



Oslo, 19. november 2015

HØRING OM MELD. ST. 38 (2014-2015) *OPEN OG OPPLYST – ALLMENNKRINGKASTING OG MEDIEMANGFOLD I FAMILIE- OG KULTURKOMITEEN 19.11.2015*

Om Mediebedriftenes Landsforening (MBL)

MBL representerer 324 medlemsbedrifter i hele mediebransjen, både de største og de minste: avisbedrifter, ukepresse, fjernsynsselskaper, annonsesamkjøringer, konsern og driftsselskaper, trykkerier, distribusjonsselskaper og andre.

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.

Viktig for mediemangfoldet

Bakteppet for meldingen er en medieutvikling hvor aktører som tidligere i liten grad konkurrerte direkte nå møtes på en felles arena: den digitale. Digital produksjon og distribusjon har snudd opp ned på publikums bruksmønstre, og dermed også på betalingsstrømmene i bransjen. NRKs rammer handler dermed også om fremtiden for norsk, betalt innholdsproduksjon.

MBL mener at meldingen har en rekke gode forslag, som er i tråd med de innspill vi hadde. Den slår blant annet fast at det må være balanse mellom private og offentlig finansierte medier, viktigheten av at det eksisterer et kommersielt allmennkringkastingstilbud og betydningen av å sikre rammevilkår som legger til rette for en innovativ og konkurransedyktig kommersiell mediesektor. Vi opplever at det er bred enighet både i bransjen og på Stortinget om mye i meldingen.

Mediemangfold og NRK

MBLs kanskje viktigste innspill til Kulturdepartementet i arbeidet med meldingen var at NRK må ha et selvstendig ansvar for å bidra til det norske mediemangfoldet – at NRK må ha plikt til selv aktivt å vurdere de konkurransemessige effektene av sitt tilbud, ikke bare i forbindelse med utvikling av eventuelle nye tjenester, men også innenfor kjernevirksomheten.

Dette slås også fast i meldingen. Nå får NRK derfor et helt annerledes måleinstrument. NRK skal måles på om man bidrar til økt mangfold. Det kan føre til at de slutter å gjøre noe – fordi andre gjør dette mer enn godt nok – og det kan føre til at de begynner å gjøre noe – fordi andre ikke gjør det i det hele tatt. Dette er en helt ny måte å tenke på som NRK må ta inn over seg.

NRK er i dag svært konkurranseorientert i forhold til de øvrige aktørene i bransjen. NRK vurderer rating som andre – klikk som andre – seertall som andre. Dette kan ikke være det eneste man måler NRKs suksess på. Samfunns- og næringslivsforskning AS ved NHH sier det slik¹:

"NRK sin rolle som allmennkringkaster innebærer at de ikke bør ha som målsetting å ha flest mulig lesere til enhver tid, men at de i stedet bør opptre på en måte som bidrar til størst mulig mangfold og bredde totalt i markedet og dermed bidrar til et gunstig totaltilbud for leserne på nettet."

¹ SNF-rapport 02/15: Konkurransemessige virkninger av noen utvalgte NRK-tjenester. Side 106.

NRK er en medie gigant som både har stor makt og stor gjennomslagskraft. NRK må utøve sin virksomhet med et svært bevisst forhold til hvilke konkurransemessige effekter virksomheten har på det kommersielle markedet. Det ville være svært betenkelig om statlig medievirksomhet skulle utkonkurrere private medieaktører som er viktige for demokratiet. Det må etableres rapporteringsrutiner for å vurdere de konkurransemessige virkningene av sitt tilbud, ikke bare ved eventuell etablering av nye tjenester, men også innenfor kjernevirksomheten. Det må også etableres ordninger hvor NRK aktivt støtter opp om kommersielle mediers virksomhet, for eksempel gjennom tilgang til arkivstoff, deling av innhold, lenking og så videre. I dette arbeidet ønsker bransjen å bidra konstruktivt.

Behov for to allmennkringkastere

Det norske mediemangfoldet trenger en kommersiell allmennkringkaster som TV 2, noe meldingen også slår fast, og den peker på at det krever gode rammebetingelser:

"Eit viktig tiltak for å syte for at det ved sida av NRK eksisterer eit kommersielt allmennkringkastingstilbod, er å sikre rammevilkår som legg til rette for ein innovativ og konkurransedyktig kommersiell mediesektor."

Kulturminister Thorhild Widvey ga klart uttrykk for det samme under pressekonferansen da meldingen ble lagt frem.

En kommersiell allmennkringkaster som TV 2 er viktig fordi vi trenger et fullverdig alternativ til NRK. Ikke fordi NRK gjør en dårlig jobb, men rett og slett fordi konkurranse gjør tilbudet bedre. TV 2s sterke posisjon viser at folk vil ha en sterk kommersiell allmennkringkaster.

Allmennkringkasting koster. NRK får årlig tilført mer enn fem mrd. kr gjennom kringkastingsavgiften. Det er nødvendig at også en kommersiell allmennkringkaster i et lite marked som det norske får rammebetingelser som gjør det mulig å lage og opprettholde et godt allmennkringkastingstilbud. Det er ingen tvil om at for eksempel omfattende nasjonal og internasjonal nyhetsdekning er svært kostbart, uten at det gir nødvendig økonomisk uttelling i markedet.

Kringkastingsavgift, eller en tilsvarende ordning, må i prinsippet være NRKs eneste finansieringskilde. NRK må sikres mer langsiktig og mer forutsigbar finansiering enn i dag for å kunne løse kjernen i sitt samfunnsoppdrag.

En mer forutsigbar finansiering for NRK vil kunne avhjelpe NRKs behov for å ha høyest mulig dekning for å legitimere lisensen, og bidra til at NRK i større grad kan fokusere på innhold andre aktører i mindre grad leverer.

Det er også nødvendig at kommersiell allmennkringkasting gis økonomiske rammer som muliggjør et godt tilbud i konkurranse med NRK, blant annet på nyheter og aktualitet.

Derfor må Kulturdepartementet gjennom en ordning om kjøp av allmennkringkastingstjenester bidra til at en kommersiell allmennkringkaster gis mulighet til å ivareta sitt samfunnsoppdrag.

Et annet virkemiddel er å gi TV 2 som kommersiell allmennkringkaster samme mva-regime som NRK. Det betyr at TV 2s brukerinntekter gis samme mva-sats som NRKs kringkastingsavgift, som i 2015 er åtte prosent og er foreslått økt til ti prosent for 2016. TV 2 har i dag 25 prosent mva på alle sine brukerinntekter.

Kontaktinformasjon

Randi S. Øgrey (adm. dir.) 911 85 601 randi@mediebedriftene.no

Bjørn Wisted (fagsjef) 911 36 213 wis@mediebedriftene.no