



Norsk
Redaktørforening



Norsk
Journalistlag



NORSK
PRESSEFORBUND

Helse- og omsorgsdepartementet
Deres ref.: 25/3034

Oslo, 17.04.26

Høring - forslag til ny lov om helsemessig og sosial beredskap (helseberedskapsloven)

Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening, Mediebedriftenes Landsforening og Norsk Presseforbund vil med dette komme med et samlet hørings svar. Vi takker samtidig for utsatt frist til 17.4.2026.

1. Innledning

Forslaget til ny helseberedskapslov omhandler flere viktige forhold. Vi har konsentrert oss om ett forhold som angår mediene direkte – en ny bestemmelse i loven om informasjonsplikt for massemedier (høringsnotatet kap. 24 utkast til § 8-6 i ny lov).

2. Informasjonsplikt for massemedier

Vi viser til utkast til ny bestemmelse om informasjonsplikt for massemedier, utkast til ny lov § 8-6. Presseorganisasjonene har flere ganger protestert mot en bestemmelse om informasjonsplikt, første gang i forbindelse med at en slik bestemmelse kom inn i smittevernloven, jf. Ot.prp. 91 (1992-93) punkt 4.8: «Det er få kommentarer til forslaget, men uttalelsene fra Norsk Presseforbund og Norsk Redaktørforening er i sin helhet viet denne bestemmelsen. Begge er sterk kritiske til forslaget som de mener er uten begrunnelse og dessuten for lite gjennomarbeidet. Det vises til at de meldinger plikten omfatter må oppfattes som annonser og at annonser svært sjelden avvises.»

Vi har ikke endret vårt standpunkt, og kan ikke støtte forslaget til ny bestemmelse i helseberedskapsloven. Vi mener hjemmelen til å pålegge mediene å publisere annonser er et stort inngrep i redaktøransvaret. Vi er uenige i at det er et reelt behov for en slik bestemmelse, og kan ikke se at departementet har gitt en god eller tilstrekkelig begrunnelse for at det er et slikt behov. Videre mener vi at det vil svekke folks tillit til mediene og budskapet hvis det skal gis som følge av et pålegg fra staten. .

2.1 Begrepet «massemedier»

Etter vårt syn er begrepet «massemedier» utdatert og lite treffende i lys av dagens medievirkelighet og rettslige begrepsbruk. Begrepet gir svake føringer for hvilke aktører som faktisk omfattes.

Vi foreslår derfor at begrepet «redaktørstyrte journalistiske medier» benyttes, slik dette er definert i medieansvarsloven. Dette vil bidra til en mer presis og formålsrettet avgrensning, ved at det knyttes til medier med et identifiserbart redaktøransvar, etablerte etiske normer og en samfunnsrolle forankret i ytringsfrihetens infrastruktur. En slik begrepsbruk vil også harmonisere regelverket med øvrig medielovgivning og bidra til økt forutsigbarhet, både for aktørene som omfattes og for rettsanvendelsen.

2.2 Et pålegg griper inn i redaktøransvaret

Kjennetegnet på frie medier er at publisering skjer ut ifra redaksjonelle, uavhengige vurderinger, og ikke gjennom pålegg fra staten. Dette er blant annet forutsatt rettslig i EMK art. 10 (1), som fastslår at ytringsfriheten innebærer en «frihet til å ha meninger og til å motta og meddele opplysninger og ideer uten inngrep av offentlig myndighet og uten hensyn til grenser» og etisk i Vær Varsom-plakaten punkt 2.1, der det bl.a. heter at «Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold og avgjør med endelig virkning spørsmål om redaksjonelt innhold, finansiering, presentasjon og publisering». Annonser er omfattet av selvdømmeordningen (PFU) og medier kan klages inn for publisering av annonser. For eksempel i [ble to medier felt for brudd på god presseskikk pga. innholdet i annonser](#) i 2019.

Det presiseres i høringsnotatene at pålegget om å publisere annonser ikke gir hjemmel til å styre redaksjonelt innhold. Selv om det er et klart skille mellom redaksjonelt innhold og reklame, vil et pålegg fra staten om å publisere en annonse, gripe inn i redaktøransvaret og kunne påvirke folks tillit til mediene.

I medieansvarsloven § 7 heter det at det er redaktøren som skal lede den redaksjonelle virksomheten og ta avgjørelser i redaksjonelle spørsmål. Dette er utdypet i forarbeidene til loven, Prop. 31 L (2019-2020) kapittel 20, merknader til § 7: «At det er redaktøren som tar avgjørelser i «redaksjonelle spørsmål», innebærer først og fremst at det er redaktøren som bestemmer hva som skal publiseres i mediet. Det gjelder både beslutninger knyttet til det redaksjonelle innholdet **og beslutninger knyttet til publisering av markedsføring** (vår utheving).»

Forarbeidene henviser til Redaktørplakaten som retningsgivende for hva som skal anses som redaksjonelle spørsmål. Her heter det at «Redaktøren må forplikte seg på eiers utgivergrunnlag og arbeide i tråd med mediets grunnsyn og formålsbestemmelser. Innenfor denne rammen skal redaktøren ha en fri og uavhengig ledelse av redaksjonen og full frihet til å utforme og beslutte mediets innhold og meninger. Verken offentlige myndigheter, eiere, kommersielle aktører eller noen annen interessegruppe kan gripe inn i denne friheten.»

I forarbeidene til medieansvarsloven, Prop. 31 L (2019–2020), punkt 11.5, oppsummeres hvorfor redaksjonell uavhengighet er viktig: «For at pressen skal kunne utføre sin oppgave som demokratiets vaktbikkje er det en forutsetning at pressen er uavhengig av de maktstrukturene den skal overvåke, og videre at allmennheten har tillit til denne uavhengigheten. Bare da vil innhold som formidles i mediene gi grunnlag for fri og opplyst politisk meningsdannelse. Redaksjonell uavhengighet er dermed en forutsetning for de redaktørstyrte journalistiske medienes funksjon i infrastrukturen for den offentlige samtalen.»

Å pålegge mediene å publisere en annonse, er derfor å gripe inn i det ansvaret og den friheten som skal ligge hos redaktøren. Selv om det er mye større takhøyde for hva man publiserer på annonseplass i redaksjonelle medier, og de aller fleste betalende annonser kommer på så lenge de ligger innenfor presseetikken og norsk lov, har vi eksempler på det motsatte. Et nyere eksempel MIFF-annonsen «Takk Israel». Her valgte blant andre [Dagen, Aftenposten og Adresseavisen å](#)

[publisere \(de to siste med enkelte justeringer\), Dagsavisen og Klassekampen sa nei, mens Vårt Land fikk MIFF til å endre tittelen før de publiserte.](#) I kjølvannet av dette oppsto det en debatt både mellom medier og i befolkningen. Fem professorer fra NTNU skrev blant annet følgende i et [leserinnelegg i Adresseavisen](#) med tittelen «Har Adresseavisen solgt sjela si til fandens oldemor?»: «Når flere aviser nektet å trykke annonsen, hvorfor valgte Adresseavisen å gjøre det motsatte? Ble redaksjonen fristet av prisen MIFF betalte for den? I så fall har avisen mistet tilliten til mange av oss trofaste lesere.» Samme uke arrangerte Palestinakomiteen Trøndelag en «[protest mot Adresseavisens publisering av folkemordspropaganda](#)». I innlegget «[Ytringsfrihet og annonser](#)» (Adresseavisen 17.3.26), kommenterer seniorrådgiver i Norsk Redaktørforening, Arne Jensen saken og utdyper forholdet mellom ytringsfrihet, redaksjonell frihet og annonser.

Debatten er et illustrerende eksempel på at alt innhold i redaksjonelle medier oppfattes som en del av redaktøransvaret, også annonseinhold.

2.3 Forslaget er ikke begrunnet med et konkret behov

Som det fremgår av høringsnotatet kap. 24.4, er mediene en svært viktig kanal for å formidle informasjon fra myndighetene til befolkningen i kriser. Som departementet skriver, vil en stor andel av befolkningen oppsøke redaktørstyrte journalistiske medier (det som i høringsnotatet betegnes som «tradisjonelle medier») i en krisesituasjon. Dette gjelder [både befolkningen som helhet](#), og om man ser på [kun innvandrere](#) (hele rapporten: [211103-rapport-medi bruk-blant-innvandrere.pdf](#)). Det er derfor ingen tvil om at redaktørstyrte journalistiske medier er viktige for å nå ut til folk i kriser, og vi støtter intensjonen om at informasjon fra myndighetene bør formidles via disse mediene. Vi er likevel uenige i at det er behov for en lovhjemmel med fullmakt til staten om å pålegge redaksjonelle medier å publisere informasjon for å nå dette målet, og mener departementet ikke har gitt en god nok begrunnelse for at det skal innføres.

Koronakommisjonen del 1 (2021: 6) fastslår i kap. 16 s. 186 at mediedekningen var viktig for at myndighetene nådde ut til befolkningen, og at det var «riktig av regjeringen å definere medier som en viktig samfunnsfunksjon. Dette la til rette for at mediene kunne operere som normalt, noe som har bidratt til at befolkningen har fått god informasjon om krisen», konkluderer kommisjonen.¹

Også Koronakommisjonen del 2 (2022: 5) beskriver at formidling via medier fungerte godt, se følgende sitat på s. 97, kap. 5: «Flere kommuneleger har fortalt oss at forholdet til mediene har vært godt under pandemien, og at mediene har spilt på lag med kommunen når det gjelder å formidle nødvendig og presis informasjon til befolkningen, for eksempel om lokale smitteverntiltak og vaksinasjon.»

Departementet skriver i høringsnotatet at erfaringer fra pandemien og andre kriser de siste årene er at tradisjonelle medier og store nettaktører i betydelig grad bidro til å holde befolkningen oppdatert med både egenproduserte saker og annonser fra myndighetene, og at «myndighetene kom ut med sitt budskap i de mediene som traff befolkningen», jf. kap. 24.4 s. 301 i høringsnotatet. På denne bakgrunn uttrykker departementet tvil om det «med dagens mangfoldige mediesituasjon og gode muligheter for å betale for eksponering i annonseflater, er nødvendig å innføre en hjemmel til å pålegge et massemedium å publisere bestemte meldinger».

¹ Den 16. mars 2020 ble medier oppført på regjeringens liste over viktige og kritiske samfunnsfunksjoner, og presse folk fikk følgelig bedre mulighet til å gjøre arbeidet sitt, ettersom de fikk bedre tilgang til barnehageplass og fysisk skoletilbud til barna sine.

Videre at det er «lite sannsynlig at medier i en fremtidig alvorlig helseberedskapssituasjon vil unnlate å ta inn meldinger fra myndighetene til befolkningen».

Debatten i samfunnet gikk i motsatt retning der flere mente [mediene var for lite kritiske](#) og stilte for [få kritiske spørsmål til nedstengningen de redegjorde for](#).

Til tross for dette, er konklusjonen i høringsnotatet at det kan være behov for å gi pålegg «når det er viktig å gi ut informasjon raskt og med det innholdet myndighetene vil formidle». Det foreslås derfor at det tas inn «en sikkerhetsventil» i ny lov § 8-6 som åpner for at myndigheten kan pålegge massemedier å ta inn meldinger. I kommentaren til § 8-6 utdyper departementet følgende: «Bestemmelsen skal sikre at viktige opplysninger både til berørte og mulig berørte grupper av befolkningen når frem, uavhengig av om det enkelte medium ønsker eller ikke ønsker å innta den aktuelle informasjonen. Slike meldinger kan blant annet omfatte informasjon om hendelsen, hvem man kan kontakte for mer informasjon, hvilke konsekvenser hendelsen får for befolkningen, eventuelle omlegginger av tjenesten og endringer i ansvars-, oppgave- og ressursfordeling, behov for rekvisisjon og hvilken betydning hendelsen får for helse- og omsorgstjenesten og sosialtjenestens evne og kapasitet til å tilby tjenester i tråd med lovfestede plikter og rettigheter.»

Vi kan ikke se at departementet har godgjort at det er behov for en slik bestemmelse. Tvert imot peker de selv på det motsatte – at redaktørstyrte journalistiske medier fungerer godt i kriser. Hjemmelen i smittevernloven § 4-8 ble kun benyttet én gang i forbindelse med koronapandemien, det var første døgnet da NRK ble pålagt å publisere informasjon fra Helsedirektoratet. I lys av regjeringens egen vurdering og konklusjonene fra de to koronakommisjonene, må vi kunne legge til grunn at regjeringen og andre deler av det offentlige opplevde at de nådde fram med sine budskap gjennom redaksjonelle medier under hele pandemien.

Når praksis så entydig viser at redaktørstyrte journalistiske medier har fungert godt som informasjonskanaler tidligere, er det vanskelig å se behovet for å videreføre en «sikkerhetsventil» for myndighetene til å pålegge mediene å publisere annonser. Tvert imot fremstår dette som noe motstridende i en tid der behovet for uavhengige og frie medier i stadig flere sammenhenger trekkes frem som en av de viktigste strukturene i et demokratisk samfunn.

Etter vårt syn vil det beste tiltaket være at regjeringen fortsetter å tilrettelegge for en infrastruktur som sikrer et mangfold av frie, redaktørstyrte journalistiske medier som også i fremtiden sikrer at viktig informasjon når ut til alle deler av samfunnet. De politiske rammevilkårene må være stabile og sikre, og redaktørstyrte medier sees på som om en del av totalforsvaret.

2.4 Informasjonsplikt vil svekke tilliten til budskapet

Høringsnotatet har ingen problematisering av konsekvensene ved at staten kan pålegge mediene å publisere annonser, eller hvordan det vil påvirke den informasjonen som kommer ut. Vi mener annonsering som følge av pålegg fra staten, kan svekke tilliten til budskapet. Hvis annonser publiseres som følge av pålegg fra staten, mister man den verdien det har at publisering skjer som følge av avgjørelse fra en ansvarlig redaktør. Publisering som følge av en redaktørbeslutning gir samfunnet garantier om uavhengighet som igjen skaper tillit. Mediene skal ikke være en «forlenget arm» for myndighetene, og må heller ikke oppfattes slik. Nettopp i kriser kan det være et ekstra viktig poeng at man får informasjonen fra et annet sted enn myndighetene. Dermed vil

også myndighetene ha nytte av at annonser publiseres på vanlig måte etter en redaksjonell vurdering, særlig i krisetider, når behovet for tillit er ekstra stort.

Den beste beredskapen vil være å ha et mangfold av frie medier som er i stand til å ivareta informasjonsansvaret, og det kan myndighetene tilrettelegge for. Som regjeringen selv formulerer det i sin [strategi for å styrke motstandskraften mot desinformasjon](#), kap. 4.1: «For at dei redaktørstyrte media skal kunne utføre samfunnsoppdraget sitt, er dei avhengige av at befolkninga har tillit til at dei er frie og uavhengige, og til at dei leverer truverdig innhald av høg kvalitet.»

2.5 Hvis forslaget vedtas

Hvis forslaget går gjennom, støtter vi at man har med en henvisning til § 1-5 som en forutsetning for å anvende bestemmelsen. Samtidig mener vi det bør fremgå av lovbestemmelsen at den skal være en sikkerhetsventil, som departementet understreker i høringsnotatet (s. 350). Slik bestemmelsen er utformet stilles ingen krav til at bruken, utover at det foreligger en situasjon beskrevet i § 1-5. Vi mener det bør inn vilkår i lovteksten som sikrer at bestemmelsen i praksis blir en sikkerhetsventil, der det stilles strengere krav når fullmakten griper inn i et redaktøransvar.

I tillegg støtter vi innspillet fra NRK om at kompetansen til å pålegge publisering bør ligge hos domstolen for å demme opp mot misbruk av bestemmelsen. For innholdet i en slik domstolskontroll, viser vi til NRKs hørings svar.

Forslag (vårt forslag i kursiv) § 8-6:

Når betingelsene i § 1-5 er oppfylt, *og det er nødvendig og forholdsmessig*, kan departementet pålegge følgende virksomheter å gi befolkningen informasjon av betydning for å håndtere en helseberedskapshendelse og som er tydelig merket med avsender.

Nytt tredje ledd: «*Hvis pålegget gjelder medier som er omfattet av LOV-2020-05-29-59 (medieansvarsloven), skal redaktøransvaret tillegges særlig vekt*»

Departementet foreslår adgang til å delegere myndighet til Helsedirektoratet eller annet underliggende organ. Etter vårt syn bør en så inngripende fullmakt ikke delegeres nedover.

3 Andre forhold:

I høringsnotatets punkt 23.4.11.2 ber departementet om høringsinstansenes syn på om det bør fremgå av loven (alternativ 1) eller presiseres i forarbeidene (alternativ 2) at derogasjonsforskrifter bare kan begrense rettigheter så langt det er forenlig med Grunnloven og menneskerettsloven.

nevnt. Vi mener derfor dette spørsmålet bør vurderes opp mot andre lovtekster, og ikke vurderes som et isolert spørsmål knyttet til denne loven. Dette anser vi som et lovteknisk spørsmål der det beste er å være konsekvent. Å ta en slik formulering inn i en lovbestemmelse, kan få utilsiktede konsekvenser for andre lovbestemmelser der det ikke er

Etter vårt syn bør slike grunnleggende skranker for myndighetsutøvelse fremgå direkte av loven. Derogasjonsadgangen representerer et vidtrekkende unntak fra ellers gjeldende rettigheter, og nettopp derfor er det viktig at de rettslige rammene er tydelige, tilgjengelige og forankret i lovtekst. Å nøye seg med presiseringer i forarbeidene vil svekke synligheten av disse begrensningene og kan bidra til rettslig uklarhet i praksis. Når lovreguleringen i seg selv er

begrunnet i ekstraordinære situasjoner, tilsier hensynet til rettssikkerhet og forutberegnelighet at det ikke åpnes for ytterligere uthuling gjennom mindre tydelig regulering. Vi mener derfor at det klart bør fremgå av loven at derogasjonsforskrifter ikke kan gå lenger enn det som er forenlig med Grunnloven og menneskerettsloven.

Med vennlig hilsen

Reidun Kjelling Nybø
generalsekretær
Norsk Redaktørforening

Ina Lindahl Nyrud
advokat
Norsk Journalistlag

Randi S. Øgrey
administrerende direktør
Mediebedriftenes Landsforening

Kristine Foss
jurist
Norsk Presseforbund