



Medietilsynet

Klikk her for adresse.

innspill@medietilsynet.no

Vår dato 24.03.2021

Deres dato

Vår referanse

Deres referanse

Innspill til arbeidet med rapport om de direkte tilskuddsordningene for mediestøtte og rapport om NRK og mediemangfold

Vi viser til møte 15.03.2021, hvor vi ble bedt om å levere skriftlige innspill innen 24. mars til Medietilsynets arbeid med rapport om de direkte tilskuddsordningene for mediestøtte og rapport om NRK og mediemangfold.

NRK og mediemangfold

Innledningsvis vil vi vise til rapporten *NRKs bidrag til mediemangfoldet* (heretter kalt *rapporten*) fra 2018. Våre kommentarer i vårt hørings svar til denne viser hvilke hensyn det er viktig å ivareta i den nye rapporten.

Deretter vil vi ha noen konkrete innspill basert på mandatet Medietilsynet har fått fra Kulturdepartementet.

Om rapporten *NRKs bidrag til mediemangfoldet (2018)*

En analyse av NRKs rolle og innflytelse i mediemarkedet må ta utgangspunkt i en omfattende og dyp analyse av mediemarkedet. Det sentrale er hvordan NRKs innhold påvirker tilbudet fra private mediehus.

Her valgte man i rapporten, og de underliggende forskningsrapportene, å avgrense på måter som i vesentlig grad svekket rapportens konklusjoner:

1. Det tegnes i hovedsak et øyeblikksbilde. Dersom analysen skal ha forklaringskraft må utviklingen over tid analyseres.
2. Rapporten fokuserer kun på NRKs nettilbud. Verken den samlede effekten av NRKs tilbud, og eller effekten av NRKs krysspromotering av nettilbudet via TV og radio er vurdert. Da tas ikke NRKs fulle konkurransekraft med i analysen.
3. Substituttanalysen er mangelfull. Drøftingen av i hvilken grad NRK er et substitutt treffer dårlig. Det ble ikke undersøkt om NRK faktisk er en gylden middelvei for brukere som har en høyere terskel for å betale for innhold.

4. Rapporten legger et snevert konkurranseøkonomisk perspektiv til grunn for analysen: «I konkurranseøkonomisk analyse er fokus først og fremst på konkurransen og ikke hvordan konkurrentene påvirkes.»¹ Rapporten drøfter i for liten grad NRKs effekt på andre aktører.
5. Rapporten fokuserer ikke på den effekten NRK har på de private mediehusenes største konkurrenter på annonsemarkedet, spesielt Facebook. NRK bidrar med trafikk, brukerdata og kredibilitet til denne aktøren, som tar en stor og økende andel av det digitale, norske annonsemarkedet. Rapporten ser også helt bort fra at samspillet mellom NRK og aktører som Facebook i seg selv er egnet til å påvirke konkurransen overfor de private mediene.
6. Det var feil å nedtone annonseutfordringen fra analysen. De private mediehusene har mistet flere milliarder kr i annonseinntekter på få år, og det har selvsagt betydning for hvilke muligheter de har til å svare på konkurransen fra NRKs tilbud.
7. Det legges svært grove mål på om «tilbudet til publikum svekkes». Rapporten synes å mene at så lenge ingen aviser går inn eller svekkes vesentlig er ikke tilbudet svekket.

Konkrete innspill til rapport om NRK og mediemangfold

1. Analysen må ta utgangspunkt i hvilke effekter NRK har på tilbudet til publikum, og bør være både kvantitativ og kvalitativ. Den kvalitative delen bør minst omfatte intervjuer med redaktører fra private medier i Norge. Det bør vurderes å gjøre intervjuer i Sverige, Danmark og Finland for å kunne sammenligne.
2. NRKs aktivitet bidrar på flere områder til at det er mer krevende å finansiere journalistikk for private medier, og dette må med i analysen:
 - a. NRKs tekstbaserte aktivitet på nrk.no
 - b. Tredjepartsplattformbruk – Facebook, YouTube m.fl.
 - c. Nye forretningsområder – f.eks. podcast
3. NRKs voksende dominans i mediemarkedet må vurderes. NRK vokser relativt sett i forhold til de private mediene. Finansieringen av private medier er svekket, mens NRKs finansiering er stabilt økende.
4. Endringene i mediemarkedet de siste årene har vært omfattende, og det må reflekteres i analysen.
5. Det må gjøres en empirisk basert konkurranseanalyse/substituttanalyse av NRKs nasjonale tilbud, og et utvalg regionale, digitale nyhets- og aktualitetstjenester. Herunder må man vurdere eventuelle negative effekter på mediemangfoldet av konkurransepresset fra NRK. Det bør også gjøre en konkurranseanalyse av andre av NRKs tjenester og sammenlignbare innholdstilbud.

¹ Rapporten, side 165.

6. Effekten av NRKs tilbud på annonsemarkedet for private medier bør analyseres og vurderes.
7. Analysene bør, der det lar seg gjøre og er hensiktsmessig, basere seg på data som dekker de siste ti årene. Grunnen er at avismediehusenes annonseøkonomi er kraftig svekket i denne perioden, mens NRKs relative styrke er økt. Det er viktig å få belyst situasjonen før de store endringene med hensyn til annonsering, sosiale medier og mediebruk vi har sett de siste årene skjedde.

De direkte tilskuddsordningene for mediestøtte

Om mediestøtteordningene

Det prinsipielle utgangspunktet for mediestøtten er at løpende nyhetsformidling og samfunnsdebatt er en nødvendig betingelse for et demokrati. Mediestøtte er ikke næringsstøtte, men demokratistøtte.

Den største styrken til det norske samfunnet er at vi har høy tillit til samfunnsinstitusjonene, både offentlige og frivillige forvaltningsorganer, institusjoner og organisasjoner. Det gjør også at vi har tillit til hverandre som mennesker. Uten journalistikk som setter kritisk søkelys på alle deler av samfunnet, og som er med på å skape et transparent samfunn, vil tillitssamfunnet gradvis forvitte. Derfor er det viktig og nødvendig med gode og treffsikre mediestøtteordninger.

Geografisk mangfold er viktig, men samtidig er det et viktig aspekt ved mediemangfoldet at det også finnes riksspredte, nasjonale mediehus med en redaksjonell profil innrettet mot viktige nisjer. Tilliten til mediene og den offentlige samtalen påvirkes av om alle legitime politiske grupperinger opplever at de får sine perspektiv belyst i samfunnsdebatten. Endringer i ordningene må ikke føre til at mangfoldet disse mediehusene representerer blir svekket.

Mediestøtten utgjør små beløp på statsbudsjettet, der samfunnet får svært mye igjen for pengene. Det er viktig at pris- og lønnsjusteringen videreføres, og at ordningen tilføres mer penger som følge av nyetableringer av nr. 2-medier.

I en situasjon hvor mye er uforutsigbart må mediestøtten må være mest mulig forutsigbar og ubyråkratisk. Prosjektstøtte bør unngås, da dette både krever ressurser hos mediene for å søke og fordi slike midler ikke bidrar til en forutsigbar driftssituasjon.

Innspill til arbeidet med rapport om de direkte tilskuddsordningene for mediestøtte

1. Mediestøtten må evalueres for å avdekke om den fungerer etter hensikten. Det er lenge siden ordningen ble grundig evaluert. I en situasjon hvor mediebruken blir mer og mer digitalisert er det viktig at ordningen ikke virker konserverende.

2. Produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedium har i dag en opplagsgrense på 6000 for tilskudd til alene- og nr. 1-medier. Bakgrunnen for grensen er at tidligere, da annonseinntekter var vesentlig del av samlet inntekt, anså man at med opplag over 6000 hadde slike medier en samlet inntekt som muliggjorde en økonomi hvor støtte ikke var nødvendig. Situasjonen nå er en annen. Brukerinntekter er blitt den viktigste inntekten, og annonseinntektene svekkes år for år. Opplag over 6000 er derfor ikke lenger en indikasjon på at støtte ikke behøves for å opprettholde et godt tilbud til brukerne. Grensen bør derfor vurderes hevet.
3. Ytterligere styrking av produksjonsstøtten til mindre lokalmedier må skje ved å tilføre ordningen mer penger, ikke ved å omfordele.
4. Støtten til nr. 2-medier: Det vil komme en rekke nye nr. 2-medier inn i ordningen fremover, noe som vil gå på bekostning av de som er i ordningen i dag. Rammen bør derfor økes om målene med ordningen skal opprettholdes.
5. Innovasjonsstøtten bør evalueres med tanke på måloppnåelse og om ordningen generelt er hensiktsmessig.
6. Støtten til lokale lyd- og bildemedier: Støtte til digitalisering av lokalradio bør skilles ut som en egen støtteordning med friske penger, slik at denne støtten ikke innebærer redusert støtte til de øvrige mottakerne. Det bør vurderes å endre deler av støtten til lokale lyd- og bildemedier slik at deler av støtten gis i form av fast driftsstøtte til de tv-stasjonene som har konsesjon for sending i Riks-tvs nett. Støtte til programproduksjon bør gjennomgås, slik at søknadsfrister, behandlingstid og utbetalingstid tilpasses stasjonenes driftsmessige situasjon på en bedre måte enn i dag.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING



Randi S. Øgrey

Adm. dir.