



Kommunal- og moderniseringsdepartementet
postmottak@kmd.dep.no
Klikk her for postnummer og sted

Vår dato 30.04.2020
Deres dato
Vår referanse
Deres referanse

MBLs innspill til arbeidet med stortingsmelding om datadrevet økonomi og innovasjon

Om MBL

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) skal bidra til å styrke og verne ytringsfriheten, pressefriheten og informasjonsfriheten, som grunnleggende verdier i et demokratisk og åpent samfunn. MBL skal styrke og verne de publisistiske verdier som representeres av redaktørplakaten og Vær Varsom-plakaten.

MBL skal bidra til at et mangfold av økonomisk sunne medier kan fungere som det åpne samfunns arena for fri informasjon, samfunnskritikk og debatt.

MBL representerer 201 mediehus, herunder 185 aviser hvorav 148 er lokalaviser. Andre mediehus er kommersiell allmennkringkasting, magasiner og lokal-tv. MBL representerer også virksomheter tilknyttet mediehusene, bl.a. avistrykkerier og distribusjonsselskaper.

MBLs utgangspunkt

MBLs innspill tar utgangspunkt i mediene, deres samfunnsrolle og de utfordringer og muligheter de står overfor i en økonomi som i økende grad er datadrevet.

Regjeringens mediepolitiske mål oppsummeres slik i Prop. 1 S (2019 –2020) for Kulturdepartementet¹:

- «[...] legge til rette for
- ytringsfrihet, pressefrihet og informasjonsfrihet
 - et mangfold av redaktørstyrte medier over hele landet og en bredt anlagt offentlig samtale i det digitale mediesamfunnet
 - innovasjon, utvikling og nyskaping i mediebransjen, og samtidig opprettholde den frie pressens tradisjoner og grunnverdier i en ny tid
 - bidra til å styrke den kritiske medieforståelsen i befolkningen.»

¹ Side 117: Kap. 335 Medieformål, Mål og strategier for 2020

Målene er forankret i Grunnloven § 100, 6. ledd. I mandatet til Mediemangfoldsutvalget beskrives det slik²:

«Grunnloven § 100 sjette ledd slår fast det såkalte «infrastrukturkravet», dvs. det ansvaret offentlige myndigheter har for å «legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale». Infrastrukturkravet innebærer at staten må legge til rette for de kanaler og institusjoner som utgjør infrastrukturen for offentlig utveksling av informasjon og meninger. Det er derfor et offentlig ansvar å legge til rette for mangfold og kvalitet i norske medier. Et mangfold av frie og uavhengige medier med kritisk og undersøkende journalistikk og med nyhetsformidling fra ulike samfunnsområder er av avgjørende betydning for et velfungerende demokrati og for ytringsfriheten. Gjennom rapportering og kommentarer fra ulike synsvinkler kan mediene gi borgerne grunnlag for meningsdannelse og aktiv deltakelse i samfunnsliv og demokratiske prosesser.»

Norske myndigheter har et selvstendig ansvar for å sikre mediemangfoldet, og dette må tillegges særlig stor vekt i spørsmål av stor betydning for mediene.

Om digitalisering av mediene

Mediebransjen var blant de første bransjene som tok i bruk digitale verktøy og digitaliserte sine produkter. I dag er bransjen blant de fremste i digital utvikling i verden, noe som reflekteres i at norske medieledere er ettertraktede foredragsholdere på mediekonferanser verden rundt.

Mediebransjen har derfor mye kunnskap og erfaring om digital økonomi og innovasjon.

Mediene er demokratiets infrastruktur

Norge er et tillitsbasert samfunn. Det er ett av landets store fortrinn. Høy kompetanse i befolkningen er et annet betydelig fortrinn. For begge disse fortrinnene er det en forutsetning at den norske befolkningen har et høyt mediekonsum, og at norske medier gjør en god jobb med å holde befolkningen informert gjennom nyhetsformidling og tilrettelegging av en god og konstruktiv samfunnsdebatt lokalt, regionalt og nasjonalt.

I et digitaliseringsperspektiv er det derfor viktig å ta vare på mediens mulighet og kapasitet til å produsere nyheter, aktualiteter og debatt. Mediene samfunnsoppdrag er både en sentral del av demokratiets infrastruktur og viktig for sentrale komparative fortrinn Norge har.

Nettnøytralitet må håndheves strengt

Mediemangfoldsutvalget, som leverte sin innstilling som NOU 2017: 7 *Det norske mediemangfoldet*, pekte i 7.2.5.4 på følgende:

«Etter utvalgets syn er det avgjørende at etablert tolkning og håndheving av prinsippet om nettnøytralitet videreføres, når EU-forordningen som er beskrevet i kapittel 4.5.4 gjennomføres i norsk rett.»

«Prinsippet om nettnøytralitet handler grunnleggende om likebehandling av trafikk på internett. For borgernes informasjonsfrihet og en velfungerende offentlig samtale er det

² NOU 2017: 7 *Det norske mediemangfoldet*, kap. 2.1.

viktig at ytringer fra ulike kilder har like muligheter for å nå frem til potensielle mottakere.»

Kommunal- og moderniseringsdepartementet skriver i Meld. St. 27 (2015–2016) *Digital agenda for Norge — IKT for en enklere hverdag og økt produktivitet* følgende:

«Nettnøytralitet og tilgang til ressurser på internett er en grunnleggende forutsetning for økonomisk, sosial, kulturell og demokratisk utvikling i et moderne samfunn.

Målet for regjeringens arbeid med nettnøytralitet er å sikre at internett fortsetter å være åpent og ikke-diskriminerende for alle typer kommunikasjon og innholdsdistribusjon.»³

«Regjeringen ønsker en reell nettnøytralitet og at målet om å beholde internett som en åpen og ikke-diskriminerende plattform i størst mulig grad blir sikret gjennom en felleseuropeisk ordning. Utviklingen bør imidlertid følges nøye, og supplerende nasjonale tiltak må vurderes ved behov innenfor rammene som den europeiske nettnøytralitetsreguleringen gir.»⁴

I meldingen sies det også at regjeringen vil at «ekommyndigheten skal videreføre en aktiv dialog om nettnøytralitet med ekombransjen, forbrukere, innholdstilbydere og andre interessenter.»⁵

Sitatene viser betydningen av prinsippet om nettnøytralitet for mediebransjen, og at regjeringen ønsker reell nettnøytralitet.

Offentlige data

God og enkel tilgang til offentlige data er avgjørende for at mediehusenes redaksjoner skal kunne fylle sitt samfunnsoppdrag. Den vesentlige journalistikken bygger i økende grad på å bearbeide og analysere store datasett.

For offentlige data må ambisjonen være at slike data i størst mulig grad er tilgjengelige. For at mindre aktører skal kunne kommersialisere slike data kreves tilgang til rådata på linje med det store kommersielle aktører selv har, eller kan kjøpe eller få via avtaler. Dette gjelder f.eks. kartdata, eiendomsdata fra kommunene, og også data fra SSB.

Dataene må være tilgjengelig i egnet format, volum og med nødvendig kvalitet i grensesnitt som er effektive og enkle å bruke.

Alt fra aksjonærregistre og eiendomsinformasjon til avviksmeldinger fra helseforetakene er opplysninger som burde tilgjengeliggjøres på helt andre måter enn i dag. Brønnøysundregistrene er etter hvert fullstendig utdatert. Der må man bestille pdf-utskrifter som epostvedlegg og betale for svært mye av det. Politiets økonomienhet forteller at de må vurdere om de har råd til å etterforske enkelte saker, fordi de må få godkjent bruk av penger på å hente ut utskrifter fra Brønnøysund.

Det kan synes som om mye bærer preg av et ønske om å gjøre forhåndsdefinerte tjenester så enkle som mulig å behandle for det offentlige, heller enn å sette brukernes behov i fokus. Dette vanskeliggjør mange journalistiske prosjekter, og er også kostnadsdrivende.

³ Kap. 26.

⁴ Kap. 26.

⁵ Kap. 26.

Regulatoriske rammer i Norge

De regulatoriske norske rammene må ikke være et hinder for at norske mediebedrifter kan samarbeide og slik konkurrere med internasjonale aktører på like vilkår.

Konkurranselov og andre lover og regler, herunder markedsdefinisjoner, må tilpasses dagens og morgendagens virkelighet. En situasjon hvor blant andre Google og Facebook gis fordeler basert på at de kan forholde seg til andre lover, eller ikke defineres som en del av det relevante markedet, er uholdbar og vil kunne skade mediemangfoldet.

Globale aktører – like vilkår

Norsk mediebransje konkurrerer på annonsemarkedet med internasjonale giganter som ikke betaler selskapsskatt til Norge, og som på den måten oppnår et vesentlig konkurransefortrinn. Utfordringen er at en lang rekke firmaer utnytter smutthull i lovverket og på lovlig vis flytter inntekter/overskudd til land hvor disse ikke beskattes eller beskattes svært lavt, slik at Norge og andre land mister store skatteinntekter. Dette utgjør også en konkurransemessig forskjellsbehandling i norske selskapers disfavør.

Også innenfor personvernområdet kan det være forskjeller mellom internasjonale selskaper og norske selskaper som bidrar til at norske selskaper har andre og mindre gode vilkår enn deres internasjonale konkurrenter.

Norge må bidra internasjonalt til at denne forskjellsbehandlingen opphører.

Digitale sosiale nettverk⁶ og digitale plattformer

Digitale sosiale nettverk har revolusjonert menneskers mulighet til å ytre seg og være i kontakt med andre mennesker over hele verden. De positive mulighetene er store: frie ytringer, vennskap, kunnskap og gjensidig forståelse.

Samtidig er de mørke sidene blitt mer og mer åpenbare. Sosiale nettverk brukes til trakassering, spredning av hatefulle ytringer og konspirasjonsteorier, overvåkning og manipulering av valg gjennom planmessig løgn og propaganda. Internett er ødelagt, som Karin Pettersson og Martin Gelin hevdet i boken *'Internet är trasigt: Silicon Valley och Demokratins kris'*⁷ i 2018. Selve demokratiet er kommet under press.

De sosiale nettverkene brukes av milliarder. Facebook alene har nå nesten 2,3 milliarder daglige brukere gjennom Facebook, WhatsApp, Instagram, og Messenger. YouTube, som eies av Alphabet (Google), har 2 milliarder aktive brukere og TikTok som eies av kinesiske ByteDance, og ble lansert utenfor Kina i 2017, har 500 millioner.

Redaktørstyrte medier er demokratiets infrastruktur. Deres mulighet til å finansiere journalistikk er under press, for en stor del fordi globale sosiale nettverk er blant de aller viktigste

⁶ Merriam-Webster (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20network>) definerer denne typen 'social network' slik: «an online service or site through which people create and maintain interpersonal relationships».

Globale sosiale nettverk er blant gigantene i «the Big Nine»: Google, Microsoft, Amazon, Facebook, IBM og Apple (G-MAFIA) fra USA, og fremover trolig i økende grad Baidu, Alibaba og Tencent (BAT) i Kina.

⁷ <https://www.tanum.no/internet-ar-trasigt--silicon-valley-och-demokratins-kris-martin-gelin-karin-pettersson-9789127158856>

konkurrentene til disse mediene. Det gjelder særlig for digital annonsering, men også for brukerinntekter og brukernes tid. Sosiale nettverk har fordeler av manglende eller utdaterte nasjonale og overnasjonale regler på en rekke områder, noe som gir ulike konkurransevilkår med nasjonale medieaktører.

De sosiale nettverkens voldsomme vekst og utbredelse betyr derfor store utfordringer for demokratiske samfunn, både fordi de potensielt kan brukes av udemokratiske krefter til å påvirke valg og andre demokratiske prosesser, og fordi de i mange tilfeller opptrer som tilnærmede monopoler med negative konsekvenser for reell konkurranse. Det er både nødvendig at det iverksettes tiltak for å bøte på de negative sidene og dermed styrke de positive sidene ved de sosiale nettverkene.

Det er fremmet en lang rekke forslag til tiltak i flere rapporter⁸. Redaktørstyrte medier er blant de fremste forsvarerne av ytringsfrihet, pressefrihet og informasjonsfrihet, og det er sentralt at tiltak rettet mot de negative sidene ved sosiale nettverks virksomhet ikke kommer i konflikt med disse frihetene.

Her presenteres forslag som MBL mener bør gjennomføres, basert på de utfordringene som kort er skissert.

Forslag til tiltak

Det er behov for omfattende tiltak for å avhjelpe de utfordringene som globale sosiale nettverks virksomhet utgjør. Her er de gruppert i seks kategorier.

1. *Definere en ny kategori aktør, i lovens forstand, som verken er utgiver eller distributør, med et tydelig juridisk ansvar for brukergenerert innhold som tilgjengeliggjøres.*
 - Globale sosiale nettverk som bl.a. Google, Facebook og YouTube må ta ansvar for innholdet de tilgjengeliggjør. De utgjør en egen kategori, som skal ha et definert juridisk medvirkeransvar for brukergenerert innhold som tilgjengeliggjøres. Dette er et hovedpoeng i Schibsteds rapport⁹. UKs regjering foreslår i sitt White Paper¹⁰ at «the regulatory framework should apply to companies that allow users to share or discover user-generated content or interact with each other online». En ny kategori muliggjør et tydelig juridisk medvirkeransvar for brukergenerert innhold som tilgjengeliggjøres, uten at sosiale nettverk gis status som utgivere. Forslaget er et nødvendig fundament for å få på plass en effektiv og presis regulering.
2. *Det er påvist en rekke negative effekter av måten sosiale nettverk virker på og hvordan de opptrer. Det er særlig to områder som peker seg ut, og som må granskes.*
 - Det må nedsettes et offentlig utvalg for å granske skjulte og falske påvirkningskampanjer og desinformasjon rettet mot demokratiske valg og demokratiske institusjoner, trakassering o.l. av politikere og offentlig ansatte, gjennom bruk av globale sosiale nettverk.

⁸ *Ensuring democracy and freedom of speech online – a need for a balanced regulation of social networks* (Schibsted, 2019); *Disinformation and 'fake news': Final Report* (House of Commons: Digital, Culture, Media and Sports Committee, HC 1791, 18 February 2019); *Online Harms White Paper* (HM Government, ISBN 978-1-5286-1080-3; 2019); *The Cairncross Review – A sustainable future for journalism* (12 February 2019).

⁹ *Ensuring democracy and freedom of speech online – a need for a balanced regulation of social networks* (Schibsted, 2019)

¹⁰ *Online Harms White Paper* (HM Government, ISBN 978-1-5286-1080-3; 2019)

- Konkurransemyndighetene må granske og overvåke de globale sosiale nettverkens dominerende posisjon på det digitale annonsemarkedet, for å vurdere om den hindrer åpen og fri konkurranse. Det må klargjøres i hvilken grad en mer aktiv bruk av gjeldende konkurranselovgivning kan sikre konkurranse på like vilkår i dette markedet, og i hvilken grad lovverket må endres/oppdateres.
3. *Oppdatere nasjonal og internasjonal lovgivning og tilsynsmyndighet.*
- Presisere de sosiale nettverkens medvirkeransvar etter oppdatert lovgivning og sørge for at de gjennomfører effektiv fjerning av ulovlig innhold etter varsel. Bygge videre på det notice and take-down-prinsippet som allerede følger av dagens e-handelsdirektiv og sørge for at dette blir mer effektivt.
 - Sosiale nettverk må ikke ha anledning til å fjerne eller endre redaktørstyrt innhold.
 - Brukere må gis informasjon om innhold man har hatt et aktivt forhold til (f.eks. gjennom lik og/eller del) og som senere er fjernet på grunn av at det er ulovlig.
 - Lage regelverk for politisk reklame som sørger for åpenhet om avsender og finansiering, uansett hvor reklamen publiseres. Bakgrunnen er det som er fremkommet rundt bl.a. Cambridge Analytica (nå Emerdata), Brexit og presidentvalget i USA. Internett er blitt den viktigste arenaen for politisk påvirkning, både åpen og skjult.
 - Definere og plassere et offentlig tilsynsansvar med delegert myndighet til å følge opp etterlevelsen av nytt regelverk.
 - Lover og regler må settes av EU, men tilsynsmyndighet må være nasjonal.
4. *Globale sosiale nettverk må pålegges å etterleve alminnelige krav til forsvarlig forretningsførsel.*
- Sosiale nettverk må etablere handlingsregler som skaper forutsigbarhet for nasjonale redaktørstyrte medier hva gjelder algoritmeendringer, indekseringspraksis, avtaler om bruk av innhold m.m.
 - Sosiale nettverk må oppgi til myndighetene hvor mye inntekter i Norge som kan knyttes til deres bruk av medieinnhold.
5. *Norske myndigheter må forsterke innsatsen overfor befolkningen knyttet til kunnskap om og forståelser for kritisk medieforståelse, kildekritikk og personvern.*
- Kunnskap og forståelse i befolkningen er det beste vern mot negative effekter. Innsatsen i skoleverket må rustes opp, og tiltak mot voksne må utvikles og iverksettes.
6. *Legge press på OECD om å komme frem til nye skatteregler, herunder utrede nasjonal skattlegging.*
- Det er stor enighet om at skatteregler for globale sosiale nettverk er mest effektive når de settes internasjonalt. OECD kom sent 2019 med et forslag¹¹ om et minstenivå på skatt, og 31. januar publiserte organisasjonen en uttalelse¹² hvor de 137 landene som deltar i forhandlingene forplikter seg til å bli enige om et nytt, internasjonalt skattesystem innen utgangen av året. Daværende finansminister Siv Jensen sa i januar 2020 at dersom en internasjonal skatteløsning for 'globale giganter' ikke er på plass i løpet av året, vil Norge ta egne skattegrep. MBL har tidligere tatt til orde for å nedsette et ekspertutvalg for å vurdere nasjonalt handlingsrom. Både uttalelser som de Siv Jensen kom med, og eventuelle nasjonale utredninger i Norge og andre land, vil legge press på OECD om å komme frem til gode løsninger.

¹¹ <http://www.oecd.org/tax/beps/public-consultation-document-global-anti-base-erosion-proposal-pillar-two.pdf.pdf>

¹² <http://www.oecd.org/tax/beps/statement-by-the-oecd-g20-inclusive-framework-on-beps-january-2020.pdf>

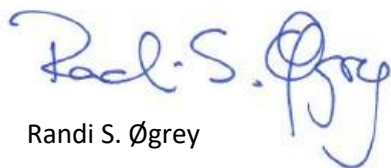
Avslutning

Avslutningsvis viser MBL til innspillene fra Schibsted, og støtter disse.

MBL ønsker også å ta aktivt del i det videre arbeidet med en nasjonal datastrategi, og ber om å bli høringsinstans.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING



Randi S. Øgrey

Adm. dir.