



# Dokument nr. 8:73

(2003-2004)

Privat forslag fra stortingsrepresentantene Per Erik Monsen, Gjermund Hagesæter, Ulf Erik Knudsen og Karin S. Woldseth

**Forslag fra stortingsrepresentantene Per Erik Monsen, Gjermund Hagesæter, Ulf Erik Knudsen og Karin S. Woldseth om likebehandling av ukepresse og dagspresse mht. merverdiavgift**

Til Stortinget

## BAKGRUNN

Den 28. september 2001 ble regjeringens mediemelding, St.meld. nr. 57 (2000-2001) I yttrings-frihetens tjeneste, lagt frem. Stortingsmeldingen (heretter kalt mediemeldingen) omhandler mål og virkemidler i mediepolicen. Kultur- og kirke-departementet unnløt i kulturmeldingen St.meld. nr. 48 (2002-2003) å belyse ukepressens funksjon og betydning i mediebildet, men i kapittel 13.12 Born og literatur, fastslår det innledningsvis at hovedutfordringen er å få barn til å lese. Som det vil fremgå har ukepressen en viktig funksjon i dette arbeidet.

Regjeringens mediemelding avslører allerede i den innledende avgrensningen en fundamental svakhet. Avgrensningen fører til at ukepressen i realiteten er utelatt i den videre behandling av de spørsmål mediemeldingen omtaler. Det vises her til pkt. 1.3 i mediemeldingen, hvor det angis at denne på generelt grunnlag skal omhandle mål og virkemidler i mediepolicen.

Videre heter det at:

"Virkemidlene inkluderer den direkte pressestøtten, regelverket for statsannonsering og merverdiavgiftsfritaket for aviser. Området er nylig blitt gjennomgått av Dagspresseutvalget i NOU 2000: 15 "pressepolitikk ved et tusenårsskifte", som ble avgitt 25. mai 2000.

I innstillingen fra Dagspresseutvalget forutsettes det uttrykkelig at departementet på selvstendig

grunnlag skal foreta en vurdering av spørsmålene omkring ukepressen og ileggelse av merverdiavgift.

Det vises i denne forbindelse til Dagspresseutvalgets innstilling, hvor utvalget selv definerer sitt mandat som:

"...å vurdere dagspressens stilling. Utvalget har derfor ikke funnet det naturlig å ta stilling til hvorvidt ukepressen bør bli fritatt for moms, eller få en lavere momssats."

I mediemeldingen fremholder regjeringen at den legger avgjørende vekt på de vurderinger som ble foretatt av Dagspresseutvalget, og dette skjer uten at det blir foretatt en vurdering av spørsmål knyttet til ukepressen, og hvorvidt den bør omfattes av merverdiavgiftsfritaket.

Dette betyr at ukepressen overhodet ikke er tatt med i vurderingsgrunnlaget, verken av Dagspresseutvalget eller i forbindelse med mediemeldingen.

Dagspresseutvalget forutsatte imidlertid at blant annet konkurransevidningen, som følge av dagspressens merverdiavgiftsfritak, skulle vurderes ved innføring av momsreformen. Det vises igjen til Dagspresseutvalgets innstilling:

"Spørsmålet om konkurransevidning synes i første rekke å være knyttet til forholdet mellom ukepressen og deler av dagspressen. Utvalget legger til grunn at dette er et spørsmål som vil bli vurdert i forbindelse med momsreformen som regjeringen har bebudet."

Det er altså ikke fulgt opp av Regjeringen. Det er derfor på et svært tynt grunnlag Regjeringen trekker konklusjoner i forhold til ukepressens betydning i mediebildet og spørsmål om ileggelse av merverdiavgift.

Ukepressen er som kjent ilagt 24 pst. merverdiavgift, mens det for dagspressen i dag opereres med en 0-sats. Dagspressen får altså fullt fradrag for inngå-

ende merverdiavgift, mens den slipper å betale utgående merverdiavgift, på salget av sine publikasjoner.

Hovedbegrunnelsen for merverdiavgiftsfritaket er en støtte til norsk kultur og språk. I så fall kan man ikke argumentere for og forsvare den diskrimineringen ukepressen er utsatt for.

Dette kan belyses gjennom følgende forhold:

- Ukepressen er en viktig del av det norske skriftspråk
- Ukepressen er en viktig kulturbærer
- Ukepressens betydning for likestilling
- Ukepressen er på linje med dagspressen hva angår ukepressens betydning for informasjonsinnhentning og ytringsfrihet.

Det følger også av mediemeldingen, s. 16, at:

"Departementet legger stor vekt på at myndighetene av hensyn til mediernes uavhengighet bør være tilbakeholdne med å måle, veie og vurdere mediernes innhold".

Foreningen Norsk Ukepresse fremfører at det nettopp er veiing av ukepressens innhold som har medført at ukepressen i dag er det eneste trykte medium som er merverdiavgiftsbelagt.

Samtlige presseorganisasjoner; Norsk Presseforbund, Norsk Redaktørforening, Norsk Journalistlag og Foreningen Norsk Ukepresse er enige om at ukepressen bør være unntatt fra merverdiavgiftsplikten. Det er organisasjonenes prinsipielle syn at det frie ord ikke skal merverdiavgiftsbelegges. Dette må også gjenspeiles i regelverket om merverdiavgift.

Den såkalte "Redaktørplakaten" er i dag felles for ukepressen og dagspressen. En direkte følge av å knytte seg opp mot "Redaktørplakaten" er at man også er forpliktet til å følge "Vær-varsom-plakaten". Ukepressen følger de samme journalistiske prinsipper som følger av Redaktørplakaten og Vær-varsom-plakaten.

Dette betyr at ukepressen og dagspressen i praksis er og har vært underlagt det samme regelverket og de samme prinsipper. I realiteten er hele ukepressen forpliktet til å følge Redaktørplakaten og Vær-varsom-plakaten. Dette skyldes også ukepressens erkjennelse av at den har en samfunnsmessig viktig betydning; noe som også forplikter.

Pressen ivaretar samlet sett viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har videre et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

Pressen skal i henhold til Redaktørplakaten verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene. Det er pressens rett å informere om det som skjer i ulike lag av samfunnet,

samt å avdekke kritikkverdige forhold. Videre er det pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

Selv om papirkvaliteten er ulik, ivaretar også ulike publikasjoner innenfor ukepressen pressens oppgaver innenfor de presseprinsipper som er nedfelt. Ukepressen, som en del av den samlede norske presse, spiller dessuten en viktig rolle med henblikk på et viktig mediemangfold. Det synes så vel kunstig som ulogisk å operere med et skille mellom dagspresse og ukepresse for så vidt gjelder ivaretagelse av pressens samfunnsmessige oppgaver.

## **UKEPRESSENS BETYDNING OG Plassering i mediebildet**

I mediemeldingen synes det å være lagt til grunn at det kun er avisene, det vil si dagspressen, som er med på å oppfylle de samfunnsmessige oppgaver og forpliktelser som utgjør grunnlaget for pressestøtten, og som tjener som begrunnelse for opprettholdelse av merverdiavgiftsfritaket på det trykte ord.

Det kan her vises til s. 70 i mediemeldingen, hvor det heter:

"Regjeringen viser til drøftelsen i kapittel 2.4, som viser at det i første rekke er avisene som er bærerne av den offentlige debatten i samfunnet. Regjeringen legger derfor til grunn at avisene fremdeles skiller seg så vidt klart fra ukepresse og lokalkringkasting når det gjelder både innhold og funksjon at det kan forsvares å behandle avisene avgiftsmessig forskjellig fra andre medier. Regjeringen vil derfor ikke utvide momsfritykningen til å gjelde andre medier."

Problemet er imidlertid at ukepressen og dens betydning for mediemangfold, informasjon og samfunnsdebatt knapt nevnes med et ord i drøftelsen det vises til. Det sies videre ikke noe om forholdet mellom dags- og ukepressen når det gjelder disse spørsmålene.

Man kan ikke se at dette standpunktet er nærmere forklart eller begrunnet i mediemeldingen, verken hva gjelder innhold eller funksjon. Det er påfallende at statistikk omkring ukepressens betydning ikke tas frem eller forklares nærmere. En gjennomgang av ukepressen og dens plassering i mediebildet er således fullstendig utelatt.

Ifølge ovennevnte sitat synes regjeringen kun å være opptatt av pressens rolle som "bærer av den offentlige debatt i samfunnet", det vil si som debattforum. Mediernes oppgave som informasjons-, språk og kulturbærer faller her helt utenfor, selv om dette i andre sammenhenger er anført som helt sentrale begrunnelser for pressestøtten og opprettholdelsen av merverdiavgiftsfritaket. Den argumentasjon som anføres fra regjeringens side til støtte for opprettholdel-

se av det aktuelle skillet mellom dags- og ukepressen, blir derfor påfallende ensidig og unyansert.

## UKEPRESSEDENS BETYDNING FOR KULTUR OG SPRÅK

Ukepressen har stor betydning for utviklingen og opprettholdelsen av norsk som skriftspråk. Dette er svært viktig i en periode hvor skriftspråket trues av nye medier og hvor folk bruker mindre tid på å lese. Ukepressen vil i en slik sammenheng ha en ekstra viktig funksjon som "agent" for norsk som skriftspråk, da den i stor utstrekning treffer en brukergruppe hvor aviser og dagspressen har stadig dårligere fotfeste. Dette gjelder kanskje særlig i forhold til barn og unge. Ukepressen har også vist seg å treffe kvinner i en meget stor utstrekning.

Det er grunn til å påpeke og understreke at ukepressen også har stor betydning som kulturbærer og informasjonskilde vedrørende samfunnsaktuelle spørsmål. Ukepressen er en vesentlig del av det totale mediemangfoldet, og fungerer i mange tilfeller også som premissleverandør og deltaker i samfunnsdebatten.

Unge mennesker utgjør en meget stor lesergruppe innen ukepressens flora av blader. Hver fjerde norske tenåring kjøper ett eller flere uke- eller månedssblader hver uke; to av tre tenåringer leser gjennomsnittlig ett blad om dagen. Jentene er i flertall blant leserne.

Ukepressen har også fått en meget sterk tradisjon på kvinner som lesergruppe. Blader målrettet mot kvinner og jenter i alle aldersgrupper har hatt og har stor suksess. Ikke minst har disse bladene en sosialisierende og viktig funksjon for mange jenter og kvinner.

Dags- og ukepresse spiller rimeligvis en langt større rolle for den alminnelige språk- og stilutviklingen enn våre fremste skjønnlitterære forfattere. Det er f.eks. en alminnelig erfaring fra flere land at tilveksten i det allmenne ordforrådet skjer gjennom pressens formidling, og at de syntaktiske nyhetene først og fremst dukker opp der. Tilveksten og nyskapingen foregår bare i mindre omfang i andre kilder, som bøker, allmenne tidsskrifter og lignende.

Dags- og ukepressens funksjon som språklig forbilde og språkbestemmende makt er betydelig. Sin innflytelse på språkutviklingen øver den i kraft av sin kvantitative tyngde. Anslagsvis befinner seg hvert tredje trykt norsk ord der. Tilspisset kan man således si at språket i disse medier er det trykte norske språk.

Fra språkpedagogisk synspunkt er det viktigste at man leser, ikke hva man leser. Man burde således betrakte ukebladene som en viktig støttespiller i arbeidet for å styrke leselysten snarere enn som en hindring for leselyst.

Mellom aviser og ukepresse har det i nyere tid skjedd en tilnærming hva stoffutvalg og presenta-

sjonsmåte angår. Journalistenes bakgrunn er i hovedsak den samme i de to medier, de rekrutteres fra samme hold og kan flytte fram og tilbake mellom redaksjonene. Sjangervariasjonen kan være stor både i dags- og ukepresse, noe som naturligvis gjør at også språket får stor variasjonsbredde. Det blir derfor en utillatelig generalisering når man snakker om avis-språket eller ukebladets språk og oppfatter det ene eller det andre som en enhetlig størrelse.

Med tilbørlig reservasjon for sjangerforskjeller i begge medier, har man likevel et inntrykk av at det er iøynefallende fellestrekk i språkbruken i aviser og ukeblad. Noen grundig sammenliknende studie foreligger riktignok ikke, men enkelte undersøkelser av avis-språk og ukepressespråk hver for seg etterlater et slikt inntrykk.

Det kan ikke med rimelighet hevdes at det språklige kvalitetshensynet er bedre ivaretatt i det ene eller det andre av de to medier.

På bakgrunn av dette kan man slå fast at ukepressen i like høy grad som dagspressen er en virksom faktor så vel for den individuelle lese- og skriveutviklingen som for den generelle språktilstanden i samfunnet. Mediene bør ut fra dette perspektivet ikke forskjellsbehandles.

Ukepressen er videre en tekststart som i kraft av sin kvantitative tyngde og sentrale posisjon i barns og unges lesevaner er en viktig faktor i den språklige oppdragelse. Ukepressens språklige standard er således av vesentlig betydning for kulturtilstanden i landet.

Ukepressen er en av de viktigste informasjons- og underholdningsformidlere i vårt samfunn.

Norsk mediebarometer for 2003 fra Statistisk sentralbyrå viser at:

- 16 pst. av landets befolkning leser ukeblad hver dag.
- Liten endring (stabilitet) i ukebladlesningen de siste seks årene.
- Mer enn dobbelt så høy ukebladlesning blant kvinner som blant menn.
- Personer med høy utdanning leser minst ukeblad.
- Eldre leser i størst grad familieblader. Aktualitetsblader og spesialblader for kvinner og menn har størst leserandel blant unge voksne.

Fra Jostein Gripsruds utredning "Ukepressens kulturelle og samfunnsmessige betydning" fra september 1999 bekreftes dette i stor grad som tendenser i mediebildet, selv om det har skjedd endringer over tid:

"Det historiske mønsteret er klart, og kan oppsummeres slik: Kvinner leser mer ukeblader enn menn, og folk med lavere utdanning og inntekt leser mer enn dem med høyere utdanning og inntekt. Det ser også ut

til at ungdom og eldre leser mer enn generasjonene i mellom. Dette mønsteret gjelder langt på vei stadig. Men det har vært endringer over tid, og publikums sosiale sammensetning varierer nå i meget høy grad mellom ulike typer ukeblad."

Over 80 pst. av befolkningen er ukebladlesere, og i gjennomsnitt selges det ett ukeblad pr. norsk husstand hver uke. Hjemmet har 901 000 lesere, Norsk Ukeblad 633 000 lesere og Se og Hør 2 049 000 lesere (brutto totalt to utgaver i uken), ifølge tall fra Markeds- og Mediainstituttet AS (MMI). Tallene er fra andre halvdel 2003 - og dreier seg om personer over 15 år.

Kvinnebladene står også sterkt i Norge. Til sammen har bladene KK, Det Nye, Henne, Elle og Tique 1 316 000 lesere over 15 år, ifølge tall fra MMI.

### **UKEBLADENE REPRERENTERER EN MEGET VIKTIG DEL AV DEN NORSKE SKRIFTKULTUREN**

Det må kunne konstateres at ukebladene i dag når viktige deler av den norske befolkning, som andre kulturbærere ikke makter å nå. Det er derfor viktig at politikerne i den fremtidige kulturpolitikken vier ukepressen større oppmerksomhet og aktivt spiller på ukebladene både når det gjelder å spre kunnskap, underholdning og for å styrke det norske skriftspråket.

Politikerne har imidlertid så langt ikke i tilstrekkelig grad, og på samme måte som for bøker og aviser, lagt forholdene til rette for at ukebladene kan oppfylle sin kulturpolitiske oppgave.

Norge er et lite språksamfunn som er under kontinuerlig press fra store språksamfunn. Det internasjonale presset mot Norge som et lite språksamfunn er blitt forsterket med den stadig økende utbredelse av elektroniske medier.

Det er en generell trend i samfunnet at det brukes mindre tid på å lese. Dette er urovekkende, når man vet at lesevaner danner grunnlag for utvikling av skriftspråket.

Endringen i folks generelle lesevaner er i stor utstrekning blitt forklart med konkurranse fra andre medier, da kanskje særskilt fra radio, fjernsyn og Internett i løpet av de siste par årene. I denne forbindelse opplever man en nedgang i bruken av trykte medier og en markant endring av folks lesevaner. Trykte medier utsettes på generell basis for stadig sterkere konkurranse om markedsandeler og oppmerksomhet.

I 2003 økte tv-tittingen videre til to timer og 44 minutter i snitt for nordmenn, ifølge TNS Gallup. Også internettbruken, samt bruk av mobile innholdstjenester har økt betraktelig. Lyttertiden til radio i Norge økte også fra 2002 til 2003, i henhold til tall fra TNS Gallup. Samtidig ser vi at mange tradisjonelle skriftmedier taper terreng. Dette gjelder både innen-

for ukepressen samt dagspressen. Vi ser også at digitale medier tar stadig større andeler av annonsemarkedet i disse tider.

Både av hensyn til ivaretagelse av norsk som skriftspråk, og av hensyn til utviklingen av folks generelle lese- og skriveferdigheter, er en slik utvikling negativ for det norske samfunnet. Dette bør foranledige positive tiltak fra myndighetene for å sikre utbredelsen av det norske skriftspråket. Ukepressen når ut til et stort og variert publikum, og yter i så måte et svært viktig bidrag til opprettholdelsen og utviklingen av norsk som skriftspråk.

Et av de viktigste motivene folk oppgir for kjøp av de tradisjonelle familiebladene, er helsestoffet. Disse bladene har vært kanskje den viktigste kilde til kunnskap om helsespørsmål for brede lag av befolkningen. Ukentlig bringes nyheter fra forskning, både i Norge og ellers i verden, om nyvinninger innen medisinsk behandling. Enkeltmennesker står frem med sine erfaringer og opplevelser, og leseren kan stille spørsmål direkte til bladenes fagpaneler. Også ukebladenes omfattende artikler om norsk matkultur og betydningen av et sunt kosthold, er viet stor oppmerksomhet. Kapasiteter som Grethe Roede og Ingrid Espelid Hovig har gjennom år gitt råd til et rikligere kosthold.

Tabloidavisene, og i særdeleshet Dagbladet, har i det siste viet dette stoffområdet stor oppmerksomhet. Men det er familiebladene som historisk sett har vært og er bærere av denne viktige nyhetsformidlingen.

Ukebladene representerer også en viktig informasjonskilde når det gjelder forståelse for andre kulturer og fremmede skikker. I den senere tid har det vært stor fokus på omfattende reiseskildringer og intervjuer med mennesker med annen kulturbakgrunn.

Jostein Gripsrud skriver følgende om dette i sin utredning:

"Ukepressens opplysningsfunksjoner har vært mangfoldige, men de har, særlig for familie- og kvinnebladene vedkommende, vært spesielt knyttet til de intime, familiære området - medisinske, psykologiske, følelsemessige, moralske og andre aspekter ved livet og mellommenneskelige forhold har stått sentralt."

Ukebladene kan inndeles i ulike sjangere, hvor de er kulturformidlere og kanal for samfunnsaktuelle spørsmål.

### **Familiebladene**

De tradisjonelle familiebladene, Hjemmet, Norsk Ukeblad, Allers og Familien, har gjennom det siste århundret vært blant de viktigste kulturformidlere i Norge. Gjennom omfattende artikler, med tekst og bilder, skildres livet i hverdags-Norge. Ved omfattende reiseskildringer, artikler om byggeskikk og byggekultur, klestradisjoner og nasjonaldrakter, mattradisjoner, antikviteter og kulturhistorie, artikler om

norske storgårder, gamle håndverkstradisjoner og brukskunst, har familiebladene i alle år vært viktige for folkeopplysningen i landet.

Artikler om de kongelige har også tradisjonelt vært familiebladenes domene. Deres betydning som holdningsdannere for folks syn på og kjennskap til det norske kongehus, er udiskutabel.

Et av de viktigste motiver leserne av disse bladene har for kjøp, er at de møter andre vanlige medmennsker og deres livserfaringer. De bruker bladene som informasjonskilde, og en stor del av bladenes lezerservice er å hjelpe folk med svar på mange vanskelige spørsmål de har. Bladene bærer videre norske tradisjoner ved presentasjon av alle typer håndarbeid, de gir leserne anledning til refleksjon ved meningsbærende petiter og redaksjonelle ledere.

For mange lesere har ukebladenes tradisjonsrike roman- og seriestoff vært det første møtet med skjønnlitteratur. Bladenes roman- og novellekonkurranser har åpnet døren for mange forfattertalenter gjennom årene.

Ukebladene spiller i praksis en stor betydning for et bredere lag av folket. Ukepressen kan derfor være en viktig informasjonskanal for folk som ikke bruker så mye tid på å lese for eksempel aviser. Det siteres fra Gripsruds utredning s. 9:

"Ukepressen har så vel historisk som i vår tid sin største utbredelse i de delene av befolkningen som har lavest utdanning og følgelig vanligvis dårligere forutsetninger enn andre grupper for å oppsøke alternative kilder til informasjon og kulturelle erfaringer. Uansett de innvendinger man kan ha mot ukepressens former og innhold, synes det åpenbart at ukebladlesing har vært et vesentlig element i så vel diverse typer informasjonsformidling som hverdagslig kulturliv for både de nevnte gruppene og store deler av befolkningen for øvrig - ikke minst blant kvinner. Ukebladene har dessuten, sammen med den særegent store avislesning i Norge, bidratt til å inkludere alle deler av befolkningen i den skriftbaserte kulturen, og dermed til å opprettholde og utvikle skriftspråklige ferdigheter. Det finnes trekk ved medieutviklingen i vår samtid som gjør dette særlig viktig. Audiovisuelle medier står stadig sterkere, flere typer lesning viser, særlig de siste årene, tendenser til tilbakegang - samtidig som det framvoksende, såkalte informasjonssamfunnet nettopp stiller krav til folks skriftspråksbeherskelse."

### **Kvinnebladene**

Kvinnebladene, KK, HENNE og Det Nye, er de viktigste formidlere av kvinnepolitisk stoff i Norge. Mot sine forskjellige målgrupper rettes en stor del av stoffet mot samfunnsnyttig informasjon og kvinnelaterte spørsmål. Nær 100 pst. av deres lesere oppgir "samfunnsaktuelle artikler" som den aller viktigste grunnen til kjøp av bladene.

Gjennom omfattende artikler belyses ukentlig og månedlig kvinners hverdag i vid forstand. Store deler av bladene gir jevnlig informasjon om jobb og utdanningsvalg, kvinners helse, forhold til barn og oppdra-

gelse, juridisk rådgivning, tips og ideer til kombinasjon av arbeid og fritid.

Som medium er derfor kvinnebladene de viktigste premissleverandører for kvinne- og likestillings-spørsmål i Norge. Deres store betydning ble understreket da bladenes redaktører tok stilling mot bruk av svært unge og svært magre modeller til klesreportasjer.

Når det gjelder media som den fjerde statsmakt, kommer ikke minst dagsordenfunksjonen inn som et viktig element. Medieforskningen har gjennom en årrekke vist at media først og fremst setter dagsorden - det vil si "bestemmer" hva folk skal snakke om.

Her har kvinnebladene - og spesielt de kvinnelige redaktørene - gjennom lang tid hatt en viktig funksjon som opinionsledere i den offentlige debatt. Kvinnelige redaktører innen norsk ukepresse blir mye brukt i andre medier (type radio og tv) på bakgrunn av høy kompetanse og gode formidlingsevner. Dette har i høyeste grad bidratt til å gjøre ukepressen enda mer viktig i samfunnsmessig betydning.

### **Aktualitets/TV-blader**

Det viktigste bladet i dette segmentet er Se og Hør. Se og Hør er det viktigste TV-radioblade i Norge, med detaljert fokus på ukens aktuelle programmer. Det har kommet til flere blader de senere år, blant annet Her og Nå.

Se og Hør er et kjendis- og aktualitetsblad, i den forstand at bladet fokuserer på kjente menneskers liv og levnet. Bladet trenger forbilder til sine artikler, og det er hevet over tvil at kjente mennesker er interessante for bladet i kraft av sin stilling og status. Kjendisenes livserfaringer er viktige for vanlige mennesker, kanskje ved ufarliggjøring av vanskelige situasjoner. Det beste eksempelet i så måte er Wenche Foss, da hun sto frem og fortalte om sin brystkreftsykdom.

Det finnes altså et helt legitimt og viktig behov for denne type nyhetsformidling. Det er antakelig også årsaken til at dagspressen nå i så større grad enn tidligere fokuserer på kjendisreportasjer.

### **Spesialblader**

En trend de siste årene har vært utviklingen av spesialblader. Disse behandler avgrensede fagområder, og er således en svært viktig kilde til kunnskap og nyhetsformidling innenfor mange og varierte områder. Dette gjelder for eksempel på områder som mat, helse, sport, teknologi og naturvitenskap.

### **LIKEBEHANDLING**

Det er et generelt forvaltningsrettslig prinsipp at like tilfeller skal behandles likt. Avgiftspolitisk burde det også legges til grunn et prinsipp om at like tilfeller bør behandles likt. Ukepressen er i dag det eneste

trykte mediet som er avgiftsbelagt. En slik forskjellsbehandling kan ikke forsvares. Det kan verken kulturpolitisk eller språklig sett argumenteres for å opprettholde en slik forskjellsbehandling av ukepressen i forhold til dagspressen. Ut fra et likestillingsprinsipp kan heller ikke skillet opprettholdes.

Det vises her også til Konvergensutvalget (NOU 1999: 26) som ble bedt om å kartlegge og analysere hvordan de elektroniske informasjonstjenestene utvikler seg, og i hvilken grad gjeldende regulering på tele- og kringkastingsområdene er tilpasset denne utviklingen.

Konvergensutvalget mener at de aktører som her konkurrerer innenfor samme marked, bør konkurrere på mest mulig like vilkår. Det vises i denne forbindelse til sammendraget av utvalgets vurderinger og anbefalinger i kapittel 1, pkt. 1.1.2.

Tilnærmingen mellom ukepressen og dagspressen med hensyn til innhold, aktualitet og arbeidsmåte tilsier at man også her bør gi disse aktørene en avgiftsmessig lik behandling. Videre kan det vises til at både Konkurransetilsynet og tidligere Planleggings- og samordningsdepartementet har fastslått at ukepressen må få likebehandling med dagspressen. Det må være et overordnet prinsipielt utgangspunkt.

Dette er også i tråd med den mediepolitikk som regjeringen ga uttrykk for i St.meld. nr. 32 (1992-1993) Media i tida, hvor det ble fastslått at det for å oppnå regjeringens mediepolitikk var nødvendig med en politikk som vil:

"tilrettelegge rammetilhøve slik at ulike medium får mest mulig like konkurranseforhold."

Kulturpolitiske hensyn tilsier at alle trykte medier fritas for merverdiavgift. Det trykte ord bør ikke avgiftsbelegges. Dette innebærer at ukebladene må likestilles med de øvrige trykte medier. Det finnes ingen holdbar kulturell begrunnelse for den diskrimineringen ukepressen utsettes for med det nåværende avgiftssystem. I den brede sammenheng er det ganske enkelt ikke holdbart å rangere aviser og ukeblader i en synkende skala for kulturell høyverdighet. Det fins gode og dårlige ukeblader, slik det fins gode og dårlige aviser. Det er ikke selve genren som kan settes høyere eller lavere på skalaen. En ensartet politikk vil således best ivareta det norske skriftspråk.

## KONKURRANSESITUASJONEN

Konkurransesituasjonen i mediemarkedet mellom dags- og ukepressen er belyst og kommentert i ulike sammenhenger, og av ulike organ. Også Konkurransetilsynet har i denne forbindelse avgitt klare og prinsipielt viktige uttalelser.

Det kan i denne forbindelse først vises til Konkurransetilsynets brev av 4. juli 1997 til Planleggings-

og samordningsdepartementet, hvor overskriften lød:

"Beregning av merverdiavgift for ukepressen kontra dagspressen, konkurranselovens § 2-2 d. :

I brevet blir det foretatt en generell gjennomgang av konkurranse situasjonen mellom dags- og ukepressen. Bakgrunnen for dette var den avgiftsmessige forskjellsbehandlingen disse mediene utsettes for. Konkurransetilsynet konkluderer med at:

"ukeblader og løssalgaviser konkurrerer med hverandre om både lesere og annonsører. Tilsynet mener derfor at de to typer publikasjoner bør stilles overfor de samme rammevilkår".

I sine vurderinger legger tilsynet blant annet til grunn at:

"det er markedsavgrensninger som bør være avgjørende for hvilke publikasjoner som skal kvalifisere til ulike støtteordninger."

Videre uttaler tilsynet at det:

"stiller seg kritisk til definisjonene som legges til grunn ved innvilgelse av merverdiavgift".

Bakgrunnen for denne konklusjonen er at Konkurransetilsynet ved avgrensningen av markeder først og fremst ser på substitusjonsmuligheter på etterspørselssiden:

"I denne sammenheng vil substitusjonsmulighetene mellom ukeblader og aviser avgjøres av i hvilken grad produktene fremstår som alternativer til hverandre. Det vil være av underordnet betydning om publikasjonen defineres som det ene eller andre i forhold til gjeldende regelverk."

Videre uttaler Konkurransetilsynet om dette at:

"Selv om løssalgspresen er mer nyhetsorientert enn ukebladene, er Konkurransetilsynet av den oppfatning at løssalgspresen og ukebladene også har mye redaksjonelt innhold som henvender seg til det samme publikum. Tilsynet antar at mange konsumenter vil finne det stoffet som interesserer dem både i løssalgspresen og i ukeblader, og at løssalgspresen og ukeblader derfor vil fremstå som alternativer til hverandre."

Som en følge av dette konkluderes det med at den naturlige fremgangsmåten for å bidra til at alle aktører har like konkurransevilkår vil være å:

"utvide grunnlaget for merverdiavgiften til å omfatte både aviser og tidsskrifter. Dette samtidig med at en utvider og øker pressestøtten til å omfatte alle publikasjoner en mener er spesiell betydning. Subsidiært mener tilsynet at ukepressen bør fritas for merverdiavgift på samme måte som dagspressen. Tilsynet foreslår derfor at Planleggings- og samordningsdepartementet tar disse spørsmål opp med Finansdepartementet og Kulturdepartementet."

Konkurransetilsynet opprettholder i brev av 15. september 1998 stilet til Arbeids- og administrasjonsdepartementet (tidligere Planleggings- og samordningsdepartementet) sin konklusjon om at:

"løssalgsaviser og ukeblader bør likestilles i forhold til konkurransemessige vilkår."

Det må med grunnlag i dette klart kunne konkluderes med at den avgiftsmessige forskjellsbehandlingen av dags- og ukepressen er i strid med helt sentrale prinsipper i konkurranselovgivningen, og at aktører i dagspressen er gitt klart urimelige og urettmessige fordeler i konkurransen med ulike deler av ukepressen.

Til nærmere belysning av konkurransesituasjonen mellom trykte medier har Senter for Mediaøkonomi, på oppdrag fra Foreningen Norsk Ukepresse, utarbeidet utredningen "Det trykte ord - likhet for loven?"

Utredningen omhandler i første rekke konkurransesituasjonen mellom aviser og ukeblader.

Når det gjelder konkurransen mellom ukepressen og løssalgsavisene i annonsemarkedet, konkluderes det med at løssalgsaviser og ukeblader på vesentlige deler av annonsemarkedet vil representere substituerbare produkter som definitivt opererer i en konkurransesituasjon med hverandre. Man kan si med stor grad av sikkerhet at konkurransen etter hvert vil bli ytterligere skjerpet, spesielt på grunn av at avisene vil ta opp i seg innholdselementer som øker substitusjonsgraden i avisenes favør.

Det reises spørsmål om det er en tiltagende internasjonal trend i retning av innholdslikhet mellom aviser og ukeblader. Her konkluderes det blant annet med at norske aviser, spesielt løssalgsavisene, kan sies å befinne seg i en prosess hvor de tar opp i seg innholdselementer som tidligere har vært mer typiske for ukebladene innhold og presentasjonsform.

Det konkluderes med at dags- og ukepressen i merkbar grad konkurrerer om de samme menneskelige ressursene, og at det har utviklet seg et slags felles arbeidsmarked som omfatter strategisk meget viktige stillingskategorier. Dette kan indikere at kompetanse og erfaring fra produksjon av ukeblader og løssalgsaviser langt på vei er overførbar mellom ukepressen og dagspressen.

I praksis viser dette en tilnærming av ukepressen og dagspressen i forhold til arbeidsmetoder og innhold.

På dette grunnlag legges det til grunn i utredningen at mange aviser og ukeblader i regulatorisk forstand må sies å konkurrere på det samme marked. Siden merverdiavgiften utgjør en betydelig andel av brutto utsalgspris for varer og tjenester, vil ulike regler for avgiftsplikt for produkter innen det samme marked prinsipielt representere en påvirkning av konkurransesituasjonen. Ulikheten i avgiftsplikt

mellom aviser og ukeblader innebærer derfor en konkurransevridning. Denne konklusjonen fra Senter for Mediaøkonomi sammenfaller med Konkurransetilsynets beslutning i saken, jf. brev til Planleggings- og administrasjonsdepartementet av 4. juli 1997.

Dette er en sterk dokumentasjon på at konkurransen mellom deler av ukepressen og løssalgsavisene er skjerpet. VGs store helgesatsing, som startet i slutten av mars 2004, der de har rustet opp fredags-, lørdags- og søndagsavisene med flere sider med ukepresseaktig stoff, og Dagbladets nye søndagsmagasin som kom søndag 18. april 2004, tegner ytterligere et bilde av forsterket konkurranse mellom aviser og ukeblader. Når det gjelder Dagbladets bilag på lørdager og søndager, satses det stort på såkalt livsstilsrelatert underholdningsstoff. Denne typen stoff har ukebladene hatt mengder av i over 100 år.

Administrerende direktør Aslak Ona i VG gikk i mars 2004 ut i Dagens Næringsliv og fortalte at VG skulle møte konkurransen fra Se og Hørs weekendutgave. Det hersker ingen tvil om hva slags typer virkemidler som benyttes hos VG og Dagbladet i kampen om leserne. I stadig større grad benyttes virkemidler og stoffkategorier som ukepressen har benyttet en årrekke.

Helgesatsingene til VG og Dagbladet er spesielt orientert mot feature-journalistikk innen diverse kategorier - og henter inspirasjon fra en rekke ukeblader både innenfor massekommunikasjonen og nisjekommunikasjonen. Avisene og ukebladene kjemper på det samme markedet, men med store avgiftsmessige forskjeller.

I korte trekk konkurrerer ukepressen og avisene på fire områder:

- a) Om leserne og kjøperne.
- b) Om talentene/rekruttering.
- c) Om annonsørene (merkevereannonsering)
- d) Om de beste historiene.

## SITUASJONEN I EU-LANDENE

Alle EU-landene, med unntak av Danmark, har nå lik merverdiavgiftssats på ukeblader og aviser. I Sverige ble det innført lik merverdiavgiftssats på ukeblader, tidsskrifter og aviser fra 1. januar 2002. Flere av EU-landene har merverdiavgiftsfritak, mens de øvrige har en lik merverdiavgiftssats.

I tilknytning til merverdiavgiftsreformen la Finansdepartementet til grunn at en tilpasning til EUs regelverk om merverdiavgift er ønskelig, jf. St.prp. nr. 2 (2000-2001), men det er ikke noen plikt til en slik tilpasning gjennom EØS-avtalen.

EØS-avtalen art. 14, som forbyr interne avgifter som virker proteksjonistiske, har noe å si for vurderingen av særskilte avgiftssatser og fritak. Avgjørelsen i EFTA-domstolen i sak E-1/01 22. februar 2002,

fastslår at et merverdiavgiftsfritak eller en lavere sats som favoriserer norskspråklige bøker, neppe er i tråd med EØS-avtalen. Derimot er det uproblematisk dersom ordningen er generell, slik at den omfatter alle bøker som blir omsatt i Norge, hvilket er situasjonen for bøker i dag. Hva ukeblader og dagspresse angår er denne likebehandlingen fraværende, og således stridende med EØS-avtalen om man legger en analog tolkning til grunn.

I det følgende gjengis en oversikt over merverdiavgiftssatsene i EU-landene.

*Momssatser på aviser og tidsskrifter innenfor EU .*

Land	Aviser	Tidsskrifter
Belgia .....	0	0
Danmark.....	0	25
Finland (løssalg).....	22	22
Finland (abonnement) .....	0	0
Frankrike .....	2,1	2,1
Hellas .....	4	4
Irland .....	12,5	12,5
Italia .....	4	4

Land	Aviser	Tidsskrifter
Luxemburg .....	3	3
Nederland .....	6	6
Portugal .....	5	5
Spania .....	4	4
Storbritannia .....	0	0
Sverige.....	6	6
Tyskland .....	7	7
Østerrike .....	10	10

**FORSLAG**

På denne bakgrunn fremmes følgende

f o r s l a g :

Stortinget ber Regjeringen fremme forslag om likebehandling av ukepresse og dagspresse med hensyn til merverdiavgift i forbindelse med budsjettet for 2005.

5. mai 2004