofi på att skapa program. Dess mål är att producera program som tillhandahåller ett brett utbud av kulturella resurser för medborgarna. Nyckelorden är mångfald, kvalitet och nyskapande (Wieten, 2000). Public service regleringar har antagits för att säkra en universell service tillsammans med en rad av program som är designade med syftet att undervisa, informera och underhålla (Barker, 1997).

Jörgen Boman presenterar i sin *i allmänhetens tjänst* fyra argument från Carl-Fredrik Jaenson. Argumenten utgör tillsammans anledningen till att tv ska organiseras som ett public service företag. Ambitionerna ska vara att med utgångspunkt i nedanstående argument skapa ett mångsidigt och variationsrikt utbud.

1. *Det tekniska ekonomiska argumentet*: Möjligheterna att organisera tv-produktion är begränsade. Dessutom är det resurskrävande och mycket kostsamt. Följden av detta blir att möjligheterna för olika grupper att konkurrera inom etermedielandskapet blir ojämlika. Detta gör att man bör betrakta tv såsom en kollektiv tjänst.
2. *Demokratiargumentet*: Förutsättningarna för att demokratin skall kunna fungera godtyckligt och dessutom kunna innefatta alla samhällsmedborgare förbättras om tv organiseras i det allmännas tjänst. En tv som står i det allmännas tjänst skall sträva efter att bli en garant för att demokrati utvecklas till att sammanfatta alla samhällsgrupper. Detta oberoende av klass, kön eller etnisk tillhörighet.
3. *Rättviseargumentet*: Allas rätt att ta del av sändningarna och få sina intressen och smaker tillgodosedda kräver att tv organiseras i det allmännas tjänst.
4. *Programpolitiska argument*: Tv är en nationell resurs som bör utnyttjas i det allmännas tjänst. Detta kräver en politisk styrning. Av stor vikt är också att denna politiska styrning utarbetar tydliga måldokument som utgör tydliga riktlinjer för hur public service uppdraget ska bedrivas (Jaenson, 1992 i Boman, 1998).

4.2 SVT

Den 4:e september 1956 inledde SVT sina första sändningar i den då enda kanalen. Idag har SVT nio kanaler, text-tv och Internetverksamhet. De presenterar sig själva som det svenska public service-tv-företaget. En fri och oberoende, icke statlig, television (www.svt.se/hela/fakta/fact/SVT2000.htm). Eller med andra ord: SVT är en oberoende och självständig television helt utan kommersiella, politiska eller andra intressen (www.svt.se/hela/public.htm). Enkelt uttryckt - en tv i allmänhetens tjänst. SVT:s

programverksamhet som helhet ska präglas av det demokratiska statsskicketets grundidéer samt av principen om alla människors lika värde och den enskilda människans frihet och värdighet. Det är radio- och tv- lagen, sändningstillståndet samt yttrandefrihetsgrundlagen som reglerar SVT:s verksamhet. I yttrandefrihetsgrundlagen förbjuds censur och förhandsgranskningar för tv-sändningar. Ingen annan än Sveriges Television kan avgöra vad som ska sändas. SVT:s sändningstillstånd, som regeringen beslutar om, säger att företaget bland annat ska utöva sändningsrätten opartiskt och sakligt med beaktande av en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet (www.svt.se/hela/fakta/fact/SVT2000.htm).

SVT:s mål är att public service-tv ska vara en brett arbetande nationell television:

- Som ger människor kunskap, insikter och stimulans att delta som engagerade och ansvarstagande medborgare i den demokratiska processen
- Som i program inom många olika områden på ett lustfyllt sätt medverkar i folkbildningen i vid bemärkelse
- Som tar ett särskilt ansvar för svenska språket och den svenska kulturen samtidigt som det moderna multietniska och multikulturella Sverige speglas
- Som ger underhållning som präglas av mervärden där stundens förströelse inte är det enda syftet
- Som tar ansvar för särskilda publikgrupper som i den kommersiella televisionen ställs utanför
- Som i sammansättningen av utbudet och tilltalet vänder sig till hela befolkningen (www.svt.se/hela/public.htm)

4.2.1 SVT:s ägande och styre

SVT ägs från och med 1997 av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Stiftelsens syfte är att främja SVT:s oberoende. Ägarstiftelsen har ingen roll i tilldelningen av medel till Sveriges Television eller i beslut om företagets organisation eller verksamhetens inriktning. Stiftelsestyrelsen utser fem av de sju ordinarie ledamöterna samt en suppleant i företagets styrelse. Ordförande och en suppleant utses av regeringen. SVT:s styrelse utser företagets verkställande direktör. VD ingår i styrelsen. Av ledamöterna finns idag (20010304) en före detta landshövding, ett regionsråd, ett kommunalråd, två förbundsordföranden i Svenska Psykologförbundet respektive ABF och sex riksdagsledamöter. Sveriges Televisions styrelse fattar beslut om verksamhetens allmänna inriktning dock ej om programmets innehåll. Den här konstruktionen ger Sveriges Television en mycket självständig ställning. Sveriges Television ägs varken av staten eller kommersiella intressen och blir på så vis helt oberoende och skyddat från påtryckningar i en av de viktigaste uppgifterna, nämligen "att granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna" (www.svt.se/hela/fakta/fact/agare.htm).

4.2.2 De två F:n, finansiering och framtid

Verksamheten i SVT finansieras med medel som anvisas av riksdagen. Pengarna kommer från det så kallade rundradiokontot hos Riksgäldskontoret dit tv-avgifterna förs. Tv-avgiften är en

avgift för innehav av tv-mottagare. Riksdagen fastställer avgiftens storlek (www.svt.se/hela/fakta/fact/7.htm).

SVT kommer att satsa på digital tv i framtiden och motiverar det med att man vill vidareutveckla sin public service roll med ännu större bredd och mångfald och en i olika avseenden förbättrad service. Nationella kanaler kommer att finnas kvar och det regionala och lokala utbudet kommer att bli lika stort som riksutbudet och det internationella utbudet. SVT lovar också att publikens behov och intressen alltid skall vara utgångspunkten för deras arbete (www.svt.se/hela/historia/framtid.htm).

Den 1:a januari 2002 ska SVT få ett nytt sändningstillstånd. Arbetet med tillståndet går till så här: september 1999 tillsatte regeringen Anders Ljunggren som särskild utredare om radio och tv i allmänhetens tjänst. Mars 2000 publicerade Ljunggren en rapport från utredningen i form av en antologi om framtidens public service uppdrag. Juni 2000 startade en parlamentarisk beredning som bestod av en grupp, utsedd av regeringen, som skulle arbeta med frågor som berör public service i framtiden. Arbetet skulle leda fram till en riksdagsproposition om *en radio och tv i allmänhetens tjänst*. Mars 2001 la regeringen fram propositionen till riksdagen om riktlinjer för sändningstillståndet med mera för SVT, SR och UR. Juni 2001 fattar riksdagen beslut om riktlinjer för radio och tv i allmänhetens tjänst för ny tillståndsperiod. Hösten 2001 fattar regeringen beslut om innehållet i nya sändningstillstånd för SVT, SR och UR. 1:a januari 2002 börjar nytt tillstånd för SVT gälla (www.svt.se/hela/press/bilagor/avtal_000615.htm).

4.2.3 Public service uppföljning 2000

I public service uppföljningen beskriver Sveriges Television hur företaget uppfyller public service uppdraget. Rapporten från SVT ska också ge ett mer omfattande och strukturerat underlag för den offentliga debatten om public service televisionen. Uppföljningen har ambitionen att ge en systematiserad beskrivning av verksamhetens utfall i direkt relation till de krav och förväntningar på företaget som anges i de dokument som utgör riktlinjer för verksamheten (www.svt.se/hela/ps00/index.html). Den totala uppföljningen är på 104 sidor vilket gör att jag inte kan presentera hela i den här uppsatsen. Jag har därför försökt sammanfatta och valt ut delar som är intressanta för min frågeställning. Liksom tidigare är det SVT:s egna ord jag återger.

Sveriges Television fullföljde under 2000 sin verksamhet som ett fritt och obundet medieföretag i allmänhetens tjänst. Sveriges television är till för publiken. Det är publiken som är företagets egentliga uppdragsgivare. Därmed säkras företagets oberoende ställning och programverksamheten kan utformas utan hänsynstagande till kommersiella eller andra utomstående intressen. Att dessa publicistiska kvaliteter röner uppskattning framgår av den opartiska undersökning som utförts av SOM-institutet (Samhälle, Opinion, Massmedia) vid Göteborgs universitet. Andra mätresultat för 2000 visar att Sveriges Television bibehåller sin ställning som det tv-företag vilket av allmänheten uppfattas som mest trovärdigt, mångsidigt

och kvalitetsinriktat med ett programutbud som är angeläget för alla (www.svt.se/hela/ps00/index.html).

Publikens intresse för SVT:s program brukar mätas i form av räckviddsandel, det vill säga hur många av tv-tittarna som besökt de två analoga kanalerna varje dag, samt tittartidsandel som motsvarar den tid som totalt läggs på SVT jämfört med övriga tillgängliga kanaler. Oavsett vilken mätmetod som tillämpas placerar sig SVT på en topplats bland internationellt jämförbara public service företag. Trots en tilltagande konkurrens på medieområdet med allt fler kanaler tillgängliga för allt fler hushåll kan SVT notera en sammanlagd räckviddsandel för SVT1 och SVT2 på cirka 80 procent. Tittartidsandelen minskade något jämfört med 1999 till 44 procent (-3 procentenheter). Förklaringen till detta kan enligt SVT bland annat sökas i att konkurrerande kanaler utökat sin sändningsverksamhet på nattetid när SVT inte sänder (www.svt.se/hela/ps00/index.html).

Programutbudets sammansättning karaktäriseras av en stor bredd och mångfald. Tillgången till två rikssända analoga kanaler ger goda valmöjligheter och erbjuder en service åt olika intressen och smakriktningar. Fördelningen mellan olika programgenrer i utbudet förhåller sig relativt stabilt mellan åren. Den största programkategorin i SVT:s utbud är nyheter, fakta och samhällsprogram, som utgör 41 procent av den samlade utgivningen i rikssändning. Under året har verksamheten vid produktionsenheten för Dövas TV i Leksand, som tidigare verkade inom ramen för Sveriges Dövas Riksförbund, övertagits av Sveriges Television. Därigenom skapas bättre förutsättningar för att framgent kunna vidareutveckla sändningsverksamheten på teckenspråk. Resursinsatserna för funktionshindrade och språkliga minoriteter ligger totalt sett på en oförändrad nivå jämfört med 1999. Sändningsökningen under perioden 1996 - 2000 är 605 timmar (www.svt.se/hela/ps00/index.html).

Enligt radio-och tv-lagen ska minst 50 procent av allmänprogramutbudet i SVT:s kanaler vara av europeiskt ursprung (inklusive svenskt utbud). Med totalt 86 procent europeisk allmänprogramandel under år 2000 uppfyller SVT med råge detta villkor. SVT sänder varje år program i samarbete med kultur- och musikinstitutioner. Detta samarbete har under år 2000 vidgats. Under året genomfördes 68 programsamarbeten, vilket också medförde en utökad sändningstidsvolym. SVT24:s digitala utsändningar omfattade under året totalt 8700 timmar. En del av kanalens program går även parallellt ut över det analoga nätet. Genom sändningar dygnet runt har SVT24 gjort det möjligt att påtagligt förbättra tillgänglighet till nyheter och aktuell samhällsinformation (www.svt.se/hela/ps00/index.html).

4.3 Medieideologier

Genom åren har samhällsförändringar medfört att även massmedierna ändrat sig, både när det gäller teknologin och de funktioner medierna fyller i samhället. Olika försök har gjorts för att systematisera olika typfall av förhållandet mellan massmedierna och olika politiska institutioner, typfallen är då ofta formade efter någon samhällsuppfattning eller politisk ideologi. Enligt Hutchins-kommissionens rapport från 1947 kan man urskilja fyra massmedie- eller informationsideologier: den auktoritära ideologin, den frihetliga ideologin, den sociala

ansvarsideologin och den marxistiska medieideologin. Det är rimligt att betrakta dessa ideologier som ett slags "idealtyper", och att konstatera att ett massmediesystem sällan framträder i dessa rena former (Hadenius & Weibull, 1999). Jag kommer här sammanfatta vad respektive ideologi står för.

4.3.1 Den auktoritära ideologin

Denna ideologi dominerade under 1600- och 1700-talet. Det enda medium tillgängligt då var pressen. Tidningar grundades då i propagandasyn och staten ansågs ha självklar rätt till ingrepp av olika slag. Idag betyder det att press, radio och tv kontrolleras av de politiska beslutsfattarna. Mediernas uppgift är att uppfostra medborgarna genom att propagera för och försvara statens politik samt att sörja för underhållning och avkoppling. Olämpliga meningyttringar och obehagliga nyheter undertrycks aktivt av beslutsfattarna vilket leder till att massmedierna censureras och endast personer som är solidariska med det rådande systemet får komma till tals. Vidare tillåts inte kritik mot regimen från massmediernas sida. Inom systemets ramar tillåts dock kommersiella intressen och konkurrens mellan medier. Inom sig kan den rymma system där medierna är instrument för totalitärt förtryck och sådana där medierna är redskap för utvecklingen, den auktoritära mediesynen är alltså på inget sätt enhetlig. Den låter sig även ofta förenas med en hög grad av näringsfrihet för tidningsutgivare. Ideologin praktiserades under fascisttiden i Tyskland och Italien och reglerar än idag beslutsfattarnas förhållande till massmedier i ett antal länder i arabvärlden (Hadenius & Weibull, 1999).

4.3.2 Den frihetliga ideologin ("frihetsteorin")

Huvudprinciperna i denna ideologi började tillämpas i flera stater under senare delen av 1700-talet. Sveriges första tryckfrihetsförordning från 1766 skrevs i den frihetliga ideologins anda. Dess utgångspunkt är en positiv människosyn. Människan förutsätts vara aktiv och skapa opinion och allt som kan förhindra en fri åsiktsbildning skall motverkas. Eftersom massmedierna här ska fungera som det viktigaste medlet för att föra fram åsikter ska de stå helt fria från de politiska beslutsfattarna och fungera som en tredje statsmakt vid sidan av regering och riksdag. Alla ingripanden från statens sida ska vara förbjudna, därför är censur och pålagor oförenliga med fria massmedier. Oberoende medier ska kunna föra en fri och öppen debatt även om den är obekväm för makthavarna. Detta leder till att man menar att en fri och obunden diskussion endast kan skapas genom fri etableringsrätt (näringsfrihet) och fri konkurrens. Man resonerar som så att om marknaden är fri kommer människors efterfrågan att leda till att de bästa varorna och de bästa åsikterna kommer fram. Utifrån det här har det kraftigt betonats hur viktig en fri opinionsbildning i massmedierna är för ett demokratiskt statsskick (Hadenius & Weibull, 1999).

4.3.3 Den sociala ansvarsideologin

Kritik mot den frihetliga ideologin som att den i praktiken också inneburit frihet från ansvar och moraliska förpliktelser och att friheten bara handlat om frihet för ägarna av massmedier och vissa politiska eliter men inte för majoriteten av konsumenterna har lett till att ideologin reviderats och kompletterats med olika krav på informationen, till exempel genom en intern

kontroll, medbestämmande för journalister eller vissa statliga åtaganden. Förespråkarna för den sociala ansvarsideologin menar att massmedierna har bestämda moraliska förpliktelser i samhället. De menar vidare att lönsamhet inte garanterar yttrandefrihet och därför ska tidningarna inte bara skriva om sånt som är säljbart och sådant som har ett omedelbart läsvärde. Massmedierna har ett ansvar inför samhällsutvecklingen och måste utföra även en obekvämlig nyhetstjänst. Sociala missförhållanden och små länder måste också bevakas, massmedierna får inte utnyttja sin frihet till att skriva om enbart det som är kommersiellt gångbart (Hadenius & Weibull, 1999).

4.3.4 Den marxistiska medieideologin

Karl Marx (1818-1883) beskrev i mitten av 1800-talet pressen som det band som förbinder staten med världen. Lenin (1870-1924) menade att efter den socialistiska revolutionen måste tidningar ställas direkt i partiets tjänst och fungera som ett instrument i byggandet av det nya kommunistiska samhället. "En tidning är inte bara en kollektiv propagandist och en kollektiv agitator utan också en kollektiv organisatör". Med det menar Lenin att pressens frihet inte ska vara liktydig med frihet för ägare eller redaktörer. I den marxistisk-leninistiska samhällsuppfattningen spelar alltså medierna och särskilt pressen en betydelsefull roll. Anhängare av denna ideologi anser att massmedier i den borgerliga staten endast är fria för en liten grupp medborgare, innehavarna av produktionsmedlen, de reella makthavarna. Medierna är därför verktyg i förtryckarnas händer. Massmedierna har då funktionen av en säkerhetsventil de gånger man låter de förtryckta komma till tals. Ideologin har fungerat väldigt likt den auktoritära ideologin, skillnaden är att massmedierna i de socialistiska staterna har varit samhällsägda. Anledningen till det har varit att det enligt det marxistiska synsättet råder ett motsatsförhållande: näringsfrihet betyder att yttrandefrihet för enskilda människor minskar (Hadenius & Weibull, 1999).

4.4 Altschulls modeller

J. Herbert Altschull argumenterar för att de fyra medieideologierna inte längre är relevanta. Han hävdar att en självständig press inte kan existera och att massmedierna är agenter för dem som håller i den ekonomiska, politiska och sociala makten i alla system. I alla nyhetssystem är nyhetsmedier agenter för folket som utövar politisk och ekonomisk makt. Tidningar och etermedier är därför inte självständiga aktörer, även om de har möjligheten att utöva självständig makt. Innehållet i nyhetsmedia reflekterar alltid intresset hos de som finansierar dem. Alla nyhetssystem är baserade på tron på fri talan, även fast fri talan är definierad på olika sätt. Alla nyhetssystem stödjer trosfrågan om socialt ansvar, tillkännager att de tjänar behoven och intressen hos folket, och uppger sin vilja att förse tillgång för folket. I varje av de tre modellerna, upplevs pressen från de andra modellerna som avvikande. Olika skolor (typer) av journalism sänder samhällets ideologier och värderingssystem i vilka de existerar och oundvikligen hjälper det de människor som har makten att behålla kontrollen över nyhetsmedia. Press i praktiken skiljer sig alltid från teori. Altschull menar att det idag finns tre modeller av pressen, the market (or capitalist) model, the communitarian (or socialist) model och the advancing (or, less accurate developing countries) model (Severin & Tankard, 1997).

4.4.1 Market-modellen

I market-modellen är pressen fri från inblandning utifrån. Pressen tjänar allmänhetens rätt att "veta". Den rapporterar rättvist och objektivt. Journalistikens syfte är att söka sanningen, att vara socialt ansvarsfull, att informera (eller utbilda) varken politiskt eller kulturellt. Syftet är även att tjäna folket mångsidigt och att stödja den kapitalistiska tron. Man ska även tjäna som vakthund av regeringen. En fri press i market-modellen betyder att journalister är fria från all kontroll utifrån. En fri press betyder även att man inte kryper för och är manipulerad av makt. Ingen nationell policy behövs för att säkerställa en fri press (Severin & Tankard, 1997).

4.4.2 Communitarian-modellen

Communitarian-modellen betyder att pressen transformerar och utbildar folket i klass och kulturell medvetenhet. Man tillhandahåller de objektiva behoven hos folket och rapporterar objektivt om verkligheten av erfarenheter. Journalistikens syfte är att söka efter sanning, att vara socialt ansvarsfull, att utbilda folket och värva allierade politiskt och kulturellt. Man ska även tjäna folket genom att kräva stöd för rätt tro och forma synpunkter och beteenden. En fri press betyder att alla åsikter blir publicerade, inte bara de som kommer från de rika och mäktiga. Den fria pressen ska motarbeta förtryck av legitima samhällen. En nationell policy behövs för att garantera att en fri press har den rätta formen (Severin & Tankard, 1997).

4.4.3 Advancing-modellen

Pressen ses som en enande och inte delande kraft. Den är ett verktyg för nyttig social förändring. Pressen är menad att användas för tvåvägs utbyte mellan journalister och publik. Journalistikens syfte är att tjäna sanningen, att vara socialt ansvarsfull, att utbilda politiskt och kulturellt. Man ska tjäna folket genom att söka, i partnerskap med regeringen, förändring med nyttiga anledningar. Man ska också tjäna som ett instrument för fred. En fri press betyder samvetsfrihet för journalister. Pressfrihet är mindre viktigt än livskraften hos nationen. En nationell policy behövs för att tillhandahålla rättsliga säkerhetsvakter för frihet (Severin & Tankard, 1997).

5. Resultat

I det här kapitlet kommer jag att presentera resultatet av innehållsanalysen på de artiklar som ingår i analysen och som presenterades i metodkapitlet. Jag har strävat efter att inte presentera fakta som inte härstammar från artiklarna och har medvetet inte gått in och förtydligat otydligheter utan kommer att göra det i analysen. Vidare har jag med citat försökt belysa de åsikter som finns. Resultaten är uppdelade i fyra teman och presenteras i följande ordning: *SVT och public service före monopolets fall, SVT och public service efter monopolets fall, Statens inblandning* och slutligen *SVT och public service i framtiden*.

5.1 SVT och public service före monopolets fall

Tidningsskribenternas bild av SVT och public service innan monopolet föll var att företaget skulle svara för "allt", man var de enda kanalerna på marknaden, med 100 procent av publiken och skulle därför stå för just "allt". De politiska skribenterna säger att SVT skulle erbjuda ett brett programutbud för att tillfredsställa de flesta. Enligt tidningarnas skribenter var företagets ledstjärna expansion, man skulle ha fler kanaler, längre sändningstider och fler redaktioner över hela landet. Det gjorde enligt näringslivets skribenter att Sverige länge hade ett av de starkaste etermedieföretagen i världen. Man var finansierat med licenser och utan reklam. Tidningarnas skribenter tar upp att i enlighet med det uppdrag SVT fått i avtalet med statsmakterna erbjöd man publiken information, bildning, underhållning etcetera. Näringslivets skribenter menar att trots ett starkt politikerinflytande kunde journalistiken och programverksamheten utvecklas friare än de flesta medieföretagen. Tidningarnas skribenter säger att givetvis bestämde de ekonomiska ramarna i stort vad SVT kunde utföra och även om SVT var ett innehållsstyrt företag var siffrorna givetvis inte betydelselösa. Om misstycket hos publiken växte, växte också trycket på politikerna att strypa penningtillförseln. Systemet fungerade enligt näringslivet väldigt bra i flera decennier och ledde till att licensbetalarna fick en tv som fungerade väl både för tittarna och för dem som hade makten utanför och innanför företaget. I en tillbakablick nämns SVT och public service som "*... något överhetligt, landsfaderligt, välartat och lagom, oglamoröst och opassionerat, präktigt, tungrott, allvarligt och läroverksmyndigt*" (Furhammar, 991114).

5.2 SVT och public service efter monopolets fall

Mycket kritik riktas i dag mot dagens SVT. En stor del av kritiken rör det faktum att politiska skribenter och skribenter från näringsliv och tidningar anser att SVT blivit mer kommersiellt. Exempel: "*När monopolet föll gjorde man misstaget att apa efter de kommersiella konkurrenterna*" (Furhammar, 991114). Näringslivets skribenter presenterar nidsbilden som säger att SVT valt att spela med i konkurrenternas kommersiella spel och marknadsanpassat sin tolkning av public service uppdraget till tingeltangeltelevision, trams, trivialiteter och tarvligt taskspel. Tidningarnas skribenter säger att SVT tycks styras av chefer som slutat tro på public service. Detta motiveras med att man kan se att program med public service prägel får nöja sig med de programtider då publiken inte förväntas titta. Även att SVT satte upp ett kvantitativt publikmål (50 procent av tv-publiken) är ett argument för kommersialiseringen av företaget enligt tidningsskribenterna. Satsningen på underhållningsprogram ser näringslivets skribenter som ett sätt för SVT att nå publikmålet eftersom det är underhållning som är

företagets viktigaste konkurrenssektor och det är på nöjessidan de avgörande publikmängderna står att vinna. Men kritiken mot denna taktik är tydlig: *"Att allmän televisionen satsade resurser på att göra billig (eller dyr för den delen), publikfriande och dålig underhållning var ett ideologiskt och moraliskt förfall..."* (Furhammar, 991114).

SVT:s skötsel får också mycket kritik. Näringslivsskribenterna anser att stora summor pengar satsas på avancerad teknik vilket går ut över programverksamheten. Tidningarnas skribenter menar även att SVT fortsätter att producera program som om de vore ensamma på scenen, företaget håller fast vid den inriktning på sin programverksamhet som man hade under monopoltiden. De politiska skribenterna tycker att SVT prioriterar fler kanaler och mer programtid före de program och den kvalitet som är public service verksamhetens identitet. *"Hellre bredare än bättre"* (Hökmark, 991101). SVT strävar efter dominans över publiken i stället för att ha ett programutbud som är unikt för public service. Just vad som är unikt för public service är en viktig punkt i kritiken. Det verkar finnas en inställning hos näringsliv, politiker och tidningarna att SVT svikit sitt public service uppdrag. Exempel på det är dessa två uttalanden:

"Den statliga televisionens enda uppgift är att utöva en publik service - funktion, alltså att producera den mix av kvalitet och seriösa program som de kommersiella kanalerna inte klarar av." (Ledare osignerad, 001229)

"Under de senaste två åren har framför allt teve hamnat på villovägar där bedömningar och avvägningar inte alltid varit de mest genomtänkta. Hetsade av tittarsiffror och konkurrens har man gett efter för det ytliga och vulgära." (Ledare osignerad, 010323)

Som med allt annat finns det flera sidor av saken. Andra röster inom näringslivet och tidningarna menar inte att SVT apat efter kommersiella kanaler. *"SVT sänder inte mindre information och fakta idag än 1993, inte heller har andelen underhållning ökat"* (Asp, 991013). Det tycks inte vara den allmänna inställningen att SVT svikit sitt public service uppdrag. En bred public service kanal beskrivs som att den utmärks av både ett brett programutbud av nyheter och fakta och ett brett programutbud av upplevelse, förströelse och underhållning. SVT uppges ha den största mångfalden inom både det informationsinriktade och det underhållningsinriktade programutbudet, kanalerna har fortfarande en stor publik och hög trovärdighet. För att ytterligare belysa detta är här ett talande citat:

"För att vara ett företag i "kris", det vill säga omvandling, är Sveriges Television ovanligt framgångsrikt, att döma av publikens gensvar på utbudet de gångna helgerna." (Johansson, 010110)

Om man bortser från kritik och beröm, hur ser artikelförfattarna då på SVT:s och public services uppgift och funktion? Det anses att SVT ska ha ett varierat programutbud för såväl den breda publiken som minoriteter. *"SVT har ett publicistiskt uppdrag vars nyckeluppgifter*

kan sammanfattas: informera, fördjupa, resonera, förmedla, bilda och roa" (Ledare osignerad, 001227). Politiska skribenter säger att public service företagen är viktiga för det svenska mediasamhällets programutbud, nyhetsförmedling, den politiska agendan och den svenska samhällsdebatten. Tidningarnas skribenter tar upp det faktum att företaget som råmodell och riktmönster har en sanerande och uppfostrande roll som höjer anständighetsnivån hos de andra kanalerna. Oberoendet av krav från aktieägare och annonsörer ger SVT en frihet att motverka informationsklyftor i samhället och att satsa på såväl bred som smal kultur tycker tidningsskribenterna. Skillnaden mellan public service kanaler och kommersiella kanaler ses ofta som frånvaron av annonsörer och aktieägare, som till exempel: "SVT är till för publiken, inte för andra intressenter som annonsörer, sponsorer, partier, organisationer..." (Ledare osignerad, 001227) och "Public service - bolagen levererar program till publiken, medan de kommersiella kanalerna levererar publiken till annonsörerna och pengar till aktieägarna" (Beck-Friis, 990620).

5.3 Statens inblandning

Om man börjar med en tillbakablick på hur det såg ut när SVT bildades finns uppfattningen från tidningsskribenterna att budskapet från riksdagen var - du ska inte titta på några andra kanaler jämte statens. Tidningsskribenterna beskriver hur televisionen startade som statligt monopolföretag. Hela konstruktionen, från finansiering och organisation till programval, utgick från principen om statligt monopol. Det parti som hade monopol på den politiska makten ansåg att staten, det vill säga partiet, skulle ha monopol också på det viktiga nya mediet. Tidningarna menar att till detta kom andra mer generella motiv: en allmän acceptans av staten som garant för oväld och allmänintresse, och en syn på etermedierna som en allmän nytthet och därmed naturligt monopol, i stil med elektricitet, tele och järnväg. Det finns en bild av en ständig strid om företagets kontroll där politiker av de flesta sorter har deltagit. Detta förklaras med bland annat att public service verksamheterna har varit den politiska maktens plattform i det svenska mediasamhället och därför har man med alla medel och i olika allianser sökt upprätthålla det gamla monopolets dominans över publiken även efter monopolets fall. En annan likartad förklaring enligt tidningarnas skribenter är att SVT:s politiska uppdragsgivare inte är överdrivet intresserade av att den offentliga arena de utövar inflytande på krymper.

Hur ser det ut idag, när monopolet är borta? Utbudet av kanaler och program har ökat mycket sedan monopolet föll, nu står det offentligt finansierade utbudet för en liten del av det totala utbudet. Hur pass involverat staten är i bolaget ges det lite olika bilder av. "SVT är organiserat som ett bolag, ägt av en stiftelse, staten utser ordförande i både bolaget och stiftelsen" (Ledare osignerad, 001229), "...att statsmakterna nöjer sig med att tillsätta ett par styrelseledamöter av styrelsen..." (Ledare osignerad, 991026), "...fått en ny förvaltningsstiftelse bestående av politiker." (Hadenius, 991024), "Det är staten som avgör programbolagens inriktning och organisation och som direkt eller indirekt tillsätter styrelserna" (Hökmark, 991101). Ovan ges en bild av den direkta involveringen men det finns även en indirekt involvering, sändningstillståndet. SVT har av riksdagen fått uppgiften att

garantera kvalitet och mångfald på den svenska tv-marknaden. Riksdagens direktiv omformas i tillståndsvillkor. Det är en överenskommelse som också SVT skriver på.

"Om staten ska finansiera en public service funktion måste staten ge ledningen för denna funktionen ett uppdrag, och ett mandat; därmed finns en koppling mellan tv-bolaget och regeringen som inte helt kan brytas" (Ledare osignerad, 001229).

Att det inte helt kan brytas eller hur stark kopplingen ska vara finns många åsikter om. Tidningarnas skribenter menar att det inte är politikernas och statsmaktens sak att ägna sig åt detaljreglering. Radio och tv behöver en ekonomisk och innehållslig ram. Inom den fattar de sedan själva besluten. Politiska skribenter anser att om staten fyller en roll som andra inte fyller, inte strävar efter att dominera medieutbudet men har ett tydligt uppdrag för sin verksamhet är detta lika rimligt som att staten ansvarar för våra nationalscener men lämnar den fria pressen fri. Ett faktum som tas upp av tidningarnas skribenter är att om en riksdagsmajoritet vill att allmänheten ska skugga de kommersiella kanalerna, så kan den uttala sig så och avtalet med SVT skrivs med det målet. SVT:s anställda ger ett exempel när det gäller att slå ihop nyhetsredaktionerna. SVT:s anställda menar att politikerna har sagt nej till en sammanslagning. Senast de skedde enligt SVT var i sändningstillståndet mellan 1997 och 2001. På våren 1995 stoppades en sammanslagning av en majoritet av riksdagsmännen i kulturskottet. Det finns dock en inställning som innebär att de politiska skribenterna anser att systemet är byggt så att riksdag och regering inte ska kunna gå in med pekpinnar under löpande avtalsperiod.

Ett resonemang kring samhället och statens inblandning i SVT presenteras också. Politiska skribenter menar då att en statlig maktkoncentration i ett av våra viktigaste medier inte är acceptabelt i ett fritt och öppet samhälle. Statens inflytande över medierna ska i ett demokratiskt samhälle vara det minsta möjliga och får inte leda till att staten indirekt har en dominerande ställning bland medierna. De politiska skribenterna menar att i Sverige är det inflytandet det största möjliga och leder till att SVT har en dominerande ställning bland sina konkurrenter. Maktkoncentration, menar de politiska skribenterna, är möjlig enbart genom att staten upprätthåller den genom en tillgång till frekvenser och en finansiering som ger SVT en unikt privilegierad ställning gentemot sin publik och sina konkurrenter. De politiska skribenterna menar också att i ett fritt samhälle är det inte rimligt att staten konkurrerar med fria medier. Eftersom staten avgör företagets finansiering och ekonomiska utrymme finns det inget annat medieföretag som har så goda ekonomiska resurser som SVT.

5.4 SVT och public service i framtiden

Det finns många olika frågor när det gäller SVT:s framtid. Dels hur många kanaler företaget ska ha och dels vad deras programutbud ska erbjuda publiken, men även statens inblandning och licensfrågan tas upp.

Det finns röster från de politiska skribenterna som menar att den ena av SVT:s kanaler bör privatiseras. Argumentet är att genom att koncentrera verksamheten till en tv-kanal inom

ramen för dagens ekonomiska resurser kan vi få en public service verksamhet som kan hävda sig genom kvalitet och genom prioriteringen av program som ingen annan än SVT sänder. Politiska skribenter menar att en ny inriktning av programutbudet, med dagens resurser men halva antalet kanaler, medger en kvalitet och en fördjupning när det gäller dramatiseringar, barnprogram, svenska språket och svenskt kulturliv liksom samhällsbevakning och kunskapsförmedling, som vi ännu aldrig har fått se och inte kommer att få se om inget görs. Ett ytterligare argument från de politiska skribenterna är att man hävdar att en förutsättning för att public service företaget ska ha en legitimitet i ett mediasamhälle som präglas av mångfald, fri etablering och konkurrens är att SVT ger bidrag till publiken och vårt samhällsliv med ett programutbud som är unikt för företaget och som därmed kan motivera deras särskilda ställning. Politiska skribenterna säger att public service inte kan motiveras som konkurrenter till fria medier men väl som nationalscener i det mediasamhälle som nu växer fram.

Oavsett en kanal eller två så finns det de som argumenterar för ett smalare utbud. Som en röst uttrycker det: *"Det vore knappast en katastrof om SVT blev en renodlad smal kanal."* (Johansson, 000625). Andra politiska skribenter menar att SVT bör använda sina resurser till att tillföra program som andra inte gör och därmed berika det totala utbudet som publiken kan ta del av. Målsättningen för SVT bör inte vara att för varje pris få tittare till SVT-kanaler i syfte att leva upp till den missriktade föreställningen att det är alltid bättre att publiken ser på en SVT-kanal oavsett vilket program det är. Det finns också den uppfattningen att SVT måste prioritera, till exempel det tyngre materialet på det lättsa bekostnad. Vissa politiska röster anser att SVT hamnar i en konflikt mellan det smala och det breda utbudet och menar då att det blir SVT:s uppgift att värna om det förra, att divergera gentemot den kommersiella programutvecklingen snarare än att konvergera, utan att för den skull ge upp ambitionen om god underhållning.

En del av rösterna anser att public service inte överlever genom att bara producera en viss sorts program, intressanta för ett fåtal, utan att bredden är livsviktig. Som en röst från näringslivet uttrycker det:

"Psykologiskt skulle det vara mord på den kreativa och professionella självkänslan att tvinga SVT att enbart producera och sända sådant som de kommersiella kanalerna inte har lust eller råd med. Finansiellt skulle det vara en dödsfälla om SVT:s revir reducerades så att de stora attraktionerna föll utanför uppdraget. Ideologiskt skulle det vara liktydigt med att bidra till vidgandet av bildningsklyftorna om man gjorde public service utbudet smalt och oattraktivt" (Furhammar, 991114).

En åsikt från näringslivet är att TV4 spelar genom sin placering en nyckelroll i det svenska tv-systemet och därmed också för SVT:s möjligheter att klara av sitt uppdrag som en bred public service kanal. Man menar då att om TV4 lämnar sin plats "i mitten" på skalan och går mot ett mer kommersiellt underhållningsbetonat utbud kan i princip två saker hända. I det första fallet kommer SVT att tvingas följa med TV4 i kampen om tv-publiken. I det andra fallet (om SVT

är kvar på sin plats på skalan) kommer troligen kampen om tv-publiken leda till att SVT marginaliseras och inte längre har förutsättningar att erbjuda sin publik ett varierat programutbud av både information och underhållning.

Staten och SVT är flitigt debatterat även i ett framtidsscenario. De politiska artikelförfattarna hävdar att om det inte finns några respektabla skäl till monopol, då finns det inte något skäl till att staten skall äga och styra över våra viktigaste medieföretag. En ytterligare motivering till att medierna skall stå fria från staten är för att bara så kan det fria och öppna samhället värnas. Ett alternativ till att helt släppa den statliga kontrollen presenteras också från andra politiska röster, nämligen att man ska minska detaljregleringen för att värna om företagens och journalistikens oberoende. Argument för detta är även att företaget måste få goda möjligheter att utvecklas när den tekniska utvecklingen ger goda villkor för mångfald och konkurrens. Det presenteras även konkreta förslag på förändringar från tidningsskribenterna som exempelvis: styrelseledamöter kan hämtas utifrån, från den akademiska världen, och garanteras arvoden som gör dem okänsliga för eventuell ekonomisk uppvakning och posterna kan rotera. Det finns även en del åsikter från vissa politiska skribenter om att tv-licensen ska slopas och att SVT istället ska finansieras genom skatter. Jag avslutar här med en åsikt från tidningarna om SVT:s uppgift om det förblir ett företag med statlig finansiering:

"Ett Tv-bolag med en statlig finansiering och ett statligt uppdrag måste också bli ett instrument för en kulturpolitik. Det innebär att det statliga Tv-bolaget, oavsett organisation, har ett huvudansvar att distribuera svensk teater och opera till hela landet. Så länge staten finansierar Operan och Dramaten med skattemedel måste alla skattebetalare ha en rimlig chans att få se det de betalar för." (Ledare osignerad, 001229)

6. Analys

I analysdelen kommer jag följa samma uppdelning i teman och presentera dem i samma ordning som i resultatkapitlet, det vill säga: *SVT och public service före monopolets fall*, *SVT och public service efter monopolets fall*, *Statens inblandning* och avslutningsvis *SVT och public service i framtiden*.

6.1 SVT och public service före monopolets fall

Det här avsnittet är lite speciellt eftersom SVT och public service i artiklarna beskrivs i en tillbakablick. Det gör att jag dels inte kan jämföra med SVT:s egen presentation eftersom den handlar om dagens SVT och dels att man här måste tänka på talesättet "det var bättre förr..." eftersom det finns en risk att man blickar bakåt och minns det som bättre än det var.

Den bild som presenteras, att SVT skulle svara för "allt" och ha ett brett programutbud, stämmer väl överens med syftet med public service, både som det beskrevs vid tiden för tv:s födelse men även i nutid. En viktig idé var ju just att sändningarna skulle tjäna befolkningen som en helhet och ha en bredd som tilltalade alla. Idag talar man om en tv i allmänhetens tjänst som betyder att det ska finnas en explicit hänvisning eller implicit förutsättning av mångfald och kvalitet, tillhandahållet för alla utan att glömma minoriteter. Även finansieringen med licenser stämmer in på Barkers beskrivning av public service. Public service ska erbjuda en universell och mångsidig service med balanserade, opartiska, korrekta och olikartade program skriver Barker. SVT beskrivs som att de i enlighet med sitt uppdrag erbjöd publiken information, bildning, underhållning etcetera. Också det visar att man följde public services syften.

SVT var ju på den tiden licensfinansierat (precis som i dag) och hade ett avtal med staten om sitt uppdrag. Det nämns att politikerinflytandet var starkt men att journalistiken och programverksamheten ändå kunde utvecklas friare än de flesta andra medie företag. Detta är ju ett rätt så klent underlag för att göra en bedömning av vilken medieideologi SVT i så fall skulle höra till men jag gör ett försök i alla fall. Den auktoritära ideologin kan jag utesluta direkt eftersom mediernas uppgift då är att uppfostra medborgarna genom att propagera för och försvara statens politik. Då tillåts inte heller kritik mot regimen från massmediernas sida. Den frihetliga ideologin stämmer inte heller eftersom massmedierna då ska fungera som en tredje statsmakt och stå helt fria från de politiska beslutsfattarna. Eftersom SVT fick sitt uppdrag av staten och det sagts att det fanns ett starkt politikerinflytande kan jag inte tycka att SVT faller inom denna ideologi. Den marxistiska medieideologin stämmer inte av många anledningar men en av de främsta är att företaget skulle ställas direkt i partiets tjänst och fungera som ett instrument i byggandet av det nya (kommunistiska) samhället. Även om SVT har haft ett starkt politikerinflytande så har det aldrig framkommit i artiklarna att företaget någonsin ställts direkt i något partis tjänst. Den ideologi som kommer närmast är den sociala ansvarsideologin. Den skapades som en reaktion mot den frihetliga ideologin och inom den sociala ansvarsideologin införde man olika krav på informationen genom till exempel en intern kontroll, medbestämmande för journalister eller vissa statliga åtaganden. Detta stämmer ju överens med SVT:s avtal med staten. Massmedierna ansågs ha bestämda moraliska

förpliktelser i samhället. Detta anser jag stämmer överens med SVT:s uppdrag att erbjuda publiken information och bildning och även ett brett programutbud för att tillfredsställa de flesta.

När det gäller Altschulls modeller är det svårare att avgöra vilken modell SVT faller under. Market-modellen handlar om att vara fri från inblandning utifrån och att ingen nationell policy behövs för att säkerställa en fri press. Utifrån det tycker jag inte alls att modellen stämmer med SVT. Jag skulle säga att det är en blandning mellan communitarian-modellen och advancing-modellen. Communitarian-modellen menar att medierna tillhandahåller de objektiva behoven hos folket och rapporterar objektivt om verkligheten av erfarenheter. Den delen stämmer med det tidigare nämnda att företaget skulle erbjuda ett brett programutbud för att tillfredsställa de flesta. Vidare hävdar modellen att journalistikens syfte är att söka efter sanning, att vara socialt ansvarsfull, att utbilda folket och värva allierade politiskt och kulturellt. De första uttalandena stämmer men det sista "att värva allierade politiskt och kulturellt" känns inte riktigt igen. Likaså uttalandet att man ska tjäna folket genom att kräva stöd för rätt tro och forma synpunkter och beteenden känns fel i förhållande till SVT. Uttalanden om att en fri press betyder att alla åsikter blir publicerade, inte bara de som kommer från de rika och mäktiga och att en nationell policy behövs för att garantera att en fri press har den rätta formen tycker jag stämmer med SVT och där ser jag avtalet med staten som den nationella policy som nämns. När det gäller advancing-modellen sägs det att medier är menade att användas för tvåvägs utbyte mellan journalister och publik, att så skulle vara fallet med SVT har inte framkommit i artiklarna. Att journalistikens syfte är att tjäna sanningen, att vara socialt ansvarsfull och att utbilda politiskt och kulturellt tycker jag stämmer in på SVT:s uppdrag. Modellen säger också att man ska tjäna folket genom att söka, i partnerskap med regeringen, förändring med nyttiga anledningar. Just delen med partnerskap med regeringen stämmer om man ser avtalet som ett partnerskap. Som ni ser så finns det delar i båda modellerna som stämmer in men även bitar som inte gör det, vilket är anledningen till att jag anser att det är en blandning av de två modellerna.

6.2 SVT och public service efter monopolets fall

Resultaten visade att det finns kritiska röster som menar att SVT blivit för kommersiellt efter monopolets fall. Om man utgår från att kritikerna har rätt och SVT blivit mer kommersiell så har inte jag svårt att förstå kritiken. Public service står för program som ska vara producerade i allmänhetens intresse och med en mångfald tillhandahållt för alla. Företag som utger sig för att vara public service företag (som SVT gör) ska erbjuda en mångsidig service med balanserade, opartiska, korrekta och olikartade program. Om nu SVT satsar mer på underhållningsprogram för att vinna publik som kritikerna menar så sviker de sitt public service uppdrag. De mål som SVT har satt upp nås inte heller om företaget satsar mer på underhållningsprogram. Av de sex mål företaget presenterar är det endast ett som nämner underhållning. De andra fem målen kan jag knappast se hur de ska nås genom att öka underhållningsutbudet. Enligt SVT:s uppföljning 2000 är den största programkategorin nyheter, fakta och samhällsprogram som utgör 41 procent av det totala utbudet. Vad de resterande 59 procenten innehåller finner jag inte svar på men en del måste ju rent logiskt vara

underhållning. Personligen tycker jag att 41 procent låter lite med tanke på att det är de tre nämnda programtyperna som mest stämmer med de punkter SVT presenterar som sina mål. Kritiken mot SVT att de svikit sitt public service uppdrag och satsar på fler kanaler och mer programtid hittar jag inget stöd för i SVT:s egen presentation. Inte någonstans nämns expanderings när det gäller kanaler och programtid, utan istället är det satsningen på mångfald och kvalitet som träder fram. Det här betyder givetvis inte att kritikerna har fel men i SVT:s egen presentation finns inga bevis för den nämnda expanderingen. SVT:s public service uppföljning 2000 visar att allmänheten fortfarande uppfattar SVT som mest trovärdig, mångsidig och kvalitetsinriktad. Detta tyder inte på att publiken uppfattar SVT som mer kommersiell utan snarare att allmänheten fortfarande anser att SVT följer sitt public service uppdrag.

Den positiva bilden av SVT som presenteras då artikelförfattarna menar att det inte skett en ökning av underhållning stämmer (som väntat) mycket bättre överens med både SVT:s bild av sig själv och även med den bild av vad ett public service företag ska erbjuda sin publik. När artikelförfattarna talar om SVT:s och public services uppgift och funktion så målas en positiv bild upp. SVT fyller fortfarande en viktig funktion i vårt samhälle. Det smått komiska är att SVT fyller funktioner (enligt artikelförfattarna) som företaget själv inte verkar vara medveten om, det är i alla fall inget det tar upp (kanske av ödmjukhet, vad vet jag). Jag syftar då framför allt på uttalandet om att företaget som råmodell och riktmönster har en sanerande och uppfostrande roll som höjer anständighetsnivån hos de andra kanalerna. Deras ansvar när det gäller den politiska agendan och den svenska samhällsdebatten tolkar jag som att de är medvetna om eftersom ett av deras mål är att ge människor kunskap, insikter och stimulans att delta som engagerade och ansvarstagande medborgare i den demokratiska processen. Enligt public service uppföljningen 2000 så bidrar bland annat SVT24 med sina sändningar dygnet runt till att förbättra tillgängligheten till nyheter och just aktuell samhällsinformation.

6.3 Statens inblandning

Jag tycker det är tydligt utifrån den bild som artiklarna ger att SVT inte står helt fritt från statens påverkan. Staten har gett SVT deras uppdrag, den utfärdar sändningstillståndet, den beslutar om finansieringen och den tillsätter styrelsemedlemmar i ägarstiftelsen och då också indirekt i företagsstyrelsen. SVT själva presenterar sig som en fri, oberoende, icke statlig television helt utan kommersiella, politiska eller andra intressen. Censur och förhandsgranskningar av tv-sändningarna är förbjudet. Dessa två bilder står rätt tydligt mot varandra. Att SVT själva i public service uppföljningen 2000 hävdar att det är publiken som är deras egentliga uppdragsgivare kan jag inte riktigt ta på allvar. Det låter bra och på något plan kanske det finns en viss andlig sanning i det. Trots det så framkommer det i allt material jag läst, från SVT:s egen presentation till artiklarna och alla andra typer av källor där i mellan, att SVT:s uppdragsgivare genom de avtal SVT tecknat är staten och ingen annan. Trots det så tolkar jag det som att SVT egentligen är rätt ensam i beslutsfrågor när väl ramverket har formulerats i sändningstillståndet och under gällande period tills nästa tillstånd utfärdas kan staten inte ingripa. Men som en artikelförfattare formulerar det så kan en riksdagsmajoritet

uttala sig om SVT:s mål och skriva avtalet med det målet. Min tolkning är att det är denna indirekta påverkan som staten har på SVT som kritikerna är bekymrade över.

Vilken typ av medieideologi och vilken av Altschulls modeller stämmer då bäst med dagens bild av SVT om jag utgår från att den indirekta inblandningen från staten är verklig. Den auktoritära ideologin betyder bland annat att press, radio och tv kontrolleras av de politiska beslutsfattarna. Jag skulle inte säga att statens inblandning i SVT är så stark att man kan kalla den "kontrolleras". Inte heller är det förbjudet för massmedier att kritisera regimen. Jag skulle därför säga att den auktoritära ideologin inte stämmer överens med dagens SVT. Om den frihetliga ideologin stämmer med SVT är tveksamt. Medierna ska stå helt fria från de politiska beslutsfattarna och det gör ju inte SVT. Ideologin förespråkar att medier ska kunna föra en fri och öppen debatt även om den är obekvämlig för makthavarna, det har jag inte hittat några argument mot. SVT har inte framställts som ett medium som inte vågar föra en sådan diskussion så i det avseendet faller SVT under den frihetliga ideologin. Den sociala ansvarsideologin är liksom den tidigare nämnda tveksam i förhållande till SVT. Att ha krav på informationen genom bland annat intern kontroll och vissa statliga åtaganden stämmer med SVT. Ideologin menar även att lönsamhet inte garanterar yttrandefrihet och därför ska medierna inte bara ha ett utbud om sånt som är säljbart och sådant som har ett omedelbart värde för publiken, massmedierna får heller inte utnyttja sin frihet till att skriva om enbart det som är kommersiellt gångbart. Det här uttalandet gör det lite knepigare. Uttalandet stämmer med SVT:s och public services syfte men eftersom det riktats kritik mot SVT angående att företaget blivit för kommersiellt och satsat mer på underhållning så skulle inte ideologin stämma in om man utgår från den bilden. Den marxistiska ideologin faller bort med detsamma eftersom medierna då ska ställas i partiets tjänst och det har inte kommit fram någonstans i artiklarna eller ens antytts att så har skett någon gång i hela SVT:s historia. Sammanfattningsvis skulle jag säga att dagens SVT befinner sig i någon blandideologi med delar både från den frihetliga ideologin och den sociala ansvarsideologin men lutar lite mer åt den frihetliga än den sociala ansvarsideologin.

Altschull menade att de fyra medieideologierna inte längre är relevanta och presenterade tre alternativa modeller. Jämför man SVT med Altschulls modeller märker man genast att market-modellen inte alls stämmer. I modellen säger man att pressen är fri från inblandning utifrån och att en fri press betyder att man inte kryper för och är manipulerad av makt. Detta gör att modellen inte stämmer på SVT eftersom företaget inte är helt fri från inblandning utifrån. Även om SVT inte kryper för makten så finns det en viss möjlighet till manipulation från maktens (statens) sida. Communitarian-modellens beskrivning av hur pressen utbildar folket och deras bild av en fri press som publicerar allas åsikter stämmer in på SVT. Att medierna ska kräva stöd för rätt tro och forma synpunkter och beteenden tycker inte jag riktigt stämmer med bilden av SVT. Uttalandet om att journalistikens syfte är att vara socialt ansvarsfull, att utbilda folket och värva allierade politiskt och kulturellt både stämmer och inte stämmer. Socialt ansvarsfull och utbilda stämmer med SVT medan värva allierade politiskt och kulturellt inte känns riktigt som något SVT gör utifrån bilden av företaget jag fått från artiklarna. Advancing-modellen känns inte riktigt rätt, det nämns bland annat att mediet är ett

verktyg för nyttig social förändring vilket inte riktigt stämmer med bilden av SVT. Att det är mening att mediet ska användas för tvåvägs utbyte mellan journalist och publik har jag inte heller funnit belägg för hos SVT. Jag skulle säga att även om den inte är klockren så är det communitarian-modellen som bäst (eller minst sämst, hur man nu vill se det) stämmer in på SVT.

6.4 SVT och public service i framtiden

Det föreslås att SVT som en public service verksamhet i framtiden kan hävda sig genom kvalitet och genom prioriteringen av program som ingen annan än SVT sänder. Genom att tillföra program som andra kanaler inte gör berikar SVT därmed det totala utbudet som publiken kan ta del av. Om SVT väljer att satsa på de program som ingen annan kanal gör, är det fortfarande public service då? Jag anser inte det. Public service har många definitioner men en återkommande beskrivning är att public service ska innehålla bredd och mångfald, att det ska finnas något för alla utan att glömma minoriteter. Det framkommer inte i artiklarna om artikelförfattarna menar alla kanaler som finns tillgängliga eller syftar på de kanaler som finns tillgängliga för alla när man säger att SVT ska göra de program som ingen annan kanal gör. Detta är en sak som ofta förbigås, det förtydligas aldrig vad som menas med det totala utbudet. Själv tycker jag att det är en stor skillnad på det totala utbudet som finns och det totala utbudet som alla har tillgång till. Av alla kanaler som finns tillgängliga är SVT en droppe i havet men av de kanaler alla har tillgång till så utgör SVT:s utbud en stor del. Syftar artikelförfattarna på alla kanaler så kan SVT lägga ner sin verksamhet med detsamma. Idag finns kanaler som bara sysslar med naturprogram, ekonomi, sport, musik med mera. Ser man det ur den vinkeln blir det inget över för SVT. Ser man det från den andra vinkeln och antar att de menar de markbundna kanalerna som alla har tillgång till finns det en chans för SVT. Ett område som ingen annan täcker upp är bland annat kulturella händelser i Sverige. Ett liknande förslag finns i artiklarna, att public service inte kan motiveras som konkurrenter till fria medier men väl som nationalscener i det mediasamhälle som nu växer fram. Oavsett vilken typ av program som SVT skulle sända så fasthåller jag vid att företaget inte kan kalla sig ett public service företag om man inte bibehåller mångfald och bredd i programutbudet.

Vad som är intressant att notera är att sedan Hadenius och Weibull presenterade två möjliga vägar för public service och SVT att gå efter monopolets fall så har inga nya förslag presenterats. Boken publicerades 1999 och på tre år har ingen kommit med ett annat förslag utöver de redan nämnda, ett brett utbud eller ett smalt utbud. Visst har en del olika definitioner och argument förekommit men ingen har så vitt jag vet föreslagit något annat. Det skulle i så fall vara förslaget att lägga ner public service helt men det är ju en annan diskussion än vilken väg public service ska gå.

Jämför man med vad SVT själv har att säga om framtiden så behöver inte jag oroa mig över att de skulle släppa sitt public service uppdrag. Från SVT:s sida säger man att man kommer att satsa på digital-tv i framtiden och motiverar det med att man vill vidareutveckla sin public service roll med ännu större bredd och mångfald och en i olika avseenden förbättrad service. Ska man tro det är det alltså ingen risk att SVT blir en "smal" kanal. Eftersom det nya

sändningstillståndet inte är klart ännu är det svårt att förutspå om det kommer förändra SVT:s verksamhet i framtiden. Jag kan bara gissa efter att ha läst propositionen att inga större skillnader kommer att finnas mellan propositionen och sändningstillståndet. Blir det så att man följer propositionen så kommer SVT fram till nästa sändningstillstånd (1:a januari 2006) att satsa på bredd och mångfald precis som idag.

När det gäller SVT, staten och framtiden finns olika förslag, vissa menar att staten helt ska släppa greppet om SVT medan andra menar att det räcker med att minska detaljregleringen. SVT nämner inget om hur de önskar ha det i framtiden men samtidigt så ser de sig redan som en fri och oberoende, icke statlig television. SVT skulle inte heller vara en blandning av den frihetliga ideologin och den sociala ansvarsideologin utan hamna enbart i den frihetliga ideologin om statens regleringar försvann. Likaså när det gäller Altschulls modeller skulle man inte längre vara en communitarian-modell utan istället en market-modell eftersom den utmärks av att den bland annat är fri från inblandning utifrån. Min slutsats är att skulle statens inflytande minska eller försvinna så skulle inte SVT vara ett public service företag utifrån de definitioner av public service som finns idag. Om tv-licensen skulle avskaffas och företaget finansieras via skatter (som jag själv tycker är en lysande idé) så är det däremot fortfarande public service enligt en av Barkers definitioner (någon form av allmän finansiering). Jag tycker att man kan konstatera att SVT kommer att vara tvungna att anpassa sig efter resten av mediavärlden, frågan är om företaget kan hålla fast vid det som idag definierar public service?

7. Slutdiskussion

Som ett sammanfattande svar på min huvudfrågeställning, *Hur framställs SVT i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet?*, skulle jag säga att SVT framställs på flera olika sätt, både positiva och negativa. Något som ständigt framkom är att SVT måste bestämma hur företaget ska anpassa sig i det nya mediasamhället och i samband med diskussioner kring framtiden kunde jag se hur artikelförfattarna såg på SVT. Jag anser att de negativaste bilderna av SVT säger att SVT och public service inte behövs längre, att staten styr SVT och att företaget svikit sitt public service uppdrag och blivit för kommersiellt. De inte fullt så negativa bilderna säger att SVT borde omstruktureras, satsa på ett smalare utbud och kanske endast ha en kanal. De positiva bilderna av SVT finns också som säger att SVT uppfyller sitt public service uppdrag, att statens inblandning inte är speciellt stor och att den inblandning som finns är befogad. För mig var det en glad överraskning att SVT fortfarande framställs som något bra och viktigt för vårt samhälle, jag hade förväntat mig mer negativa inställningar än vad som förekom. Eftersom detta är en kvalitativ undersökning kan jag inte uttala mig om det är flest negativa eller flest positiva bilder av SVT som förekommer, men det var inte heller syftet med uppsatsen. Att jag har använt en kvalitativ metod, som på många sätt är subjektiv eftersom det är jag som valt artiklar, tidsperiod och tolkat artiklarna, gör att jag kanske inte kan generalisera mina resultat på samma sätt som man skulle kunna göra om jag använt en kvantitativ metod. Jag känner dock att jag har nått en teoretisk mättnad och utifrån det så anser jag att mina resultat ger en relativt rättvisande bild av de inställningar som finns till SVT och public service. Trots det kan jag ju inte bortse från att det självklart kan finnas någon ytterligare inställning ute i landet. Jag kan givetvis ha missat en artikel där andra inställningar till SVT har presenterats, men även om så är fallet så tror jag att det i så fall skulle vara frågan om marginella skillnader mellan de inställningar jag funnit och de jag eventuellt har missat. Någon gång skulle jag tycka att det kunde vara intressant att göra en kvantitativ undersökning där jag kunde utgå från de inställningar jag funnit nu, men som sagt, det blir en annan gång och en annan uppsats.

Du som läsare har kanske undrat hur jag som författare ser på det hela. Jag har strävat efter att inte lägga in egna ord och åsikter i uppsatsen förrän i analysen. Att inte presentera var jag själv står i frågan i inledningen var ett medvetet val för att inte påverka tolkningen för dig som läsare. Jag tänkte att det istället så här i slutdiskussionen kunde vara lämpligt att presentera vad jag själv tycker. Jag tittar nästan aldrig på SVT. Inte för att jag ogillar deras utbud utan för att när jag tittar på tv så vill jag koppla av och inte behöva ta till mig information och tänka. Mina favoritprogram är därför amerikanska serier, när sådana program visas på SVT ser jag dem också där men annars är det framför allt TV3 och Kanal5 som står för den typ av tv-program som jag tittar på. Personligen tycker jag att jag därför hade ett bra utgångsläge eftersom jag inte var alltför insatt i SVT:s utbud och inte redan hade en förutfattad mening om kanalerna. Redan innan jag började arbetet hade jag en vag uppfattning att public service fyller en viktig funktion i samhället. Bara för att inte jag känner ett behov att se dokumentärer och samhällsprogram betyder inte det att det finns ett behov av det hos resten av befolkningen. Denna uppfattning har stärkts under arbetets gång. SVT ska finnas kvar även i framtiden men det finns en del problem som måste lösas först.

Genom hela arbetet känner jag att många problem kring SVT och public service bottnar i det jag presenterade i kapitel 2, jag syftar då på Söndergaards diskussion kring den så kallade public service krisen. När Söndergaard hävdar att förvirringen kommer utav den osäkerhet som råder kring betydelsen av public service och den roll offentliga medier ska spela i det avreglerade mediasystemet tycker jag att han slår huvudet på spiken. Jag tror som Söndergaard att mycket bottnar i en begreppsförvirring. Public service kan inte beskrivas med hjälp av gamla definitioner och ingen har ännu presenterat nya definitioner som har blivit accepterade. Alla diskussioner om vad SVT ska göra och vad deras public service uppdrag är baseras fortfarande på den gamla bilden av public service. Det är dags att skilja på SVT och public service. De två begreppen används så tätt att man ibland inte kan skilja dem åt. Det kan tyckas att jag ibland har blandat ihop begreppen, förklaringen till att det kan upplevas så är att SVT och public service ofta är svårt att skilja åt. SVT beskriver sig själva som det svenska public service-tv-företaget. I artiklarna förekommer uttalanden om SVT och public service som om de vore en och samma sak. Det är dags att tänka om, att fokusera på SVT:s uppgift utan att blanda in de gamla public service definitionerna. Givetvis måste SVT tänka om nu när man inte är ensam om publiken men jag ser inget fel med att SVT koncentrerar sitt utbud mot mindre underhållning, det vill säga ett smalt utbud. Låt SVT bli synonymt med kvalitets-tv och lämna den billigare typen av underhållning till de kommersiella kanalerna. Om SVT vill kan man fortfarande göra underhållning med allmänbildande inslag som till exempel frågesportsprogram med mera vid sidan om "tyngre" program. Och slopa tv-licensen, varför ska människor behöva betala för en kanal de aldrig tittar på? Låt SVT finansieras med skatter eller abonnemang för de som vill ha kanalen.

Källförteckning

Litteratur

Andrén Gunnar, Nowak Kjell, Strand Hans. (1983). *Tillförlitlighetsproblem vid tolkning och innehållsanalys*. Stockholm: Akademilitteratur AB.

Arvidson i Jarlbro Gunilla. (red.). (2000). *Vilken metod är bäst, ingen eller alla? En artikelsamling i metodtillämpning i ämnet Medie - och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Barker Chris. (1997). *Global Television - An Introduction*. Cornwall: Blackwell Publishers Ltd.

Bengtsson Charlotte, Hjorth Malin, Sandberg Helena, Thelander Åsa. (1998). *Möten på fältet - Kvalitativ metod i teori och praktik*. Lund: Sociologiska Institutionen.

Bengtsson i Jarlbro Gunilla. (red.). (2000). *Vilken metod är bäst, ingen eller alla? En artikelsamling i metodtillämpning i ämnet Medie - och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Björnsson Gunnar, Kihlbom Ulrika, Tersman Folke, Ullholm Anders. (1994). *Argumentationsanalys*. Stockholm: Bokförlaget Natur och Kultur.

Boman Jörgen. (1998). *I allmänhetens tjänst - Om svensk publicservicemedias avsikter och utsikter*. Umeå: Institutionen för medier och kommunikation.

Davidson Bo, Patel Runa. (1998). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Edin i Hultén Olof, Söndergaard Henrik & Carlsson Ulla. (red.). (1996). *Nordisk forskning om PUBLIC SERVICE - Radio och TV i allmänhetens tjänst*. Kungälv: Nordicom.

Ekström Mats, Larsson Larsåke. (red.). (2000). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Findahl Olle, Höjjer Birgitta. (1981). *Text och innehållsanalys - en översikt av några analystraditioner*. Stockholm: SVR Publik - och Programforskningsavdelningen.

Gripsrud i Geraghty Christine, Lusted David. (red.). (1998). *The Television Studies Book*. London: Arnold.

Hadenius Stig, Weibull Lennart. (1999). *MASSMEDIER - Press, Radio & TV i förvandling*. Falun: Bonniers.

Hellspong Lennart. (2001). *Metoder för brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Hultén i Raboy Marc. (red.). (1995). *Public Broadcasting For The 21st Century*. Whistable: John Libbey Media.

Hultén i Hultén Olof, Söndergaard Henrik & Carlsson Ulla. (red.). (1996). *Nordisk forskning om PUBLIC SERVICE - Radio och TV i allmänhetens tjänst*. Kungälv: Nordicom.

Jones Steve. (red.). (1999). *Doing Internet Research critical issues and methods for examining the Net*. London: Sage.

Kvale Steinar. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Palm Lars. (1994). *Övertalningsstrategier - Att välja budskap efter utgångsläge*. Lund: Studentlitteratur.

Severin James W, Tankard Jr. (1997). *Communication Theories: origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman Publishers.

Söndergaard i Hultén Olof, Söndergaard Henrik & Carlsson Ulla. (red.). (1996). *Nordisk forskning om PUBLIC SERVICE - Radio och TV i allmänhetens tjänst*. Kungälv: Nordicom.

Thurén Torsten. (1997). *Medier i blåsväder - Den svenska radion och televisionen som samhällsbevarare och samhällskritiker*. Värnamo: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.

Wieten i Dahlgren Peter, Murdock Graham, Wieten Jan. (red.). (2000). *Television Across Europe*. Trowbridge: Sage.

Wingborg Mats. (1987). *Argumentationsanalys - En metod att undersöka artiklar och debattinlägg*. Stockholm: TCO.

Svenska Massmedier och deras medarbetare 2000. (2000). Bara: Informationsprojektet i Bara AB.

Att skriva uppsats - Råd, anvisningar och bedömningskriterier inför uppsatsarbetet på mkv 203 och 104. (1998). Lund: Sociologiska Institutionen.

Artiklar

Asp Kent. (991013). SVT:s kommersialisering en myt. *Dagens Nyheter*.

Beck-Friis Ulrika. (990620). Bredden livsviktig för public service. *Svenska Dagbladet*.

Furhammar Leif. (991114). Public service - en dyrbar tillgång. *Dagens Nyheter*.

Johansson Mats. (000625). En redaktion skär ner - Divergens eller konvergens?. *Svenska Dagbladet*.

Johansson Mats. (010110). I skuggan av Sam. *Svenska Dagbladet*.
Hadenius Stig. (991024). Nu är Weiss situation ohållbar. *Dagens Nyheter*.
Hökmark Gunnar. (991101). Privatisera den ena av SVT:s kanaler. *Svenska Dagbladet*.
Ledare osignerad. (010323). Public service-propositionen: En halvmesyr på kort sikt. *Dagens Nyheter*.
Ledare osignerad. (991026). Att ge allmänne en chef. *Dagens Nyheter*.
Ledare osignerad. (001227). Bestäm vad SVT ska göra. *Dagens Nyheter*.
Ledare osignerad. (001229). Staten som tv-producent. *Dagens Nyheter*.
Weiss Lars. (010322). Så beläggs SVT med tvångströja. *Dagens Nyheter*.

Internet-källor

<http://www.svt.se/hela/public.htm>. 010304
<http://www.svt.se/hela/fakta/fact/agare.htm>. 010304
<http://www.svt.se/hela/fakta/fact/SVT2000.htm>. 010304
<http://www.svt.se/hela/fakta/fact/7.htm>. 010304
<http://www.svt.se/hela/historia/artal.htm>. 010304
<http://www.svt.se/hela/historia/index.html>. 010304
<http://www.svt.se/hela/historia/framtid.htm>. 010304
<http://www.svt.se/hela/historia/historia.htm>. 010304
http://www.svt.se/hela/press/bilagor/avtal_000615.htm. 010526
<http://www.svt.se/hela/ps00/index.html>. 010524
<http://www2.svd.se/kundservice/omsvd/diagram.asp>. 010514
http://www.dn.se/DNet/departments/405-static/main_omdn_siffror.html. 010515