

Schibsted

Innspill til gjennomføring av Digitalmarkedsdirektivet i norsk rett

Vi viser til departementets oppfordring i utsendelse 18. desember 2020 om å gi innspill til gjennomføring av Digitalmarkedsdirektivet i norsk rett.

Schibsted driver hovedsakelig virksomhet i Norden, innen de tre forretningsområdene medier, markeds plasser og nye forbrukerrettede digitale tjenester. Vi er også stor eier i Adevinta, verdens største selskap for online markeds plasser.

Schibsteds interesse knytter seg primært til Artikkel 15, også kalt Publishers Right. Utgangspunktet er at publisister skal ha anledning til å lisensiere videre bruk av sitt innhold, på nærmere fastsatte vilkår.

En opphavsrettslig beskyttelse for utgivere av redaksjonelt innhold har vært en sak europeiske publisister har jobbet for i mange år. Argumentasjonen har vært den samme som for andre typer rettighetshavere, men bakgrunn og kontekst for det sterke engasjementet for dette må også forstås i lys av den dramatiske transformasjonen publisister over hele verden nå er midt inne i. Kjernen i de strukturelle endringene handler i korthet om at de globale tech-gigantene, spesielt Google og Facebook, har gjort store innhogg i de annonseinntektene som tidligere bidro til finansieringen av norskprodusert journalistikk. Disse to aktørene alene tar nå anslagsvis 70 prosent av det norske digitale annonsemarkedet.

I en slik situasjon har norske publisister vært nødt til å gjennomføre store kostnadsreduksjoner som også har gått ut over redaksjonene våre. Noen av Schibsteds redaksjoner er mer enn halvert på ti år. Samtidig er det brukt betydelige ressurser på å øke inntektene i brukermarkedet og innovere for å finne nye inntektskilder. Det gledelige i denne krevende transformasjonen er økningen i de digitale brukerinntektene. Norge ligger langt fremme internasjonalt når det gjelder

Schibsted

rekruttering av digitale abonnenter og hadde vi ikke lyktes med dette så hadde vi antakelig stått overfor et skrekk-scenario for norskprodusert journalistikk i dag.

Det er likevel slik at økningen i de digitale brukerinntektene ikke er nok til å kompensere for annonsebortfallet og nedgangen i papiroplag, noe som betyr at vi må vokse vesentlig mer i markedet for digitale abonnementer og i tillegg finne nye inntektskilder fra nye produkter, som for eksempel podcaster.

Dersom brukerne får for mye av vårt innhold gratis gjennom de sosiale nettverkene så reduseres naturligvis incitamentet for å tegne et avisabonnement, mens våre desidert viktigste konkurrenter kan bruke vårt innhold for å skaffe seg flere brukere og dermed også høyere annonseinntekter.

Vi ser at departementet i to av tre spørsmål knyttet til artikkel 15 er opptatt av situasjonen for opphavere til innhold som inngår i våre publikasjoner. Her slås det blant annet fast at opphaverne skal ha en "passende andel" av de inntektene som kommer fra lisensiering av innhold og det spørres om hva vi mener er en "passende andel". Vi har ingen problemer med det prinsippet som legges til grunn i direktivet på dette området og kommer tilbake til dette spørsmålet.

Viktigst er det likevel at vi faktisk får noe å fordele, og det er her vi primært har behov for å knytte noen kommentarer til den norske implementeringen av direktivet.

Tvisteløsningsmekanisme

Den største svakheten ved Digitalmarkedsdirektivet, spesielt knyttet til Publishers Right, er at det mangler en tvisteløsningsmekanisme. Striden mellom den australske regjeringen på den ene siden og Facebook og Google på den andre, har i stor grad handlet om nettopp dette. Australia har valgt en helt annen tilnærming til erstatning for bruk av innhold enn det man har gjort i EU. Der har man tatt utgangspunkt i konkurranseretten og gjennom en ny lov tatt grep for å få til en mer rimelig fordeling av inntekter mellom plattformer og publisister basert på store skjevheter i konkurranseforholdet. I EU har man altså valgt en copyright-tilnærming. Behovet for en fungerende tvisteløsningsmekanisme er likevel den samme.

I den australske ordningen er tvisteløsningsansvaret lagt til en ombudsmann, med mandat til å velge et av de fremlagte forslagene fra partene. Altså ingen mekling, slik vi kjenner det fra for eksempel Riksmekleren, men et valg mellom to alternativer. Vi har forstått det slik at plattformenes protest mot dette først og fremst kommer av at de mener at den nasjonal tvistløseren vil favorisere den australske parten i en eventuell konflikt.

Vi har foreløpig ingen sikker oppfatning om hvordan en tvisteløsningsordning bør være i Norge - verken hvilken institusjon som bør få denne oppgaven eller hvordan innretningen/mandatet bør være. Vi antar at det beste, både rent administrativt og økonomisk vil være om man benytter et eksisterende institutt for å ta hånd om dette.

Schibsted

Det er likevel helt avgjørende, sett fra vår side, at man får en løsning for håndtering av tvister inn i den norske loven når direktivet implementeres.

Nordisk harmonisering

Vi forstår at det allerede eksisterer en dialog mellom de nordiske landene når det gjelder implementering av Digitalmarkedsdirektivet. Dette er etter vårt syn viktig og bra, ikke minst fordi det er en mulighet for at forhandlinger mellom publisister og plattformene kommer til å foregå på nordisk nivå.

I en slik sammenheng vil det selvsagt være en fordel med harmoniserte regler, også ut over det minimum som er fastsatt i selve direktivet.

Innenfor/utenfor direktivets virkeområde

I recital 58 står det:

“Bruken av pressepublikasjoner fra tilbydere av informasjonssamfunnstjenester kan bestå av bruk av hele publikasjoner eller artikler, men også deler av pressepublikasjoner. Slik bruk av deler av pressepublikasjoner har også fått økonomisk relevans. Samtidig kan bruk av enkeltstående ord eller svært korte utdrag fra pressepublikasjoner fra tilbydere av informasjonssamfunnstjenester ikke undergrave de investeringene i innholdsproduksjon som utgiverne av pressepublikasjoner har gjort. Det er derfor hensiktsmessig å fastsette at bruken av enkeltstående ord eller svært korte utdrag fra pressepublikasjoner ikke bør høre inn under virkeområdet for de rettighetene som er fastsatt i dette direktiv. Idet det tas hensyn til den massive samlingen og bruken av pressepublikasjoner fra tilbydere av informasjonssamfunnstjenester, er det viktig at utelukkelsen av svært korte utdrag tolkes på en slik måte at det ikke påvirker effektiviteten av de rettighetene som er fastsatt i dette direktiv.”

Departementet har bedt om kommentarer også til den norske oversettelsen av direktivet, og i den sammenheng vil vi henlede oppmerksomheten på fjerde setning i utdraget over. Vi leser setningen som en konstatering av at ekstern bruk av selv korte utdrag eller enkeltord i gitt tilfeller kan undergrave publisistenes investering i innhold, men dette er uklart i oversettelsen.

Den samlede meningen er likevel at svært korte utdrag og enkeltstående ord faller utenfor de rettighetene som er fastsatt i direktivet.

De europeiske publisistene har vært opptatt av at direktivet ikke skal hindre sitatretten og at lenking fremdeles skal være tillatt. Dette er en oppfatning vi deler. Samtidig så er det etter vår mening viktig å skille mellom redaksjonell bruk av “svært korte utdrag” og enkeltord, som en del av sitatretten i nyhetsformidling, og kommersielle tjenester som har som hele eller deler av sin forretningside å distribuere eller dele andres innhold. Norske publisister kompenseres i dag for slik kommersiell bruk gjennom Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS og vi legger til

Schibsted

grunn at direktivet ikke vil være til hinder for dette også i fortsettelsen. En annen forståelse ville være i strid med hele intensjonen bak artikkel 15.

Vi er imidlertid i tvil om hvorvidt det er hensiktsmessig å skrive distinksjonen mellom bruk i nyhetsformidling og kommersiell bruk inn i selve lovteksten. Det er mulig at dette alternativt kan løses i de lisensieringsordningene som vil måtte komme som et resultat av direktivet. Her kan man være langt mer detaljert enn det som vil være naturlig i en lovtekst.

Vi ber departementet om å vurdere dette spørsmålet.

Til spørsmålene om opphaveres andel av "gevinsten" ved inngåtte avtaler mellom publisistene og plattformene, så mener vi, som nevnt innledningsvis, at dette er et prinsipp vi aksepterer og som vi også har gode mekanismer for å håndtere i praksis. Våre journalister kompenseres allerede i dag for ekstern bruk av deres materiale, noe som er forankret både i tariffavtalene mellom MBL og Norsk Journalistlag og i lokale avtaler.

Spørsmålet om hva som er en "passende andel" har vi foreløpig ingen sikker oppfatning om, men slikt har erfaringsmessig funnet sin løsning gjennom forhandlinger mellom partene. Vi mener dette også svarer på departementets spørsmål nr. 33.

Til departementets spørsmål om hva slags betydning artikkel 15 vil få, så ser vi det først og fremst slik at denne vil gi sterkere rettigheter til utgiver, i tillegg til de allerede etablerte rettighetene for redaksjonelt innhold.

Vi viser forøvrig til svar fra Mediebedriftenes Landsforening.

Vennlig hilsen

Einar Hålien
Konsernredaktør i Schibsted