

En historisk utfordring

Av Hans Erik Matre, redaktør i Schibsted

Stille og ubemerket er Norge i ferd med å innføre avgift på den frie og uavhengige journalistikken.

På et tidspunkt hvor pressen står midt i en krevende historisk transformasjon og det foretas store nedskjæringer i mediehusene, varsler kulturministeren at moms skal innføres både på digital og tradisjonell papirbasert journalistikk.

Nå står kulturpolitikkerne foran en historisk utfordring. De kan enten forsterke krisen. Eller de kan ta djerpe grep, slik de har gjort tidligere.

Da den borgerlige regjeringen i 1969 innførte merverdiavgiftsloven var Norge et betydelig fattigere land. Likevel valgte regjeringen den gangen en offensiv løsning ved utvetydig å slå fast at kvalitetsjournalistikk ikke skulle avgiftsbelegges.

I disse dager flyttes journalistikken fra papirbaserte baserte medier over på digitale plattformer. Er det noen som helst grunn til å avgiftsbelegge det frie ord fordi om den nå publiseres med annen teknologi?

Det var ikke av hensyn til mediebransjen Borten-regjeringen innførte nullmomsregimet for papiraviser. Sammen med produksjonsstøtten for nummer to-aviser var dette det viktigste mediepolitiske virkemiddelet som skulle sikre en så bred og kvalitativ offentlig samtale som mulig.

Avgiftspolitikken var viktig for å bygge samfunnskvalitet. Rammevilkårene var avgjørende da. De er ikke mindre viktige nå.

Hvordan er vi så kommet i denne ulykksalige situasjonen? Det bør interessere flere enn medieforskerne.

Den forrige regjeringen gjentok inntil det kjedsommelige at ESA, det europeiske overvåkingsorganet for EØS-avtalen, ikke aksepterte at det norske momsregimet på journalistikk ble videreført i en digital virkelighet. Derfor skjedde det ingenting med momsen, verken da Trond Giske, Anniken Huitfeldt eller Hadia Tajik styrte Kulturdepartementet. Derfor lever vi også fortsatt med den håpløse situasjonen hvor journalistikk levert på cellulose er fritatt for moms, mens moderne digital journalistikk koster 25 prosent mer.

Dette stimulerer ikke produktutvikling og transformasjon, som er viktigere enn noen gang.

Så har nå bransjen selv gått i tettere dialog med ESA. Budskapet derfra er langt fra så entydig som tidligere regjeringer har påstått. Samtidig innfører det ene EU-landet etter det andre gunstige momsregler. Frankrike tar kraftfulle grep og legger opp til to prosent moms på aviser. Norge, som har vært kjent for å ha verdens beste rammevilkår for kvalitetsjournalistikk, er i ferd med å gi journalistikken dårligere kår, uten at det politiske Norge har tatt en selvstendig diskusjon om det faktisk er dette man ønsker.

Det er ingen grunn til å legge skjul på at også vi i mediebransjen selv har hatt problemer med å være tydelig og prinsipiell i egen argumentasjon. Uroen over at ingenting skjer, har ført til at det ene kompromisset etter det andre har blitt lansert. Da Høyre foreslo lik lavmoms, og antydte gode overgangsordninger for papiravisene, var det tross alt bedre enn dagens håpløse situasjon. Men dramatikken i bransjen har for lengst løpt fra alle dvaske kompromissforslag. Nå må de blankpussede prinsipper fra 1969 hentes frem: Det frie ordskiftet slikt det utfolder seg i norske kvalitetsmedier må få tilbake de rammevilkårene som tidligere har vist seg å fungere.

Selvsagt er det til syvende og sist bransjen selv som må gjøre den vanskeligste og viktigste jobben. Det er kun ved å utvikle gode produkter og kvalitativt innhold at mediene har en framtid. I Schibsted er vår ambisjon å bygge digitale mediehus i verdensklasse. Det tror vi er mulig, men det er litt underlig hvis myndighetenes bidrag fører til at vi må gjøre de nye digitale produktene 8, 15 eller 25 prosent dyrere enn de vi til nå har utgitt på papir.

Et lite eksempel: Nylig lanserte Aftenposten Junior, en egen avis for barn og ungdom. Junior er foreløpig kun tilgjengelig på papir. Lager de en digital utgave, på plattformer barn og ungdom er vant til å bruke, slår momsen inn for fullt. Er det logikk i det?

Er det noe offentlige myndigheter burde stimulere til så er det kvalitetsjournalistikk for barn og ungdom. I disse tider er det sannelig viktig for voksne også.

Den fordelen publikum og mediebedriftene har hatt av nullmomsen, forvitrer nå i takt med at avisopplaget faller. For hver dag som går, bidrar staten stadig mindre til at mediene kan utføre sitt samfunnsoppdrag. Til alt overmål sies det at Finansdepartementet nå regner på hvor mye staten taper hvis den digitale momsen fjernes, og at inntektstapet må hentes fra andre poster på Kulturbudsjettet. Men hvorfor skal man kompensere for inntekter man aldri har hatt? Og når var det kulturpolitikkerne i Norge bestemte seg for at journalistikk skulle avgiftsbelastes?

Også for byråkrater i Finansdepartementet er det vel likegyldig om kvalitetsjournalistikken leveres digitalt eller på papir. Da bør også avgiftspolitikken være den samme – uansett plattform.

Og siden kvalitetsjournalistikken alltid har vært avgiftsfri må det å videreføre nullmomsregimet også på digital journalistikk være en av de billigste måtene å skrive seg inn i mediehistorien på – med en reform som virkelig ville bety en forskjell!

Det påligger faktisk «...statens myndigheter at lægge Forholdene til Rette for en aaben og opplyst offentlig Samtale». Å la være å kreve inn en avgift på ytringer kan bli en fin måte å feire Grunnloven på.