



Stockholm den 10 september 2024

ku.remissvar@regeringskansliet.se

ku.md@regeringskansliet.se

Remissvar avseende SOU 2024:34, Ansvar och oberoende – public service i oroliga tider, Dnr Ku2024/00602

Inledande kommentarer

Schibsted Media (Schibsted) instämmer i kommitténs konstaterande att public service fyller en viktig demokratisk funktion. Även om public service påverkar den kommersiella mediemarknadens förutsättningar – både när det kommer till att konkurrera om mediekonsumenternas tid och betalningsvilja – anser Schibsted att ett starkt public service är viktigt för den svenska mediemångfalden och vår demokrati. Public service-företagen bör därför ha en god finansiering för att kunna fullgöra sina uppdrag, i enlighet med vad kommittén föreslår.

Schibsted anser att kommittén förtjänstfullt redogör för de förändringar och utmaningar som präglat mediemarknaden de senaste åren, inte minst marknaden för dagstidningar. Att en övervägande del av annonsinvesteringarna främst går till amerikanska techföretag samtidigt som upplagorna i print faller kraftigt och inte kompenseras av intäkterna från de digitala prenumerationerna påverkar svenska kommersiella mediers intäkter och Schibsteds verksamhet på daglig basis. För att inte ytterligare utmana de kommersiella nyhetsmediernas förutsättningar att bidra till det demokratiska samtalet behövs klara gränser för hur public service uppdrag är utformat.

Vi välkomnar därför kommitténs förslag att införa en teknikneutral och något tydligare reglering som omfattar hela public service uppdrag och verksamhet under kommande tillståndsperiod. Att public service verksamhet på internet nu kommer att regleras, tillika kan granskas, bidrar till att ytterligare stärka förtroendet för den svenska public service-verksamheten. Fortsatt starkt förtroende för public service gynnar även förtroendet för redaktionella medier som verkar på den kommersiella mediemarknaden.

Schibsted ansluter sig i huvudsak till TU – Tidningsutgivarnas remissvar, men kommenterar nedan några av förslagen mer ingående, nämligen regleringen av public service användning av

text i sina nyhetstjänster, skrivningarna om samverkan med den kommersiella mediebranschen och förslaget om ökad restriktivitet vid publicering på externa plattformar.

Reglering av public service användning av text, avsnitt 7.31 och 9.3.7

Begränsning av användning av text måste få genomslag

I enlighet med vad TU har framfört till kommittén anser Schibsted att public service-företagens användning av text i sin nyhetsverksamhet är alltför omfattande. Ett tydligt exempel på detta är SVTs app SVT Nyheter, som i princip är en digital nyhetstidning med videoinslag. SVT har aldrig fått ett uttalat uppdrag att producera textnyheter för allmänheten och appen SVT Nyheter lär inte ha godkänts om den hade förhandsprövats när den lanserades. Att SVT tillhandahåller en gratis nyhetstjänst med övervägande textinnehåll konkurrerar med de kommersiella nyhetstidningarna på ett otillbörligt sätt och riskerar att bidra till att minska allmänhetens vilja att betala för textnyheter.

Schibsted välkomnar att kommittén förtydligar att ett teknikneutralt innehållsuppdrag inte innebär att public service-företagen ges ett multimedialt uppdrag som kan uppfyllas oavsett medieform och ytterligare betonar att både SRs och SVTs nyhetsuppdrag, i likhet med det övriga innehållsuppdraget, ska fullgöras genom att tillhandahålla ljud respektive rörlig bild.

Vidare uttalar kommittén att text är att betrakta som kompletterande verksamhet som syftar till att stödja kärnverksamheten och ska ha en tydlig koppling till kärnverksamheten, dvs att tillhandahålla ljud och rörlig bild. Kommittén uttalar särskilt att detta även gäller för de digitala nyhetstjänster som företagen erbjuder allmänheten och skriver vidare att det innebär att i en digital nyhetstjänst som består av både ljud eller rörlig bild och text så bör textpubliceringar som huvudregel utgå från och ha en tydlig koppling till ljudet eller den rörliga bilden, inte tvärtom (s. 258).

Av betänkandet framgår vidare att användningen av text i bolagens nyhetsverksamhet bör ske med hög medvetenhet om och med hänsynstagande till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar, vilket enligt kommittén innebär att SR och SVT ska ha en medvetenhet kring hur text används i verksamheten och av vilket skäl. Schibsted anser att samtliga av dessa skrivningar är helt centrala för att sätta tydliga ramar för public service-uppdraget.

Kommitténs slutsatser i textfrågan innebär en skärpning i förhållande till hur public service-företagens användning av text tidigare har reglerats. Schibsted önskar och hoppas att regeringen ställer sig bakom kommitténs förslag att begränsa public service användning av text och att det tydligt kommer till uttryck i propositionen. Förslaget till en mer restriktiv hållning när det kommer till användning av text måste få genomslag i både SRs och SVTs sätt att utforma sina nyhetstjänster och leda till att andelen text minskar. I SVTs fall måste den förändringen vara drastisk så att den nuvarande nättidningen, som SVT Nyheter-appen utgör, istället blir en videobaserad nyhetsapp, i linje med vad kommittén uttalar (s. 260 f). Enbart genom en synbart minskad användning av text i appen SVT Nyheter kan SVT anses uppfylla skrivningarna om att

användningen av text i bolagens nyhetsverksamhet bör ske med hög medvetenhet om och med hänsynstagande till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar. Även SR, som länge har haft strategin "ljudet i fokus", bör se över sin textanvändning i relation till de nya skrivningarna.

Likaså utgör nyhetsbrev innehållande nyheter en verksamhet som ligger utanför public service-företagens uppdrag. Som anges i betänkandet ingår "nyhetsbrev som informerar om utbudet" i den kompletterande verksamheten (s.206). Det är en helt annan sak att informera om sitt utbud än att skriva långa textnyheter i brevform. Nyhetsbrev med nyheter ligger inte inom ramen för varken kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten. Schibsted hoppas därför att SVT framöver, utöver att minska textmängden i appen SVT Nyheter, även kommer att avhålla sig från att ge ut nyhetsbrev med nyheter. Detsamma gäller såklart även för SR.

Med tanke på dagens möjligheter att med hjälp av AI konvertera ljud och video till text ser Schibsted ingen större risk för att public service begränsning av text kommer att minska användarvänligheten för personer med funktionsnedsättning, i likhet med vad kommittén anför (s 259). De inskränkningar som kommittén föreslår gällande användning av text innebär på inget sätt ett förbud för public service att använda text i sin nyhetsverksamhet, utan enbart ett förtydligande att texten ska vara kompletterande i förhållande till ljud och bild, vilket inte är fallet idag.

Viktigt att krav på årlig redovisning av text i nyhetsverksamheten införs

Schibsted tillstyrker kommitténs förslag att SR och SVT måste redovisa hur de använder text i sin nyhetsverksamhet i sina public service-redovisningar, samt att dessa bl a bör innefatta en beskrivning av varför text används i nyhetsverksamheten samt hur företagets digitala nyhetstjänster utvecklas när det gäller textanvändningen och textlängder. Om inte detta redovisas tydligt kommer det inte vara möjligt att påvisa en förändring gentemot dagens extensiva textanvändning.

Samverkan med de kommersiella nyhetsmedierna, avsnitt 9.2.5

Av samma skäl som kommittén anför tillstyrker Schibsted kommitténs förslag att inte införa en reglerad samverkan med kommersiella nyhetsmedier. Det nuvarande kravet om att public service ska ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar bör behållas.

I betänkandet framför dock kommittén att SR och SVT i högre grad än idag bör ha ett förhållningssätt som utgår från en medvetenhet om de kvalitativa nyhetsmediernas konkurrensförutsättningar och att en större medvetenhet kring hur och av vilket skäl public service använder text i sina nyhetstjänster är en del av uppfyllandet av detta krav. Det här är ett synnerligen viktigt tillägg som bör avspeglas i regeringens proposition.

Schibsted välkomnar även det nya kravet på en kontinuerlig dialog som SR och SVT uppmanas att ha med de kommersiella nyhetsmedierna framöver, samt att de insatser som görs för att föra

denna dialog ska redovisas för att kunna granskas av Granskningsnämnden. Vilka konkreta åtgärder som public service-företagen vidtar för att ta hänsyn till de kommersiella medierna är en fråga som bör diskuteras vid en sådan dialog. En konkret sak som Schibsted efterfrågar är att lättare få tillgång till större delar av det videoinnehåll som SVT äger upphovsrätt till, något som man på NRK i Norge har löst på ett smidigt sätt.

Schibsted tillstyrker även förslaget om att det ska göras en analys av den svenska mediemångfalden och hur public service bidrar till denna. Kommittén föreslår att Mediemyndigheten ska ges i uppdrag att göra den analysen, men Schibsted anser att uppdraget istället borde ges till en mer forskningsbaserad aktör, som t.ex. Nordicom.

Reglering av public service distribution av innehåll, avsnitt 16.5.3

Restriktivitet och reflektion vid distribution välkomnas

Mot bakgrund av hur mediekonsumtionen har förändrats de senaste åren anser Schibsted att det är rimligt att kravet på att innehållsuppdraget i huvudsak ska uppfyllas i marknätet inte längre ska ställas upp och att det i stället ska ställas krav på public service-företagen att se till att hela befolkningen har möjlighet att ta del av ett mångsidigt programutbud. Var public service distribuerar sitt innehåll måste dock ske med stor medvetenhet, i enlighet med vad kommittén anför.

Schibsted äger Aftonbladet, som tillhandahåller ett stort antal populära poddar, och poddplattformen Podme. Dessa bolag konkurrerar därmed med SR om poddlyssnarnas tid. Vi har under utredningens gång yttrat oss särskilt i fråga om hur SR distribuerar sina poddar via globala plattformar. I korthet anförde Schibsted att SR genom att tillgängliggöra sina poddar på bl a Spotify och Apples Podcaster göder dessa aktörer med kvalitativt innehåll som genererar både data om användarna och annonspengar, och på så sätt försvårar för mindre kommersiella svenska ljudaktörer som bl a Podme. Schibsted menar att public service, i detta fall specifikt SR, bör införa samma strategi som public service-företagen i Norge och Danmark på eget bevåg har infört, dvs. att prioritera distribution av poddar via sina egna plattformar framför stora globala plattformar.

Genom att fokusera sin strategi för poddcasterdistribution och införa en mer restriktiv användning av externa plattformar för ljuddistribution undviker SR att gynna stora internationella aktörer på bekostnad av mindre svenska medieföretag och värnar därmed en mångfald på mediemarknaden. Samtidigt kommer en mer restriktiv distributionsstrategi stärka SRs oberoende och public service-uppdrag med den helt centrala rollen att vara en trovärdig och värdefull informationskälla för svenska folket.

Som kommittén konstaterar så kommer public service, i likhet med andra redaktionella nyhetsmedier, genom att finnas på sociala medier, fylla en funktion som motvikt till ökad spridning av desinformation, som också lär öka i och med AI-utvecklingens nya möjligheter att

skapa och sprida desinformation. Schibsted anser därför att public service inte ska hindras från att distribuera sitt utbud på sociala medier. Det är dock viktigt att public service åläggs att göra en tydlig åtskillnad gällande vilket innehåll som får spridas på vilka plattformar. Att exempelvis distribuera nyheter på plattformar där unga väljer att ta del av nyheter, som TikTok eller Instagram, tillika tillgängliggöra URs stora utbud för unga på sociala medier, är inte samma sak som att SR delar sina mest populära podcasts på exempelvis Apples Podcaster eller Spotify. Därför är kravet på att all distribution på internetplattformar som inte är public service-företagens egna ska föregås av en bedömning av tänkbara konsekvenser och risker, samt att de i den bedömningen särskilt ska beakta hur närvaron påverkar kommersiella aktörer på den svenska mediemarknaden, ett centralt krav i den kommande regleringen.

Om Schibsted Media

Schibsted Media är sedan juni 2024 ett renodlat mediebolag, då den norska stiftelsen Tinius Trust, tillika tidigare en stor ägare av Schibsted, valde att köpa ut alla Schibsteds medieverksamheter. I Schibsted Medias portfölj ingår, förutom några av de största tidningarna i Norge, även Aftonbladet, Svenska Dagbladet, OMNI och Podme.

Fredric Karén
Koncerndirektör Schibsted Media Sverige