



Høringsuttalelse til

Det norske mediemangfoldet – en styrket mediepolitikk for borgerne

Intro

Stiftelsen Tinius representerer den største eierposten (25,1%) i det globale medieselskapet Schibsted. Stiftelsen ble etablert i 1996 etter et gavebrev av Tinius Nagell-Erichsen.

Stiftelsen skal blant annet påse at Schibstedkonsernet sikrer frie og uavhengige redaksjoner i konsernets aviser og øvrige datterselskaper med redaksjonell virksomhet, samt at Schibstedkonsernets utgivelser tilstreber kvalitet og troverdighet, og at de forsvarer verdier som trosfrihet, toleranse, menneskerettigheter og demokratiske prinsipper.

I henhold til vedtektene skal Stiftelsen Tinius ved behov arbeide for å påvirke de rammebetingelser som er vesentlige for å sikre frie og uavhengige redaksjoner. På denne bakgrunn tok vi blant annet initiativ, sammen med Amedia-stiftelsen, til kampanjen #Ettminutt for å øke bevisstheten om behovet for et mediemangfold i Norge og lanserte denne i tilknytning til utvalgets rapport (se mer her <https://www.ettminutt.no>).

Stiftelsen Tinius er også en av de finansielle fødselshjelperne bak nyetableringen Faktisk.no – nettopp for å bidra til å sikre grunnlaget for troverdige medier og en offentlig opplyst samtale i Norge, noe vi mener er en viktig oppgave for alle samfunnsaktører å bidra til.

Vi i Stiftelsen Tinius ønsker derfor å kommentere noen av forslagene til en ny mediepolitikk som Mediemangfoldsutvalget (MMU) har lagt frem.

Bakgrunn:

Vi stiller oss i utgangspunktet bak utvalgsleder Knut Olav Åmås' innledende ord i rapporten: *den helt spesielle situasjonen norsk journalistikk befinner seg, trengs det en særlig omfattende offentlig innsats – av hensyn til samfunnet selv. Og det haster.*

Situasjonen for den frie journalistikken er ikke særegen for Norge. Det samme budskapet understrekes også i den svenske Medieutredningen, av Anette Novak, utrederens leder, i hennes innledning: *"Medierna kämpar allt intensivare med att försvara sitt värde.(...) Och samhällseffekterna blir allt tydligare: 1) Polariseringen och desinformationen ökar – det är allt svårare att skilja sant från falskt. 2) Fler och fler attraheras av förenklade politiska budskap, halvsanningar och ibland rena lögnar. 3) Allt färre kommuner saknar journalistisk närvaro. (...) Om vi inte lyckas stärka medielandskapet är det inte bara kultur- och medieområdet som drabbas. Det är hela den svenska demokratin. Om vi inte avsätter medel*

nu, risikerer vi ändå att få betala fram- över, i form av skattemedel som försvinner i vanstyre och korruption. (se http://www.mediutredningen.se/wp-content/uploads/2016/11/SOU_2016_80_webb.pdf)

Situasjonen for de norske redaksjonene er resultat av særlig to ulike prosesser: Nye, digitale måter å samle og spre informasjon på, og et nytt konkurransebildet. Digitaliseringen åpner for utvikling og behov for ny kompetanse – og som sådan medfører den nyskaping og nye muligheter. Derimot stiller saken seg annerledes for den andre megatrenden; det nye konkurransebildet der de globale teknologiselskapene henter ut store inntekter uten offentlighetens innsyn og uten fiskale eller øvrige bidrag til det samfunnet de opererer i. Dette representerer slik vi ser det noe dysfunksjonelt, undergraver skattesystemets hensikt og legitimitet og stiller særlig krav til utvikling av ny skatte- og avgiftspolitik.

I en kronikk Stiftelsen Tinius nylig formulerte sammen med Schibsted i forbindelse med vår felles nyskaping "Power of Journalism", trekker vi frem faren for blindsoner i nyhetsbildet, slik det også fremkommer i MMUs rapport:

(<http://www.aftenposten.no/meninger/debatt/Journalistikk--for-samfunnets-skyld--Kjersti-Loken-Stavrum-og-Rolv-Erik-Ryssdal-622090b.html>).

Ulempen med fravær av journalistikk er at det ikke er mulig å telle den, eller måle konsekvensene av det - i alle fall ikke på relativt kort sikt.

Hvis en journalist likevel *ikke* graver for å finne ut hvorfor et barn som ble overført til barnevernets omsorg fikk det enda vanskeligere etterpå (<http://www.skup.no/wp-content/uploads/2017/03/metoderapport-glassjenta-stavanger-aftenblad.pdf>),

når en journalist *ikke* spør og graver etter idrettstoppenes reiseregninger (<http://www.skup.no/wp-content/uploads/2017/03/vg-nndels-npenhet-metoderapport.pdf>),

eller når en redaksjon *ikke* digitaliserer og analyserer hundrevis av håndskrevne notater fra sykehusenes tvangsprotokoller som i sum viser omfattende ulovlig bruk av tvang i psykiatrien (http://www.skup.no/wp-content/uploads/2017/03/vg_psykiatriavslringen-metoderapport.pdf),

- hvordan skal vi måle samfunnseffekten av det?

Vi kan kanskje måle fravær av innsyn, åpenhet og journalistisk ettersyn i lavere tillit til våre demokratiske institusjoner. Men dette vil vi eventuelt se først når det har gått lang tid, og først når de reelle konsekvensene ved et slikt fravær av journalistikk er så store at de er vanskelig å få kontroll over igjen.

Mye kan sies om journalistikkens viktige rolle for samfunnet, og flere – også utenfor mediebransjen - gjør det. Men vi bør være klar over at det nok vil være en viss lettelse og tilfredshet i mange deler av samfunnet over at man i stadig mindre grad risikerer å bli ettergått av og konfrontert med kritisk journalistikk.

Derfor er vi i Stiftelsen glad for at Regjeringen har formulert sitt mål på medieområdet slik: *"Hovedmålet for Regjeringens politikk for redaksjonelle medier er derfor å fremme god nyhetsproduksjon og en bredt anlagt offentlig samtale i dagens og framtidens digitale mediasamfunn"* <https://www.regjeringen.no/no/tema/kultur-idrett-og-frivillighet/film-og-medier/innsiktsartikler/mediepolitikk/id766352/>.

De nevnte journalistiske eksemplene ovenfor har alle vunnet journalistiske priser dette året. SKUP-juryleder (Stiftelsen for en Kritisk Undersøkende Presse) Bernt Olufsen sa under årets utdeling at kvaliteten på de beste undersøkende prosjektene øker fra år til år:

"Jeg vil si at i år er nivået på de femten beste arbeidene utrolig høyt og jevnt". Olufsen la likevel til: *"Vi lar oss ikke lenger overraske av maktapparatenes utrettelige motstand mot å la offentligheten få innsyn i det de driver med. De lærer aldri. Også i år er metoderapportene deprimerende lesning hva angår synet på offentlighet i forvaltningen. Et syn som ofte går på tvers av de uttalte politiske målsettinger"* (<https://berntoluf.wordpress.com/2017/04/02/skup-er-ingen-spok/>).

Det kan synes som et paradoks at kvaliteten i journalistikken hevdes å ha øket i en situasjon som generelt oppfattes som krevende og urovekkende, sterkt preget av nedbemanninger i redaksjonen over flere år. Slik vi ser det, gir denne observasjonen et bilde av en bransje som er kompetent og fremoverlent i møte med de nye digitale rammebetingelsene – men som må prioritere vekk stadig mer, fordi den omfattes av en forretningsmodell som ennå ikke har fått tilstrekkelig fotfeste, selv om inntekter fra digitale abonnementsmodeller viser en positiv tendens.

Den gode journalistikken vil i fremtiden vise seg mer som enkeltstående prosjekter av stor dagsordensettende betydning, men den løpende overvåkingen av samfunnet forsvinner. Blindsonene blir derfor større.

Kommunal Rapport presenterte i februar i år en undersøkelse av journalistisk dekning av lokalsamfunnene i Norge. Den viste at 15 prosent av kommunene sjelden eller aldri har besøk av journalister på kommunestyrene eller formannskapsmøter. I saken om dette, siteres svaret fra Søndre Land som "typisk": *Vi hadde alltid besøk av journalist fra Oppland Arbeiderblad på kommunestyre- og formannskapsmøtene før. Plutselig sluttet de å komme. Ble vi offer for en intern prioritering fra avisens side? Var vi ikke lenger interessante? En gang kom selveste NRK på besøk i et formannskapsmøte, med kamerateam og det hele. Hvilken sak var det som interesserte dem så veldig? Jo, en dispensasjonssøknad fra Sissel Kyrkjebø.*

Reduksjonen av journalistisk kraft og derpå endrede prioriteringer rammer alle lokalsamfunn, ikke bare dem som er langt unna Oslo. Kommunal Rapport viser til at *"store kommuner rundt Oslo har lite besøk av journalister på politiske møter. Oppegård er en av dem. Rælingen med sine 17.000 innbyggere ser nesten aldri en journalist. Ikke på budsjettmøtene engang"*. Slik beskriver ordfører Øivind Sand (ap) i Rælingen situasjonen: *– Det er veldig avslappende og lettvtint ikke å ha journalister på møtene. Likevel savner jeg det. Bedre mediedekning ville skjerpet og styrket demokratiet.*

Videre: *Skedsmo, Oppegård og Lørenskog oppgir også at de sjelden ser lokalavisa Romerikes Blad eller andre medier på politiske møter. – Vi sender kommunestyremøtene på nett-TV, er*

på Facebook og lager brosjyrer, men det blir ikke det samme, sier Sand.

Men også Oslo, hovedstaden, er påvirket av det nye mediebildet. Eller som Raymond Johansen konkluderte da han kom tilbake til Oslo-politikken som byrådsleder i 2015 – etter at han 20 år tidligere hadde vært samferdselsbyråd i Ap/SVs byråd; *"Vi har en mediekrise som fort kan bli en demokratikrise. Samtalen om løsninger må starte nå."* I en kommentar i Dagens Næringsliv skrev han at *"Politikerne i Oslo styrer over 60 milliarder kroner på vegne av fellesskapet, men svært lite av dette følges av media. Ved forrige kommunevalg deltok kun 65,1 prosent av innbyggerne i Oslo i valget. Beslutningene som fattes i bystyret er viktig for byens innbyggere, men svært få har et forhold til det. Det er et voksende demokratisk problem."* <https://www.dn.no/meninger/debatt/2015/08/24/2144/Kronikk/farlig-mediekrise>

Raymond Johansens påstand; at samtalen om løsninger må starte nå, er allerede to år gammel.

Medieutviklingen kan til dels illustreres ved et enkelt søk på referansen *Bystyret i Oslo* i Retriever. I løpet av 1995 publiserte Aftenposten 840 papirartikler om *Bystyret i Oslo*. Ti år senere, i 2005, var tallet redusert til 490 artikler om *bystyret i Oslo*. Og i løpet av valgåret 2015 publiserte aftenposten 289 papirartikler om *bystyret i Oslo*, ifølge Retriever.

MMUs forslag:

Slik vi i Stiftelsen Tinius oppfatter det, har MMU lagt frem en rekke tiltak ment som en *helhetlig* pakke som skal sees i sammenheng og som slik skal sikre tilbudet av et mangfold av medier. Vi ønsker derfor ikke å løfte ut noe på bekostning av noe annet.

Men vi vil kommentere noen få elementer fra tiltakslisten:

Fravær av arbeidsgiveravgift er slik vi ser det et svært godt egnet og det beste foreslåtte tiltaket for å styrke mediehusene og deres redaksjonelle virksomhet. Å redusere personalkostnadene vil gjøre det billigere å treffe målet; nemlig sikre produksjon av journalistikk uten politisk styring, utvikling av teknologiske løsninger og digital formidling samt innovasjon av kommersielle løsninger basert på journalistisk virksomhet.

Et slikt grep vil treffe bredt, bygge opp under produksjon av journalistikk generelt og sikre mediehusene frihet og uavhengighet fra offentlige myndigheter. Det vil medføre en generell tilrettelegging for et mangfold av medier som lager journalistikk basert på Redaktørplakaten og Vær Varsom-plakaten.

Mediebransjen er en markørbransje i den forstand at viktige trender i arbeidslivet treffer mediebransjen tidlig. Vi ser allerede interessante og viktige innslag av journalistikk basert på roboter, særlig NTB og Kommunal Rapport har vært innovatører på området. Roboter vil øke kapasiteten i mediehusene. I samfunnet for øvrig vil automatisering bli en megatrend de neste årene. Robotar, eller kunstig intelligens, vil overta (og fornye) funksjoner i en lang rekke bransjer, selv om antagelsene om hvor mange jobber som faktisk vil forsvinne på

grunn av dette, spriker stort. I lys av robotiseringen kan det uansett fremstå som et paradoks – og over tid være uønsket - å legge en ekstra skatt på menneskelig arbeidskraft.

MMU har anslått at det å fjerne arbeidsgiveravgiften har en prislapp på 500-600 millioner kroner. Slik vi ser det, kan en slik avgiftsreduksjon også betraktes som en kompensasjon for det konkurransefortrinnet de globale teknologiselskapene nyter ved at de konkurrerer om de samme reklameinntektene, men ikke betaler skatt for de anslagsvis fire-fem milliardene NOK de henter ut av det norske markedet (<http://www.dn.no/etterBors/2016/04/20/2149/Medier/-er-svidt-i-startgropen>). Basert på disse antagelsene er det anslåtte skattetapet for Norge ca 0,5-1 milliard NOK årlig, jfr. høringsuttalelsen fra Schibsted Media Group.

En tilsvarende vurdering av konkurransebildet fremkommer i den ferske rapporten fra Nordicom, betalt av Kulturdepartementet, Nordisk Ministerråd og Nordicom: *Den här utvecklingen har hittills fått störst konsekvenser i Sverige och Danmark, där utomnordiska digitala plattformar uppskattningsvis svarade för över 60 procent av de digitala reklaminvesteringarna under 2016. Det var väsentligt mer än i Norge där andelen uppgick till omkring 45 procent. I såväl Sverige som Norge svarade utomnordiska plattformar för i princip hela den samlade tillväxten i de digitala reklaminvesteringarna under både 2015 och 2016. Mycket pekar på att situationen varit densamma även i Danmark. Det innebär sammantaget att nordiska annonsörer investerade uppskattningsvis 2,2 miljarder euro i utomnordiska digitala reklamplattformar under 2016. Det var ungefär 30 procent mer än bara ett år tidigare.* <http://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/kampen-om-reklamen>.

At de store teknologiselskapene ikke gir informasjon om vesentlige tall som inntekter fra de landene de opererer i og heller ikke bidrar med skatt slik deres nasjonale konkurrenter gjør, rammer delvis mediebransjen som sådan, men treffer skattegrunnlaget for velferdsstaten med voldsom kraft (<http://www.wired.co.uk/article/facebook-apple-tax-loopholes-deals>).

Vi i Stiftelsen Tinius har allerede for tre år siden slått alarm om dette, men registrerer en nærmest fraværende politisk interesse i Norge for å finne løsninger på dette store problemet. Heller ikke MMUs rapport går inn i denne problematikken på en tilfredsstillende måte. Andre land, som i Frankrike og Storbritannia, har dette fått langt mer betimelig oppmerksomhet.

Slik vi ser det, uthuler de store teknologiselskapene grunnlaget for rettferdig konkurranse med de nasjonale aktørene på samme arena. Norge (i likhet med alle øvrige land disse opererer i) er iferd med å bli digitale kolonier under disse teknologiselskapene. Dette rammer velferdsstatens fundament. Utviklingen bidrar også til å skyggelegge den grunnleggende innsikten om hvilket samfunn vi lever i. Grunnlaget for samfunnsnyttig og relevant statistikk som nettopp bidrar til et faktagrunnlag for en offentlig, opplyst samtale forsvinner inn i dette globale, digitale lokket som legger seg over stadig flere bransjer i samfunnet vårt.

Vi mener det er naturlig at denne skattetematikken **løftes frem som en isolert sak** i kjølvannet av behandlingen av MMUs innstilling. Norge er dessverre ikke alene om å være passive på dette området. Selv om en rekke land gir uttrykk for frustrasjoner og misnøye med utviklingen. Norge kan i så måte bli et foregangsland. OECDs skattereform BEPS (*Base*

Erosion and Profit Shifting) vil, slik vi oppfatter det, dessverre heller ikke løse dette problemet, fordi teknologiselskapene ikke antas å bedrive *verdiskapning* i de enkelte land.

Vi slutter oss derfor til rådet som bl.a. fremkommer i Civita-notat 10-2017

Selskapsbeskatning og skatteplanlegging om at Norge må gjøre det som er mulig på nasjonalt og internasjonale plan for å hindre omgåelser, blant annet ved å følge opp i norsk lovgivning internasjonale anbefalinger til regler og prinsipper (<https://www.civita.no/publikasjon/selskapsbeskatning-og-skatteplanlegging>).

Til overmål innebærer den stadig mer omfattende bruken av feks Facebook fra både det offentlige Norge (inkludert NRK) og politikerne, til at selskapet skaffer seg stadig bedre digitale data – også om norske borgeres politiske holdninger – som igjen brukes til å konkurrere med norske bedrifter som ellers bidrar til å opprettholde grunnlaget for en velferdsstat og demokratiet vårt og som fyller et samfunnsoppdrag. For mediebransjen innebærer dette at selskaper som Facebook kan benytte disse dataene til å overta det norske reklamemarkedet, som igjen svekker det norske mediemangfoldet. Dertil skal det også bemerkes at annonser fra det offentlige i norske aviser var et de facto verdifullt bidrag til mediehusene. Nå er disse å finne via de globale techselskapene.

Tilskudd til innovasjon vil fortsatt være avgjørende for både små og store mediehus fremover. Også dette er for øvrig blitt et område preget av paradokser, som så mye annet i forbindelse med digitaliseringen av mediehusene. Der Innovasjon Norge knapt har bidratt med noe (anslagsvis NOK 800.000,- til mediehusene, kilde MBL), har Google så langt gitt mer enn 23 millioner kroner til digital modernisering av norsk journalistikk. Disse målrettede tilskuddene gir flere tolkningsmuligheter, men viser utvilsomt stor kreativitet og evne til å utvikle så interessante digitale prosjekter i mediehusene at et selskap som Google prioriterer å støtte dem.

Vi vil imidlertid på det sterkeste understreke at slike innovasjonstilskudd og lignende støtteordninger for enkeltjournalistikk (jfr MMUs forslag om å etablere en støtteordning for samfunnskritisk journalistikk) kun må være ad hoc-tiltak. Slik vi ser det, må mediepolitikken legge til rette for en løpende, kvalitetsbasert journalistisk overvåking av samfunnet, basert på kontinuerlig arbeid i redaksjoner/miljøer med en kritisk masse medarbeidere. Det er dette som må være fundamentet i et bærekraftig mediemangfold.

Bedre statistikk for mediepolitiske beslutninger er et naturlig og nødvendig tiltak som vi tar for gitt at departementet tar tak i. En kvalitativ og kvantitativ overvåking av situasjonen for mediemangfoldet i Norge - og effekten av politiske virkemidler - er avgjørende for å sikre et felles diskusjons- og beslutningsgrunnlag. Vi antar at det vil være en naturlig oppgave å pålegge et modernisert Medietilsynet å utvikle en slik løpende faktabasert kunnskapsbase over medieutviklingen.

Finansiering: Her viser vi til høringsuttalelsen fra Schibsted som vi slutter opp om. Schibsted viser til at: *Mediemangfoldsutvalgets nye forslag, som ikke allerede er vedtatt av Stortinget, har en ramme på 648 – 700 MNOK. 500 – 600 MNOK av dette er provenytapet knyttet til*

forslaget om fritak fra arbeidsgiveravgift. Utvalget slår fast at omfordeling innen dagens rammer ikke er tilstrekkelig og at det er et behov for å «oppgradere ambisjonene».

Schibsteds forslag, som vi støtter, er å utrede en løsning der for eksempel den nye statsstøtten til en kommersiell allmennkringkaster og det direkte produksjonstilskuddet, i dag totalt ca. 450 MNOK, flyttes fra statsbudsjettet til finansiering gjennom et mediefond.

Og videre: En finansieringsmulighet direkte inn i statsbudsjettet kan, som Mediemangfoldsutvalget drøfter, være å bruke mva på NRK-lisensen som instrument. Bare merprovenyen for økningen i mva-satsen for NRK-lisensen fra åtte til ti prosent i 2016 ble på 100 MNOK. Vi antar at det vil være begrenset politisk begeistring for å «øremærke» hele provenyen av NRK-mva, ca 560 MNOK, til mediesektoren, ganske enkelt fordi disse pengene for lengst er absorbert i statsbudsjettet. Effekten av den omtalte økningen i sats fra 2016, eller merproveny som konsekvens av ytterligere sats-økning, mener vi derimot det er gode grunner for å disponere i andre deler av bransjen.

Avslutning:

Nedbemanningen i redaksjonene har nå pågått over mange år, evnen til kritisk journalistisk overvåking av samfunnet mener vi er blitt påtagelig svekket.

Til tross for at digitaliseringen legger til rette for en ytringsfrihet vi aldri tidligere har erfart, til tross for at digitale gratisverktøy gjør det mulig for alle å bli sin egen redaktør, ser vi ingen tegn til naturlige arvtagere til den jobben hovedsakelig mediehusene og primært journalistikken gjør for demokratiet og dens maktutøvere.

Tvert imot ser vi klare tegn til at det i mindre grad skapes en felles dagsorden, og at viktig informasjon som skal bidra til en offentlig, opplyst samtale og meningsdannelse fundert i så gode fakta som mulig, ikke når ut til dem som trenger den.

Journalistikk er et felles gode, fellesskapet rammes av fravær av løpende journalistikk. Det påligger derfor politikerne et stort ansvar å bidra med konstruktive løsninger.

Og det haster.

Oslo, 23. juni 2017



Kjersti Løken Stavrum

Administrerende direktør

Ole Jacob Sunde (sign)

Styreleder