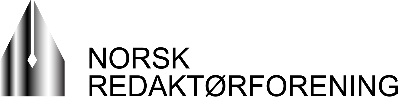
****

**Familie- og kulturkomiteen, høringsmøte 2021-11-09, Statsbudsjettet 2022.**

Arne Jensen, NR, har 770 redaktører i alle typer medier som medlemmer. Ytringsfrihet, pressefrihet og redaksjonell uavhengighet er våre hovedarbeidsområder.

Norsk Mediepolitikk er en suksesshistorie. Vi troner på toppen av pressefrihetsbarometrene, og vi har et mediemangfold og en gjennomgående journalistisk kvalitet som mange land misunner oss.

Det skyldes ikke bare at vi holder oss med et vidt ytringsrom, men også at vi i 50 år har ført en mediepolitikk hvor blant annet momsfritak og såkalt produksjonsstøtte har bidratt til både mediemangfold og meningsmangfold.

Ingen redaktører lengter etter å lene seg delvis på offentlige midler og avgiftsfritak.

Men når vi har like mange avistitler i dag som for femti år siden, så skyldes det blant annet en tverrpolitisk forståelse av at dersom vi skal opprettholde mediemangfoldet og et kvalitetssikret offentlig ordskifte, så må vi – i et lite, fragmentert språksamfunn – bruke litt av fellesskapets midler for å sikre den demokratiske infrastrukturen som de redaktørstyrte mediene er. Ikke minst har fritaket for moms på digital publisering av journalistikk vært et viktig grep for digital omstilling.

For ti år siden arrangerte NR møter med temaer av typen «Bloggerne kommer!» og vi stilte spørsmålet «Trenger vi egentlig redaktørene?»

For ti år siden var det knapt noen som brukte begrepet «redaktørstyrte medier». I dag avvikles det ikke en eneste mediefaglig eller mediepolitisk debatt uten at de redaktørstyrte mediene nevnes som garantister for kvalitetssikret journalistikk og som kringvern mot desinformasjon. Publikum vil ha innholdet i redaktørstyrte norske medier. De vil betale for det, og de har tillit til det. Norske medier scorer høyt og stabilt på tillitsmålingene.

For noen år siden diskuterte jeg finansiering av norske redaktørstyrte medier med folk som hadde betydelig mer kompetanse på digital publisering og økonomi enn meg. De advarte mot å forsøke å ta betalt for innholdet. Skap trafikk og selg annonser var budskapet. I dag har brukerinntektene passert annonseinntektene. Det skyldes ikke bare at publikum villige til å betale for kvalitetssikret journalistikk. Det skyldes også at milliarder av annonsekroner har forsvunnet til internasjonale aktører som verken kvitterer med journalistikk eller skattepenger.

Vi er glade for at den påtroppende regjeringen har signalisert at man vil styrke og ikke svekke den direkte mediestøtten. Samtidig er det viktig å styrke også det øvrige rammeverket for de redaktørstyrte mediene. I løpet av de siste par årene har vi for eksempel fått en helt ny medieansvarslov, som klargjør både redaktørenes uavhengighet og deres særlige ansvar. MBL og NR har fornyet den såkalte Redaktørplakaten, som medieansvarsloven til en viss grad bygger på, og som er en frivillig avtale, et omforent dokument, hvor eierne gir fra seg en del av styringsretten.

Kulturkomiteen bør også være oppmerksomme på alle mulighetene som finnes for å støtte journalistikken med ikke-økonomiske virkemidler. Særlig gjelder det tilgangen til informasjon. Det er et paradoks at Storting og regjering deler ut penger for å styrke journalistisk kvalitet og mangfold, uten at man samtidig gjør det så enkelt som mulig å få tilgang til den informasjonen som gjør det mulig å drive nettopp denne journalistikken.