



Kultur- og likestillingsdepartementet

Vår dato 28.01.2026

Deres dato

Vår referanse

Deres referanse

## **MBLs konkrete innspill om fireårige styringssignaler 2027 – 2030**

*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 ca. 340 medlemsbedrifter med ca. 10.000 ansatte: ca. 210 mediehus, herunder 190 aviser hvorav 150 er lokalaviser. Andre mediehus er kommersiell allmennkringkasting, magasiner og lokal-tv. MBL representerer også virksomheter tilknyttet mediehusene, bl.a. avistrykkerier og distribusjonsselskaper. Medlemsavisene representerer ca. 97 % av det norske avisopplaget.*

## **Generelt**

Styringssignalene er lovfestet i lov om økonomisk støtte til mediene (mediestøtteloven):

### *§ 3. Fireårige styringssignal for mediestøtten*

*Regjeringen skal foreslå faste, langsiktige økonomiske rammer for NRK og de direkte tilskuddsordningene for mediestøtte gjennom fireårige styringssignaler. Forslag til styringssignaler legges frem for Stortinget i en budsjettproposisjon året etter stortingsvalg.*

MBL har derfor i flere omganger tidligere spilt inn forslag til Kultur- og likestillingsdepartementet. Dette innspillet utfyller og detaljerer i stor grad tidligere innspill. Vi kommenterer også temaer som ikke er en del av de direkte tilskuddsordningene for mediestøtte eller økonomisk ramme for NRK, fordi mediepolitikken de facto omhandler også disse temaene og krever oppmerksomhet fra departementet.

- Det er nødvendig at kravene som stilles til mediehusene i ulike mediepolitiske virkemidler balanseres opp mot redaktørens rett og plikt til å redigere mediet. Redaktørplakaten sier det slik: «... redaktøren [skal] 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.»
- Slik staten en gang bygget ut fysisk infrastruktur for strøm, vei og post, må den nå sikre den demokratiske digitale infrastrukturen for informasjon.

- Reguleringer må i størst mulig grad legge til rette for bransjesamarbeid, for å støtte opp under redaktørstyrte mediers evne til å finansiere journalistikk.
- Det er sentralt at reguleringer og bevilgninger som påvirker mediene må henge sammen og understøtte mediemangfoldet. Mediepolitikk omfatter mer enn mediestøtten. KUD må ta en koordinerende rolle i saker som ligger under andre departementer.
- God beskyttelse av opphavsrett, og håndheving av dette, er nødvendig.
- De fireårige styringssignalene må definere et gulv, ikke et tak, og må evalueres etter to år.
- Redaktørstyrte medier bør gis formell status som viktig samfunnsfunksjon, med tilhørende rettigheter.

## Momsfritak

- Mediepolitikk er også sikkerhetspolitikk. Uten uavhengig journalistikk svekkes informasjonsrobustheten, og samfunnet blir mer sårbart for desinformasjon. Skatte- og avgiftsregimet må derfor styrke de redaktørstyrte mediene på alle plattformer.
- Regjeringen må gjeninnføre plattformnøytralt momsfratak for nyhets- og aktualitetsmedier

## Mediestøtten

- Produksjonstilskuddet til frie medier har stått stille i realverdi siden 1994. I 2024 ble 424 millioner kroner fordelt på 162 aviser – samme nivå som for tre tiår siden, mens antallet mottakere har økt med rundt 45 %. Reell støtte per avis er dermed kraftig svekket.
- Gjør produksjonstilskuddet teknologinøytralt: ta med i grunnlaget alle reelle brukerinntekter som tilfaller mediet, uavhengig av plattform/delingsmodell, samtidig som dette ikke må påvirke andre mottakere negativt. Det kan gjøres gjennom å tilføre mer midler.
- Regjeringen må øke mediestøtten med 150 til 200 mill. kr, fordelt i hovedsak på
  - Produksjonstilskuddet har i nominell verdi stått stille i 30 år, mens det er kommet nesten 50 prosent flere mottakere inn i ordningen (bør økes med minimum 100 mill.)
  - Innovasjons- og utviklingstilskuddet (bør økes med 50 mill.)
    - Herunder tiltak for unge mediebrukere
- Institutt for Journalistikk (IJ) er norske mediers kurs- og kompetansesenter, og spiller en sentral rolle gjennom å tilby kurs og annen kompetanseutvikling til journalister. IJs tilbud er åpne for alle medier. Styrking av IJs mulighet til å tilby gode, relevante kurs vil være viktig for å øke kompetansen i bransjen. Bevilgningen til IJ bør derfor trappes opp.

## Allmennkringkasting

- En bedre balanse mellom NRK og de private redaktørstyrte mediene er ikke bare god mediepolitikk – det er en forutsetning for et robust demokrati. NRK må derfor pålegges å vurdere de konkurransemessige effektene av sitt tilbud, ikke bare i forbindelse med utvikling av nye tjenester, men også innenfor kjernevirksomheten. NRK må pålegges å teste sin virksomhet på NRK.no opp mot kringkastingsloven § 6-1 a og kringkastingforskriften § 6-2.

- NRK bør i større grad tilby innhold som private redaktørstyrte mediehus ikke tilbyr. I lys av kringkastingsloven § 6-1 a og kringkastingsforskriften § 6-2 må det stilles krav om reell økt samfunnsverdi for det som tilbys på NRK.no.
- NRK er en medie gigant i norsk sammenheng, og har store ressurser og høy kompetanse innenfor medieteknologi. En viktig måte å bidra til mangfold på vil derfor være å dele teknologi med kommersielle mediehus. Det vil være kostnadsbesparende for disse, og gi mange et teknologisk løft.
- Det bør lyses ut en ny konkurranse om en statlig avtale om kommersiell allmennkringkasting på TV når dagens avtale utløper. Den må utformes slik at den bidrar til økt mediemangfold.

### Offentlig annonsering

- Staten er blant landets største annonsører og har et særskilt ansvar for å bidra til et bærekraftig og mangfoldig medielandskap. Strategisk bruk av innkjøpsmakten flytter skattepenger til demokratiets informasjons- infrastruktur, og styrker statens tillit og landets mediemangfold.
- Staten må kartlegge hvor offentlige annonsemidler faktisk havner (globale plattformer vs. norske redaktørstyrte medier), bruke tildelingsbrev og styringsdialog til å prioritere redaktørstyrte medier i offentlig annonsering og byråvalg og utrede andelskrav for annonsering i redaktørstyrte medier.

### Digital Services TAX (DST)

- Globale tek-plattformer tar nesten halvparten av det norske annonsemarkedet, deres annonseinntekter i Norge var omtrent 13,5 mrd. kr i 2025. Konkurransen med redaktørstyrte medier skjer på ulike vilkår, og mediene mister annonseinntekter.
- For å dekke inn proveny til mediepolitiske tiltak må regjeringen utrede DST for globale tek-plattformer etter modell fra Canada.

### Dette bør ikke gjennomføres

- Krav om minst tre redaksjonelt ansatte for å kvalifisere for produksjonstilskudd.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING



Randi S. Øgrey

Adm. dir.