



Till Utgivarna

Medieetik och självsanering – skiss till en vidgad och stärkt prövning

Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU) har inbjudits att lämna synpunkter på utredningen om ett framtida medieetiskt system och har följande kommentarer.

1. Inledande synpunkter

a) TU vill inledningsvis välkomna det utredningsarbete som gjorts. I den tid av mediekonvergens som vi genomgår är frågan om ett gemensamt medieetiskt system mera aktuell än någonsin.

b) Uppdraget till utredaren var att ta fram förslag till en organisation för ett nytt medieetiskt system. Utredaren har dock även lämnat förslag till ganska omfattande förändringar av de pressetiska Publicitetsreglerna.

Enligt TU:s mening bör det fortsatta arbetet begränsas till den organisatoriska frågan och man bör avstå från att, annat än om det skulle visa sig absolut nödvändigt, ändra i Publicitetsreglerna, som är väl inarbetade och i allt väsentligt fungerar väl oavsett medieform.

c) Ett nytt medieetiskt system som utvidgas till att omfatta i princip alla medier som ges ut under tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) är en stor förändring. I fråga om de medier på radio- och tv-området som verkar under sändningstillstånd från staten och tillsyn av Granskningsnämnden för radio och tv är en sådan utvidgning delvis beroende av att staten och dess myndighet bejakar en självreglering och verkligen överlåter prövningen till de tilltänkta medieetiska organen.

Inget hindrar visserligen att det sker en parallell prövning i såväl det statliga granskningsystemet som i ett medieetiskt system. En sådan ordning torde dock bara vara godtagbar under en övergångstid. Det kan vidare noteras att staten inte helt kan avstå från granskningen i de fall den följer av internationella åtaganden.

Enligt TU:s mening måste en mera preciserad analys göras över vilka delar av det som i dag prövas av Granskningsnämnden som har en motsvarighet i Publicitetsreglerna – och i vilken utsträckning dessa kan flyttas över till en prövning i ett medieetiskt system.

Regeringen har i public service-propositionen (prop. 2012/13:164, s 20 ff) den 19 juni 2013 uttalat sig:

”Regeringen ser, liksom kommittén, generellt positivt på att aktörer inom radio och tv, däribland programföretagen, tar initiativ till självsanerande insatser. När det gäller verksamheten på internet skulle behovet av reglering genom ett effektivt system för självreglering kunna, såsom flera remissinstanser, bl.a. SVT, Svenska Journalistförbundet och TU anför, tillgodoses i vissa delar.

Regeringens uppfattning är att uppdraget till radio och tv i allmänhetens tjänst bör vara tydligt formulerat, transparent och uppföljningsbart. Regeringen anser inte att detta till fullo kan uppnås genom ett system för självreglering.”

Regeringens uttalande lämnar ett antal frågor obesvarade, t ex om vad det är man inte anser kunna uppnås genom självreglering. Det är därför angeläget att Utgivarna i sitt fortsatta arbete med frågan ser till att bringa klarhet om detta.

2) Huvudfrågan

I utredningen föreslås att den nuvarande pressetiska organisationen utvidgas till att omfatta alla medier som ges ut och verkar under TF och YGL samt inlägg i sociala medier som sker under medieföretagets varumärke och utförs av personer som en ansvarig utgivare godkänt. Granskningen är dock avgränsad till de medier som anslutit sig till systemet och som finns upptagna i en förteckning hos ”Medieetikens förvaltningsorgan”.

TU tillstyrker förslaget, med beaktande av vad ovan anförts under 1b), och har därutöver följande kommentarer.

- a) Anslutning till det medieetiska systemet ska kunna ske via en branschorganisation eller genom direktanslutning där sådan organisation saknas.

Enligt TU:s mening är frågan om därtill även den som valt att stå utanför en branschorganisation ska kunna ansluta sig komplicerad. Det föreslagna medieetiska systemet är – liksom nuvarande pressetiska organisation – korporativt till sin art, i det att det ägs, drivs och bärs upp av organisationer. Det är i sig en styrka som borgar för stabilitet och långsiktighet. Samtidigt måste beaktas att det kan finnas den eller dem som av principiella skäl inte vill vara med i en branschorganisation, men ändå vill vara ansluten till det medieetiska systemet. TU vill inte avvisa den möjligheten, men vill peka på de problem det för med sig i det att de som är branschanslutna därmed bekostar deltagande i systemet för den som inte är branschanslutna. Det kan i och för sig lösas genom en särskild avgift som betalas direkt till det medieetiska systemet av den som inte är branschanslutna, men innebär i praktiken att frågan om huruvida man vill omfattas av medieetiken blir en årlig

förhandlingsfråga. Man ska i vart fall vara medveten om att en sådan ordning kan göra det medieetiska systemet instabilt och utsätta det för påtryckningar.

- b) Medarbetares privata inlägg i sociala medier ska inte omfattas av granskningen, även om de används på arbetstid och innehållsmässigt knyter an till arbetet. Det senare är en fråga i relationen arbetsgivare-arbetstagare. Det är därför mycket viktigt med en tydlig avgränsning till konton i sociala medier som tillhör företaget och vars nyttjande i det enskilda fallet godkänts av ansvarig utgivare.

TU vill också understryka att yttranden i kommentarsfält endast ska kunna prövas om de är förhandsmodererade.

- c) Sociala medier som inte ges ut av medlemsföretag i Utgivarna eller medlemsföretag hos Utgivarnas medlemsorganisationer, bör inte kunna omfattas av prövningen. Det finns en betydande risk med att vidga det medieetiska systemet därutöver, i det att man söker den seriositetsstämpel som följer med en anslutning, men att lojaliteten med, och respekten för systemet kan antas vara svagare. Det riskerar i sin tur att försvaga det medieetiska systemets trovärdighet.

3) Publicitetsskador som drabbar enskild/juridiska personer/avliden?

Utredningen föreslår att Medieombudsmannen (MO) och Mediernas Etiska Nämnd (MEN) ska pröva publicitetsskador som drabbar framför allt enskilda och, i fråga om juridiska personer, rättelse och genmäle, d v s samma avgränsning som i dag.

TU tillstyrker förslaget.

Utredningen föreslår även att en publicitetsskada som drabbar anhöriga till en avliden ska kunna prövas.

Enligt TU:s mening bör detta inte särregleras. De situationer där frågan normalt kan aktualiseras täcks i dag redan in i pp. 8-9 i Publicitetsreglerna.

I utredningen diskuteras även – dock utan att något förslag lämnas – att en "allmän" publicitetsskada som inte drabbar någon enskild ska kunna prövas.

Enligt TU:s mening är detta uteslutet. En sådan ordning skulle närma sig krav om saklighet och opartiskhet, som är främmande för i vart fall de tryckta medierna och riskera att förvandla medieetiken till en fråga om "tycke & smak" och "god ton".

4) Vem ska kunna anmäla?

I utredningen föreslås att inte bara den som berörs av publiceringen utan "var och en" ska kunna anmäla en publicering.

TU avstyrker förslaget. Invändningarna mot att tillåta "var och en" att göra anmälningar utan att vara personligen utsatt för en publicitetsskada, är egentligen desamma som emot att en "allmän" publicitetsskada ska kunna prövas (se ovan under 3). Det kan dessutom antas skapa ett betydande merarbete för det medieetiska kansliet.

5) Preskriptionstider

I utredningen föreslås att tiden för att anmäla en publicering ska utvidgas från tre till sex månader.

TU avstyrker förslaget och förordar att nuvarande ordning med tre månaders preskription behålls. Det är en väl avvägd tidsfrist och allmänintresset av att kunna pröva äldre publiceringar än så är svagt.

6) Textreklam och yrkesetik

I utredningen diskuteras om MON/MEN även ska kunna pröva frågor om textreklam och yrkesetik. Utredningen stannar för att så inte bör ske.

TU delar utredningens slutsats. Textreklam ska inte prövas utan enbart frågor om publicitetsskada. Vad gäller yrkesetik är det många gånger svårt att reda ut vad som ägt rum och det blir betydande problem med "bevisföring". Det finns också en problematik i ansvarsfrågan, d v s det är inte rimligt att ett medieföretag ska klandras om en medarbetare agerat oetiskt i strid med arbetsledningen. Detta är, också här, en fråga mellan medieföretaget och dess medarbetare. Det ska också beaktas att frågor kring källskydd och konkurrenskänsliga arbetsmetoder kan aktualiseras om medierna, i ett fall rörande yrkesetik, tvingas redovisa hur de arbetat.

7) Förvaltningsorgan för det medieetiska systemet – huvudmän?

Utredningen föreslår att Pressens Samarbetsnämnd avvecklas och ersätts med ett nytt organ – "Medieetikens förvaltningsorgan". Som huvudmän föreslås de nuvarande huvudmännen TU, Sveriges Tidskrifter, Publicistklubben och SJF – samt TV 4 och Public service-företagen, d v s sammanlagt sex huvudmän.

TU tillstyrker förslaget. När ett gemensamt medieetiskt systemet väl är etablerat och stabilt, bör dock övervägas en övergång till det alternativ som utredningen presenterar, nämligen med Utgivarna, Publicistklubben och SJF som huvudmän.

8) Sammansättning av MEN

Utredningen föreslår att MEN ska ha 17 ledamöter, varav nio ska representera "allmänheten" och utses av Chefs-JO och ordföranden i Advokatsamfundet. Det nya huvudmannanorganet "Medieetikens förvaltningsorgan" utser övriga åtta ledamöter.

Därutöver ska finnas fyra ordföranden, utsedda på samma sätt som "allmänhetens" representanter.

Enligt TU:s mening bör det råda balans mellan allmänheten och medierna i sammansättningen i MEN. Det kan finnas risker med att ge majoriteten i det självreglerande organet till t ex politiker, jurister m fl som inte har branschfarenhet.

9) Finansieringen av det medieetiska systemet, sanktionsavgifter och ersättning till enskild

Utredningen föreslår att frågan om finansieringen av det medieetiska systemet och fördelningen av kostnaderna mellan huvudmännen ska överlämnas till Medieetikens Förvaltningsorgan.

TU avstyrker förslaget. På sikt bör detta vara en fråga för Förvaltningsorganet, men finansieringen av det medieetiska systemet och fördelningen av kostnaderna mellan huvudmännen måste vara helt klar och bestämd innan systemet startar. I det sammanhanget kan också finnas skäl att överväga om det nuvarande systemet med sanktionsavgifter ska kvarstå.

I utredningen diskuteras även, som ett alternativ, att sanktionsavgiften dubblas och att halva ersättningen utgår till den som drabbats av publicitetsskada. TU avvisar bestämt en sådan ordning. Det skulle, som utredningen själv konstaterar, få en karaktär av skadestånd och utgöra ett stort principiellt avsteg. Den som är ute efter pengar bör även fortsättningsvis vara hänvisad till allmän domstol.

10) Tidplanen

Utredningen föreslår att ett nytt medieetiskt system ska träda i kraft den 1 januari 2014.

Förslaget är orealistiskt. Det fortsatta arbetet bör enligt TU:s mening inriktas mot som tidigast 1 januari 2015.

Stockholm den 20 juni 2013

TU

Per Hultengård