



Familie- og kulturkomiteen

06.05.2019

Høring om Meld. St. 17 (2018-2019) Mangfold og armlengds avstand. Mediepolitikk for ei ny tid

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) er mediebedriftenes bransje- og utgiverorganisasjon. MBL skal bidra til å styrke og verne ytringsfriheten, pressefriheten og informasjonsfriheten som grunnleggende verdier i et demokratisk og åpent samfunn. MBL skal arbeide for gode og stabile betingelser som fremmer et mangfold av økonomisk sunne medier. MBL har rundt 330 medlemmer fra alle typer medier, herunder 140 mediehus. MBL er en landsforening i NHO.

Overordnet

MBL er enig når det står at redaktørstyrte journalistiske massemedier er en av grunnsteinene i et fritt og demokratisk samfunn. Utgangspunktet, at mediepolitikk er demokratipolitikk og at nyhetsmedier derfor har en samfunnsverdi som demokratisk infrastruktur, er både riktig og viktig. Det er nødvendig at den infrastrukturen vi har i dag, med mediehus over hele landet, opprettholdes.

Medienes formidling av redigerte nyheter, aktualiteter og samfunnsdebatt er under kraftig press. Hovedårsaken er det digitale annonsemarkedet, hvor de tradisjonelle mediene konkurrerer med internasjonale aktører uten egenprodusert innhold. Mediehusene mistet i årene 2013 – 2017 2,7 milliarder kr i annonseinntekter og måtte kutte tilsvarende i kostnadene.

Opplagene har økt siden 2017. Økningen på de digitale utgavene er større enn fallet for papirutgavene, men veksten i brukerinntekter er beskjeden. Papirutgavene står i gjennomsnitt for 75 prosent av mediehusenes inntekter. De gode resultatene for 2017 og 2018 er for en stor del et resultat av kostnadskutt, ikke vekst i inntektene. Meldingen dokumenterer dette godt. Mediehusene skal selvsagt finansiere virksomheten selv, men de mediepolitiske rammene er viktige.

Det er positivt at det foreslås å samle de mediepolitiske virkemidlene i en ordning, men det fremstår som om det reelt sett vil være tre separate ordninger.

Meldingen har også svakheter. Mediemangfoldsutvalget var bekymret for at for mye av den samfunnsviktige journalistikken vil bli bygget ned og forsvinne før bærekraftige forretningsmodeller eventuelt viser seg å kunne finansiere den. Dette drøftes ikke i meldingen.

Meldingen mangler også tiltak for alle brede, allmenne nyhetsmedier, slik Mediemangfoldsutvalget foreslo, som kan bidra til at de klarer å etablere bærekraftige digitale forretningsmodeller. Når dette sees i sammenheng med forslag til endring av postloven, er det en reell fare for at det kan oppstå nye hvite flekker med svak journalistisk dekning.

Meldingen peker på at det er viktig at det er balanse mellom NRK og private medier. NRK må ikke gjøre det vanskeligere for private medier. Det må følges opp i praksis.

Hva er 'lokalavis'?

Det er positivt at man vil øke støtten til lokalaviser, men det er uklart hva som menes med 'lokalavis'. Lokalaviser er ikke bare fådagersaviser med lavt opplag. Aviser som kommer ut seks dager per uke i større byer er også lokalaviser. Økningen må skje med friske midler, og ikke på bekostning av riksspredte nisjeaviser og nr. 2-aviser. Disse har en viktig rolle i mangfoldet.

Fireårige styringssignaler

Det foreslås at Stortinget fatter romertallsvedtak med styringssignaler for fireårige perioder, hvor

mediepolitikken og bevilgningene ligger fast, samt pris- og lønnsjustering. Det vil dette gi de mediehusene som omfattes av ordningene en langt større grad av forutsigbarhet. Det er bra.

Mediestøtteråd

Hensikten med et mediestøtteråd er god, men vi mener armlengdes avstand er godt ivaretatt i dag uten et slikt mellomledd. Det kan bli et demokratisk underskudd gjennom å løfte politiske avveininger inn i rådet, og det åpnes også for en grad av subjektive vurderinger innenfor de gitte rammene. Det kan gi uforutsigbarhet og er ikke forenlig med prinsippet om objektive kriterier. Rådet skal fordele støtte, fastsette regelverk og kunne foreslå å legge ned eksisterende ordninger og opprette nye. Det innebærer stor makt i et slikt organ, noe som er betenkelig.

Nye overordnede mål for mediestøtten

Et nytt mål er å legge til rette for å unngå geografiske og tematiske «hvite flekker». Det er viktig, men kan best unngås gjennom å bidra til at mediehusene er i stand til å lage god, relevant journalistikk. Det betyr gode ordninger innrettet mot mediehusene. Allmenne, generelle virkemidler fungerer best. Direkte støtte for noen mediehus vil også være nødvendig. Som anført over må økt støtte til noen mediehus ikke skje på bekostning av andre.

Vi er enig i at mediestøttesystemet i minst mulig grad skal gi incentiver til uheldige tilpasninger.

Utredning av midlertidig fritak for arbeidsgiveravgift

Mediemangfoldsutvalget påviste at utviklingen i mediemarkedet rammer alle aktører. Det er derfor behov for virkemidler som omfatter alle, for å sikre at medienes samfunnsrolle blir opprettholdt i alle deler av landet. Forslaget om et midlertidig fritak for arbeidsgiveravgift må derfor utredes. Situasjonen i mediebransjen kan endres raskt, og det er nødvendig allerede nå å foreta en utredning, slik at tiltaket er klart dersom behovet skulle oppstå.

Distribusjon må sees i sammenheng med mediepolitikken

Regjeringen ønsker å motvirke medieskygger. Forslag til endring av postlov skaper nettopp medieskygger i deler av landet. Regjeringen har undervurdert konsekvensene for mediehusene. Endringstakten og digitaliseringen i bransjen er høy, men likevel er i gjennomsnitt 75 prosent av inntektene fortsatt knyttet til papirutgavene.

Det er positivt at regjeringen foreslår å bruke 250 mill. kr årlig i tre år på å kjøpe distribusjon, men vi er skuffet over at regjeringen har valgt bort en løsning som bransjen har presentert og dokumentert, og som med samme kostnadsramme ville ivaretatt 50 000 av de 75 000 abonnenter som nå rammes av forslaget. Forslaget rammer ca 70 mediehus som utkommer 4 - 6 dager per uke: lokale dagsaviser, regionaviser, nr. 2-aviser og riksspredte nisjeaviser (tidligere kalt riksspredte meningsbærende aviser). Deres abonnenter vil ikke få avisen som i dag i de områdene hvor det ikke er annen distribusjon.

Mva-fritak for all digital journalistikk under lov om redaksjonell fridom i media

De siste årene er konkurransen fra store internasjonale aktører blitt stadig hardere. Det gjelder på innholdssiden for en del medier, og på annonsesiden for alle. Gode rammebetingelser er en forutsetning for at norske medier skal kunne konkurrere og fortsatt levere godt innhold som ivaretar nyhetsformidling og samfunnsdebatt og utvikler norsk språk og kultur.

For å støtte opp under nyhetsformidling, samfunnsdebatt, norsk språk og kultur bør derfor all digital journalistikk under lov om redaksjonell fridom i media gis mva-fritak, slik det nå også er åpnet opp for i EU. Det er viktig for å hindre at mangfoldet kommer i fare.