

## Norsk Redaktørforening – Uttalelse til Mediestøtteutvalget

---

### Konklusjoner og anbefalinger:

---

- Norsk Redaktørforening ser det som avgjørende at null-momsen opprettholdes og videreføres. Ordningen har fungert etter hensikten, og har i stor grad bidratt til å gjøre et mangfold av nyheter, informasjon og debatter tilgjengelige for et stort publikum. Norsk Redaktørforening mener prinsipielt at nullmoms bør innføres på all journalistisk produksjon.
- 
- Norsk Redaktørforening legger også til grunn at direktestøtten bør opprettholdes og eventuelt utvides, for å sikre profesjonelle redaksjonelle miljøer over hele landet også i fremtiden. Dagens produksjonsstøtte bør omformes gjennom en konstruktiv overgangs-ordning med sikte på at mediestøtten på sikt skal støtte det mangfoldige innhold og den levende samfunnsdebatt, og i størst mulig grad gis uavhengig av medieplattform.
- 
- Norsk Redaktørforening mener man må opprettholde og videreføre støtte til forskning, utvikling og utdanning.
- 

### 1) Innledning:

Mediene viktigste oppgave er å sikre ytrings- og informasjonsfrihet i samfunnet, en grunnleggende forutsetning for et levende og vitalt demokrati.

Norsk Redaktørforening ønsker en fremtidig mediestøtteordning som sikrer mediernes bidrag til samfunnsdebatten og journalistikken som legger grunnlaget for den.

Allmennheten skal ha muligheter til å ytre seg og bli hørt. Vårt folkestyre er tuftet på en offentlig samfunnsdebatt der forskjellige politiske syn og holdninger kommer til uttrykk. Mangfold i mediene er nødvendig for å sikre åpenhet i samfunnet og bredde i informasjonsflyten.

Det er ikke mulig å tenke seg et moderne demokrati uten et mangfold av kanaler i det offentlige rom. Ytringsfrihetskommisjonen fastslår i sin innstilling (NOU 27/199) at de mange kanalene representerer en form for "public service" som må betraktes som "et sentralt samfunnskonstituerende system". Dette innebærer en forpliktelse for det offentlige eller kollektivets organ å "legge til rette for at et slikt system kan utvikles og betjene de formål som er satt av samfunnet, åpen informasjonstilgang og fri meningsutveksling".

Samfunnsoppdraget står helt sentralt i mediens virksomhet. Det handler om å informere, stimulere til samfunnsengasjement, styrke demokratiet og rettsstaten, skape identitet, fellesskap og likeverd mellom mennesker. Samfunnsoppdraget forutsetter at mediene utøver aktiv og kritisk journalistikk, løfter fram kritikkverdige forhold fra lukkede rom, ivaretar svake gruppers interesser, skaper offentlig debatt om forsømmelser og prioriteringer, og stimulerer folkelig engasjement.

Redaktørinstituttet framstår som viktigste garanti for mediens selvstendighet, integritet, saklighet, relevans og samfunnsansvar. Hovedprinsippene i Redaktørplakaten ble vedtatt lovfestet 1.april 2008, med virkning fra 1.januar 2009.

I Lov om redaksjonell fridom ble prinsippet om redaktørens uavhengige forvaltning av ytrings- og informasjonsfriheten styrket i vårt samfunn. Samtidig må redaktøren også fungere som toppleder innenfor eierskapets rammer.

Mediernes samfunnsoppdrag er ytterligere presisert i Norsk Redaktørforenings egne vedtekter, paragraf 4.2:

"Mediets formål må være fri og uavhengig produksjon og publisering av aktuell informasjon og debatt. Mediet må drives ut fra anerkjennelse av ytringsfriheten og pressefriheten som grunnelement i et demokratisk samfunn, det må rette seg mot og være tilgjengelig for allmennheten og ha en utgivelsesfrekvens og et innhold som avspeiler at mediet har en redaksjonell nyhets- og aktualitetsmessig karakter."

Samfunnet blir stadig mer komplisert og uoversiktlig. Flommen av uautorisert informasjon på ulike kanaler har eksplodert. Kommersielle krefter i vårt samfunn forsøker å viske ut grensene mellom reklame og journalistikk. Ulike pressgrupper, ideelle så vel som kommersielle, blir stadig mer aktive, profesjonelle og – i visse tilfeller – manipulerende. Kildenes makt er styrket, samtidig som leserne blir mer kunnskapsrike og kritiske. I en slik situasjon er det viktig å bevare og styrke robuste, uavhengige og kompetente journalistiske miljøer, som opprettholder og utvikler journalistisk egenproduksjon.

Det internasjonale presset mot Norge som språksamfunn blir stadig sterkere. Gode nasjonale og lokale medier fungerer som motkraft mot disse tendensene. Mediene stimulerer til lesing, noe som er svært viktig i et sårbart språksamfunn som vårt. Høyt avis- og annet mediekonsum sikrer at praktisk talt hele befolkningen leser noe hver dag. Dette i kontrast til land innenfor langt større språksamfunn. Ringerikes Blad, med sitt opplag på i underkant av 13.000, har fore eksempel bare hårfint lavere *nasjonal* dekningsgrad i Norge enn hva Spanias største avis, El Pais har i Spania, og betydelig høyere enn den nasjonale dekningsgraden til Frankrikes største avis Le Monde.

En annen dimensjon ligger i det vi vil kalle den kulturhistoriske formidlertradisjonen, som spesielt lokalavisene har levd av og for. De er bindeledd mellom fortid og nåtid, mellom grender og bygdelag, mellom by og land, mellom distrikter som knapt har annet til felles enn at de har hatt samme avis. De har vært og er den viktigste felles referanseramme rundt alt liv og all virksomhet innenfor lokalsamfunnets rammer.

For et vitalt kultursamfunn, som ønsker å stimulere norsk språk og identitet, er det uhyre viktig å opprettholde et mangfold av medier, basert på sterke redaksjonelle miljøer.

## 2) Begrepsdefinisjoner

Norsk Redaktørforening har valgt å definere noen begreper og betydningen de har i forhold til å klargjøre hvilke medier, hvilke redaksjoner og hvilken journalistikk som bør kunne kvalifisere for direktestøtte i forhold til vårt ønske om å bruke direktestøtten til å støtte kvalitetsinnhold.

**Medier:** Virksomheter som regelmessig produserer og offentliggjør redaksjonelt og kommersielt innhold og tjenester som er rettet mot og er åpent tilgjengelig for allmennheten. Virksomheter som driver formidling av nyheter, aktualitet, samfunnsstoff og debatt, som dekker publikums behov for informasjon de trenger for å orientere seg, forstå og delta i samfunnslivet. Virksomheter som er redaksjonelt uavhengige og som har en ansvarlig redaktør i samsvar med Redaktørplakaten.

**Kvalitetsjournalistikk:** Journalistisk egenproduksjon som fremmer kvalitet i mediene, knyttet opp til hvordan mediebrukerne opplever at mediene fyller sin rolle, hvordan de ivaretar sin funksjon og innfrir egne løfter til publikum. Kvalitetsjournalistikken skal ha vært gjenstand for profesjonell kontroll, og bygget på åpne etterprøvbare publisistiske og faglige kriterier uttrykt i journalistisk arbeidsform og etiske kodeks, garantert av en ansvarlig redaktør.

**Redaksjon:** Virksomheter bestående av journalister som har som hovedmål å drive journalistisk egenproduksjon basert på anerkjente kvalitetskriterier knyttet opp mot mediebrukernes opplevelse av medienes evne til å fylle samfunnsoppdraget.

**Mediemangfold:** Det mangfoldet publikum opplever når befolkningen har tilgang til et differensiert mediebilde med medier som gjennom sitt mangfold av redaksjoner speiler et bredt spekter av synspunkter innenfor ideologier, interesser, kulturer, meninger, formspråk og livssyn.

## 3) Det nye medielandskapet - utfordringer

To hovedtrekk preger det nye, digitale medielandskapet. På den ene siden en rask framvekst, og sterk sentralisering rundt noen ganske få globale medieselskaper som Google, Facebook etc. Disse selskapene har bedre enn andre klart å dekke behov som det å søke informasjon eller å skape kontakt mellom brukere på internett. Det har vist seg svært vanskelig å konkurrere med disse selskapene, nasjonalt og lokalt, og trenden er at det vokser fram en håndfull selskaper som er i ferd med å få helt dominerende internasjonale posisjoner.

På den andre siden ser Norsk Redaktørforening en trend i retning av sterkere segmentering. For hvert tenkelige tema vokser det fram nisjenettsteder som har som ambisjon å levere ekstrem dybde og kvalitet. Det er nettsteder som noen ganger bringer stemmer og informasjon som i liten grad ellers når det offentlige rom, men som samtidig ofte fremmer snevre og ytterliggående synspunkter.

De brede, journalistiske mediene inntar posisjonen mellom disse to ytterpunktene. Avisene har med sine geografiske utgangspunkt lokalt, regionalt og nasjonalt som ambisjon å tenke helhetlig, gi oversikt og perspektiv. Det er en posisjon som krever redaksjonell tilstedeværelse, kjennskap til lokalsamfunnet og et stabilt redaksjonelt miljø over tid.

Verken de globale medieaktørene eller nisjenettstedene har noe utpreget behov for en slik tilstedeværelse. De løser sine oppgaver mer effektivt ved å aggregere innhold fra andre aktører eller ved å ha små sentrale innholdsenheter, uten nødvendigvis å være bundet av pressens etiske regelverk.

Medienes hovedutfordring i dag er at de forretningsmodellene som tradisjonelt har finansiert journalistikken, raskt forvitrer. Mens kostnadene til redaksjonell drift er den samme, går inntektsstrømmen i stadig større grad til medier som ikke bærer journalistikk.

Rubrikkannonsene går til nett, hvor de ikke lenger er avhengig av å være i et redaksjonelt miljø for å fungere.

Betalingsmodellene knyttet til papirmedier har vist seg vanskelig å overføre til en digital virkelighet hvor tilgangen på informasjon er uendelig og gratis. Nye globale aktører som Google og Facebook har skapt nye, kontekstuelle annonseformater som gjør at de kan konkurrere direkte om lokalannonser i det norske markedet. Google er i ferd med å ta ut mer annonseinntekter i det norske markedet per år enn det noe norsk mediehus noensinne har klart – uten overhode å ha utgifter til innholdsproduksjon.

Sist men ikke minst har den generelle konkurransen på nettet ført til et betydelig prispress på annonser.

Norge er i en særstilling fordi redaksjonelle medier topper listene over de mediene folk følger mest lojalt, også på nett. Norske mediehus var tidlig ute med å satse på digital publisering, og ingen steder i verden har nettaviser en sterkere posisjon. Norske mediehus' nettsatsing ligger også helt i tet når det gjelder å skape inntektsstrømmer knyttet til redaksjonell virksomhet.

Internasjonalt har tradisjonelle mediebedrifter ikke bare opplevd dramatiske opplagsfall, men også gitt fra seg viktige posisjoner til digitale underholdningsmedier, sosiale nettverk og søkemotorer.

Etter 15 år med nettaviser i Norge har vi imidlertid fortsatt til gode å finne inntektsmodeller som sikrer finansieringen av den ressurskrevende og tilstedeværende journalistikken.

Ny teknikk har skapt forutsetninger for en bedre journalistikk og en åpen og demokratisk informasjonsutveksling, men den har samtidig skapt utfordringer for pressens viktigste forretningsmodeller. Infrastrukturen som trengs for å sikre innholdsmangfoldet er langt på vei tilstede, men finansieringen av den uavhengige journalistikken er truet.

## 4) Generelle støtteordninger

### A: Dagens momssystem

Begrunnelsen for null-momsen har vært å sikre innbyggernes deltagelse i demokratiet og muligheten til aktivt å bli informert om og ta del i samfunnsdebatten. Målet har vært å sikre mangfold i nyhetsformidlingen gjennom nyheter, aktualitet og samfunnsgavnlige journalistikk og debatt. Norsk Redaktørforening er av den oppfatning at ordningen har fungert etter hensikten. Å fjerne null-momsen vil svekke viktige redaksjonelle miljøer lokalt og nasjonalt, og etter vårt syn under ingen omstendighet bidra positivt til demokratiet og samfunnsdebatten. Norge har i dag, mye som et resultat av pressestøtten, et stort og tett avismønster, nasjonalt og lokalt, nærmest uten sidestykke. Dette vil kunne settes i fare dersom null-momsen fjernes.

Medier som oppfyller sin rolle som formidler av nyhets-, aktualitets- og samfunnsjournalistikk bør behandles likeverdig, uavhengig av formidlingsplattform. Utgangspunktet må være at all formidling av journalistisk innhold fritas for moms i en ny fremtidig mediestøtteordning. Det innebærer en plattformnøytral støtteordning, ut fra prinsippet om at journalistikk ikke skal beskattes brukeren.

En plattformnøytral støtteordning innebærer at Norsk Redaktørforening ønsker nullmoms for journalistisk innhold på elektronisk plattform. Her vil vi spesielt henvise til Lov om redaksjonell frihet, som i sitt punkt tre likestiller elektronisk formidling som har det samme formålet som tradisjonelle medier.

Dersom det er juridiske eller andre hindre i veien for å innrømme nullmoms på andre former for formidling av journalistisk innhold enn papiraviser, mener Norsk Redaktørforening at momssatsen for disse må settes så lavt som mulig. Men nullmoms for papiravisene bør uansett opprettholdes i en fremtidig mediestøtteordning.

### B: Direktestøtte

Norsk Redaktørforening mener det fortsatt er behov for direkte støtte til enkelte medier for å opprettholde den journalistiske mangfoldet i dagens mediestruktur byr på.

De strukturelle endringene i leservaner har bidratt til å endre finansieringsgrunnlaget for en rekke medievirksomheter. Den kontinuerlige omstillingen i mediebedriftene gjennomfører har satt kvalitetsjournalistikken under press.

Norsk Redaktørforening ønsker derimot en annen begrunnelse for direktestøtten enn den som har vært fremherskende hittil, hvor direktestøtten har vært fordelt ut fra produksjon av avissider og distribusjon av aviser.

Norsk Redaktørforening mener det vil være avgjørende med en direktestøtte som har som mål å bevare dagens mediemangfold, på en slik måte at våre mest konkurransutsatte medier overlever og gis utviklingskraft. Direktestøtten bør særlig bidra til å stimulere utviklingen av profesjonelle og levedyktige lokale medier. Direktestøtten bør ha som formål å bidra til kontinuitet og stabile rammevilkår for

kvalitetsjournalistikken. Redaksjoner som tar et helhetsansvar for den løpende journalistikken må prioriteres i forhold til direktestøtten.

Norsk Redaktørforening mener at foreningens krav til mediene, uttrykt i foreningens vedtekter, gir godt uttrykk for hvilke medier som bør falle inn under ordningene, og som faller godt sammen med virkeområdet i "lov om redaksjonelle medier", som omtales i neste avsnitt. NR-vedtektenes § 4 om medlemskriterier lyder slik:

"Mediets formål må være fri og uavhengig produksjon og publisering av aktuell informasjon og debatt. Mediet må drives ut fra anerkjennelse av ytringsfriheten og pressefriheten som grunnelement i et demokratisk samfunn, det må rette seg mot og være tilgjengelig for allmennheten og ha en utgivelsesfrekvens og et innhold som avspeiler at mediet har en redaksjonell nyhets- og aktualitetsmessig karakter."

### Virkeområde

Virksomheter som skal kunne kvalifisere for direkte innholdsstøtte bør være de samme virksomhetene som faller inn under virkeområdet til Lov om redaksjonell fridom.

Lovens paragraf 2, som definerer lovens virkeområde, definerer

1. Dagsaviser og andre periodiske publikasjoner som driver journalistisk produksjon og formidling av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt,
2. kringkastere, jf. kringkastingsloven § 1-1 tredje ledd og
3. elektroniske massemedium som har tilsvarende formål og funksjon som medier nevnt under nr. 1 og 2.

Virksomheter som defineres innenfor lovens virkeområde plikter å ha en redaktør, som bekjenner seg til Redaktørplakaten.

### Kriterier

Norsk Redaktørforening mener direktestøtten bør fordeles etter følgende kriterier:

- A. Redaksjonell virksomhet
- B. Redaksjonelle miljøer
- C. Plattformnøytralitet
- D. Krav til profesjonalitet og levedyktighet
- E. Bidrag til meningsmangfoldet

**Ad. A og B:** Redaksjonene, virksomheten og de redaksjonelle miljøene som kan kvalifisere for direktestøtte må ha sitt utspring i bedrifter og virksomheter som har journalistikk og produksjon av journalistisk egenprodusert innhold som sitt hovedformål.

**Ad. C:** Støtteberettigete redaksjonelle miljøer kan kvalifisere for direktestøtte uavhengig av hvilken medieplattform redaksjonen er tilknyttet eller publiserer sitt innhold på.

**Ad. D:** Kravet til profesjonalitet, regularitet og levedyktighet innebærer at redaksjonelle miljøer må kunne dokumentere tidligere resultater og bærekraft i forhold til å produsere journalistikk over tid og gjennom løpende produksjon.

**Ad. E:** Direktestøtten skal ha som formål å stimulere menings- og perspektivmangfoldet innenfor en rekke samfunnsområder som for eksempel livssyn, kultur, politikk, debatt og næring. Derfor må støtteberettigete redaksjonelle miljøer kunne dokumentere sitt bidrag til meningsmangfoldet.

Norsk Redaktørforening legger Lov om redaksjonell fridom, Norsk Redaktørforenings vedtekter og begrepsdefinisjonene til grunn, slik de er presentert i denne uttalelsen.

Direkttestøtten kan tildeles ut fra kriterier som må være forenlige med kriteriene for redaksjonell uavhengighet. Kriteriene må være tydelige, forutsigelige og bredt anlagt.

Norsk Redaktørforening forutsetter at direkttestøtten ikke tildeles i strid med kravet til redaksjonell uavhengighet, dersom en søknad om direkttestøtte innvilges ut fra ovennevnte kriterier. I den grad det eventuelt også må utøves skjønn i forbindelse med tildeling og gradering av støtten, må dette skje gjennom uavhengige organer etablert i nært samarbeid med bransjen selv.

Medier og redaksjoner som kvalifiserer for støtte ut fra det virkeområdet og de kriteriene Norsk Redaktørforening har skissert i denne uttalelsen, kan likevel falle utenfor ordningen i forhold til en vurdering av det regnskapsmessige resultatet og utbyttepolitikken som føres overfor eierne.

### Omfang

Direkttestøttens omfang og fordelingen av den bør skje etter de samme prinsippene som i dag, basert på leser- og brukerdata, økonomisk situasjon og utbyttepraksis. Norsk Redaktørforening anbefaler at direkttestøtte både kan innrømmes som årlige driftstilskudd, eller som bidrag til redaksjonell utvikling i en bestemt periode.

Norsk Redaktørforening forutsetter at dersom nye støtteregler innebærer betydelige endringer for enkeltpublikasjoner, så må det gis romslige overgangsordninger i forhold til dagens eksisterende støtteordninger. NR ønsker overgangsordninger hvor publikasjoner som etter dagens ordning krever forholdsvis store andeler av pressestøtten, får tilbud om støtte til omstilling fra industriell produksjon på papir og fysisk distribusjon, til nettbaserte leveringer av produktene.

### **C: Medieforskning, kompetanseutvikling og etterutdanning**

Norsk Redaktørforening mener at offentlig støtte til forskning, kompetanseutvikling og etterutdanning er en nødvendig del av en helhetlig mediepolitikk.

Fordi mediestøtten er så sterkt knyttet til samfunnsoppdraget, er det av avgjørende verdi at det pågår en løpende forskning om hvordan mediene arbeider og hvordan de brukes. Denne forskningen bør være uavhengig og kompetent. Dagens ordning med et eget råd for anvendt medieforskning er egnet til å ivareta dette behovet.

Norsk Redaktørforening har i denne uttalelsen lagt stor vekt på at mediestøtten klarere bør rettes inn mot det å skape viktig og god journalistikk og bidra til den utvikling som gjør at våre mediemiljøer kan stå sterkt også i en ny mediesituasjon. Dette tilsier at det er enda viktigere enn før å gi redaksjonelle medarbeidere oppdatert kunnskap i faget.

Finansieringen av etterutdanningsinstitusjonen Institutt for Journalistikk har vært et spleiselag mellom det offentlige og bransjen selv. Denne ordningen bør styrkes og videreutvikles.

## 5) NRK-lisens, sponning og nettreklame

NRK utgjør en viktig del av det samlede medietilbud i Norge, og Norsk Redaktørforening støtter prinsippet om lisensfinansiering av et helhetlig kringkastingstilbud i denne formen. Lisensfinansiering er et viktig element i markering av at NRK er redaksjonelt uavhengig av regjering og Stortinget.

NRK har hatt et reklameforbud som ikke omfatter internett.

Norsk Redaktørforening mener at det må lovfestes et totalforbud mot reklamefinansiering i NRK for å skape tydelige stabile rammebetingelser både for NRK og kommersielle medievirksomheter.

I den grad NRK skal ha adgang til å innhente sponsorinntekter for å oppfylle sitt allmennkringkasteroppdrag er Norsk Redaktørforening av den oppfatning at denne adgangen ikke må bidra til å uthule NRKs reklameforbud.

### Avslutning

Norsk Redaktørforening har presentert sine hovedsynspunkt på fremtidens mediepolitikk i denne uttalelsen. Norsk Redaktørforening kommer gjerne tilbake til det offentlig oppnevnte mediestøtteutvalget for å utdype uttalelsen, særlig i forhold til vårt standpunkt om den fremtidige anvendelsen av direktestøtten og kriteriene for den.

Oslo 10. juni 2010

Med vennlig hilsen  
for Norsk Redaktørforening



Nils E. Øy  
generalsekretær