

Kulturdepartementet

Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

Gjøvik, 9. april 2011

Deres ref: 2010/05024 ME/ME3 HHO:elt

Høringsuttalelse til NOU 2010: 14: "Lett å komme til orde – vanskelig å bli hørt"

Høringsvar fra Oppland Arbeiderblad

Oppland Arbeiderblad er opptatt av at en framtidig mediestøtteordning skal sikre mediernes bidrag til samfunnsdebatten og journalistisk kvalitet. Det forutsetter forutsigbare rammevilkår som gir mediehusene økonomisk handlingsrom til redaksjonell satsing, produktutvikling og nyskaping.

Fakta:

Oppland Arbeiderblad ble etablert i 1924, og har hele Vestoppland som sitt dekningsområde. Det omfatter 14 kommuner med et folketall på 114.381. Bekreftet opplag i 2010 var 25040, mens lesertallene ligger på 72.000 (Forbruker & Media). Nettavisa Oa.no har om lag 14 000 unike brukere daglig. Avisselskapet har en omsetning på 138 millioner.

Oppland Arbeiderblad har en dominerende stilling i Gjøvik, Toten og Land, men møter økt konkurranse i annonsemarkedet fra to gratisaviser, og fra sterkt framvoksende nasjonale og internasjonale digitale aktører. Oppland Arbeiderblads stilling i Valdres og Hadeland, som har sterke lokalaviser, er naturlig nok svakere.

Finanskrisen i 2009 rammet mediesektoren hardt. Markedsinntektene falt dramatisk. Oppland Arbeiderblad måtte gjennom en krevende slankeprosess. All virksomhet knyttet til radio og lokal-tv ble lagt ned. Staben i avishuset ble redusert fra vel 80 til 55. Også den redaksjonelle kraft ble svekket.

Kostnadskuttene har på kort sikt gitt Oppland Arbeiderblad økonomisk handlingsrom, men annonsemarkedet har stagnert. Og antall abonnenter har gjennom flere år vist en fallende tendens. Opplagsmarkedet er svært prisfølsomt.

Redaksjonell status 2011

Oppland Arbeiderblad er den desidert sterkeste nyhetskanalen i Vestoppland.

- Hele 76 prosent av befolkningen i Gjøvik, Toten og Land oppgir avisen som viktigste kilde til nyheter og informasjon (M Fakta - 2008).

- Oppland Arbeiderblad er en bred og komplett avis med ambisjoner om å dekke lesernes totale avisbehov. Om lag 80 prosent av det redaksjonelle innhold er egenproduserte lokale nyheter og reportasjer. Vi bruker byråene for å dekke større begivenheter i inn og utland.

- Oppland Arbeiderblad er partipolitisk uavhengig. Grunnsynet bygger på arbeiderbevegelsen ideer om frihet, demokrati og likeverd. Tilhørighet, ståsted og verdigrunnlag tilsier at avisa er spesielt opptatt av enkeltmenneskers vilkår, solidaritet overfor svake grupper, demokratiske forhold, miljø, kultur og hverdagsliv.

Redaksjonelt regnskap

Oppland Arbeiderblad presenterer årlig sitt redaksjonelle regnskap overfor leserne..

- Hovedtemaet i 2010 handlet om redaksjonens nyhetstenkning og prioriteringer gjennom et krisepreget 2009.

- Hovedtemaet i 2011 handlet om avisens rolle som debattorgan og møteplass for meninger og diskusjoner.

Redaktøren engasjerer samtidig leserne til å vurdere avisens samfunnsrolle, journalistiske kvalitet og prioriteringer: Hva mener leserne om lederne? Om rollen som talerør for svake grupper? Om uavhengigheten til lokale maktmiljøer, og om rollen debattrollen?

Responsen er overveldende. I 2010 fikk vi 562 konkrete skriftlige tilbakemeldinger, i 2011 nærmere 600. Samtlige kommentarer presenteres i avisen. Tilbakemeldingene blir brukt til redaksjonelt forbedringsarbeid.

Redaksjonelle årsverk: 35.

Hovedkontor på Gjøvik, lokalkontorer Dokka, Fagernes og Gran

Sidetall totalt: 15.272 (50,5 daglig)

Redaksjonelle sider: 11.289

Redaksjonelt budsjett: 29 mill

Lederartikler: 604

Kommentarer egne medarbeidere: 104

Kommentarer eksterne skribenter: 360

Leserinnlegg papir : 2 645

Lederinnlegg nett : 4 000 (ca)

Den redaksjonelle plass i avisa disponeres slik:

- Nyheter (lokalt, regionalt, innland og utland) - ca. 30 prosent
- Kultur, feature, reportasjer - ca. 16 prosent
- Sport (lokalt og nasjonalt) - ca. 16 prosent
- Kommentarer, bakgrunn, lokal debatt - ca. 11 prosent
- Nærstoff, byliv, by og bygd, livsløp, barnesider - ca. 20 prosent
- Radio tv, kryssord, tegneserier, annet - ca. 7 prosent

Samfunnsoppdraget

Samfunnsjournalistikken står helt sentralt i Oppland Arbeiderblads redaksjonelle 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, fronter svake gruppers interesser, skaper offentlig debatt om forsømmelser og prioriteringer, og stimulerer folkelig engasjement.

Et vitalt og levende folkestyre trenger robuste redaksjonelle miljøer, som på selvstendig grunnlag tar opp kontroversielle saker, som utfordrer maktmennesker og sterke miljøer, som tør der andre tier. I dagens velstandssamfunn har mediene en stor jobb å gjøre i kampen mot likegyldighet og apati.

Samfunnet blir stadig mer komplisert og uoversiktlig. Flommen av uautorisert informasjon på ulike kanaler, spesielt på internett, 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 manipulerende. Kildenes makt er styrket, og svake journalistiske miljøer kan lett la seg styre. Samtidig blir leserne mer kunnskapsrike og kritiske. De vil stille stadig større krav til det redaksjonelle innhold i mediene. Journalistikken må utvikles til å møte nye behov i markedet, gi leserne dypere innblikk, bakgrunn og sammenheng i nyhetsbildet.

Oppland Arbeiderblad mener: Sterke faglige redaksjoner framstår som sikreste garanti for at mediene skal fungere på selvstendig grunnlag i forhold til ulike maktmiljøer. Det stiller store krav til kompetanse, men også tid og kapasitet til å gå mer i dybden.

Kanaler for ytringsfrihet

Medienes viktigste oppgave er å sikre ytrings- og informasjonsfrihet i samfunnet, en grunnleggende forutsetning for et levende og vitalt demokrati. 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 liberalt samfunn uten et mangfold av kanaler ut i det offentlige rom. Ytringsfrihetskommisjoner 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". Det 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.

Den sterke framveksten av den norske avisfloraen på 1800- og 1900-tallet er nært knyttet til utviklingen av vårt partipolitiske system. Avisenes løsrivelse fra partiene skjøt fart på 1970-tallet, og ble stort sett fullbyrdet i løpet av en 20-års periode. Partipressens tid er forbi, men redaksjonell virksomhet er ikke verdinøytral. Dagens norske medier er tuftet på to tradisjoner,

- den publisistiske og ideologiske. Den første sier at utgivelsen har et ideelt formål, et samfunnsoppdrag, en dypere mening. Den andre tradisjonen peker på idegrunnet, gjerne forankret i begreper som liberal, konservativ, sosialdemokratisk, radikal eller kristelig. Vi finner også verdigrunnlag som "talerør for bygdenes interesser", eller andre mer nøytrale formålsparagrafer.

Det norske medielandskapet er blant verdens mest mangfoldige. Ved utgangen av 2009 hadde Norge 225 aviser, utgitt på 185 forskjellige steder, et stort antall ukeblader, nettaviser, digitale møteplasser, og en rik flora av radio og tv-kanaler. Mediene er borgernes kanalsystem ut i det offentlige rom. Vilkaene for ytringsfrihet i vårt samfunn har aldri vært så gode som i dag.

Oppland Arbeiderblad er den desidert viktigste møteplass for ytringer i Vestoppland, noe også tallene fra årets redaksjonelle rapport viser. Trykket fra våre lesere om spalteplass har aldri vært så stor som det siste året. For ti år siden hadde vi under 2000 leserbrev og kronikker på trykk, i fjor var tallet over 3000. Framveksten av Facebook, Twitter og andre digitale møteplasser, har så langt ikke svekket avisen som debattorgan. Snarere tvert imot. Nettet har heller stimulert flere til å ytre seg. Også i papiravisen.

Oppland Arbeiderblad mener: Det er uhyre viktig å videreføre en mediepolitikk som ivaretar mangfoldet, til styrke for ytrings- og informasjonsfriheten i vårt samfunn. I dette bildet spiller den tradisjonelle dagspressen fortsatt en helt sentral rolle.

Lokalt og regionalt blikk

Det norske medielandskapet har en rik flora av publikasjoner og nettsteder, enkelte med lange tradisjoner og dype røtter. Et strukturelt særtrekk ligger i våre 210 typiske region og lokalaviser. De blir lest av alle grupper, og har en unik posisjon i vårt samfunn. Rent journalistisk fungerer de også på andre premisser enn riksmidlene, i tett kontakt med leserne, som samfunnsaktører, møteplasser og lim i sine regioner eller lokalmiljøer. Lokalavisene setter dagsordenen for samtalen i de fleste norske hjem, og fungerer som felles forum og bindeledd mellom enkeltmennesker og generasjoner, for grendelag, bygder og regioner.

Region og lokalavisene er aktive forsvarere av distriktsnorges interesser. De er opptatt av å styrke fellesskapet i sine regioner og lokalsamfunn, skape identitet, trivsel og gode miljøer. Det er også denne gruppen av medier som best synliggjør nærmiljøets kvaliteter og problemer, de utfordrer typiske distriktsnæringer står overfor og konsekvensene av økt sentralisering i samfunnet. Mens riksmidlene i stor grad har utsyn fra hovedstaden og dens urbane referanse, retter distriks- og lokalmediene blikket den andre veien: til forsvar for regionale og lokale interesser, som motkraft mot sentralmakt, eller som kanaler for ulike motkrefter.

Oppland Arbeiderblad har som ambisjon å fronte regionens interesser overfor sentrale myndigheter. Men det forutsetter at avisen har en sterk og kunnskapsrik redaksjon, som både har et kritisk blikk på sine omgivelser, og vilje til å skape en positiv utvikling.

Oppland Arbeiderblad mener: Robuste region- og lokalmedier er en forutsetning for at hele Norge skal få gode vekstmuligheter, noe som også må ligge til grunn for mediepolitikken.

Rollen som kulturbærer

Mediene spiller en viktig rolle som kulturbærere, og ikke minst som språklig forbilde for generasjon etter generasjon. Det internasjonale presset mot Norge som språksamfunn blir stadig sterkere. 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. 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 robuste redaksjonelle miljøer. En dominerende lokalavis som Oppland Arbeiderblad fungerer som motkraft mot disse tendensene.

Oppland Arbeiderblad mener: I et sterkt fragmentert mediesamfunn, med en rekke digitale sosiale møteplasser, framstår avisa fortsatt som den desidert sterkeste felles referanse for samtale i de fleste hjem i sitt utgivelsesområde. Mediepolitikken må støtte opp under de mediene som virker samlende for et lokalsamfunn eller region.

Unge lesere

I likhet med andre aviser jobber Oppland Arbeiderblad aktivt i forhold til skoleverket og yngre mediebrukere, for å stimulere til lesing og deltakelse i samfunnet. Vårt prosjekt, ”Skyggeredaksjonen” er et samarbeid mellom avisa og medielinjen ved Gjøvik videregående skole som skygger vår redaksjon gjennom en hel uke, og avslutter på en bestemt dag ved å lage sin egen avis. Denne avisa blir produsert i samme konsept som OA, men med ungdommens eget blikk. Den trykkes i opplag på 3000. Samarbeidet har vart i flere år. OAs ”skyggeredaksjon” fikk i 2010 ”World Young Readers Prize”, en utmerkelse som henger svært høyt. I juryens begrunnelse heter det blant annet: Vi applauderer denne ideen for å engasjere de unge. Dette er en fin måte å studere interessene til ungdommene i distriktet og innlede en dialog med lesergruppen. Vi mener også at prosjektet kan gå videre med å tilby den trykte versjon av studentavisa til alle lesere, for at alle skal få sammenligne den med hva ”proffene” tenker og prioriteter”. For oss har dette vært et svært bevisstgjørende prosjekt. Og til høsten vil vi vurdere å sende ungdommens versjon til alle lesere.

Oppland Arbeiderblad mener: Mediestøtten må aktivt støtte opp under pressens tiltak overfor yngre lesere. Det er viktig at barn og unge får et aktivt, bevisst og kritisk forhold til nyhetsbildet. Samtidig kan mediene bidra til å skape engasjement blant ungdom, og bevisste samfunnsborgere.

Mediestøtte

Det er av fundamental betydning for utviklingen av vårt demokratiske samfunn at vi opprettholder et mangfoldig mediesystem, slik dagens støtteordninger faktisk stimulerer til. Men det er også uhyre viktig at mediestøtten stimulerer til omstilling, nyskaping og kompetanseheving.

Oppland Arbeiderblad mottar ikke direkte pressestøtte, men vi er svært opptatt av at momsfritaket videreføres. Vi mener også nullmoms må gjelde på vår e-avis, som har samme redaksjonelle konsept som på papiravisa.

Region- og lokalavisenes økonomiske utsikter

Konkurransen i mediemarkedet blir stadig tøffere. Store deler av vårt distrikt preges av forgubbing og befolkningsnedgang. Samtidig er lesernes medievaner i forandring. Det er spesielt krevende å nå yngre mediebrukere. Vi opplever nå at både opplag og løssalg faller, og det er ikke lenger mulig å kompensere inntektstapet ved å øke prisene.

Endrede medievaner fører til at annonsekronene tar nye veier. Et voksende mediemangfold har skapt flere markedsføringskanaler lokalt og nasjonalt, og har i seg selv ført til at trykte medier har mistet viktige markedsinntekter. De private rubrikkannonserne som tidligere var gode inntektskilder er i ferd med å havne hos nasjonale og internasjonale nettaktører. Det er også blitt større konkurranse om merkevare og forhandlerannonseringen. Internasjonale aktører som Facebook og Google har nå betydelige markedsandeler lokalt.

Konsekvens av moms på papiravisa

Moms på papiravisa vil tvinge fram sterk prisøkning, reduserte ressurser til innholdsproduksjon og/eller redusert antall utgivelser. Dette vil kunne føre til sterk nedgang i opplag og lesertall, og dramatisk svekke posisjonen våre region- og lokalaviser har rundt omkring i Norge.

Oppland Arbeiderblad støtter flermedialitets-alternativet.

- Vi mener bortfall av nullsatsen på papiravisene er et risikoprojekt, som hardt vil ramme vår virksomhet rent økonomisk. Det vil svekke muligheten til å beholde en rimelig sterk redaksjon, som er en forutsetning for å ivareta samfunnsoppdraget og rollen som kulturbærer i regionen.
- Vi mener også at lavmoms på alle produkter for å finansiere økt direkte støtte er et blindspor. Det vil ramme de største norske avisene med de mest robuste redaksjonene, som i dag ofte setter dagsorden i rikspolitisk sammenheng.
- Det er også åpenbart at innføring av lavmoms kan åpne for en årlig politisk debatt om moms på aviser, noe som vil skape stor usikkerhet rundt mediebedriftenes budsjettering og planlegging fra år til år.
- Vi mener også omfordelingsforslaget vil gi myndighetene et sterkere virkemiddel til inngrep i mediene økonomi. Det er i seg selv betenkelig i et demokratisk samfunn. Samtidig åpner det for stor usikkerhet om hva som skjer med de økonomiske rammevilkår for mediene ved hvert regjeringsskifte.

Direktestøtten

Direktestøtten til pressen er en forutsetning for styrket mangfold i vårt medielandskap, og det er viktig at den økes, og tildeles ut fra plattformnøytrale kriterier. Oppland Arbeiderblad mener det er spesielt viktig å støtte våre mest konkurranseutsatte aviser, og bidra til at de får ny utviklingskraft. Det er også vitaliserende for er dominerende avis å ha lokal konkurranse, noe Oppland Arbeiderblad hadde fra lokalavisa Samhold fram til 1998. All erfaring viser at også konkurranse stimulerer til mer avislesing.

Direktestøtte bør også vris mer mot lokalpressen, og styrke lokale redaksjonelle miljøer. Direktestøtten bør også brukes mer målbevisst til å stimulere nyskaping og omstilling, slik at økonomisk svake aviser og medieselskaper kan fornye sine produkter komme over i en sunnere økonomisk situasjon.

Forskning- og etterutdanning

Mediebransjen står overfor store utfordringer knyttet til produktutvikling og nyskaping. Samtidig utfordres journalistikken fra sterke aktører i vårt samfunn, noe som tidligere er omtalt i vårt brev. Kompetansebehovet er sterkt voksende. I en tid hvor mediernes økonomi er under press, er det utrolig viktig med økt statlig støtte til forskning- og etterutdanning, ikke minst knyttet til mediebransjens Institutt for Journalistikk i Fredrikstad.

For Oppland Arbeiderblad

Jens Olai Jenssen
Sjefredaktør

Øivind Ludvigsen
adm. direktør