

Debatt

Problem att Wolodarski kvarstår som utgivare för DN

Det uppstår osäkerhet kring vem som styr innehållet när Peter Wolodarski kliver upp som chef för B2C inom Bonnier News, skriver tryckfrihetsexperten Nils Funcke.

Publicerad: 24 september 2024, 10:28

Det här är opinionsmaterial

Åsikterna som uttrycks här står skribenten/skribenterna för.



”Alla konstruktioner med en utgivare som inte bara är utgivare borde utmönstras”, skriver tryckfrihetsexperten och journalisten Nils Funcke.

Foto: Janerik Henriksson/TT, Janne Næss

Ämnen i artikeln: [Nils Funcke](#) | [Peter Wolodarski](#) | [Bonnier News](#)

Genom att ”handla” med utgivningsbevis och urlaka utgivarens ställning sätter svenska tidningsägare det tryckfrihetsrättsliga systemet i gungning. Det öppnar för regeringen att ta initiativ för att slå nya flisor ur ett system som fick sina huvuddrag 1766.

Utgivningsbeviset och utgivarens position är i detalj reglerad i yttrandefrihetsgrundlagarna, främst tryckfrihetsförordningen.

Ägaren av ett utgivningsbevis är skyldig att anmäla en utgivare, ansvarig utgivare, som regel med titeln chefredaktör. En utgivaren får inte vara försatt i konkurs, omyndigförklarade och ska ha sin hemvist här i Sverige. Det ska vara möjligt att få tag på personen och utkräva ansvar för publiceringar som utgör yttrandefrihetsbrott. Frihet och ansvar hänger samman.

Om det inte finns en utgivare anmäld eller denna inte inställer sig till en rättegång är det ägaren som får bära det straffrättsliga ansvaret. Man brukar beskriva det som att ansvaret vilar på och endast kan utkrävas av en person. I ansvarskedjan för periodiska skrifter följs ägaren av tryckaren och i vissa fall av spridaren.

Syftet är att skydda skribenter, fotografer, uppgiftslämnare och andra som medverkat till att ett yttrande sprids. Deras rätt till anonymitet och att de utom i några undantagsfall kan åtalas för ett yttrandefrihetsbrott syftar till att värna den fria åsiktsbildningen.

Utgivarens ställning är med andra ord inte bara en angelägenhet för medierna.

För att utgivaren ska kunna ta ansvar för det som publiceras ska han eller hon ha ”befogenhet att utöva tillsyn över skriftens utgivning” samt ”bestämma över dess innehåll så att ingenting får föras in i den mot hans eller hennes vilja”.

Denna vetorätt kan inte inskränkas genom till exempel avtal och kräver underförstått att utgivaren är en del av redaktionen. Något som poängteras i bestämmelsens förarbeten.

Ogillar ägaren utgivarens enskilda beslut eller den allmänna inriktning av tidningen kan utgivaren avsättas över dagen. Det brukar uttryckas som att ”Tuppen får gala som den vill och om man inte gillar tuppens galande får man nacka den”.

Ett utgivarskap kräver omdöme och närvaro för att kunna utövas enligt lagens intentioner.

Svenska tidningar har under perioder nedvärderat utgivarrollen genom att lägga utgivarskapet för flera titlar på en person. Det finns exempel där en person haft ansvaret och utgivarskapet för sex tidningar. Denna oordning har i varje fall flera större koncerner övergett. Dessvärre har det inte bara motiverats av en ändrad syn på utgivarskapet utan på att organisationen ska harmoniera med reglerna för att få mediestöd.

En annan uttunning av utgivarskapet är när en utgivare utses till publisher med ansvar även för budget, distribution, annonser, marknadsföring och all personalen. Det finns säkerligen de som arbetsmässigt kan axla bägge rollerna. Men principiellt, kunskapsmässigt och utåt det en svaghet att utgivaren inte får vara utgivare och inget annat.

Nu har vi också i DN fått en ny modell. DN:s chefredaktör har utsett till ”affärsområdeschef” för Bonniers dagstidningar. Övriga chefredaktörer ska ”rapportera” till **Peter Wolodarski**. Problemet är inte att det finns en särskild områdeschef för flera tidningar med självständiga utgivare, problemet är att Wolodarski kvarstår som utgivare för DN. Även om ägarna försäkrar att varje utgivare även i fortsättningen ska fatta egna publiceringsbeslut uppstår osäkerhet vem som styr innehållet. Dessutom består publicistiskt verksamhet även av beslut om inriktning och prioriteringar av personal och resurser. En affärsområdeschef bör väl om det ska vara en titel med innehåll inte bara ta emot utan också reagera på rapporter. Och vad händer med den tupp som inte lyssnar?

Precis som utgivaren är systemet med utgivningsbevis central för publicistiken och detaljreglerad i grundlag.

Flera tidskrifter har övervägt att överlåta sina utgivningsbeviset till ett tryckeri. Ett tryckeri som samlar på sig tillräckligt många utgivningsbevis får del av Postnords bulkrabatt. Det kan handla om att sänka distributionskostnaden med miljonbelopp per år och titel. Systemet med bulkrabatter riskerar att driva på ägarkoncentrationen.

Att överlåta ett utgivningsbevis utan att den ”nye ägaren” i verklig mening ger ut skriften innebär att man rundar TF:s regler för att uppnå ekonomiska fördelar. Ett sådant agerande är inte bara olämpligt utan straffbart. Tryckfrihetsförordningen straffbelägger ”den som i en ansökan, anmälan eller förklaring ... medvetet lämnar oriktiga uppgifter” om utgivare och ägare.

Alla konstruktioner med en utgivare som inte bara är utgivare och alla tankar på att överlåta ägandet till en bulvan borde utmönstras ur branschen.

Nils Funcke

Journalist och expert på rättsliga frågor kring tryck- och yttrandefrihet

Det här är opinionsmaterial

Åsikterna som uttrycks här står skribenten/skribenterna för.