

Fagforeninger som utgiver



Bjørnar Olsen
Sjefredaktør

Fagbladredaktø-renes oppgave blir da å speile meningsmangfoldet i sitt univers og slippe til kritikk av «makthaverne» i dette universet – som Psykologforeningen og utdanningsinstitusjonene i vårt fag. Samtidig vil utgiver og redaktør sitte langt tettere på hverandre i det daglige enn hva som ofte ellers er vanlig. Det gjør det kanskje enda mer på-krevd å være seg bevisst forholdet mellom utgiver og redaksjon enn hva man ellers trenger å være.

Eksempler på et reelt ønske fra utgiverens side om å styre innholdet i utgivelsen er heldigvis sjeldne, og er da heller ingen grunn til at vi nå har fått en formålsparagraf for Tidsskriftet. Derimot har ønsket om å profesjonalisere og tydeliggjøre relasjonen mellom Psykologforeningen og Tidsskriftet vært viktig. For ikke minst i fagpressen har nok den viktigste grunnen til gnisninger mellom utgiver og redaksjon vært uklarheten som oppstår på grunn av noe så selvsagt som at eierne ikke har hatt utgiverrollen som hoveddel av sitt ansvarsområde. Der profesjonelle utgivere som Schibsted og A-pressen er mediehus med en profesjonell forstå-else av viktigheten av den redaksjonelle uavhengigheten, vil mange av utgiverne i fagpressen drive med utgivelse på siden av sitt daglige virke. Psykologforeningen ble ikke opprettet for å drive med tidsskrift, men for å ivareta psykologenes interesser. Det er derfor ikke rimelig at en fagforening har et like avklart forhold til utgiverrollen som vi kan forvente av ulike mediehus. Likevel, med lov om fridom i media anerkjenner norsk rett den selvstendige beskyttelsen av prinsippet om redaksjonell uavhengighet også i situasjoner der medieeierne ikke er medlemmer av noen presseorganisasjon – altså organisasjoner som Psykologforeningen.