

Kultur- og kirkedepartementet,  
Postboks 8030 Dep.,  
0030 Oslo

SCHIBSTED ASA	Phone: + 47 23 10 66 00
Apotekergaten 10	Fax: + 47 23 10 66 01
P.O. Box 490 Sentrum	schibsted@schibsted.no
NO-0105 OSLO	<a href="http://www.schibsted.no">http://www.schibsted.no</a>
NORWAY	VAT No: 933739384

Oslo, den 13. april 2007

## **LOVFESTING AV PRINSIPPET OM REDAKSJONELL UAVHENGIGHET – HØRINGSUTTALELSE**

Vi viser til Kultur- og kirkedepartementets brev av 6. februar d.å. med høringsnotat med forslag om å lovfeste prinsippene i Redaktørplakaten om redaksjonell uavhengighet.

Schibsted ASA takker for muligheten til å avgi høringsuttalelse i samband med forberedelsen av lovforslaget.

### **Støtter lovfesting**

Schibsted er tilhenger av å lovfeste prinsippene i Redaktørplakaten, slik den redaksjonelle uavhengigheten er knyttet til ansvarlig redaktørs ”personlige og fulle ansvar for avisens innhold”.

Innenfor rammene av det enkelte mediums grunnsyn og formålsbestemmelse, er det etter Schibsteds oppfatning selvsagt at ansvarlig redaktør skal være sikret ”en fri og uavhengig ledelse av redaksjonen og ha full frihet til å forme mediets meninger”.

Redaktørplakaten har et solid feste i alle seriøse deler av den norske mediebransjen. Plakaten har vært selve grunnmuren i forholdet mellom redaktører og eiere/styre i norsk dagspresse siden begynnelsen av 1950-tallet. Vi vil anta at ingen medieeier i Norge som kjenner den sterke tradisjon og de avtalemessige forhold som ligger til grunn for Redaktørplakatens eksistens, vil kunne tenkes å la noe annet være styrende for ansvarlige redaktørers arbeid og redaksjoners virkefelt enn Redaktørplakatens prinsipper.

### **Vesentlig forutsetning**

Forutsetningen for lovfestingen av prinsippene i Redaktørplakaten må være at eierens rett til å beslutte om den enkelte mediebedrifts og det enkelte mediums grunnsyn og formålsparagraf ikke svekkes. Vi viser til at dette er et forbehold, med referanse ikke minst til Grunnlovens paragraf 100, som både Ytringsfrihetskommisjonen, Justisdepartementet og Stortinget (Innst. S. nr. 270 (2003-2004) tidligere har vært opptatt av i sine vurderinger av denne saken.

Vi konstaterer med tilfredshet at nå også Kultur- og kirkedepartementet i høringsnotatet sier at det vil bli tatt hensyn til dette forbeholdet i den konkrete utformingen av lovforslaget. Sett fra et eier- og utgiverståsted er dette et svært vesentlig moment.

Samtidig er det viktig at norsk lovgivning også fremover klarer å skille tydelig mellom styringen av et medieselskap som bedrift på den ene side og lovfestingen av prinsippene i Redaktørplakaten om redaksjonell uavhengighet på den annen. Departementet viser i høringsnotatet til en undersøkelse fra 2002 foretatt av Redaktørforeningen, som ”indikerer at redaktørene er urolige for de økende krav til inntjening og markedstilpasning”. Departementet viser også til Makt- og demokratiutredningen, der man mener at den redaksjonelle friheten kan bli satt under press når ”avkastning er det viktigste målet til eierne”. Departementet tilkjenner imidlertid ingen egen oppfatning i relasjon til det konkrete lovforslaget på basis av denne lite nyanserte argumentsamling.

Etter Schibsteds oppfatning er økonomisk sunne og levedyktige mediebedrifter en nærmest åpenbar forutsetning for redaksjonelt frie og uavhengige medier. Et av de viktigste kriterier for at selvstendige redaksjoner virkelig kan utøve godt og fritt arbeid, er at man har ressurser til å drive kvalitetsjournalistikk. Det kan man bare vedta seg til hvis man har tilgang til statskassen. I motsatt fall må slike ressurser skaffes ved mediebedriftenes inntjening.

I en slik sammenheng blir henvisninger til grådige eiere og engstelige redaktører nokså utilstrekkelig. Normalt er det kombinasjonen av gode redaksjonelle produkter og en sunn og offensiv forretningsdrift som gir de gode resultater og de tilstrekkelige ressurser. Vi har vondt for å se at noen seriøs norsk medieeier eller administrerende direktør i et medieforetak skulle ønske noe annet. I den utstrekning departementet i den senere tid mener å ha fått andre signaler fra tidligere ukjent hold, skal ikke departementet se bort fra at den rådende mediepolitikk i Norge kan være en medvirkende årsak. Generelt har norske, seriøse medieeiere og mediebedrifter ikke noe behov for flere spesialreguleringer knyttet til forretningsdriften. Sunn og god selskapsdrift og uavhengige redaktører og redaksjoner står, slik Schibsted ser det, ikke i et motsetningsforhold til hverandre.

### **Advarer mot avgrensning**

I høringsnotatets pkt. 5.2 legger departementet til grunn at det er først og fremst er i forhold til de mediene ”som driver nyhetsformidling av et visst omfang og stabilitet” at det er grunn til å lovfeste et prinsipp om redaksjonell uavhengig.

Konkret foreslår departementet i høringsnotatet at innen trykte medier skal den nye loven avgrenses til å gjelde dagspresse, slik dagsaviser er definert i praktiseringen av medieeierskapsloven (side 13 i høringsnotatet). Departementets forslag kommer altså, dersom det blir en realitet, til å holde ukepressens og fagpressens redaktører og redaksjoner utenfor loven.

Schibsted vil advare mot en slik avgrensning, og vil anbefale departementet generelt å inkludere uke- og fagpresse i lovens virkeområde – med de eventuelle avgrensninger som i spesielle tilfeller måtte være absolutt nødvendige. Det vil etter vårt syn representere et klart tilbakeskritt i forhold til utviklingen som har preget norsk presse i flere tiår hva angår redaksjonell uavhengighet dersom den nye loven ikke i utgangspunktet skal gjelde alle redaktører og redaksjoner i trykte medier.

## **Lovgivning for alle**

Redaktørplakaten var i utgangspunktet eksklusivt myntet på dagsavisenes redaktører og redaksjoner. Det var i forholdet mellom avisene og deres eiere at den ansvarlige redaktørs selvstendige posisjon først ble etablert, deretter avtalefestet som prinsipp, og siden videreutviklet til den redaksjonelle selvstendighet vi kjenner i dag.

Ukepressens og fagpressens redaktører og redaksjoner i Norge har historisk hatt en lengre vei å gå for å oppnå den samme sikkerhet og trygghet i forhold til etterlevelse av Redaktørplakatens prinsipper som kollegene i dagspressen.

Ikke minst et betydningsfullt arbeid fra redaktørene i uke- og fagblader, og engasjement også fra ukepressens og fagpressens bransjeorganisasjoner, har medført at Redaktørplakaten i dag er en like viktig del av grunnlaget for ansvarlig redaktørs arbeid og den redaksjonelle virksomhet i blader og magasiner utgitt av seriøse utgivere som i dagspresse og kringkasting.

Etter Schibsteds vurdering vil departementets forslag om å avgrense lovens virkeområde for trykte medier som foreslått lett kunne bidra til en oppfatning om at man nærmest pr. definisjon har et A-lag og et B-lag av redaktører og redaksjoner i Norge. Det vil etter vår oppfatning være uheldig.

At ikke alle trykte medier er meningsbærende eller nyhetsformidlende i like stor grad, kan etter vårt syn ikke være noen god grunn til at ikke de prinsippene man ønsker å lovfeste i utgangspunktet skal gjelde for samtlige utøvere av det ansvarlige redaktørskap og i alle redaksjoner.

## **Innholdets karakter det grunnleggende**

Departementet foretar i høringsnotatet en grundig gjennomgang av forhold knyttet til elektroniske medier og Redaktørplakatens prinsipper.

Departementet har rett i at spørsmålet om den nærmere avgrensningen av lovens virkeområde på internettområdet er en utfordring. Slik vil det måtte være i mediekanaler som fortsatt i betydelig grad er i utvikling.

Samtidig er departementets egen drøfting av forholdene rundt internettrelatert medievirksomhet (sidene 13 til 17 i høringsnotatet) gjennomarbeidet og nyansert. Den danner etter Schibsteds oppfatning et godt grunnlag på det nåværende tidspunkt for den kommende lovens virkeområde i tilknytning til nettmedier.

Internett rommer et vidt spekter av tjenester som spenner fra virksomhet med nært slektskap med tradisjonelle medier, til det som ikke har noe med tradisjonell medievirksomhet å gjøre. Redaktørplakaten fungerer i utgangspunktet medieuavhengig. Den bruker begrepet ”medium” uten at begrepet avgrenses. At prinsippene om redaksjonell uavhengighet skulle gjelde for radio og senere fjernsyn i tillegg til trykte medier, har for eksempel vært selvsagt i mange år – selv om fast TV-virksomhet i Norge ikke ble startet før et tiår etter at den første avtalen om Redaktørplakaten ble inngått. Det er den innholdsmessige virksomheten, og dennes karakter,

som har stått i sentrum i denne sammenhengen, ikke måten innholdet distribueres til brukeren på.

Dette bør etter Schibsteds oppfatning også være det grunnleggende ståsted hva angår det lovforslag departementet nå vil fremme i relasjon til internettbaserte medier og medievirksomhet knyttet til andre elektroniske plattformer, for eksempel mobil.

### **Må ta tiden til hjelp**

Departementet drøfter Redaktørplakaten og ansvarlig redaktørs rolle opp mot straffelovens forhold til redaktøransvaret. Departementet er kommet til at det er usikkert i hvilken grad Redaktørplakaten og det strafferettslige redaktøransvaret kommer til anvendelse overfor elektroniske medier, fordi reglene i straffeloven ikke er utformet med internett for øye.

Schibsted er enig i at det ikke synes hensiktsmessig å knytte avgrensningen av loven om redaksjonell uavhengighet til det strafferettslige redaktøransvaret. Man kan imidlertid anta at fremtidig rettspraksis etter hvert vil kunne føre til en justering av straffelovens bestemmelser, slik at de rettslige aspekter ved redaktøransvaret etter hvert bringes mer i pakt med medieutviklingen. Dette synes å være en del av det felt den nye loven skal dekke hvor man i noen grad må ta tiden til hjelp.

### **Uklart begrepsbruk**

Schibsted er ellers enig med departementet i at det kommende lovforslaget, når det viser seg å være påvist uklarhet rundt dette i dagens relevante lovverk, bør ha en bestemmelse som pålegger medier som omfattes av loven å utpeke og oppgi en ansvarlig redaktør (høringsnotatets pkt. 6).

Vi vil imidlertid påpeke at departementet opererer med noe som forhåpentligvis bare er en språklig uklarhet, og som derfor klart både bør og kan endres; nemlig bruken av begrepet ”medieforetak” i relasjon til den redaksjonelle uavhengighet.

Klarest kommer denne uklarheten frem i selve lovtekstforslagets paragraf 3, der det heter at ”et medieforetak skal ha en redaktør”.

Vi antar det vil være relativt bred enighet om at ordet ”medieforetak” mest direkte er synonymt med ”medieselskap”. Vi oppfatter ikke lovforslagets intensjon slik at det er *medieselskapene*, men selve *mediene*, som skal omfattes av den kommende loven – uavhengig av utgiverselskapet og dets organisasjonsform. For eksempel vil det foreliggende lovtekstforslagets paragraf 3 applisert på *medieforetaket* Schibsted ASA lett kunne forstås slik at dette selskapet faktisk skal ha en ansvarlig redaktør. Det kan ikke være meningen. En slik ”overredaktørrolle” på konsernnivå vil ikke være i tråd med norsk medietradisjon. Den ville dessuten være i motstrid til det vi oppfatter er lovforslagets intensjon, der det er uavhengigheten for *den enkelte redaktør* i eksempelvis den enkelte publikasjon som skal lovfestes.

Schibsted mener det er nødvendig at departementet finner et mer presist og reelt dekkende begrep i lovteksten enn ”medieforetak”.

## **Klare avgrensninger**

Med henvisning til lovens formål foreslår Kultur- og kirkedepartementet (side 16 i høringsnotatet) at loven skal komme til anvendelse overfor ”elektroniske massemedier som driver regelmessig formidling av redigert allment nyhets- eller aktualitetsstoff”. Schibsted mener at dette kan være en hensiktsmessig avgrensning, men vil påpeke viktigheten av departementets egen presisering: At begrepet ”allment nyhets- og aktualitetsstoff” ikke tolkes for snevert, men bør innbefatte også nisjetjenester innenfor områder av bred allmenn interesse; økonomi, kultur, sport osv.

Vi er enig med departementet i at loven i utgangspunktet må ha en klar avgrensning mot tjenester som består av tilrettelegging for distribusjon av brukergenerert innhold, hvor det ikke er naturlig eller praktisk mulig å ha en tradisjonell og sentral redaktørfunksjon.

Vi er også enig i at loven ikke bør gjelde for internettvirksomhet som ikke er redaksjonelt fundert etter definisjonen, altså tjenester som ikke har som formål å drive ”regelmessig formidling av redigert allment nyhets- eller aktualitetsstoff” – det vil si søkemotorer, portaler, startsider og rene annonsemedier på nettet.

## **Redaksjonell uavhengighet og eierskap – departementets syn**

Kultur- og kirkedepartementets høringsnotat om lovfesting av prinsippet om redaksjonell uavhengighet kan ikke vurderes isolert, men må ses i sammenheng med det lovverket som ellers regulerer eierskap i medier i Norge: Medieeierskapsloven, som Regjeringen nylig valgte å stramme inn.

Departementet ser selv det kommende lovforslaget i lys av loven om eierskap når det i høringsnotatets pkt. 4 heter at:

”Medieeierskapsloven hviler på en forutsetning om at eierne *kan* utøve en innflytelse over de redaksjonelle produktene som er uforenlig med prinsippet om redaksjonell uavhengighet, slik det er nedfelt i Redaktørplakaten, og at denne muligheten for innflytelse kan innebære et potensielt demokratisk problem dersom en aktør tillates å bli svært dominerende på markedet. I Ot.prp. nr 81 (2003-2004) konkluderte departementet derfor med at til tross for at det ikke er grunn til å tro at dagens norske medieiere griper inn i redaksjonelle spørsmål, er det behov for å opprettholde lovreguleringen av eierskap. Departementet legger til grunn at medieeierskapsloven og prinsippet om redaksjonell uavhengighet kompletterer hverandre og til sammen kan utgjøre et effektivt vern av redaksjonenes uavhengighet.”

I høringsnotatet gir departementet også denne beskrivelsen av situasjonen i norske medier:

”Dagens situasjon synes å være at medieiere meget sjelden utfordrer prinsippet om den redaksjonelle uavhengighet. De toneangivende mediene i Norge har gjennom sin frivillige tilslutning til Redaktørplakaten signalisert et ønske om å respektere den redaksjonelle uavhengighet. Når departementet likevel ser et behov for å lovfeste prinsippet om redaksjonell uavhengighet, har det sammenheng med prinsippets store betydning og nødvendigheten av å sikre at det videreføres i tradisjonelle medier og knesettes i elektroniske medier”.

## **Redaksjonell uavhengighet og eierskap – Schibsteds syn**

For Schibsted som medieeier fremstår departementets beskrivelse langt på vei som et forsøk på å slå inn åpne dører:

Gjennom Redaktørplakaten er det nedfelt regler for å sikre frie og selvstendige redaksjoner, regler som var akseptert av alle seriøse norske medieeiere lenge før medieeierskapsloven ble en realitet. Den norske publisistiske tradisjon er klar. Her fremgår redaksjonell uavhengighet som et ukrenkelig grunnprinsipp.

Derfor møter heller ikke Kirke- og kulturdepartementets forslag om å lovfeste prinsippene i Redaktørplakaten motstand fra seriøse norske medieeiere. Tvert imot: Etter Schibsteds vurdering er en slik lovfesting et klart mer effektivt og fremtidsrettet vern av ytringsfriheten enn eierbegrensninger. En lovfestelse av Redaktørplakatens prinsipper vil også være effektivt i forhold til utenlandsk eide mediebedrifter i Norge, der andre tradisjoner enn de norske kan prege eierskapet.

Politisk baserer medieeierskapsloven seg på en frykt for hva som teoretisk kan skje som et resultat av eierkonsentrasjon i media. Loven er grunnleggende tuftet på den hypotese at konsentrasjon av eierskap vil utgjøre en trussel for mediemangfoldet, ytringsfriheten og dermed demokratiet – slik departementet beskriver det også i det foreliggende høringsnotatet.

De faktiske erfaringer med eksisterende norske seriøse medieeiere støtter imidlertid ikke opp om begrunnelsen for lovens eksistens. Det er aldri hevdet fra regjering, storting eller i offentlige utredninger at dagens seriøse norske medieeiere har representert eller representerer noen trussel mot ytringsfriheten ved sin faktiske utøvelse av sitt eierskap. Ikke i noen av de dokumenter som er fremlagt og behandlet av regjering og storting de senere år er det gjort forsøk på å underbygge den hypotese som loven bygger på.

Det er etter Schibsteds oppfatning en grunnleggende svakhet ved medieeierskapsloven at den nettopp er så utpreget fundamentert på teoretiske forestillinger som går helt på tvers av norsk medieeiertradisjon og innarbeidet praksis i forholdet mellom eier og redaksjon i norske meningsbærende medier.

### **Felles mål – forskjellig metode**

Medieeierskapsloven har ett formål: ”Å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud”.

Å opprettholde et variert og mangfoldig medietilbud, er utvilsomt et ønske som deles av både medieaktører, myndigheter og forbrukere. Schibsted er enig i at ytringsfriheten og et allsidig medietilbud må fremmes og vernes. Schibsted er *ikke* enig i at dette sikres ved regulering av eierforholdene i media.

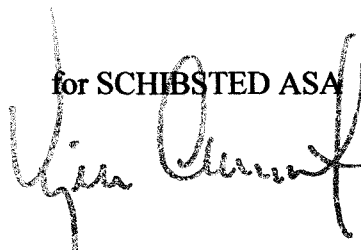
- Meningsmangfoldet kontrolleres ikke – og søkes ikke kontrollert – av de store, norske og profesjonelle eierne i norske medier.

□ Norske redaktørers frie stilling er grunnfestet i norsk medietradisjon og akseptert av eierne – med eller uten det lovforslaget som departementet nå ønsker å fremme.


□ Terskelen for å nå et stort publikum med sine synspunkter har aldri vært lavere enn i dag, på grunn av de mulighetene til å ytre seg som internett og andre publiseringsplattformer gir.

Norske medier er inne i en omfattende endringsprosess. Noen av utfordringene man står overfor kan være spesifikke for vårt land. De aller fleste av dem er imidlertid en del av en generell internasjonal brytningstid for medier. Alle utfordringene i næringen har det til felles at de krever medieeierskap med sterk økonomisk ryggrad. Omstillingsevne forutsetter styrke. Derfor er det behov for en liberalisering, ikke en skjerping, av reglene knyttet til medieeierskap.

Schibsteds oppfatning er at eierskap til medier ikke bør reguleres ut over de grenser som konkurranseloven og Konkurransetilsynet setter for andre næringer.

for SCHIBSTED ASA  


Kjell Aamot  
Konsernsjef

  
Jan Erik Knarbakk  
Konserndirektør