

Mediemangfold i fare

Norge har en unik flora av nasjonale, regionale og lokale aviser. I det vi kan kalle den kulturhistoriske formidlertradisjonen, har avisene vært og er et bindeledd mellom fortid og nåtid, mellom grender og bygdelag, mellom by og land, mellom høy og lav, mellom mennesker i distrikter som knapt har annet til felles enn at de har hatt samme avis. De har vært og er den viktigste felles referanseramme rundt dagligliv, næringsliv, foreningsliv, kulturliv og det politiske liv over hele Norge.

Å bidra til å bevare disse nasjonale, regionale og lokale fellesarenaene for nyheter og debatt er en offentlig oppgave som går rett i kjernen av forpliktelsen i Grunnlovens § 100, sjette ledd: «Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og offentlig samtale.» Å bidra til et godt distribusjonssystem må utvilsomt være en del av det å legge forholdene til rette.

Ferske undersøkelser viser at for mange er regional- eller lokalavisen den klart viktigste kilden til den informasjonen som er kontrollert og korrekt og som gir det riktige grunnlaget for å kunne delta i samfunnsdebatten. Avisene nyter også stor tillit hos publikum. Derfor er det helt avgjørende for lokaldemokratiet i Norge og for norske lokalsamfunn at de lokale og regionale redaktørstyrte mediene kan overleve og utvikle seg. I tillegg til de lokale og regionale avisene er også mange riksdekkende meningsbærende aviser, tidsskrifter og fagpresseblader helt avhengige av et godt distribusjonssystem.

Nå er det imidlertid fare på ferde. Forslaget om endringer i postens ombæringsfrekvens vil kunne få dramatiske konsekvenser for mange aviser. En omlegging av postombæringen til 2,5 dager i uka vil ramme rundt 170.000 avisabonnenter. Det er grunn til å tro at mange av disse vil falle fra, dersom avisen ikke kommer på utgivelsesdagen.

Blant avisene som vil rammes er mange nordnorske. Enkelte lokalaviser har allerede kuttet ut lørdagsavisa, ofte ukas mest lønnsomme, på grunn av store utfordringer med distribusjonen. Med postombæring 2,5 dager i uka vil flere måtte kutte i frekvensen eller endre utgivelsesdager. Det er verdt å merke seg at de fleste av de nordnorske avisene fortsatt henter størsteparten av sine inntekter fra papirproduktet – noen har fortsatt to tredeler av inntektene fra papiret.

La det være sagt: Vi har full forståelse for at det er krevende å opprettholde dagens postombæringsrutiner i en tid med kraftig fall i den samlede mengden papirpost. Men samtidig er det helt avgjørende at endringene ikke rammer demokratiets infrastruktur.

Mange vil sikkert spørre om ikke overgangen til digital distribusjon av aviser vil løse dette problemet. Av flere grunner er det per i dag ikke en bærekraftig løsning. Blant annet er det i flere av de områdene som vil bli hardest rammet ikke tilstrekkelig utbygget bredbånd. Mange vil vise til at avisenes digitale brukerinntekter uansett øker kraftig. Det er riktig at mange mediehus er i ferd med å lykkes med sine digitale betalingsstrategier, og at det er fullt mulig å få brukerne til å betale for digitalt innhold. Antallet digitale abonnenter er i kraftig vekst. Utfordringen i den transformeringen vi nå er inne i, er at det fortsatt er mange som ønsker å lese avisen på papir, og at papirutgavene fortsatt er bærere av en relativt stor andel av mediehusenes inntekter. Mellom 75 og 95 prosent av inntektene kommer fortsatt helt eller

delvis fra papir. Derfor er det helt avgjørende for mange mediehus og fortsatt kunne sikre en pålitelig distribusjon av sine trykte versjoner.

Overgangen til digitale flater skjer gradvis. Fortsatt er det slik at mange aviser får størstedelen av sine inntekter fra papirutgaven. Mange abonnenter som nå betaler for både papir- og digitalversjon er opptatt av å kunne motta papirversjonen. Det er også et faktum at annonsering på papir gir langt høyere priser og dermed inntekter enn annonsering digitalt. Norske mediehus ligger langt fremme i utviklingen av digitale flater, både redaksjonelt og på annonsemarkedet. Det digitale annonsemarkedet er imidlertid preget av store, internasjonale giganter, som spiser av de nasjonale markedene. Tall fra Statens Medietilsyn viser at det i 2017 ble annonsert for rundt ni milliarder kroner på internett. Av disse gikk bare 1,4 milliarder kroner til avishusene, mens Google og Facebook til sammen stakk av med 4,2 milliarder – uten at de produserte noe journalistikk overhodet.

Det er helt avgjørende for mange avisers eksistensgrunnlag at det blir satt inn tiltak for å avbøte konsekvensene av reduksjonen i postombæringen. Dersom ikke mange aviser skal risikere å miste både abonnements- og annonseinntekter i et omfang som vil true hele deres økonomi er det nødvendig å etablere ordninger som sikrer distribusjon seks dager i uken. Vi ber om at Stortinget ikke bidrar til å legge ned en rekke nasjonale, regionale og lokale aviser, men tvert imot sørger for å oppfylle forpliktelsen i Grunnlovens § 100 og dermed også bidrar til å sikre det offentlige ordskiftet og den demokratiske infrastrukturen.

Finnsnes 29. november 2018

Med vennlig hilsen

Steinulf Henriksen
regionleder
Nordnorsk Redaktørforening

Hanna Relling Berg
fungerende styreleder
Norsk Redaktørforening

