

Tack för möjligheten att delta i fredagens sakråd. Sveriges Tidskrifter följer lagstiftningsprocessen kring DSA/DMA nära och avser att löpande inkomma med synpunkter om hur de föreslagna reglerna förhåller sig till media och publicister. Frågeställningarna nedan ska därför inte ses som uttömmande utan som ett inspel i det skede av processen vi befinner oss i nu.

I grunden välkomnar vi ambitionen att förbättra balansen mellan plattformarna och deras användare, något som är viktigt även i relation till medierna. Tonvikten för våra initiala synpunkter ligger därför på behovet att stärka DMA för att förbättra förutsättningarna för en fri och pluralistisk press och media.

Icke-diskriminering

DMA innehåller inga tydliga krav på att de största plattformarna (grindvakter/"gatekeepers") – och då specifikt söktjänster – ska vara icke-diskriminerande i hur de presenterar sina resultat. En sådan regel är rimlig givet plattformarnas dominerande roll, och givet hur de påverkar andra marknadsaktörers möjligheter att nå sina kunder/användare. Reglerna i DMA bör därför stärkas i detta avseende.

Samstämmigheten med upphovsrättsdirektivet

De största plattformarna påverkar i hög grad hur svenska och europeiska invånare söker och tillgodogör sig information. Därmed påverkas viktiga förutsättningarna för media och journalistik. *The Digital Markets Act* (DMA) syftar bland annat till att förbättra konkurrensen och skapa en bättre balans mellan de som tillhandahåller de största plattformarna och de som använder dem, vilket är lovvärt. Samtidigt pågår införandet av det nya upphovsrättsdirektivet som slår fast att upphovsrätten är en nyckelförutsättning för en fri och pluralistisk media. Upphovsrättsdirektivet betonar bland annat utmaningar kopplade till nyhetsaggregatorer och återanvändning av journalistiskt material, och innehåller ett specifikt skydd - en s k *presspublishers right* - för tidningar och tidskrifter. De två lagstiftningarna är därför närliggande.

Upphovsrättsdirektivets särskilda skydd för journalistiskt material (presspublikationer) bör refereras till i DMA för att påskynda utvecklingen av välfungerande avtal mellan till exempel Google och medierna.

Publicistiskt ansvar ska aldrig sammanblandas med plattformarnas innehållsansvar

Sverige har ett särskilt ansvar att säkerställa publicistiskt oberoende i DSA-processen. Detta eftersom vi dels har världens äldsta tryckfrihetslagstiftning, dels en digital utveckling i världsklass. I DSA är det avgörande att skilja på redaktionellt innehåll (och redaktionellt ansvar) och plattformarnas innehållsansvar. Det senare ska gälla illegalt ansvar så som det definieras i nationell lagstiftning.

Därtill är det avgörande att redaktionellt material kan fortsätta nå sin publik via plattformar utan att någon form av påverkan eller inblandning sker. DSA behöver därför ytterligare förtydligas kring att

redaktionellt material från publicistiska medier inte kommer att falla inom plattformarnas juridiska ansvar, utan att det ansvaret tas genom respektive lands lagstiftning och modell på området.

Särskilda regler bör gälla för små aktörer

Vissa av de föreslagna reglerna i the Digital Services Act (DSA) ska gälla alla plattformar oavsett storlek.

Eftersom förutsättningarna starkt skiljer sig åt mellan små och stora aktörer är rimligt att de minsta aktörerna undantas från så mycket som möjligt av reglerna. Vi genomför nu tillsammans med våra medlemmar en analys av hur reglerna skulle slå för små aktörer i syfte att kartlägga eventuella problem, och avser att återkomma med hur frågeställningen kan hanteras.

Stockholm 2021-02-08

Kerstin Neld
Vd Sveriges Tidskrifter