



Finansdepartementet
Postboks 8008 Dep,
0030 Oslo
postmottak@fin.dep.no

Deres ref: 22/6343

7. august 2023

Høring – Merverdiavgiftsfritaket for elektroniske aviser

Vi viser til høringsbrev datert 9. mai 2023.

Innledning

Aftenposten er Norges største abonnementsavis med over 250.000 abonnenter på nett og papir. Vi dekker nyheter i inn- og utland for et bredt publikum. Aftenposten har gått fra å være en tradisjonell papiravis til å bli et moderne mediehus som ligger langt fremme i den digitale transformasjonen. I dag publiserer Aftenposten kvalitetsinnhold på alle tilgjengelige plattformer i tekst, lyd og audiovisuelle formater.

Sammendrag

Aftenposten har kritiske merknader til forslaget om endringer i merverdiavgiftsloven. Selv om forslaget innebærer en forbedring av dagens lov, viderefører det feilen som ble gjort da lovens § 6.2 ble fjernet. Momsfritaket bør knyttes til det journalistiske innholdet, ikke til hvilken teknologi som benyttes til å formidle innholdet. Mediene står nå i en rivende teknologisk utvikling. Bruk av generativ kunstig intelligens får stor innvirkning på hvordan journalistikk formidles og gjør at gamle inndelinger i formater raskt blir utdatert. Også folks medievaner er i kraftig endring. Yngre brukergrupper har bortimot sluttet å lese papiraviser. Utviklingen understreker behovet for en teknologinøytral lov.

Aftenpostens perspektiv

Aftenposten stiller seg bak og henviser til de prinsipielle argumentene i høringsuttalelsene fra Norsk Redaktørforening og Mediebedriftenes Landsforening, MBL. Vi ønsker å utdype disse uttalelsene med noen perspektiver og konkrete eksempler fra utviklingen Aftenposten nå står midt oppi.

Utviklingstrekk 1: Unge mediebrukere dropper papiravisen og foretrekker å konsumere innhold gjennom lyd og bilder.

På 1990-tallet, før internett revolusjonerte nyhetsformidlingen, leste 85 prosent av befolkningen en papiravis hver dag. I dag er tallet under 20 prosent. Det er bortimot en umulig oppgave å rekruttere unge nordmenn til å abonnere på en papiravis. For å opprettholde vår posisjon som et mediehus som når ut til et bredt publikum, er vi helt avhengige av å utvikle nye formater. Spesielt er lyd- og videoinnhold viktig for å nå de unge.

De siste årene har det vært en eksplosiv vekst i konsum av lydinnhold blant de yngre. Nyhetspodkasten *Forklart* gjør at Aftenposten fortsatt lykkes i å nå folk i alderen 20-40 år med kvalitetsjournalistikk. En lov som legger begrensninger på andelen lyd- og videoinnhold, blir et direkte hinder for mediene til å nå generasjonen som ikke leser nyheter. Forslaget vil begrense en åpen og opplyst offentlig samtale som inkluderer alle grupper av befolkningen og på sikt svekke mediernes rolle som en del av infrastrukturen i et velfungerende demokrati.

Utviklingstrekk 2: Kunstig intelligens revolusjonerer mediebransjen.

Under punkt 3.3 i Finansdepartementets høringsnotat peker departementet selv på at det er vanskelig å gjøre en matematisk vurdering av journalistisk innhold. Likevel innebærer forslaget at mer enn halvparten av mediehusets produksjon må være tekst og stillbilder. Siden matematikken er vanskelig må det ifølge forslaget *“foretas en konkret vurdering hvor enkelte momenter vil ha særskilt betydning.”*

Et av disse momentene er ifølge forslaget organiseringen av det journalistiske arbeidet. Departementet skriver: *“Også medieutgivers organisering av det journalistiske arbeidet kan bidra til å avklare hva som er publikasjonens hovedformål. Dersom omfanget av det journalistiske arbeidet i det vesentlige skjer gjennom produksjon av levende bilder og lyd, kan dette tale for at hovedformålet og det dominerende med publikasjonen er dette og ikke den skrevne tekst.”*

Dette avsnittet tyder på en mangelfull forståelse for hvordan et mediehus er organisert og hva journalistikk er. Journalistisk arbeid består i hovedsak av å innhente opplysninger, kvalitetssikre dem og presentere dem innenfor en profesjonell ramme. Journalistikk er metode og innhold. Faget og presseetikken er den samme uavhengig av plattform. I prinsippet produserer alle Aftenpostens journalister for alle plattformer hvor Aftenposten er til stede.

Formater og plattformer endrer seg kontinuerlig i takt med teknologisk utvikling og mediebrukernes vaner. Nå går utviklingen i en retning av at brukeren selv velger hvilket format man vil konsumere. Det er en realitet allerede i dag at kunstig intelligens kan generere tekst fra en lydfil, eller generere lyd fra tekstfil. Kunstig intelligens kan fra det samme materialet også generere en video av en nyhetsoppleser som forklarer nyheten på et valgfritt språk. Mediehusene blir portaler hvor leseren velger: Vil jeg lese denne journalistikken i et kort eller langt format, vil jeg lytte til den eller vil jeg se den? Brukeren avgjør selv om det skal genereres tekst eller lyd og bilder. Det journalistiske arbeidet er det samme, resten er teknologi.

Aftenposten bruker i dag kunstig intelligens til å generere lyd. Vår ambisjon er at all vår journalistikk skal være tilgjengelig i lydformat. Allerede i dag kan man se på aftenposten.no som en spilleliste med de viktigste nyhetene i lydformat. En andel av brukerne leser artikkelen på tradisjonelt vis. En annen andel lytter til det samme arbeidet. Hva er da hovedformålet med publikasjonen? Vi vil si det er å nå ut til brukeren med innholdet - uavhengig av format.

I tillegg til at denne utviklingen fyller et brukerbehov, bidrar lydrevolusjonen til at Aftenposten når nye brukergrupper. 400.000 personer i Norge har lesevansker, 180.000 har synshemminger, et stort antall har konsentrasjonsvansker. Mange i disse gruppene har problemer med å konsumere nyheter i tekst. Kunstig intelligens gjør at en tradisjonell papiravis nå nærmer seg universell utforming. Etter at Aftenposten innførte tekst til tale-funksjonen har vi blitt kontaktet av brukere som takker oss for at de endelig kan konsumere journalistikken vår. En abonnent med ADHD beskrev i en tilbakemelding sine problemer med å lese nyhetssaker. Hun føler seg sett når hun nå kan lytte til avisen i stedet for å lese den.

Lovforslaget gjør ikke nok for å fjerne hindringer for denne typen digital innovasjon. I stedet blir det en brems for utviklingen ved å hegne om et format som er ekskluderende og når stadig færre.

Matematikken blir ikke enklere av at plattformene og formatene flyter sammen og over i hverandre. Mye journalistikk er satt sammen av alle tenkbare elementer: tekst, stillbilder, levende bilder, animasjoner, lyd. Dette presenteres nå sømløst i nettlesere og kan ikke enkelt plasseres i en kategori som lyd, video eller tekst.

Utviklingstrekk nummer 3:

NRK utfordrer mediehusene på alle plattformer

NRK har en dominerende posisjon i det norske mediemarkedet. Riksringkasteren har utviklet seg fra å være et radio- og TV-selskap til å bli et moderne mediehus som konkurrerer på de samme digitale flatene som andre mediehus. Men NRK finansieres over statsbudsjettet og er ikke direkte berørt av forslaget til endringer i merverdiavgiftsloven.

NRK har ikke nølt med å legge seg i direkte konkurranse med de tradisjonelle avisene i tekstformatet. NRK har satset tungt på å bygge opp nrk.no til å bli en fullverdig nettavis med en omfattende nyhetsdekning i tekst, lyd og bilde. NRK leverer nå digitale presentasjoner i verdensklasse. Da Aftenposten etablerte og hadde suksess med den daglige nyhetspodkasten *Forklart*, svarte NRK med et lignende konsept kalt *Oppdatert*. Tøff konkurranse er en del av mediebransjen. Det er vi vant med. Men konkurranse bør skje på like vilkår.

Et digitalt abonnement på Aftenposten koster 289 kroner i måneden. Vi må overbevise våre kunder om at det er verdt prisen selv om NRK har en opplevd pris på null kroner i måneden. En lov som krever en viss andel tekstinnhold griper direkte inn i konkurransen med NRK. Riksringkasteren kan fritt utvikle og publisere i alle mulige formater og konkurrere uten begrensninger, mens andre medier i realiteten får beskjed om å begrense aktiviteten på NRKs tradisjonelt største områder, lyd og bilde. Dette svekker innovasjons- og investeringsviljen i mediehusene og vil til slutt kunne svekke mediemangfoldet i Norge.

Oppsummering

Disse utviklingstrekkene taler klart for at merverdiavgiftsfritaket bør få en teknologi- og plattformnøytral utforming. Målet må være at alle i samfunnet skal ha tilgang til journalistikk som fører til en opplyst offentlig samtale basert på kvalitetssikret informasjon. Da må mediene få full anledning til å benytte tilgjengelig teknologi for å nå folk i de kanalene de er mulig å nå.

Vennlig hilsen
Trine Eilertsen
sjefredaktør i Aftenposten
trine.eilertsen@aftenposten.no