Viðmerkingar til uppskot um nýggja miðlastuðulslóg

Rógvi Olavson (Ph.d. lesandi og undirvísari í miðlum og politiskum samskifti á Fróðskaparsetri Føroya)

Nýggja uppskotið til miðlastuðulslóg er eitt tekin um, at politiska skipanin stúrir um gongdina í føroyska miðlalandslagnum og upplýsingarumhvørvinum. Hetta er sjálvandi sera gott, tí støðan í privata miðlamarknaðinum er ring, og tað gongur bara skeivan vegin. Lógin leggur upp til at halda fram við at bjálva verandi privatar miðlar fíggjarliga, sum lúka ávísar redaktionellar treytir, soleiðis, at teimum verður lív lagað framhaldandi. Lagt verður eisini upp til nakrar broytingar, millum annað íverksetarastuðul og at avtaka verkætlanarstuðulin.

Júst hvussu miðlastuðulin tekniskt er skrúvaður saman er ein politisk raðfesting. Aðrir hoyringspartar hava víst á, at tað er órættvíst, at íverksetarastuðul skal latast nýggjum miðli, meðan verandi miðlar skulu søkja um restina av pengunum sum rakstrarstuðul. Her havi eg hug at viðmerkja, at miðlastuðulin líka síðani hann sá dagsins ljós í 2017 hevur verið eksperimenterandi, og at enn er eingin eftirmeting gjørd av virknaðinum, hvørki av rakstrarstuðlinum ella verkætlanarstuðlinum. Sostatt er einki haldgott og eintýðugt svar uppá, hvønn form miðlastuðulin *eigur* at hava. Hetta er ein politisk raðfesting og framhaldandi eksperimentering.

Hvørki føroyski borgarin ella politiska skipanin kann kenna seg sannførdan um, at miðlastuðulin virkar eftir vild. Redaktiónirnar eru framvegis smáar og hóast eldsálir og dugnaligir redaktørar halda lív í virkseminum, er lítil orka at framleiða journalistikk í høgari góðsku. Sannlíkt hevur miðlastuðulin sum heild gjørt tað møguligt hjá nøkrum miðlafyritøkum at yvirliva, sum ivaleyst ikki longur høvdu verið til í dag uttan miðlastuðul. Hinvegin er sera torført at grundgeva yvirfyri føroyska skattgjaldaranum júst hvønn ágóða hesir pengarnir hava havt við sær. Tó kann lítil ivi vera um, at virknaðurin av miðlastuðlinum framhaldandi verður avmarkaður, um ikki okkurt verður gjørt fyri at eggja fólki til at fáa sær formligar journalistiskar førleikar. Føroyar eru einasta Norðurland, sum ongantíð hevur havt eina journalistútbúgving ella líknandi útbúgving. Í løtuni er eingin føroyingur, okkum kunnugt, undir útbúgving sum journalist, og tí er fakliga grundarlagið undir tíðindaflutninginum í framtíðini, og harvið undir virknaðinum av miðlastuðlinum í álvarsligum váða.

Yvirhøvur eru sera nógvir faktorar, sum gera seg galdandi í einum upplýsingarumhvørvi (sí mynd), og miðlastuðulin loysir ikki avbjóðingarnar einsamallur. Upplýsingarskipanin kann býtast í eina framleiðslusíðu og brúkarasíðu, har miðlastuðulin er partur av framleiðslusíðuni.

Mælt verður sjálvandi til á framleiðslusíðuni at varðveita meginpartin av miðlastuðlinum sum rakstrarstuðul, men samstundis at fara undir eina munandi upprøðfesting av journalistiskum førleikum í samfelagnum sum heild. Hetta kundi eitt nú verið gjørt sum

eitt samstarv millum privatu miðlarnar, Kringvarpið, Fróðskaparsetrið, miðnámsskúlarnar og/ella útlendskar útbúgvingarstovnar. Tað eru nógvir mátar at skrúva slíka útbúgving saman uppá, men tað eigur at vera so lætt sum gjørligt hjá teimum, sum longu starvast ella hava hug at starvast við journalistikki at fáa sær neyðugu førleikarnar. Harumframt eigur at vera lætt og bíligt (evt. ókeypis) hjá privatum fyritøkum at útbúgva síni starvsfólk innan journalistiskt handverk og miðlavísindi.

Upplýsingarumhvørvið

Framleiðslusíðan

- Etiskar leiðreglur
- Redaktionelt frælsi
- Journalistisk ideal
- Journalistiskir førleikar
- Tøkni (hardward, software)
- Trúvirði
- Eigaraskapur
- Inntøka (public service gjald, miðlastuðul, brúkaragjald, lýsingar, privatur kapitalur)
- Miðlabúskapur (economies of scale)
- Brúkaraframleiðsla (citizen journalism)

Brúkarasíðan

- Uppmerksemisbúskapur (vaksandi nøgd av tilfari)
- Miðlamentan, -vanar og -nýtsla
- Keypiorka (cost-benefit)
- Álit
- Upplýsingarførleiki t.d.
- Talgildur førleiki
- Keldukritikkur
- Miðlaførleiki (atgongd, fatan, meting, skapan)

Mynd 1 – við reyðum sæst miðlastuðulin, sum lógaruppskotið snýr seg um, men sum bara er brotpartur av upplýsingarskipanini. Við grønum sæst tað, sum undirritaði heldur vera bæði upplagt at arbeiða við politiskt og grundleggjandi fyri, at miðlastuðulin skal virka so væl, sum ein kundi ynskt.

Vera journalistiskir førleikarnir í Føroyum ikki raðfestir politiskt, fer miðlastuðulin væntandi at hava sera avmarkaðan virknað, í hvussu er um politiska ynskið er at fáa betra um journalistiskt arbeiði, sum kann stuðla upp undir føroyskt mál, fremja fólkaræðisliga búning, og sum hevur neyðugu orkuna at fremja djúpri greiningar av týdningarmiklum samfelagsligum, politiskum ella búskaparligum málum.

Hóast eingin eftirmeting er gjørd av føroysku miðlastuðulsskipanini, síðani hon kom í 2017, kunnu vit lesa úr eftirmetingum uttanlands, at miðlastuðulsátøk í lokaløkjum, har privatir miðlar hava fíggjarligar avbjóðingar, sannlíkt hava positivan virknað, um ávísar fortreytir eru til staðar (t.d. armslongd, redaktionell krøv og journalistiskir førleikar). Sum dømi kann nevnast Local Journalism Initiative í Kanada, sum hevur gjørt mun eitt nú millum upprunafólk og í økjum, har fá fólk búgva. Hóast kanadiska átakið er væl meira ambitiøst enn føroyska miðlastuðulsskipanin nakrantíð hevur verið, verður har vist á, at stuðul til lokalar miðlar virkar bara, um journalistiska førleikagrundarlagið er í lagi. Eisini í Kanada verður støðan ikki mett at vera heilt nøktandi. Dentur verður millum annað lagdur á "the need to support organizational capacity, such as equipment, infrastructure and, training of local journalists" og at átøk mugu gerast fyri millum annað

støðufesti í lønini hjá journalistum og stuðli til journalistiskar førleikar. Sostatt verður eisini í Kanada viðmælt at lata stuðul til journalistiska útbúgving fyri at betra um upplýsingarumhvørvið.[1]

Samstundis sum journalistisku førleikarnir vera raðfestir samfelagsliga, eigur útbúgvingarskipanin eisini at taka sær um reiggj fyri at betra um viðurskiftini á brúkarasíðuni. Sterkar ábendingar eru um, at sera lítið verður gjørt fyri at ávirka miðlavanar hjá ungum sum eldri føroyingum og nóg mikið verður heldur ikki gjørt fyri at betra um upplýsingarførleikar, miðlaførleikar, keldukritiskan sans og líknandi í útbúgvingarskipanini. Ein kanning, sum undirritaði gjørdi fyri nøkrum mánaðum síðani váttaði hetta.[2] Eisini her kunnu vit staðfesta, at pengar sum latnir vera til miðlastuðul hava lítlan samfelagsligan ágóða, um komandi ættarliðini als ikki eru von at lesa á føroyskum ella at brúka føroyskar miðlar.

Í november segði fyrrverandi íslendska forsætisráðfrúan Katrín Jakobsdóttir, at íslendska málið var í vanda fyri at doyggja út innan fá áratíggju orsaka av millum annað vitlíki og dominerandi leiklutinum hjá tí enska málinum millum íslendsk ung.[3] Í desember bannaði Australia sosialar miðlar fyri ung undir 16 ár. [4] Um støðan er so ring í hesum báðum londum, er hon á ongan hátt frægari í Føroyum.

Tí er púra avgerandi, at politiska skipanin setur sær greið langtíðarmál fyri, hvussu føroyskt mál og mentan verður bjargað og hvussu fólkaræðið kann standa seg ímóti trýsti komandi áratíggini. Til hetta krevst meir enn bara miðlastuðul. Ein breið politisk semja má gerast um ein framskygdan og umfatandi miðla og mentanarpolitikk, har miðlastuðulin uttan iva eigur at vera varandi partur. Men fyri at hetta arbeiðið skal kunna byrja, mugu okkara fólkavaldu og okkara embætisverk fyrst sleppa allari vón um, at vit í Føroyum fara at hava ein privatan miðlamarknað, sum fer at klára seg sjálvan í framtíðini. Í gullaldrinum hjá føroysku bløðunum var inntøkugrundarlagið lokalar lýsingar, avíssøla og onkur hissini privat kapitalinnspræning, men hetta vinnumodellið er deytt og kemur ongantíð aftur. Í talgilda veruleikanum eru lýsingar ikki eitt støðufast inntøkugrundarlag – tech risarnir í USA hava mestsum tikið yvir allan henda marknaðin - og potentielli haldaraskarin í Føroyum er so lítil, at tað er sera torført at varðveita eitt nøktandi inntøkugrundarlag bara við haldarum í langa tíð (hóast eg ikki skal siga, at tað er fullkomiliga ógjørligt). Eitt talgilt hald til ein miðil er eisini eitt sera elastiskt produkt, sum merkir, at tað kann vera sera óstøðugt fíggjarligt grundarlag at byggja eina fyritøku á, um ikki aðrar inntøkur/kapitalur eisini eru til staðar. Viðurkendi miðlabúskaparfrøðingurin Robert Picard grundgevur soleiðis fyri, at journalistikkur ikki

[1] Evaluation of the Local Journalism Initiative, 2019-20 to 2021-22 - Canada.ca
[2] Mind the Human greiningarrit
[3] Icelandic is in danger of dying out because of AI and English-language media, says former PM | Iceland | The Guardian
[4] How does Australia's under-16 social media ban work?

er eitt virksemi, sum kann klára seg einsamalt, og sostatt altíð hevur brúk fyri einum góðum "vini" fyri at yvirliva.

In economic terms, journalism is neither a primary industry activity, such as oil or coal extraction, nor a manufacturing industry in which physical goods are produced. It is closer to a service industry typified by tax preparation or consulting. It differs from most of the service sector, however, because much of its value is not produced primarily for individual consumers but for society as a whole, based on underlying norms and values about the roles of information in society.

The actual activity of journalism is to find or produce information and prepare it for presentation based on accepted practices. This produces a presentation of that information in a particular form, but it is nearly impossible to maintain exclusivity of the information because it is available to others at its original source. Once it has been distributed, it is also difficult to maintain exclusivity and to exclude others from receiving the information – a fundamental economic requirement if a market is to exist.

These challenges have kept journalism from ever being a commercially viable activity on its own (mín áherðsla). *Financing journalism has always been a struggle, and the costs of undertaking the informational practices have been subsidized over the centuries by emperors, wealthy international merchants, and merchant classes and elites to serve their purposes (Picard 2013). In the recent past, advertising has been used to pay for journalism. Throughout modern history, journalism has been made possible because of patronage, subsidies, advertising, and contractual arrangements that provided funding and attempted to protect the economic value of news (Silberstein-Loeb 2014; John and Silberstein-Loeb 2015).*

One of the fundamental economic challenges of journalism is that not everyone wants or needs the news and information produced, despite beliefs to the contrary by those engaged in journalism (Picard 2016b). Most people are not highly active in society and do not engage in the variety of activities that influence the structures and institutions of social, economic, and political life. The majority of people live their lives with minimal levels of engagement in politics and community life. They are content with a limited amount of news and information that has immediate impact on their lives, relying on others to provide leadership about what to do in terms of public affairs and community issues. Most of the public gets a quick general overview of major events or issues through limited exposure to news through free television, radio, and digital services. The consequence of this factor is that consumer desires for journalism is far lower than the total population size.

Journalists, of course, argue that their work has value to society as a whole by bearing witness to events and holding power to account, but these are externalities in economic terms that affect social well-being and are not factors that create a workable market.

Úr greinini hjá Robert Picard, *The Economics of Journalism and News Provision*

Samanumtikið meinar Picard, at lítil ivi kann vera um yvirskipaða samfelagsliga týdningin á journalistikki, men at tað hinvegin kann vera torført hjá einstaka borgaranum at síggja eina orsøk til at keypa upplýsingar, sum ikki eintýðugt tykjast at hava ítøkiligan ella gerandisligan týdning fyri hann.

Í Føroyum í 2026 er eingin ivi um, at frægasti "vinurin" hjá journalistikkinum er landið, við tí fortreyt at greið armslongd er millum framleiðsluna og politisku skipanina samstundis sum fíggjarliga grundarlagið undir journalistikkinum er støðugt. Tí má ein breið politisk semja gerast og ein ambitiøsur miðlapolitikkur orðast, sum setur strategisk mál fyri, hvussu føroyska upplýsingarumhvørvið yvirlivir komandi áratíggini.

Miðlastuðul er eitt av týdningarmiklu amboðunum, hóast onnur amboð eisini mugu brúkast.

Undirritaði tekur sostatt undir við nýggja uppskotinum um miðlastuðul, men við tí fyrivarni at vera ikki journalistiskir førleikar og journalistiska yrkið raðfest fíggjarliga, og fer útbúgvingarskipanin ikki skjótt undir eitt skipað arbeiði at betra um miðla- og upplýsingarførleikar í samfelagnum, so elvir miðlastuðulin til sera avmarkaðan samfelagsligan ágóða.