

FOLDIG. ENGIG. DAG.

INNHold

FAKTA

- 06: Dette er Amedia
- 07: Amedia som utgiver
- 09: Forventninger til eierskapet
- 10: Oversikt utgivelser

RAMMEVERK

- 16: Amedias publisistiske rammeverk

FORMÅL

- 26: Amedias formålsparagraf
- 27: Lokale mål og verdier

UTGIVERERKLÆRINGEN

- 32: Den viktige journalistikken
- 38: Et mangfoldig mediekonsern
- 40: Våre aviser
- 77: Den nødvendige frihet

VEDLEGG

- 85: Innstilling fra publisistisk utvalg

VI BRYR OSS OM OG MED. HVER DAG.

MÅL OG VERDIER.

Amedia er et «nytt» konsern. Når A-pressens og Edda Medias virksomheter smelter sammen, samles 78 avistitler med hver sin historie, kultur, tradisjon, grunnsyn og oppgave under ett felles eierskap. Men selv om det kan være lang avstand fra konservative Fredriksstad Blad i sør til radikale Finnmarken i nord, bygger mediehusene på et felles sett av verdier – om mangfold, ytringsfrihet og redaksjonell uavhengighet.

Heftet handler om Amedias publisistiske grunnmur og ambisjoner: A-pressen og Edda Media hadde hvert sitt sett av publisistiske prinsipper, dokumenter og retningslinjer. Disse var utviklet over tid og er i sitt vesen ganske synkrone. Da A-pressen kjøpte Edda Media i desember 2011, ble det besluttet å starte et arbeid for å «skrive disse sammen», oppdatere og modernisere dem – for på den måten å få et felles publisistisk rammeverk. Et bredt sammensatt utvalg ble nedsatt av redaktører og tillitsvalgte (se presentasjon i heftets vedlegg). Nå er arbeidet med å følge opp utvalgets forslag startet.

I dette heftet presenterer vi de publisistiske verdiene i konsernet og i det enkelte mediehus for å vise mangfoldet i Amedia og hvilke mål og verdier konsernet har nedfelt for sin virksomhet.

- Det handler om at vårt åpne og demokratiske samfunn trenger uavhengige og vitale medier som bærere av ideer, tradisjoner og lokal identitet, og som kanaler for journalistikk, informasjon, kritikk og fri debatt.
- Det handler om behovet for et forsvar for ytrings- og informasjonsfriheten, om medienes samfunnsoppdrag og de verdier og prinsipper mediene bygger på.
- Og det handler om forankring av redaktørens uavhengige stilling, styrking av Redaktørinstituttet og om tydeliggjøring av prinsippene for redaksjonell selvstendighet og publisistiske forhold.

En god og tydelig publisistisk plattform er viktig både for medienes forhold til omverdenen, og for å skape et trygt ståsted internt i de enkelte redaksjoner og markedsavdelinger. Det publisistiske skal synliggjøre den ideologiske forankring, men også hvilke forventninger og krav lesere og brukere skal ha til produktet. Medienes frihet er avhengig av sunne økonomiske rammer. Derfor handler det publisistiske også om at Amedia skal stå for et robust eierskap, som er en forutsetning for å møte framtidige utfordringer offensivt og kunne løfte våre mediehus inn i fremtidens mediehverdag. Bare slik kan de ivareta sitt samfunnsoppdrag også i årene som kommer.

Et publisistisk rammeverk skal trygge medienes idemessige grunnsyn og redaktørens stilling uavhengig av hvem som til enhver tid sitter med eierskapet. Vi mener det nye rammeverket vil fornye, tydeliggjøre og trygge verdigrunnlaget til Amedia som medieeier.

God lesing!



STIG FINSLO OG

JENS OLAV JENSSEN

**REDAKTØRER AMEDIAS
PUBLISISTISKE PLATTFORM**

**VIKTIG
INNHOLD.
HVER
DAG.**

MANGFOLDIG. UAVHENGIG. HVER DAG.

Amedia er et mangfoldig mediekonsern: Amedia eier 78 titler som publiserer innholdet sitt på papir, nett, brett og mobil. Det er 78 samfunnsinstitusjoner, med hver sin unike historie og hvert sitt unike marked. Noen er små og når fram til 4-5000 mennesker daglig. Andre er store og når fram til godt over 100 000 mennesker daglig. Hver av titlene har et innhold som springer ut av lokalsamfunnet. Til sammen kommuniserer Amedias titler med nær 2,5 million mennesker over hele landet. Hver dag.

Amedia er et viktig mediekonsern: Amedia eier medier som setter dagsorden, ved å bry seg. De bryr seg om folks hverdag og lokalsamfunnets utvikling. Og de bryr seg med det som skjer, som kritisk overvåker og kontrollinstans. Journalistikk er viktig. Den kan bety en forskjell. For et enkeltindivid eller for et samfunn. Amedia er opptatt av at hvert enkelt mediehus skal gjøre jobben sin som presse. Hver dag.

Amedia er et ansvarlig mediekonsern: Å eie medievirksomheter forplikter – og Amedia tar sine forpliktelser på alvor. Hvert enkelt mediehus som inngår i Amedia har definert sitt formål og hva slags rolle og oppgave det skal ha for lokalsamfunnet og på hvilket grunnlag informasjonsformidlingen skal bygge. Amedia er opptatt av at hvert enkelt mediehus skal opptre fritt og uavhengig, av at et mangfold av synspunkter skal komme fram og brytes i det offentlige rom. Hver dag.

Amedia er et troverdig mediekonsern: Amedia skal være en ryddig og forutsigbar eier. Vi er derfor opptatt av at det verdimeslige ståstedet vi bygger på skal kommuniseres åpent og tydelig. Vår publisistiske plattform er en hjørnestein i konsernets grunnmur. Dette heftet handler om hva vi står for som eiere og utgivere og hvordan vi sikrer ytringsfriheten, den redaksjonelle friheten og det ideologiske, kulturelle og lokale mangfoldet i mediene. Vår ambisjon som utgivere er høy. Vår publisistiske troverdighet er avgjørende for oss. Vi har bygget et rammeverk på dette området som skal stå trygt og skape trygghet. Hver dag.



THOR GJERMUND ERIKSEN
KONSRNSJEF AMEDIA

FAKTA AMEDIA

KORTREISTE NYHETER. HVER DAG.





Amedia er det nest største mediekonsernet i Norge som i følge Medietilsynets

beregninger kontrollerer 26,7 prosent av det nasjonale dagspresseopplaget.

Dette er Amedia

Amedia publiserer gjennom 65 utgivelselskap spredt over hele landet, som til sammen utgir 78 avistitler og mer enn 100 nettaviser eller nettsted, foruten egne utgaver for lesebrett, mobil og spesialutgaver via mobile applikasjoner.

Avisutgivelsene fordeler seg med 37 dagsaviser, 30 fådagersaviser og 11 gratisaviser. Foruten mediehusene som utgir både avistitler med tilhørende nettaviser, eier også Amedia selskap som driver kun digital publisering.

De betalte avisene har et samlet opplag på 660 504 (bekreftet opplag 2011). I følge tall fra TNS-Gallup (Forbruker&Media) når lokalavisene daglig fram til mer enn 2 millioner lesere. Deres nettaviser når daglig fram til over 900 000 brukere. De rene digitale publikasjonene som henvender seg til det nasjonale markedet har mer enn 600 000 daglig brukere.

Konsernets redaksjonelle medarbeidere er tilstede over hele landet – fra Tvedestrandsposten i sør til Finnmark Dagblad i nord. Til sammen er konsernet tilstede med 2 105 medarbeidere i de lokale mediehusene.

NØKKELTALL	A-PRESSEN	EDDA MEDIA	AMEDIA
Antall utgivelselskap	48	17	65
Herav heleide	43	14	57
Antall avistitler (papir)	52	26	78
Antall ansatte konsern	2 421	1 334	3 755
Antall ansatte i Norge	1 976	1 221	3 197
Herav i mediehus/utgivelselskap	1 315	790	2 105
Samlet opplag	418 772	240 942	659 714
Samlet antall daglig lesere	1 216 000	826 000	2 042 000
Samlet antall daglig nettbrukere lokalt	521 000	392 000	913 000

LO
44,57 %

TELENOR
44,20 %

FRITT ORD
2,97 %

AMEDIA
8,26 %

Amedia AS er eid av fire hovedgrupperinger. Med eier menes den som eier en eller flere aksjer i et selskap:

→ Landsorganisasjonen i Norge med til sammen	44,57 % av aksjene
Disse fordeler seg på flere grupperinger:	
– Landsorganisasjonen i Norge med	35,65 %
– Fagforbundet med	4,08 %
– Diverse fagforbund tilknyttet LO med	4,84 %
→ Telenor Media & Content Services AS med	44,2 % av aksjene
→ Institusjonen Fritt Ord med	2,97 % av aksjene
→ Amedia med egne aksjer med	8,26 % av aksjene

Konsernet blir ledet av konsernsjef Thor Gjermund Eriksen.

Fra juni 2012 består konsernstyret av:

Styrets leder:	Roar Flaathen
Styrets nestleder:	Kristin Skogen Lund
Styremedlemmer:	Jan Davidsen
	Erik Nord
	Knut Ivar Solnes
	Bodil Synnøve Werner
	Ellen Stensrud
	Stein Erik Sneve
	Eva Christine Stenbro

AMEDIA SOM UTGIVER

Amedia AS er ene- eller majoritetseier (50 % eller mer) – direkte eller indirekte via sine datterselskap – av 65 utgiverselskap. I tillegg til disse 65 selskapene har Amedia også eierinteresser i flere andre utgiverselskap, men da som minoritetsaksjonær. Slike selskap er ikke med i denne oversikten – eller i andre oversikter i denne fremstillingen.

Et utgiverselskap er et selskap som utgir (publiserer) en eller flere redaksjonelle publikasjoner. Selskapet er økonomisk og juridisk ansvarlig for den publisistiske virksomheten, og styret utøver utgiverrollen på vegne av eier.

Til utgiverrollen tilligger blant annet myndigheten til å ansette ansvarlig redaktør(er) i de publikasjonene som utgis, samt daglig leder for selskapet.

Redaktøren blir da delegert ansvaret for innholdet i den enkelte publikasjon. Det mest vanlige er at ansvarlig redaktør er ansvarlig både for papiravis, nettavis, brettutgave og mobilutgaver som utgis under samme eller tilnærmet samme merkenavn. Men i noen tilfeller kan det være ulike ansvarlige redaktører for de ulike publikasjonene. I enkelte utgiverselskap utgis det flere selvstendige og uavhengige publikasjoner med ulikt merkenavn. Styret som utgiver ansetter da ansvarlig redaktør for hver av publikasjonene/merkevarene.

I Amedias utgiverselskap er den daglige ledelsen enten delt på to personer (som henholdsvis daglig leder og ansvarlig redaktør) eller så er de to topplederfunksjonene samlet hos én person som da er både ansvarlig redaktør og daglig leder.

I Amedias publikasjoner er det til sammen 69 ansvarlig redaktører. I tillegg kommer ansvarlig redaktør i Avisenes Nyhetsbyrå.

UTGIVERSELSKAP OG MERKEVARER

Mediehuset Østfold AS	Romerikes Blad AS	Edda Media Buskerud AS	Østlands-Posten AS	Telemarks Avis AS	Haugesunds Avis AS	Namdals-avisa AS	Avisa Nordland AS	Dagbladet Finnmarken AS
Sarpsborg Arbeiderblad AS	Akershus Amtstidende AS	Lier-posten AS	Edda Vestfold AS	Porsgrunns Dagblad AS	Radio 102 AS	Opdalingen AS	Rana Blad AS	Finnmark Dagblad AS
Halden Arbeiderblad AS	Indre Akershus Blad AS	Sande Avis AS	Jarlsberg Avis AS	Rjukan Arbeiderblad AS	Hardanger Folkeblad AS	Arbeidets Rett AS	Fremover AS	Finnmarks-posten AS
Smaalenenes Avis AS	Oppland Arbeiderblad AS	RHA AS	Lokalavisen Øyene AS	Varden AS	Kvinn-heringen AS	Stjørdalens Blad AS	Helgeland Arbeiderblad AS	Nettavisen AS (50%)
Rakkestad Avis AS	Hadeland AS	Svelviks-posten AS	Tvedestrands-posten AS	Telen AS	Bergens-Avisen AS	Malvik Bladet AS	Lofotposten AS	Mediehuset Tek AS
Enebakk Avis AS	Glåmdalen AS	Ringerikes Blad AS	Aust-Agder Blad AS	Kragerø Blad Vestmar AS	Avisa Nord-hordland AS	Tidens Krav AS	Bladet Nordlys AS	Avisenes Nyhetsbyrå AS
Ås Avis AS	Østlendingen AS	Bygdeposten AS			Firda Media AS	Aura Avis AS		
Vestby Avis AS	Solung-Avisa AS	Eiker Bladet AS			Firdaposten AS			
Østlandets Blad AS								
Lokalavisene Oslo AS								

AMEDIAS SELSKAPER, PUBLIKASJONER OG DERES SPREDNING

Eierskap

”
Redaktør

Eierne av medier bør være opptatt av å legge forholdene best mulig til rette for at virksomhetene/mediene kan levere god, viktig, etterrettelig og relevant journalistikk/innhold. Selv om lønnsomhet må ligge i bunn, bør eierne av medier også ha et bevisst forhold til journalistikkens og samfunnsoppdragets egenverdi, og en klar forståelse for hva den redaksjonelle uavhengigheten innebærer.

”
Daglig leder

En god medieeier er finansielt sterk, opptatt av mediens samfunnsrolle og redaktørenes uavhengighet, er langsiktig, stiller krav til lønnsomhet og er innovativ.

Forventninger til eierskapet

«Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn,» heter det i innledningen til pressens etiske kodeks, Vær Varsom-plakaten.

Fordi de redaksjonelt baserte mediene har en spesiell rolle i samfunnet, er det ikke likegyldig hvem som eier et medieselskap eller et utgiverselskap. Over hele Europa er det fokus på medieeierskapet for å sikre ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et mangfold av medier. Både politikere og vanlige mediebrukere interesserer seg for hvem som sitter med eierskapet til nyhetsmediene. Siden 1995 har vi i Norge hatt en egen Medieeierskapslov som har til formål å sikre et mangfoldig eierskap i de ulike mediemarkedene. Frykten er eiere som blander seg inn i det redaksjonelle, og bruker mediene til å nå egne politiske mål. Gjennom lovgivningen er det blitt søkt å bygge et bolverk mot at slike forhold skal kunne inntreffe.

Også utenfor Norges grenser jobbes det aktivt med eierskapsspørsmål. Så sent som i desember 2011 presenterte Europarådets «Committee of Ministers» en ny utredning om mediemangfold og menneskerettigheter. Her kommer de med en sterk anbefaling til alle medlemsland om å vedta «rules aimed at limiting the influence which a single person, company or group may have in one or more media sectors as well as ensuring a sufficient number of diverse media outlets». Europarådet har tidligere avgitt uttalelser om behovet for regler som sikrer den redaksjonelle uavhengigheten og et mangfold av frie og selvstendige medievirksomheter. En annen internasjonal organisasjon, OSSE (Organisasjonen for sikkerhet og samarbeid i Europa), har i en resolusjon om prinsipper som sikrer medienes uavhengighet sagt at eierskapet til mediene er av betydning for demokratiet: «Roller og ansvaret for eiere av journalistiske medier er derfor langt større enn for andre markedsorienterte produkter.»

”

Fordi de redaksjonelt baserte mediene har en spesiell rolle i samfunnet, er det ikke likegyldig hvem som eier et medieselskap.

Både Amedia, som eier av utgiverselskaper, og Amedias eiere har ved flere anledninger uttalt seg tydelig om hvilke prinsipper de vil legge til grunn for sitt eierskap. Disse er også nedfelt i forskjellige dokumenter.

I forbindelse med A-pressens oppkjøp av Edda Media oppsto det på nytt en debatt om medieeierskap i Norge, blant annet knyttet til det faktum at ett mediekonsern ville få kontroll med en stor del av norske lokalmedier. Spørsmålet som ble reist av enkelte var om de ulike mediehusene innenfor konsernet ville kunne bli «uniformert» av eieren og dermed endre karakter i forhold til de tradisjonelle verdiene som har preget de forskjellige mediehusene.

Det ble på denne bakgrunn gjennomført en større spørreundersøkelse blant alle ansvarlige redaktører, daglig ledere og tillitsvalgte som ville inngå i Amedia. Undersøkelsen, som handlet om kjennetegn ved og forventninger til et godt medieeierskap, gikk ut til 376 personer og til sammen 267 av disse svarte på undersøkelsen. Respondentene ble bedt om å ta stilling til tre typer spørsmål; a) kjennetegn ved godt medieeierskap, b) påstander om hva en god medieeier er og c) hvordan Amedia som konsern bør opptre som eier av lokale mediehus og til redaktørene.

TITLER AMEDIA AVISER (GRATISAVISER, NETTSTEDER OG RADIOKANALER. TILKNYTTEDE SELSKAPER ER UTELATT)

FYLKE	UTGIVERSELSKAP	AVISTITTEL	NETTUTGAVE	GRUNNSYN	OPPLAG 2011	DAGLIG LESERE I 1000	DAGLIG NETT-BRUKERE I 1000	SAMLET DAGLIG SPREDNING I 1000
ØSTFOLD	AS Halden Arbeiderblad	Halden Arbeiderblad	ha-halden.no	Sosialdemokratisk	7 939	20	9	24
	Mediehuset Østfold AS	Fredriksstad Blad	f-b.no	Konservativ	20 783	54	45	81
	Mediehuset Østfold AS	Moss Avis	mossavis.no	Liberal-konservativt	14 335	39	17	47
	Rakkestad Avis AS	Rakkestad Avis	r-a.no	Forretningsmessig	2 654	6		
	Sarpsborg Arbeiderblad AS	Sarpsborg Arbeiderblad	sa.no	Sosialdemokratisk	13 364	38	17	46
AKERSHUS	Smaalenene Medier AS	Smaalenene Avis	smaalenene.no	Uavhengig	12 680	34	8	38
	Akershus Amtstidende AS	Akershus Amtstidende	amta.no	Sosialdemokratisk	8 156	20	4	22
	AS Indre Akershus Blad	Indre Akershus Blad	indre.no	Sosialdemokratisk	7 925	20	3	21
	AS Østlandets Blad	Østlandets Blad	oblad.no badebyen.no	Konservativt	13 505	33	13	41
	Enebakk Avis AS	Enebakk Avis	enebakkavis.no	Forretningsmessig	2 864	6	1	7
	Romerikes Blad AS	Romerikes Blad	rb.no	Sosialdemokratisk	31 897	99	48	126
	Romerikes Blad AS	Romerikes Blad Lørenskog (gratis)						
	Romerikes Blad AS	Ullensakeravisa (gratis)						
	Romerikes Blad AS	Skedsmobladet (gratis)						
	Vestby Avis AS	Vestby Avis	vestbyavis.no	Uavhengig	1 607	6		
OSLO	Ås Avis AS	Ås Avis	aasavis.no	Uavhengig	1 653	5		
	Lokalavisen Oslo	Nordstrands Blad	dittoslo.no	Forretningsmessig	4 951	56	3	57
	Lokalavisen Oslo	Ullern Avis Akersposten				25	1	26
	Lokalavisen Oslo	Lokalavisen Groruddalen				34	2	35
	Lokalavisen Oslo	Nordre Aker Budstikke				21	1	21
	Lokalavisen Oslo	DittOslo				48	4	52
	Mediehuset Nettavisen AS		nettavisen.no	Uavhengig			408	408
	Mediehuset Tek AS		tek.no	Forretningsmessig				
	Mediehuset Tek AS		akam.no					
	Mediehuset Tek AS		amobil.no					
	Mediehuset Tek AS		gamer.no					
	Mediehuset Tek AS		hardware.no					
	Mediehuset Tek AS		mobilen.no					
	Mediehuset Tek AS		teknofil.no					
	Mediehuset Tek AS		insidetelecom.no					
BUSKERUD	AS Ringerikes Blad	Ringerikes Blad	ringblad.no	Liberal-konservativ	12 030	32	13	38
	Bygdeposten AS	Bygdeposten	bygdeposten.no	Forretningsmessig	6 476	21	4	23
	Edda Media Buskerud AS	Drammens Tidende	dt.no	Uavhengig	33 352	88	47	113
	Edda Media Buskerud AS	DT Drammen (gratis)		Uavhengig		30		30
	Edda Media Buskerud AS	Laagendalsposten	laagendalsposten.no	Uavhengig	9 163	25	12	30
	Eiker Bladet AS	Eikerbladet	eikerbladet.no	Sosialdemokratisk	2 792	17	1	18
	Lierposten AS	Lierposten	lierposten.no	Uavhengig	3 382	10	1	11
	Røyken og Hurums Avis AS	Røyken og Hurum Avis	rha.no	Uavhengig	3 689	18	4	20
	Svelviksposten AS	Svelviksposten	svelviksposten	Uavhengig	2 392	5	1	5
OPPLAND	AS Hadeland	Hadeland	hadeland.net	Uavhengig	7 294	19	5	21
	AS Oppland Arbeiderblad	Oppland Arbeiderblad	oa.no	Sosialdemokratisk	24 528	73	17	79
	AS Oppland Arbeiderblad	iGjøvik (gratisavis)						
HEDMARK	Glåmdalen AS	Glåmdalen	glomdalen.no	Sosialdemokratisk	18 002	44	17	50
	Solungavisa AS	SolungAvisa	solungavis.no	Uavhengig	2 106			
	Østlendingen AS	Østlendingen	ostlendingen.no	Lokalt	17 030	52	24	65
	Østlendingen AS	Ringsaker Blad	ringsaker-blad.no	Uavhengig	6 851	25		
	Østlendingen AS	Hamar Dagblad (gratis)	hamar-dagblad.no			27		

TITLER AMEDIA AVISER (GRATISAVISER, NETTSTEDER OG RADIOKANALER. TILKNYTTEDE SELSKAPER ER UTELATT)

FYLKE	UTGIVERSELSKAP	AVISTITTEL	NETTUTGAVE	GRUNNSYN	OPPLAG 2011	DAGLIG LESERE I 1000	DAGLIG NETT-BRUKERE I 1000	SAMLET DAGLIG SPREDNING I 1000
VESTFOLD	Edda Vestfold AS	Tønsberg Blad	tb.no	Konservativ	26 789	70	40	91
	Edda Vestfold AS	Gjengangeren	gjengangeren.no	Konservativ	6 493	17	6	20
	Edda Vestfold AS	Sandefjord Blad	sb.no	Uavhengig	13 191	36	21	47
	Jarlsberg Avis AS	Jarlsberg Avis	jarlsbergavis.no	Uavhengig	3 979	10	1	10
	Lokalavisen Øyene AS	Øyene	oyene.no	Forretningsmessig	4 277	12		
	Sande Avis AS	Sande Avis	sandeavis.no	Uavhengig	2 212	7	1	7
	Østlands-Posten AS	Østlands-Posten	op.no	Liberal	13 271	34	18	42
TELEMARK	AS Varden	Varden	varden.no	Liberal	23 720	67	27	81
	KV Kragerø Blad Vestmar AS	Kragerø Blad Vestmar	kragero-blad.no	Uavhengig	4 338	10	3	12
	Porsgrunns Dagblad AS	Porsgrunns Dagblad	pd.no	Uavhengig	4 439	14	6	18
	Rjukan Arbeiderblad AS	Rjukan Arbeiderblad	rablad.no	Sosialdemokratisk	2 256	4		4
	Telemarksavisa AS	Telemarksavisa	ta.no	Sosialdemokratisk	20 778	61	26	75
	Telen AS	Telen	telen.no	Konservativ	4 826	13	5	15
AGDER	Aust Agder Blad AS	Aust Agder Blad	austagderblad.no	Forretningsmessig	4 277	9	3	11
	Tvedestrandsposten AS	Tvedestrandsposten	tvedestrandsposten.no	Forretningsmessig	3 660	8	3	10
ROGALAND	Kvinnheringen AS	Kvinnheringen	kvinnheringen.no	Uavhengig	4 369	12	5	14
	Mediehuset Haugesunds Avis AS	Haugesunds Avis	haugesunds-avis.no	Liberal	27 834	71	45	90
	Radio 102 AS	Radio 102	radio102.no	Forretningsmessig				
HORDALAND	Avisa Nordhordland AS	Nordhordland	nordhordland.no	Uavhengig	6 107	19	4	21
	Bergensavisen AS	Bergensavisen	ba.no	Sosialdemokratisk	19 829	75	109	156
	Hardanger Folkeblad AS	Hardanger Folkeblad	hardanger-folkeblad.no	Sosialdemokratisk	5 141	14	5	16
SOGN	AS Firdaposten	Firdaposten	firdaposten.no	Sosialdemokratisk	5 214	19	6	21
	Firda Media AS	Firda	firda.no	Liberal konservativ	12 909	41	20	49
M&R	AS Aura Avis	Aura Avis	auraavis.no	Sosialdemokratisk	3 057	8	5	10
	Tidens Krav AS	Tidens Krav	tk.no	Sosialdemokratisk	14 193	36	16	43
TRØNDELAG	Arbeidets Rett AS	Arbeidets Rett	retten.no	Sosialdemokratisk	7 989	21	6	23
	AS Stjørdalens Blad	Stjørdalens Blad	bladet.no	Sosialdemokratisk	7 361	24	9	28
	Malvik Bladet AS	Malvikbladet	mb.no	Sosialdemokratisk	3 133	10	2	12
	Namdalsavisa AS	Namdalsavisa	namdalsavisa.no	Sosialdemokratisk	11 824	29	14	34
	Opdalingen AS	Opdalingen	opdalingen.no	Sosialdemokratisk	2 347	8	3	10
NORDLAND	AS Helgeland Arbeiderblad	Helgeland Arbeiderblad	helgeland-arbeiderblad.no	Sosialdemokratisk	8 461	23	12	29
	AS Rana Blad	Rana Blad	ranablad.no	Sosialdemokratisk	10 386	25	14	31
	Avisa Nordland AS	Avisa Nordland	an.no	Uavhengig	21 307	62	38	78
	Fremover AS	Fremover	fremover.no	Sosialdemokratisk	7 673	24	12	29
	Lofoten Kommunikasjon AS	Lofot-Tidende	lofot-tidende.no	Uavhengig	4 268	14		
	Lofotposten AS	Lofotposten	lofotposten.no	Forretningsmessig	6 322	24	11	30
TROMS	Bladet Nordlys AS	Nordlys	nordlys.no	Sosialdemokratisk	23 627	79	37	96
	Bladet Nordlys AS	Byavisa (gratis)						
FINNMARK	AS Finnmark Dagblad	Finnmark Dagblad	finnmarkdagblad.no	Sosialdemokratisk	7 406	28	14	34
	Dagbladet Finnmarken AS	Finnmarken	finnmarken.no	Sosialdemokratisk	6 515	21	8	25
	Finnmarksposten AS	Finnmarksposten		Sosialdemokratisk	1 228			

KILDE: Opplagstall: Mediebedriftenes Landsforening. Lesertall og netttall: TNS-Gallup, Forbruker&Media 12/1

	SAMLET				659 714	2 109	1 285	2 877
--	--------	--	--	--	---------	-------	-------	-------

Undersøkelsen viser at det er bred enighet om hva som bør kjennetegne eierskapet. Det var ingen store forskjeller i svarene fra redaktører, direktører og tillitsvalgte på den ene side eller mellom ledere og tillitsvalgte som kom fra henholdsvis A-pressen eller Edda Media på den annen side. Undersøkelsen bekreftet i stor grad at de prinsipper som er rådende i norsk presse og i norsk offentlighet er solid forankret i konsernet og blant dets ledere.

De sentrale prinsipper som respondentene gjennom undersøkelsen slår ring om, har funnet sitt uttrykk i Amedias nye utgivererklæring.

MER ENN BØRS

De kjennetegnene ved godt medieeierskap som respondentene ble bedt om å ta stilling til viste at følgende fire kriterier var viktigst; Eieren «må ha forståelse for mediebransjen», «være langsiktig», «ha samfunnsforståelse» og «ha økonomisk forståelse». Minst viktig var det om eieren «er norsk» eller «er industriell».

Det betyr at de ansatte i Amedia mener at en god medieeier må ville noe mer med sitt eierskap enn å tjene penger. Samtidig er det en fordel om eieren også er engasjert i det samfunnet som mediene opererer i og utøver sin rolle i, og det er også en klar forventning at eieren ikke må ha en politisk agenda med sitt eierskap og søke å påvirke medienes innhold.

EN ARMLENGDES AVSTAND

Da respondentene ble bedt om å ta stilling til en rekke påstander om hvordan eierskapet kan/bør utøves, kom det fram at det gode medieeierskapet må evne å balansere de økonomiske hensyn mot de samfunnsmessige og redaksjonelle hensyn som er knyttet til pressens samfunnsrolle.

”

En god medieeier må ville noe mer med sitt eierskap enn å tjene penger. Samtidig er det en fordel om eieren også er engasjert i det samfunnet mediene opererer i.

Viljen til å «investere i den redaksjonelle og kommersielle virksomheten» og respekten for «den lokale egenart og tradisjoner» var de påstandene som fikk høyest score. Det var bred enighet om at eieren ikke må gjøre forsøk på å blande seg inn i redaksjonelle anliggender eller søke å påvirke medienes innhold ideologisk eller politisk. At «den viktigste oppgaven en eier har, er å sørge for at virksomheten leverer gode økonomiske resultater» var den påstanden som fikk lavest tilslutning.

VERNE, STØTTE OG BESKYTTE

«Konsernets viktigste oppgave er å hjelpe de lokale mediene til å vokse og utvikle seg i sine lokale markeder», var den påstanden som flest var enig i fra spørreundersøkelsen seksjon om konsernets rolle som eier. Respekten for det lokale autonomi, egenart og mangfold i grunnsyn kommer fram som tydelige forventninger til konsernet.

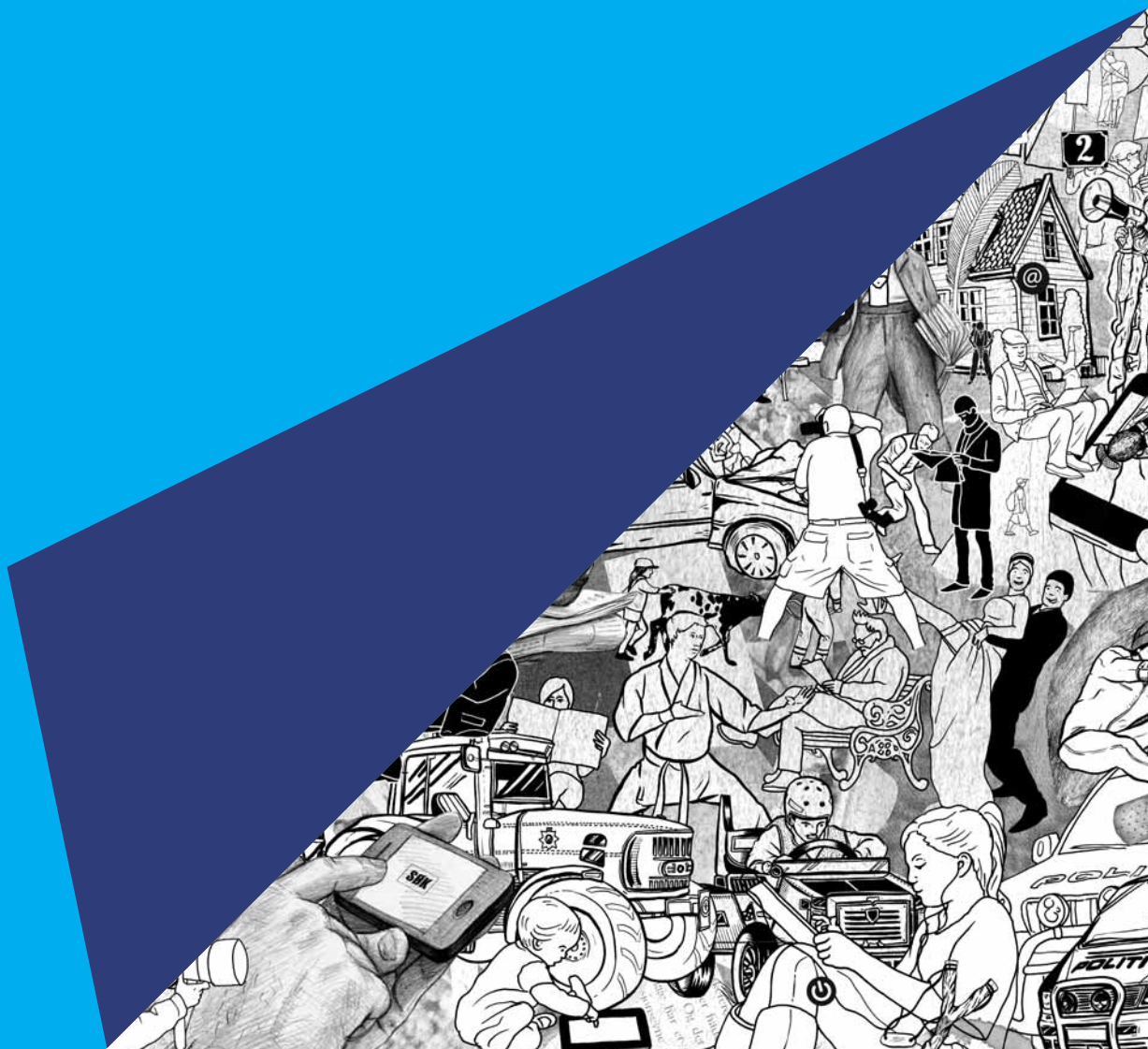
Amedias ledere og tillitsvalgte ønsker at konsernet skal verne, støtte og beskytte de lokale mediehusene, blant annet ved å skaffe til veie midler til innovasjon og nyutvikling, og for at de lokale mediehusene skal vokse. Den redaksjonelle uavhengigheten og selvstendigheten står sentralt og det er ikke ønskelig at redaktørene blir overprøvd i utøvelsen av sitt ansvar.

”

Amedias ledere og tillitsvalgte ønsker at konsernet skal verne, støtte og beskytte de lokale mediehusene, og hjelpe dem til å vokse og utvikle seg i sine lokale markeder!

RAMMEVERK AMEDIA

**TIL STEDE.
ENGASJERT.
HVER DAG.**





Det er en grunnleggende oppgave for Amedia å bidra til å utvikle demokratiet og det åpne samfunn. Den publisistiske plattformen vi bygger på, skal være en garantisiddel for ytringsfrihet, mediemangfold, meningsmangfold og redaksjonelt uavhengige og selvstendige publikasjoner.

THOR GJERMUND ERIKSEN
KONSERNJSJEF AMEDIA

Amedias publisistiske rammeverk

Amedias formål er å eie og utvikle medieselskaper. Konsernets publisistisk plattform beskriver hvilke prinsipper og verdier som skal ligge til grunn for måten medieeierskapet utøves.

Med sine publisistiske prinsipper bekrefter Amedia overfor så vel allmennheten som alle de mediene konsernet eier, hvilken rolle konsernet skal ha nå og i fremtiden. Med plattformen garanterer Amedia at all publiseringsvirksomhet vil skje på fritt og selvstendig grunnlag og at informasjonen som formidles fra konsernets mediehus er fri for bindinger.

Amedias publisistiske plattform har utviklet seg over lang tid. Den er i 2012 under fornyelse og videreutvikling som følge av innlemmelsen av medievirksomhetene til Edda Media. Som ledd i arbeidet med å slå sammen de to mediekonsernene ble det nedsatt et eget utvalg som fikk i oppdrag å utrede hvordan de publisistiske verdiene skal uttrykkes og implementeres i Amedia. Deler av utvalgets forslag er allerede vedtatt og virksomme.

Amedias mål med det publisistiske rammeverket er å etablere formelle, reelle og robuste ordninger som tydeliggjør konsernets publisistiske ambisjoner og drives på en slik måte at det

- fremmer mediemangfold, meningsmangfold og pressens samfunnsrolle,
- sikrer den enkelte publikasjons formål og tradisjoner,
- respekterer det lokale mangfoldet og den lokale egenarten,
- forsvaret den redaksjonelle frihet og selvstendighet og den enkelte redaktørs ansvar,
- ikke søker å påvirke det redaksjonelle innhold.

Amedias publisistiske rammeverk bygger på de ordninger som har utviklet seg over tid gjennom A-pressens og Edda Medias historie og som er kommet til uttrykk i formålsbestemmelser, strategidokumenter, utredninger og praktisk arbeid.

YTRE OG INDRE RAMME

Det publisistiske rammeverket består av en ytre og en indre ramme:

Den ytre rammen er de ordninger som samfunnet har etablert gjennom lovgivning, tilslutning til internasjonale erklæringer og konvensjoner, mediepolitiske ordninger og støttetiltak. I tillegg består den av felles frivillige bransjeordninger.

Den indre rammen er de byggeklosser som er etablert spesielt for og i Amedia og/eller i deres utgivervirksomheter. Noen av ordningen er unike for Amedia, mens andre har tilsvarende uttrykk også i andre mediekonsern eller-selskap.

DET PUBLISISTISKE RAMMEVERKET

SAMFUNNET

- Internasjonale erklæringer
- Grunnloven § 100
- Lov om redaksjonell friidom
- Mediepolitikk og mediepolitiske virkemidler
- Medieeierskapsloven
- Rettspraksis

MEDIEBRANSJEN

- Redaktørplakaten
- Vær-varsom-plakaten
- Formål bransjeorganisasjoner
- Mediepolitiske uttalelser
- Utredninger
- Sedvane

KONSERNETS EIERE

- Konsernets formålsparagraf

KONSERNET

- Utgivererklæring
- Policydokumenter og publisistiske retningslinjer
- Strategi og forretningsidé
- Redaktørutvalg
- Publisistiske vernetiltak
- Medlemskap og tilslutning bransjeorganisasjoner

LOKALT MEDIEHUIS

- Lokal formålsbestemmelse
- Redaksjonelle stiftelser
- Ansettelseskontrakter redaktører
- Strategier og handlingsprogrammer
- Medlemskap og tilslutning bransjeorganisasjoner

MEDARBEIDERE

- Ansettelseskontrakter
- Personlig ansvar (redaktøransvar/etisk ansvar)
- Medlemskap og tilslutning bransjeorganisasjoner

→ Byggeklossene i rammeverket – både det ytre og indre – gir på ulike måter uttrykk for noen prinsipper som man i et demokratisk samfunn ønsker at mediene skal drives etter, fordi mediene har en spesiell rolle i samfunnet og de demokratiske prosessene som «de fjerde samfunnsmakter». Det handler grunnleggende om å sikre ytringsfriheten og befolkningens tilgang til viktige debattarenaer, samt det enkelte mediums uavhengighet. Byggeklossene er ment som sikringstiltak for å unngå at enkeltpersoner eller grupperinger skal få en dominerende og dikterende innflytelse.

→ Byggeklossene i den ytre og indre ramme fungerer i samspill med hverandre, dels ved å overlappe hverandre og dels ved å supplere hverandre. Målet er at medienes virksomhet skal være transparent og etterprøvbart for demokratisk kontroll.

SAMFUNNETS BYGGEKLOSSER

Samfunnet har trukket opp noen retningslinjer og forventninger til mediene og deres rolle og funksjon i samfunnet. De prinsippene som kommer til uttrykk i disse byggeklossene er også retningsgivende for Amedias rolle og virksomhet i mediemarkedet:

Internasjonale erklæringer: Den europeiske menneskerettserklæringens artikkel 10 slår fast at «Enhver har rett til ytringsfrihet. Denne rett skal omfatte frihet til å ha meninger og til å motta og meddele opplysninger og ideer uten inngrep av offentlig myndighet og uten hensyn til grenser.» og flere andre internasjonale konvensjoner som Norge har tilsluttet seg, gir uttrykk for tilsvarende prinsipper.

Grunnloven §100 – Ytringsfrihed bør finde Sted: Det bærende prinsipp i grunnloven er at «Fri-modige Ytringer om Statsstyrelsen og hvilkensomhelst anden Gjenstand ere Enhver tilladte.» Paragrafen fastslår også «offentlighetsprinsippet» om folks rett til innsyn i offentlig virksomhet og «infrastrukturkravet» om at «Det paaligger Statens Myndigheder at lægge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst offentlig Samtale.»

Lov om redaksjonell fridom i media: I 2009 trådte en ny lov i kraft med det formål å sikre redaksjonell frihet i de mediene som driver journalistisk produksjon og formidling av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt. I loven slås det fast at: «Innanfor ramma av grunnsynet og føremålet til verksemda skal redaktøren leie den redaksjonelle verksemda og ta avgjerder i redaksjonelle spørsmål. Eigaren av medieforetaket eller den som på eigaren sine vegner leier foretaket, kan ikkje instruere eller overprøve redaktøren i redaksjonelle spørsmål, og kan heller ikkje krevje å få gjere seg kjend med skrift, tekst eller bilete eller høyre eller sjå programmateriale før det blir gjort allment tilgjengeleg.»

Mediepolitikk og mediepolitiske virkemidler: Det overordnede målet med statens mediepolitikk er å «sikre ytringsfriheten, rettssikkerheten og et levende demokrati». Dette søker man å oppnå ved å opprettholde mangfold og kvalitet i mediene gjennom spesielle virkemidler som pressestøtte og momsfratak til nyhetsmedier som redigeres i henhold til prinsippene i redaktørplakaten. I offentlige utredninger blir forventningene til medienes samfunnsrolle og oppgaver som kontrollerende frittstående institusjoner beskrevet. Mediepolitikken har også til formål å være demokratiske sikringstiltak mot at mediene «misbrukes» av eiere eller andre for å oppnå politiske eller økonomiske mål.

Medieeierskapsloven: Siden 1995 har Norge hatt en egen medieeierskapslov for å sikre et mangfoldig eierskap i mediebransjen. Målet med loven er å «fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmulighetene og et allsidig medietilbud.» Loven og dens virkemidler er under revisjon og debatt.

Andre lover og rettspraksis: I andre lover er redaktørens frihet og ansvar knesatt. I henhold til straffeloven er redaktøren «den som treffer avgjørelse om skriftets innhold». Prinsippet om at redaktøren skal ha en fri og selvstendig rolle er knesatt i en rekke rettsavgjørelser.

BRANSJENS BYGGEKLOSSER

Mediebransjen har selv trukket opp en rekke prinsipper som skal gjelde for medier i vårt samfunn og hvilken rolle og oppdrag disse skal ha. Disse er uttrykt i en rekke bransjeinterne avtaler, i medieorganisasjonenes vedtekter, omforente retningslinjer og spesielle utredninger.

Amedia og konsernets utgivelselskaper forplikter seg til de prinsippene som trekkes opp og til å følge de avtalene som eksisterer, gjennom sitt medlemskap i utgiverforeningen, mens redak-

tørene og journalistene forplikter seg gjennom sitt personlige medlemskap i sine respektive bransjeorganisasjoner.

De viktigste bransjespesifikke publisistiske byggeklossene er:

Redaktørplakaten: Redaktørplakaten er en erklæring som kom i stand i 1953 mellom utgiverne og deres forening og Redaktørforeningen. Den beskriver redaktørens uavhengighet, plikter og ansvar. Prinsippene i plakaten ble i 2009 nedfelt i Lov om redaksjonell fridom. I erklæringen heter det blant annet at redaktøren skal «ivareta ytringsfriheten», «fremme en saklig og fri informasjons- og opinionsformidling» og «ha en fri og uavhengig ledelse av redaksjonen og full frihet til å forme mediets meninger, selv om de i enkelte spørsmål ikke deles av utgiveren eller styret.» Videre blir det slått fast at «redaktøren har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold,» og aldri må «la seg påvirke til å hevde meninger som ikke er i samsvar med egen overbevisning». Prinsippet om at redaktøren er den som leder og har ansvaret for de redaksjonelle medarbeiderne blir også slått fast.

Vær Varsom-plakaten: I pressens eget etiske regelverk som bygger på retningslinjer vedtatt av redaktører, journalister og utgivere i fellesskap, blir medienes samfunnsrolle og oppgaver beskrevet. Her går det blant annet fram at pressen skal ivareta viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk og verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Videre heter det at «den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.»



Redaktøren skal ha en fri og uavhengig ledelse av redaksjonen og full frihet til å forme mediets meninger.

Formål bransjeorganisasjoner: Gjennom sitt medlemskap i Mediebedriftenes Landsforening, Norsk Presseforbund, Norsk Redaktørforening og Norsk Journalistlag slutter Amedia seg til de formål disse organisasjonene definerer for sin virksomhet. Disse handler om å verne om ytringsfriheten, den redaksjonelle frihet, medienes samfunnsrolle og å jobbe for mediemangfold.

Utredninger og retningslinjer: Bransjeorganisasjonene har forpliktet seg på de publisistiske prinsippene gjennom å lage utredninger og retningslinjer der disse blir beskrevet og utdypet. Det gjelder blant annet beskrivelser av grenseoppgangen mellom ansvaret til henholdsvis eier/utgiver, daglige ledere og ansvarlig redaktører.

AMEDIAS BYGGEKLOSSER

Amedias publisistiske byggeklosser er uttrykt på forskjellige nivåer i konsernet – fra eierne, konsernledelsen og det enkelte utgiverselskap.

Både A-pressen og Edda Media har utviklet konserninterne publisistiske prinsipper gjennom mange år og nedfelt disse som viktige styringsverktøyer. Prinsippene er blitt uttrykt i formålsbestemmelser, utredninger, retningslinjer, strategidokumenter, forretningsideer, handlingsprogrammer etc. Blant dokumentene som er utviklet er: Grunnsynsutvalget (A-pressen), For-

ankringsutvalget (Edda Media), Konsept lokalavis (A-pressen) og Retningslinjer for publisistisk ledelse (Edda Media).

De grunnleggende publisistiske prinsippene og ambisjonene knyttet til disse, har i stor grad vært sammenfallende mellom A-pressen og Edda Media mens de var to selvstendige konsern. I Amedia har det likevel vært et behov for å fornye det publisistiske rammeverket for å sikre en videreføring, fornyelse og et felles uttrykk for de prinsippene som har fulgt de respektive mediehusene som inngår i konsernet gjennom mange år, samtidig som det har vært en ambisjon om å styrke det publisistiske fundamentet ytterligere.

Fornylsesprosessen vil skje i to etapper.

Første etappe er allerede gjennomført, med vedtak knyttet til ny formålsbestemmelse for konsernet og etableringen av en egen utgivererklæring.

Neste etappe vil starte høsten 2012 og bestå i behandlingen av forslag som et publisistisk utvalg la fram våren 2012. Disse forslagene omfatter blant annet å etablere vernetiltak rundt konsernets utgivererklæring. Utvalgets forslag er gjengitt i vedlegg til denne rapporten. Forslagene omfatter en publisistisk stiftelse i konsernet, forslag til retningslinjer for prosedyrer ved redaktøransettelser, retningslinjer knyttet til endringer av formålsbestemmelser i lokale utgiverselskap og retningslinjer for ansvars- og myndighetsfordeling mellom eier, konsern, daglig leder og ansvarlig redaktør.



Amedias formålsparagraf definerer hvilke mål og oppgaver konsernet skal ha.

Formålsparagrafen: Det starter med konsernets formålsparagraf som definerer hvilke mål og oppgaver konsernet skal ha. Formålsparagrafen er blitt endret en rekke ganger (se egen presentasjon side 26 og 27). Paragrafen ble endret i juni 2012 og har en tydelig publisistisk profil. Den lyder nå: «Amedia har sitt utspring i arbeiderpressen. Selskapets formål er å eie og utvikle medieselskaper og liknende virksomheter. Selskapet skal respektere det enkelte lokale mediums ståsted og tradisjon, garantere den redaksjonelle frihet og selvstendighet og drive sitt publisistiske virke i henhold til selskapets utgivererklæring.»

Utgivererklæring: Publisistisk utvalgs mandat var å fremme forslag til en utgivererklæring. Erklæringen, som ble behandlet og vedtatt av Amedias konsernstyre i mai 2012, lyder slik: «Amedia er forpliktet til å forsvare ytringsfriheten, pressefriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn.

Amedia skal fremme demokratiet, samfunnsengasjementet og rettssikkerheten, utvikle mediemangfoldet og forsvare medienes uavhengige rolle.

Amedia respekterer den enkelte publikasjons identitet, grunnsyn, lokale tradisjon og egenart. Amedia vil som utgiver stimulere den enkelte publikasjon til å dyrke sitt publisistiske, lokale og verdimesse ståsted og utvikle troverdige, relevante produkter og tjenester.



Utgivererklæringen er konsernets løfte om hvilke publisistiske prinsipper selskapet skal styres etter, nå og i fremtiden.

Amedia skal styrke og verne den enkelte redaksjons frihet og integritet, meningsmangfoldet og de publisistiske verdiene uttrykt i Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten.

Amedia forsvarer på dette grunnlag den enkelte redaktørs frie og selvstendige rolle og publiseringsansvar. Den enkelte redaktør skal utøve sitt redaktøransvar fritt i forhold til eiere, politiske, ideologiske og økonomiske interesser.»

Utgivererklæringen er konsernets løfte om hvilke publisistiske grunnprinsipper selskapet skal styres etter, nå og i fremtiden, og den er en garanti for at det innad i konsernet skal bestå et ideologisk og lokalt mangfold. Den er etablert for å skape langsiktighet og forutsigbarhet på det publisistiske området.

Da erklæringen ble vedtatt av konsernstyret uttalte konsernsjef Thor Gjermund Eriksen at «Som mediekonsern er vi opptatt av å beskytte og verne det enkelte mediehus. Vi skal ikke ensrette og strømlinjeforme måten mediehusene utøver sitt samfunnsoppdrag på. A-pressen skal være en garantist for mediemangfoldet, meningsmangfoldet og det kulturelle mangfoldet. Vi er ingen trussel mot disse viktige verdiene. Sterke redaktører og selvstendige redaksjoner er avgjørende viktig for medienes troverdighet.»

Prinsippene som blir nedfelt i erklæringen blir konkretisert og utdypet i andre deler av det publisistiske rammeverket.

Publisistiske vernetiltak: Amedias ambisjon er å gjøre utgivererklæringen til et levende dokument gjennom å følge opp de verdiene som blir uttrykt i erklæringen i den praktiske operative virksomheten.

Konsernets direktør for utgiverspørsmål vil ha ansvar for løpende oppfølging av publisistiske forhold og å verne om de verdiene Amedia har nedfelt.

Amedia har utgitt publisistisk samfunnsregnskap og har ambisjon om å lage en publisistisk revisjonsrapport der det blir redegjort for på hvilke måte de enkelte mediehus har forvaltet sitt publisistiske ansvar og ivaretatt medienes samfunnsrolle. Det vil da bli fokusert på hvordan Amedia som konsern har bidratt til å sikre det lokale mediemangfoldet og den redaksjonelle uavhengigheten. En slik rapport vil bli lagt fram offentlig.

Amedias ledelse og styrende organer vil senere ta stilling til forslaget om å etablere en egen selvstendig «publisistisk stiftelse» til vern om utgivererklæringen, eller om vernetiltakene skal organiseres på annen måte. I følge forslaget vil et slikt organ bli tillagt oppgaver knyttet til kontroll med endringer av formålsbestemmelser i de lokale mediehusene og prosedyrer knyttet til redaktøransettelser.

Redaksjonelle stiftelser: Flere utgiverselskap i Amedia har etablert redaksjonelle stiftelser knyttet til selskapet. Dette gjelder for Østlendingen, Smaalenenes Avis, Fredriksstad Blad og Moss Avis.

Stiftelsenes oppgave er tosidig; de skal godkjenne eventuelle forslag til endringer av selskapets formålsbestemmelse og ideologiske grunnsyn og godkjenne ansettelse av ansvarlig redaktør. Det betyr at stiftelsene har vetorett mot endringer, dersom disse endringene etter stiftelsens mening ikke er i samsvar med de verdiene som er nedfelt i eksisterende formålsbestemmelse.

Amedia vil videreføre de stiftelsene som eksisterer på dette området. Eventuell utvidelse med flere redaksjonelle stiftelser vil bli behandlet særskilt, basert på lokale ønsker og begrunnelse.

Lokale formålsbestemmelser: I Amedia er det i 2012 tilsammen 65 utgiverselskap som hver har sine egne vedtekter og formålsbestemmelser. Gjennom utgivererklæringen forplikter Amedia seg til å respektere den lokale egenart, de ulike formålsbestemmelsene og tradisjonene mediehusene bygger på.

Historisk har formålsbestemmelsene i mediehusene endret seg, blitt modernisert og fornyet. Dette vil også kunne skje i framtida. Amedia har imidlertid ingen ambisjoner om å strømlinjeforme de ulike mediehusenes formålsbestemmelser.



Redaktøren har ansvaret for publikasjonen som immaterielt produkt og for forvaltningen av mediets grunnsyn.

Det blir derfor foreslått at det etableres prosedyrer for endring av slike vedtekter, for på den måten å sikre seg mot at vedtektene blir endret i strid med de lokale mediehusenes tradisjoner og nåværende grunnsyn. Forslag til slike retningslinjer er gjengitt i vedlegget til denne rapporten. Målet med å innføre egne prosedyrer på området er å sikre en gjennomsiktighet i og kontroll med prosessene, for å gi både mediehusene og samfunnet trygghet knyttet til eventuelle endringer.

Publisistiske retningslinjer: Det eksisterer i dag retningslinjer om forholdet mellom eier, konsernledelse, daglig leder og ansvarlig redaktør.

Disse vil nå bli oppdatert og modernisert. Publisistisk utvalgs forslag til nye retningslinjer er gjengitt som vedlegg.

De bærende prinsippene for retningslinjene er at ansvarlig redaktør er toppleder i virksomheten, likestilt med daglig leder, og at ansvarlig redaktør ikke skal være underlagt eller rapportere til noen annen enn utgiveren, dvs direkte til selskapets styre. Videre at redaktøren har ansvaret for publikasjonen som immaterielt produkt og forvaltningen av mediets grunnsyn.

Redaktørutvalg: Den sentrale rollen ansvarlig redaktør har i den enkelte publikasjon betyr at ansvarlig redaktør må ha tilgang til enhver beslutningsmyndighet som treffer beslutninger knyttet til de rammebetingelser redaktøransvaret skal forvaltes etter.

Det er derfor avgjørende for Amedia at redaktørens stemme blir hørt sentralt i konsernet. Konsernets 69 ansvarlige redaktører vil ha møteplasser innad i konsernet, blant annet i form av jevnlig «redaktørforum» der redaksjonelt faglig og publisistiske spørsmål skal diskuteres.

”

De bærende prinsippene er at ansvarlig redaktør er toppleder i virksomheten, likestilt med daglig leder og ikke underlagt andre enn utgiveren.

I tillegg vil en ordning med et sentralt redaktørutvalg bli videreført. Dette utvalget skal være et organ som møter konsernsjefen med jevne mellomrom, som blir informert om og kan uttale seg om publisistiske forhold knyttet til konsernets utvikling og drift – og være et organ som konsernsjefen kan invitere til konsernstyret når saker av publisistisk karakter behandles der.

Redaktøransettelser: Ansettelse av ansvarlig redaktør skjer i utgiverselskapets styre, som redaktøren henter sitt mandat fra og skal rapportere til. Det enkelte selskaps styre skal være suverene knyttet til ansettelse av redaktør.

Amedia legger vekt på at det i konsernet skal være «et mangfold av redaktører», og ønsker derfor at redaktøransettelsene ikke skal sentraliseres. Det er foreslått nye retningslinjer for «prosedyrer ved redaktøransettelser».

FORMÅL AMEDIA

**MANGFOLDIG.
TROVERDIG.
HVER DAG.**





” Amedia har sitt utspring i arbeiderpressen. Selskapets formål er å eie og utvikle medieselskaper og liknende virksomheter. Selskapet skal respektere det enkelte lokale mediums ståsted og tradisjon, garantere den redaksjonelle frihet og selvstendighet og drive sitt publisistiske virke i henhold til selskapets utgivererklæring.

VEDTATT AV GENERALFORSAMLINGEN I AMEDIA 14. JUNI 2012

Amedias formålsparagraf

Amedia har sitt utspring i arbeiderpressen. De mange Arbeiderpartiavisene og sosialdemokratiske avisene i landet gikk i 1948 sammen i selskapet Norsk Arbeiderpresse.

Formålet var å ta vare på og styrke en sosialdemokratisk pressegruppe. Selskapet besto da av 40 aviser med et felles ideologisk-politisk grunnsyn. Spiren til Norsk Arbeiderpresse ble lagt allerede i 1884 da de første arbeideravisene ble etablert.

I 1990 ble selskapet omdannet til et moderne mediekonsern og nye eiere ble invitert inn i selskapet. I 1994 ble navnet endret til A-pressen.

Som mediekonsern begynte selskapet å kjøpe opp aviser med annet politisk-ideologisk grunnsyn enn det sosialdemokratiske. Gradvis har konsernet dermed utviklet seg fra å være et konsern som eide aviser og mediehus som hadde relativt homogene formål for sin virksomhet, til å bli et konsern som har mediehus som har andre verdimesseige ståsteder og oppgaver.

Konsernets formålsparagraf er blitt endret ved flere anledninger: I 1993 fikk konsernet et formål der det heter at: «Konsernet vil forsvare den redaksjonelle integritet og uavhengighet og sikre at avisene beholder og videreutvikler den lokale redaksjonelle forankring. A-pressens aviser har som formål å drive saklig og uavhengig journalistikk forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd». Fem år senere i 1998, ble formålet endret og fikk ordlyden: «Selskapet skal fremme arbeiderbevegelsens grunnverdier. Som aksjonær i datterselskaper som driver utgivervirksomhet, skal selskapet respektere og verne redaksjonens frihet og integritet.»



Amedia har i flere år aktivt arbeidet for å verne om det politisk-ideologiske mangfold i form av å garantere for at konsernet ikke vil strømlinjeforme mediehusenes formålsbestemmelser.

I 2003 ble konsernets formålsparagraf modernisert. I det nye formålet het det at «selskapet bygger på arbeiderbevegelsens tradisjoner og ideer. Selskapet skal gjennom sine medievirk-somheter fremme samfunnsengasjement med det mål å styrke rettsstaten, demokratiet og likeverd mellom mennesker.»

Inntil A-pressen kjøpte Edda Media var fortsatt flertallet av mediehusene utgivere av aviser med sosialdemokratisk grunnsyn (60 prosent). Etter oppkjøpet av Edda Media er antall ut-giverselskap i Amedia vokst med over 30 prosent og antall avistitler med 60 prosent. Dette resulterte i at selskapets portefølje endret karakter også knyttet til sammensetning av grunn-syn som de ulike avisene og mediehusene bygger på. I dag utgjør de mediehusene som har ut-trykt vedtektsfestet sosialdemokratisk grunnsyn 40 prosent av samtlige titler.

Amedia har i flere år aktivt arbeidet for å verne om det politisk-ideologiske mangfoldet i form av å garantere for at konsernet ikke vil strømlinjeforme mediehusenes formålsbestemmelser, men søke å hegne om grunnsynet og tradisjonene til den enkelte lokale tittel. Dette prinsippet fikk et nytt uttrykk i konsernselskapets vedtekter da disse ble endret av generalforsamlingen våren 2012. Samtidig vedtok konsernstyret en ny utgivererklæring som synliggjør de publisistiske prinsippene konsernet skal bygge på.

LOKALE MÅL OG VERDIER

Amedia eier i 2012 til sammen 65 selskap som utgir aviser, nettaviser og andre publikasjoner med vedtekter som beskriver hvilket formål de har med sine utgivelser. Utgiverselskapene står bak 78 avistitler og over 100 titler som blir utgitt digitalt på nett eller mobil.

Formålsbestemmelsene i det enkelte utgiverselskaps vedtekter viser at 56 prosent har et politisk-ideologisk formål, mens 44 prosent ikke har noen referanse til noen bestemt politisk eller ideologisk retning. De fleste av disse avisene/mediehusene har likevel et vedtektsfestet verdisyn knyttet til at de redaksjonelt skal være partipolitisk nøytrale, være uavhengig og opp-tre fritt og i tråd med pressens etiske regelverk og rammer.

Avisenes og mediehusenes vedtektsfestede grunnsyn kan skjematisk deles opp i fem hoved-grupper:

1. Sosialdemokratisk grunnsyn

Disse selskapene har som regel en formålsbestemmelse som sier at avisen skal drive en «sak-lig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd». Slike formålsbestemmelser blir ofte kombinert med utsagn om at de skal være redaksjonelt uavhengige og ivareta lokalbefolkningens interesser.

Samlet sett er det 27 selskap som har slike vedtekter, herav 17 dagsaviser og 10 fådagers-aviser. Dette utgjør 40 prosent av samtlige selskap i konsernet.

2. Konservativt grunnsyn

Disse selskapene har som regel en formålsbestemmelse som sier at avisen skal være en «fri og uavhengig dagsavis, bygget på et verdikonservativt grunnsyn», eventuelt et «konservativt-liberalt» grunnsyn. Også aviser med slike formålsbestemmelser i vedtektene har formuleringer knyttet til redaksjonens uavhengighet.

Samlet sett er det åtte selskap/mediehus som har slike vedtekter, alle sammen dagsaviser. Dette utgjør 12 prosent av samtlige selskap.

3. Liberalt grunnsyn

I disse avisene blir formålet uttrykt med formuleringer som at avisene skal ha en fri og uavhengig rolle og «arbeide for en liberal og demokratisk samfunnsordning».

Samlet sett er det tre selskap/mediehus som har slike vedtekter, alle dagsaviser. Dette utgjør fire prosent av alle selskap.

4. Uavhengig grunnsyn

Til sammen 19 aviser/mediehus uttrykker sitt verdisyn uten å referere til noen politisk-ideologisk retning. I slike vedtektsfestede formål blir det ofte konstatert at avisen skal være «fri og uavhengig og bygge på idealene som er nedfelt i redaktørplakaten og pressens etiske regelverk». Ofte blir det også henvist til den oppgaven avisen skal ha i lokalsamfunnet ved å ivareta dets interesser.

Av de 19 selskapene/mediehusene med slike vedtekter er det ni dagsaviser og 10 fådagersaviser. 28 prosent av samtlige selskap har slikt uavhengig grunnsyn.

5. Annet formål

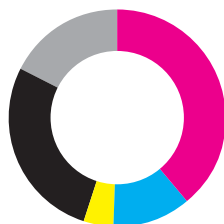
Enkelte aviser nøyer seg i sine formålsbestemmelser med formuleringer om at selskapet skal «utgi avis» og «drive tilknyttet virksomhet». Enkelte selskap har formålsbestemmelser som retter seg spesifikt mot det lokalsamfunnet det opererer i og opplyser at avisen/mediehuset skal være «tradisjonsbærer» eller «patriot» for lokalsamfunnet eller at de skal «ivareta kulturelle og sosiale oppgaver for befolkningen» i en bestemt region/område.

Til sammen 11 selskap/mediehus har slike formålsbestemmelser, hvorav to dagsaviser og seks fådagersaviser, to selskap som utgir gratisaviser og et selskap som kun publiserer på nettet. Samlet har 16 prosent av konsernets selskap slike grunnsyn.

Historisk sett har de vedtektsfestede formålene i avisene/mediehusene endret seg. Den første «endringsbølgen» besto i å erstatte partipolitisk tilknytning med en politisk-ideologisk retning. Senere har mange gjort endringer i vedtektene for å få inn formuleringer om redaksjonell uavhengighet og selvstendighet og avisenes/mediehusenes respekt for de presseetiske prinsipper, samtidig som avisenes ivaretagelse av sitt samfunnsoppdrag i lokalsamfunnet er blitt tydeligere uttrykt også i vedtektene.

I 2012 eier Amedia fire aviser/mediehus som har redaksjonelle stiftelser knyttet til selskapet. De redaksjonelle stiftelsene eier en eller flere aksjer i selskapet som det er spesielle rettigheter knyttet til. Stiftelsene må godkjenne endringer av selskapets formålsbestemmelse og godkjenne ansettelsen av ansvarlig redaktør.

VEDTEKSTFESTET FORMÅL OG GRUNNSYN 69 MEDIEHUS/AVISER I AMEDIA



SOSIALDEMOKRATISK

40 %

KONSERVATIV

12 %

UAVHENGIG

27 %

LIBERAL

4 %

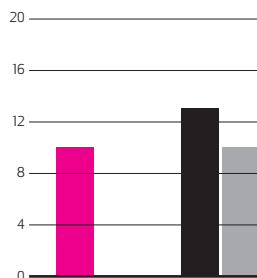
ANNET

17 %

38 mediehus/aviser har vedtekter med beskrivelse av et politisk-ideologisk grunnsyn / formåls-bestemmelse, herav 26 dagsaviser og 11 fådagersaviser

31 mediehus/ aviser har vedtekter uten noen politisk- ideologisk referanse, men beskriver sitt oppgave til å være uavhengig, knyttet til lokalsamfunnets behov eller til å være av økonomisk karakter.

GRUNNSYN FÅDAGERSAVISER, ANTALL



SOSIALDEMOKRATISK

10

Arbeidets Rett, Aura Avis, Eikerbladet, Finnmarksposten, Firdaposten, Hardanger Folkeblad, Indre Akershus Blad, Malvikbladet, Opdalingen, Stjørdalens Blad.

KONSERVATIVT

0 Ingen.

LIBERALT

0 Ingen.

UAVHENGIG

13

Kvinnheringen, Kragerø Blad Vestmar, Jarlsbergs Avis, Lierposten, Lofot Tidende, Røyken og Hurums Avis, Sande Avis, Svelviksposten, Nordhordland, Ringsaker Blad, Ås Avis, Vestby Avis, SolungAvisa.

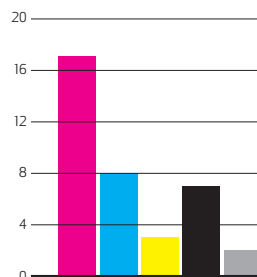
ANNET

10

Rakkestad Avis, Enebakk Avis, AustAgder Blad, Bygdeposten, Øyene, Tvedestrandsposten, Hamar Dagblad, Lokalavisene Oslo, Mediehuset Tek*, Radio 102.

* Et rent digitalt selskap

GRUNNSYN DAGSAVISER, ANTALL



SOSIALDEMOKRATISK

17

Akershus Amtstidende, Bergensavisen, Finnmark Dagblad, Finnmarken, Fremover, Glåmdalen, Halden Arbeiderblad, Helgeland Arbeiderblad, Namdalsavisa, Nordlys, Oppland Arbeiderblad, Rana Blad, Rjukan Arbeiderblad, Romerikes Blad, Sarpsborg Arbeiderblad, Telemarksavisa, Tidens Krav.

KONSERVATIVT

8

Firda, Fredriksstad Blad, Gjengangeren, Moss Avis, Ringerikes Blad, Telen, Tønsbergs Blad, Østlandets Blad.

LIBERALT

3

Haugesunds Avis, Østlandsposten, Varden.

UAVHENGIG

7

Avisa Nordland, Drammens Tidende, Hadeland, Laagendalsposten, Sandefjords Blad, Porsgrunns Dagblad, Smaalenes Avis.

ANNET

2

Østlendingen, Lofotposten.

NYE IDEER. HVER DAG.

UTGIVERERKLÆRINGEN

”

Amedia er forpliktet til å forsvare ytringsfriheten, pressefriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn.

Amedia skal fremme demokratiet, samfunnsengasjementet og rettssikkerheten, utvikle mediemangfoldet og forsvare medienes uavhengige rolle.

Amedia respekterer den enkelte publikasjons identitet, grunnsyn, lokale tradisjon og egenart. Amedia vil som utgiver stimulere den enkelte publikasjon til å dyrke sitt publisistiske, lokale og verdimesige ståsted og utvikle troverdige, relevante produkter og tjenester.

Amedia skal styrke og verne den enkelte redaksjons frihet og integritet, meningsmangfoldet og de publisistiske verdiene uttrykt i Redaktørplakaten og Vær Varsom-plakaten.

Amedia forsvarer på dette grunnlag den enkelte redaktors frie og selvstendige rolle og publiseringsansvar. Den enkelte redaktør skal utøve sitt redaktøransvar fritt i forhold til eiere, politiske, ideologiske og økonomiske interesser.





Amedia er forpliktet til å forsvare ytringsfriheten, pressefriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn.

Amedia skal fremme demokratiet, samfunnsengasjementet og rettsikkerheten, utvikle mediemangfoldet og forsvare medienes uavhengige rolle.

Den viktige journalistikken

LOKALE MEDIER OG SAMFUNNSOPPDRAGET: Lokale medier lever i tett samspill med sine lesere, brukere og lokalsamfunn. De lokale mediene er møteplasser for nyheter, kultur, debatt, kjøp og salg. De er lim mellom mennesker uavhengig av alder, kjønn, økonomi og sosial posisjon.

Amedias papiraviser og lokale digitale produkter og tjenester er i daglig kontakt med over to millioner mennesker. Våre mer enn 2100 medarbeidere i mediehus spredt over hele landet tar lokalsamfunnet på pulsen, er tilstede og rapporterer gledene og sorgene, oppturene og nedturene:

- Lokale medier setter dagsordenen for både samfunnsdebatten og samtalene i de fleste norske hjem.
- Lokale medier er et lim i lokalsamfunnet som bindeledd mellom generasjoner, grendelag, bygder og regioner.
- Lokale medier bryr seg om og er til bry. De har en oppgave i å være lokalsamfunnets forsvarer, ambassadør – og kritiske overvåker.

Samfunnsoppdraget står helt sentralt for Amedias lokale aviser og nettsteder. Amedias mediehus er tuftet på en tosidighet. Amedias aviser og øvrige publikasjoner er kommersielle forretningsmessige virksomhet. Men det er også tuftet på at publikasjonene har et oppdrag utover det forretningsmessige. De har en politisk og samfunnsmessig rolle. Det er den oppgaven som i pressens etiske regelverk beskrives som «samfunnsrollen». I Vær varsom-plakatens innledning heter det blant annet at:

- «Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.»
- «Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.»
- «Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold.»
- «Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.»

Utfordringene for de lokale mediene er derfor mangfoldige. Det handler om å skape relevante produkter folk flest opplever som en plussfaktor i hverdagen, med innhold både for hjernen og hjertet. De lokale mediene skal både bry seg om og bry seg med: De skal gi leserne hygge og underholdning, men også utfordre, provosere og irritere.

Samfunnsoppdraget handler ikke lenger om å «svinge tukdens ris» over politiske motstandere, slik en avisgründer i sin tid formulerte oppgaven. I dag handler det om å binde sammen offentligheter ved å informere, stimulere til samfunnsengasjement, styrke demokratiet og rettsstaten, speile hverdagen i smått og stort, skape identitet, fellesskap og likeverd mellom mennesker. Samfunnsoppdraget forutsetter at mediene utøver aktiv og kritisk journalistikk, løfter fram kontroversielle saker fra samfunnets mange 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 utfordrer maktmennesker og andre sterke miljøer, som tør der andre tier.

Daglig bringer derfor våre lokale medier historier som forteller om konsekvenser av politiske vedtak. Det kan handle om gamle som ikke får plass på sykehjem, om mangel på barnehageplasser, svikt innen skoleverket, forsømmelser innen veietaten eller miljøskader. Og svært ofte setter sakene som løftes fram dagsordenen for lokalpolitisk debatt, og skaper grunnlag for nye vedtak som gir enkeltmennesker en bedre hverdag. Eller de fører til at politisk snusk og kameraderi blir avdekket, til styrke for demokratiet.

KRITISK JOURNALISTIKK

Den kritiske journalistikk har godt fotfeste blant journalister og redaktører, også i lokale medier, noe vi har en rekke gode eksempler på fra Amedias ulike redaksjoner. Her er noen eksempler:

- Finnmarken og journalist Kjetil Magne Sørenes ved lokalkontoret i Kirkenes kunne i fjor høst fortelle at morselskap til gruveselskapet i Kirkenes, Northern Iron Ltd, brøt børsreglementet i Australia ved å holde hemmelig informasjonen om at de norske forurensningsmyndighetene hadde sagt nei til utslippene – noe som satte gruvedriften i fare. Dagen etter kunne Finnmarken avsløre at Klima- og forurensningsdirektoratet (Klif) bråsnudde fra nei til ja til Sydvaranger-utslipp etter at LOs hovedkasserer Ellen Stensrud hadde tatt en telefon til Klif-sjef Ellen Hambro.
- Bergensavisen (BA) var blant de aller første norske mediene som tok opp situasjonen for de såkalte asylbarna, de 400 som er født og oppvokst her i landet, men ikke har fått oppholdstillatelse. BA hadde sin første reportasje på syv år gamle Nathan i 6. november 2011. Saken synliggjorde den fortvilte usikkerheten disse barna lever med. Den skapte en opphetet politisk debatt. En splittet regjering ville ikke endre loven, men den kom med signaler om at Utlendingsnemnda skal ta menneskelige hensyn i saker som gjelder asylbarn.
- Laagendalsposten, i samarbeid med fagbladet Sykepleien, avdekket høsten

2011 brudd på lover, regler og interne rutiner ved omsorgstjenesten i Kongsberg. Avisens gransking påviste at tilsynsmyndighetene har kritisert mangler i årevis, uten at kommunen har ryddet opp. Nå tok de ansvarlige grep. Saken hadde stor betydning for rettssikkerheten til ansatte og brukere.

- Østlands-Posten avdekket gjennom en rekke artikler uregelmessigheter rundt byens populære ordfører, Øyvind Riise Jenssen. Han disponerte ukjente kontoer og styrte byen gjennom sitt nettverk. Ordføreren ble kastet på Høyres nominasjonsmøte. Saken førte til gransking og skikkelig opprydding.
- Oppland Arbeiderblad har det siste året avslørt omfattende og målbevisst jukasing med traumekoder ved Sykehuset Innlandet, Divisjon Lillehammer. Ledelsen gjorde sitt for å tildekke saken, men avisen fulgte opp med nye avsløringer. 17. juni kom Helsedirektoratet med sin dom. «Juksepengene» hadde vokst til 5-6 millioner, og avdelingslegen som sto for svindelen måtte forlate sin stilling.
- Østlendingen avslørte sist vinter at en fylkesråd i Hedmark garanterte for seks millioner kroner i støtte til Hamar-firmaet Scan4News, uten å informere fylkesrådet. Garantien var knyttet til et godt prosjekt, der Scan4news samarbeider med de beste forskerne ved Vrije Universitet i Amsterdam og Høgskolen i Gjøvik. Fylkesrådet sa ja til søknaden uten at flere av medlemmene ante noe om garantien. Østlendingens avsløringer endte med at både fylkesråden og fylkesrådslederen måtte gå.

Samfunnsjournalistikk handler om enkeltmenneskers livsvilkår, solidaritet overfor svake grupper, demokrati og likeverd. Avsløringene som her er tatt med synliggjør kraften lokale medier har, når kritikkverdige forhold tas fram i det offentlige rom. Det finnes haugevis av andre gode eksempler som viser at de redaksjonelle miljøer i Amedia brenner for samfunnsoppdraget, gjennom en journalistikk som er saklig, engasjerende og inkluderende, men uavhengig av pressgrupper. Her ligger kjernen i pressens og de lokale medienes oppdrag, forutsetningen for at våre medier skal leve inn i framtida.

Amedia har som eier av et nettverk av lokale mediehus som til sammen utgir 78 papiraviser med tilhørende nettaviser, klart forpliktet seg til å utvikle mediehusene på en slik måte at de kan ivareta sitt samfunnsoppdrag. Som lokale utgivere legger Amedia vekt på at mediehusene skal sikres trygge rammer og en økonomi som gjør det mulig å opprettholde den viktige samfunnsrollen mediehusene historisk sett har hatt. Denne oppgaven som eier er nå uttrykt i konsernets utgivererklæring. God økonomi er en viktig betingelse for at den viktige journalistikken skal ha vekstvilkår.

LOKALT OG REGIONALT BLIKK

Det norske medielandskapet har en rik flora av publikasjoner og nettsteder. I dette mangfoldet har lokale medier en unik posisjon. De når fram til de aller fleste i sine lokalsamfunn, og fungerer i tett kontakt med leserne og mennesker i samme miljø.

Som samfunnsaktør fungerer lokale medier på andre premisser og med et annet blikk enn de store riksmidlene. De er både et nødvendig supplement og en motvekt til de nasjonale mediene. Region- og lokalavisene er aktive forsvarere av distrikts-Norges interesser. De er opptatt av å styrke fellesskapet i sine regioner og lokalsamfunn, skape identitet, trivsel og gode miljøer, de er lokalsamfunnets torg og markeds plasser. Det er også denne gruppen av medier som best synliggjør nærmiljøets kvaliteter og problemer.

De regionale og lokale medienes rolle som motkraft mot sentralmakt og kanaler for ulike alternative stemmer, blir ikke mindre viktig i framtida. Men den forutsetter sterke og kunnskapsrike redaksjonelle miljøer med tilstedeværelse i lokalsamfunnene. Amedia skal være en garantist for at mangfoldet av lokale medier består som vitale informasjonsmiljøer.

KULTURBÆRERE

Lokale medier spiller en svært viktig rolle som kulturbærere, og ikke minst som språklig forbilde. Det er også en del av samfunnsoppdraget i vår tid. 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. Høyt 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 sterke redaksjonelle miljøer. Denne oppgaven er ikke knyttet til publiseringskanal, men til det ståstedet og den tradisjon som det redaksjonelle miljøet springer ut fra.

«INFRASTRUKTUR FOR YTRINGSFRIHET»

Medienes viktigste oppgave er å sikre ytrings- og informasjonsfrihet i samfunnet, en grunnleggende forutsetning for et levende og vitalt deltakerdemokrati. 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. Ytringsfrihetskommisjonen fastslår i sin innstilling (NOU 27/1999) 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.»

Lokalavisen er tradisjonelt sett på som den «viktigste infrastruktur for ytringsfrihet» her i landet, der alle slipper til, uavhengig av alder, stilling og stand. Her finner vi en unik bredde av ytringer, både fra grasrota med kortfattede sterke meninger og fra fagfolk som skriver for spesielt interesserte.

Mediefeltet gjennomgår dyptgripende endringer. Dagens digitale mediesamfunn har skapt et mangfold av kanaler inn i det offentlige rom, noe som gir folk flest nye ytringsmuligheter, samtidig som terskelen for publisering er lavere. Det har aldri vært flere arenaer for informasjon, debatt og meninger enn i dag. De lokale mediehusene har gradvis bygget seg solide digitale posisjoner i sine respektive lokalsamfunn – i tillegg til de posisjonene de tradisjonelt sett har hatt på papir.

Framveksten av nye digitale møteplasser som Facebook, Twitter, Origo og andre, har ikke svekket lokalavisen som debattorgan. Snarere tvert imot. Nettet har heller stimulert flere til å ytre seg. Samspillet mellom tradisjonelle og nye sosiale møteplasser har vitalisert meningsdannelsen og styrket ytringsfriheten i vårt samfunn. De lokale mediehusene tar aktiv del i denne revitaliseringen av det offentlige rom.

JOURNALISTISKE UTFORDRINGER

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 det er ingen tvil om at små journalistiske miljøer til tider utfordres. Hva skjer da med kvaliteten i det redaksjonelle innholdet?

Kvalitet i journalistikken er et stadig tilbakevendende tema. Frykten er stor for at kvaliteten gradvis skal forringes, slik at skillet mellom journalistikk, informasjon og propaganda blir borte. Pessimistene vil ha det til at markedskreftene ødelegger kvalitetsjournalistikken. Men samtidig har den teknologiske utvikling skapt nye muligheter for mer mangfoldig redaksjonell virksomhet, på flere arenaer, mer brukerinvolvering, og tettere dialog med lesere. Teknologien utgjør ingen trussel, men åpner mange muligheter til å skape ny og spennende journalistikk.

Imidlertid: tradisjonell redaksjonell tenkning utfordres. De mest nyskapende bidragene til nyhets- og informasjonsformidling de siste årene kommer ikke fra de etablerte mediehus, men fra andre aktører. Sosiale medier basert på brukerskapt innhold og deling i nettverk, har ført til nye kommunikasjonsstrukturer, noe som utfordrer mediehusenes konkurransesituasjon dramatisk: Nyheter slippes, deles og spres med lynets hastighet uavhengig av profesjonelle redaksjoner – og helt urørt av journalisthender. Tilsvarende utfordrer en stadig rikere flora av bloggere den tradisjonelle journalistens rolle som forvalter av kvaliteter som innsikt og oversikt.

Utviklingen har ført oss inn i en flom av informasjon og nyhetsoppdateringer der det er stadig vanskeligere å ha oversikt og skille det vesentlige og verdifulle fra det uvesentlige og verdiløse. Behovet for hjelp med å velge hvem og hva man skal lytte til, øker. Det bør være et godt utgangspunkt for journalistikken, som nettopp har en lang tradisjon for å være en slik veiviser. Men det er ikke gitt at journalisten får spille veiviserrollen. Det er et ansvar profesjonen må gjøre seg fortjent til å ha og vise at de kan utøve på en måte som andre ikke kan matche: Ved å levere kvalitet som ikke andre kan kopiere, viser journalistikken sin unike verdi.

Den teknologiske utviklingen endrer mediemarkedet, men den gir også redaksjonene nye muligheter. Stadig oftere ser vi journalister lansere ideer til saker og be om publikums hjelp til å realisere dem – gjerne i form av invitasjoner i sosiale medier. Ved å invitere brukerne til å dele kunnskap og erfaringer på denne måten får journalistene både et bredere kildetilfang og researchgrunnlag, og de får mulighet til å engasjere brukerne og bygge tillit gjennom dialog. Det er en åpenbar kvalitetsbonus for brukerne.

Brukerinvolvering og dialog er ikke noe nytt fenomen i journalistikken, slik enkelte hevder. Lagspill eller ulike former for partnerskap har vært en del av lokalpressens virkelighet til alle tider. Moderne teknologi har gitt mediene helt nye muligheter til samspill med et stadig mer opplyst publikum. På sitt beste kan borgerjournalistikken bidra til et kvalitetsløft for tradisjonell medievirksomhet, fordi den utvider den redaksjonelle horisonten og hjelper mediene å gripe det som er viktig for folk.

Leserne og brukerne blir stadig 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. 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.

Vitalisering av samfunnsoppdraget forutsetter robuste lokale medier med lokal tilstedeværelse, som bringer fram relevant informasjon, som tør å ta opp kontroversielle saker, som utfordrer maktmennesker og sterke lokale miljøer.

LOKALE MEDIER – HVA NÅ?

Norge ligger på verdenstoppen i mediekonsum. Avisene står for vel 40 prosent av dette konsumet, men andelen går ned. Samtidig har digitaliseringen åpnet for flere aktører og sterkere konkurranse i mediemarkedet. De aller fleste opererer på flere plattformer. Vi har et mangfoldig medielandskap i alle ordets betydninger.

Selv om papiravisenes utfordringer har fått mye oppmerksomhet, er også andre medieaktører påvirket av de store omskiftningene innenfor teknologi, mediebruk og medieøkonomi.

Tallet på aviser holder seg stabilt. Ved utgangen av 2011 hadde vi her i landet 228 aviser. Disse fordeler seg på 76 dagsaviser og 152 fådagersaviser. Variasjonen i avislandskapet er stor. Men en tendens er klar: opplag og lesertall går ned. Derimot vokser avisene på de digitale plattformene, nett og mobil, noe som bidrar til at mediehusene beholder – og styrker – posisjonen i sine respektive markeder.

Tall fra Statistisk Sentralbyrå viser at antall daglig avislesere er gått ned fra 78 til 63 prosent av befolkningen det siste tiåret, mens daglig internettbruk i samme periode er økt fra 35 til 80 prosent av befolkningen.

De strukturelle endringene i brukermarkedet til tross: norske region- og lokalmedier har trofaste og lojale lesere og brukere og framstår fortsatt som det klare førstevalget som lokal informasjonskilde, uavhengig av publiseringsplattform. Våre medier holder stillingen langt bedre enn riksavisene, både i opplag og lesertall. Samme utvikling merkes også i annonsemarkedet.

Konkurransen i mediemarkedet er påvirket av en lang rekke forhold; ny teknologi, nye brukervaner, urbanisering, befolkningsveksten og demografiske og kulturelle forhold, endrede politiske og administrative strukturer og modeller. Lokalmedienes evne til å ivareta sitt samfunnsoppdrag i dette bildet er under kontinuerlig utvikling. Som samfunnsaktører har våre lokale medier en stor jobb å gjøre, for å synliggjøre kvalitetene i sine lokalsamfunn, bidra til skape attraktive miljøer og økt bolyst.

En voksende del av befolkningen har et fjernt forhold til tradisjonelle mediekanaler – men har fortsatt behov for relevant og nyttig informasjon om lokale forhold. Lokale medier kan derfor bli vinnere i framtidens mediemarked, om vi møter utfordringene på en god måte.

Framtidens mediebrukere forventes å være mindre lojale og mer kritiske. De vil stille enda sterkere strengere krav til journalistikken, om at den skal være tuftet på kunnskap, være engasjerende, ha nytteverdi og høy kvalitet. Mediebrukerne forventer at mediene skal være åpne, inkluderende og fungere som grasrotas offentlige rom.

Den viktige journalistikken har aldri vært verdinøytral og kan heller ikke være det i framtidens medielandskap. Samfunnsoppdraget forutsetter en sterk synliggjøring av mediets publisistiske ståsted, tradisjonene og ideene. Lokalmediene må ville noe. Lokalmedienes framtidige suksess vil avhenge av at vi i vårt arbeid bidrar til å skape bevisste og aktive samfunnsborgere, og levende så vel som livskraftige lokalsamfunn. Vi skal legge vekt på grundig journalistikk og synliggjøre kritikkverdige forhold, men også være opptatt av å finne gode løsninger.

Det er utfordringen for redaktørene, for journalistene – og for eierne. Med sitt publisistiske grunnlag og sine formålsbestemmelser har Amedias publikasjoner forpliktet seg på pressens samfunnsoppdrag – også i framtida.



Amedias
utgivererklæring

Amedia respekterer den enkelte publikasjons identitet, grunnsyn, lokale tradisjon og egenart. Amedia vil som utgiver stimulere den enkelte publikasjon til

å dyrke sitt publisistiske, lokale og verdimesse ståsted og utvikle troverdige, relevante produkter og tjenester.

Et mangfoldig mediekonsern

Den publisistiske plattformen til Amedia og det enkelte mediehus handler grunnleggende om hvilke verdier og prinsipper de bygger sin virksomhet på.

Det publisistiske uttrykker hvilken rolle og oppgave mediene har i samfunnet og i offentligheten. Mediene er formidlere av redaksjonell og kommersiell informasjon, debatt og samfunnskritikk. De er meningsbærere, identitetsskapere og markeds plasser.

Det norske medielandskapet er mangfoldig, geografisk, kulturelt, ideologisk. Amedia er med sine publikasjoner en viktig del av utviklingen av dette mangfoldet og er i dag en av de fremste garantistene for fortsatt mangfold.

Amedia tar opp i seg det meste av ideer, tradisjoner, verdier og redaksjonelt tankegods som har vokst fram i det norske medielandskapet siden de første avisene kom ut i siste halvdel av 1700-tallet. Konsernets eldste avis, Drammens Tidende er fra 1832. Den ble skapt som motkraft til radikale stemmer i samfunnet. Glåmdalen (1885) er eldst blant Amedias sosialdemokratiske aviser, men den ble opprinnelig startet for å fremme Venstres sak.

Den nyeste avisen i Amedia er SolungAvisa som ble etablert i 2008. Den er stiftet som en fri og uavhengig avis for å bidra til å forsterke lokal identitet. Senere har også Amedia etablert Mediehuset Tek som et digitalt mediehus.

I dette kapittelet presenteres en kort historikk for hver av avisene i konsernet med vekt på forhold som har vært avgjørende for grunnsynet og dermed oppdraget som avisen/mediehuset skal ha i samfunnet. Formålsbestemmelsen for hver enkelt publikasjon blir presentert.

Oversikten er også en historie som viser hvordan norske medier har utviklet seg fra å være annonseorgan til å bli redaksjonelle produkter. Den viser hvordan det politiske landskapet og ideologiske brytninger (partidannelsen) førte til etablering og framvekst av aviser med klare ambisjoner om å påvirke samfunnsutviklingen. Avisene skulle være talerør for bestemte politiske retninger – men løsrev seg senere fra partiene (1970-tallet). Den redaksjonelle profesjonalisering førte også til at avisene definerte seg til å være uavhengige organer med stort indre mangfold.

Vår gjennomgang av det ideologiske mangfold tar utgangspunkt i papiravisene og deres opphav, hva de representerte og hva de står for i dag. Dette ståstedet er opprettholdt og videreført også på nett og i digitale produkter som mediehusene nå utgir i tillegg til papiravisen. Framstillingen er basert på informasjon fra de enkelte selskaper, Norsk Pressehistorie og en rekke andre offentlige kilder.

Framstillingen fokuserer på det redaksjonelle og redaktørenes publisistiske oppdrag. Det angis derfor hvem som er ansvarlig redaktør for den enkelte publikasjon, men ikke hvem som er daglig leder og har det forretningsmessige ansvaret.

Amedias publikasjoner presenteres på de neste sidene i kronologisk rekkefølge etter hvilket år de ble etablert. Historien starter i 1832, og 2012 er en viktig milepæl.

➔ **LES MER
OM VÅRE
AVISER
PÅ NESTE
SIDE.**

VÅRE AVISER. KORTREISTE NYHETER.

45: Akershus Amtstidende

55: Arbeidets Rett

65: Aura Avis

43: Aust Agder Blad

73: Avisa Nordland

61: Bergensavisen

53: Byavisa Tromsø

66: Bygdeposten

74: DittOslo

40: Drammens Tidende

40: DT Drammen

71: Eikerbladet

73: Enebakk Avis

57: Finnmark Dagblad

50: Finnmarken

44: Finnmarksposten

59: Firda

63: Firdaposten

48: Fredriksstad Blad

54: Fremover

42: Gjengangeren

47: Glåmdalen

59: Hadeland

62: Halden Arbeiderblad

67: Hamar Dagblad

66: Hardanger Folkeblad

49: Haugesunds Avis

63: Helgeland Arbeiderblad

61: iGjøvik

56: Indre Akershus Blad

41: Jarlsberg Avis

42: Kragerø Blad Vestmar

67: Kvinnheringen

54: Laagendalsposten

70: Lierposten

70: Lofot-Tidende

30: Lofotposten

74: Lokalavisen Groruddalen

71: Malvik blad

47: Moss Avis

58: Namdalsavisa

68: Nordhordland

53: Nordlys

74: Nordre Aker Budstikke

74: Nordstrands Blad

64: Opdalingen

61: Oppland Arbeiderblad

58: Porsgrunns Dagblad

69: Radio 102

51: Rakkestad Avis

52: Rana Blad

41: Ringerikes Blad

64: Ringsaker Blad

60: Rjukan Arbeiderblad

53: Romerikes Blad

53: Romerikes Blad Lørenskog

68: Røyken og Hurum Avis

69: Sande Avis

43: Sandefjord Blad

63: Sarpsborg Arbeiderblad

53: Skedsmobladet

51: Smaalenene Avis

75: SolungAvisa

49: Stjørdalens Blad

48: Svelviksposten

60: Telemarksavisa

62: Telen

55: Tidens Krav

45: Tvedestrandsposten

44: Tønsberg Blad

53: Ullensakeravisa

74: Ullern Avis Akersposten

46: Varden

75: Vestby Avis

56: Østlandets Blad

46: Østlands-Posten

52: Østlendingen

72: Øyene

75: Ås Avis

1832 DRAMMENS TIDENDE DRAMMEN



DRAMMENS TIDENDE er en dagsavis for 11 kommuner i nedre Buskerud fylke. Den har sin historie knyttet til avisen Tiden som kom i 1832. Pådriver var prest og bankmann Niels Wulfsberg, og motivet var å skape motvekt mot den radikale boktrykkeren Fredrik Carl Ferdinand Rode, som gjennom sin avis, den første Drammens Tidende, refset embetsmannsveldet og den gamle overklassen. Konkurrenten måtte etter hvert gi opp. Og fra 1845 overtok Tiden det gamle navnet.

Et viktig eierskifte skjedde i 1879. Familien Wulfsberg solgte avisen til grosserer Axel Lyche, eieren av Buskerud Blad. Avisene innledet et nært samarbeid, som ga rask vekst. Fra 1901 overtok Lars Raknerud som redaktør for begge aviser, som begge var talerør for Høyre. Han satset på lokale nyheter som basis for det redaksjonelle.

Drammens Tidende og Buskerud Blad kom ut under hele krigen, og gikk opplagsmessig styrket inn i etterkrigstiden. Det ble foretatt store investeringer i nytt avisbygg og teknisk utstyr. Bedriften ble kjøpt av Orkla Media i 1993. Ekspansjonen fortsatte, blant annet gjennom kjøp av en rekke mindre lokalaviser. Utgir gratisavis DT Drammen fra 2010.

Grunnsyn:

Drammens Tidende hadde som formål å være «en fri og uavhengig avis bygget på et konservativt grunnsyn» fram til selskapet ble del av Edda Media Buskerud i 2007. Da ble det redaksjonelle formålet i utgivelseskapets vedtekter endret til: Selskapets redaksjonelle utgivelser skal dekke behovet for allsidig, variert og lokal informasjon i sine respektive nedslagsfelt. Virksomhetene skal være frie og uavhengige og bygge på idealer som er nedfelt i Redaktørplakaten og presseetisk sedvane.

ANSVARLIG REDAKTØR

Geir Arne Bore



DEKNINGSOMRÅDE

Drammen, Lier,
Nedre og Øvre Eiker,
Røyken, Hurum,
Sande, Svelvik,
Modum, Sigdal og
Krødsherad med
180 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

33 352
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
107
NETTAVIS
dt.no

1843

JARLSBERG AVIS

HOLMESTRAND



JARLSBERG AVIS er en tredagers avis for Holmestrand og Hof kommuner. Røttene går tilbake til Holmestrandsposten som kom i 1843, utgitt av Christian Fredrik Juell. Gjennom 1800-tallet skiftet avisen eier flere ganger. I 1902 kom cand. jur. Jens Ludvig Stub inn som eier, og han byttet navnet til Jarlsberg. Jarlsberg har en lang og turbulent historie, med ustabil eierskap, delvis styrt fra Tønsberg, delvis fra Holmestrand. I 1961 ble avisen solgt til 20 år gamle Bernt Harris Evandt, som satset på egen offsetpresse og moderne drift, teknisk samordning med et par mindre aviser. Men i 1982 gikk Jarlsberg konkurs. Lokale næringslivsfolk drev avisa videre en periode, men måtte melde oppbud. Henry Nilsen gikk inn som eier i 1996. Heller ikke han lyktes. Østlands-Posten overtok eierskapet i 1999. Oppturen kom først fra høsten 2001, med sterk opplagsvekst og økonomisk overskudd. Jarlsberg Avis er nå blitt dominerende i sitt nedslagsfelt.

Grunnsyn:

Jarlsberg er en fri og uavhengig avis, basert på lønnsom og sunn forretningsmessig drift. Avisen skal fremme samfunnsengasjement og øve innflytelse på samfunnsutviklingen for å styrke demokratiet, rettsstaten og likeverd mellom mennesker. Jarlsberg skal drive saklig og uavhengig journalistikk, basert på normer og verdier nedfelt i Redaktørplakaten, Tekstreklameplakaten og de etiske normer som er nedfelt i Vær Varsom-plakaten. Jarlsberg skal gjennom sin virksomhet fremme distriktets identitet og interesser og være talerør utad.

ANSVARLIG REDAKTØR

Knut S. Evensen



DEKNINGSOMRÅDE

Holmestrand og Hof med 13 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

3 916
Utgis tre dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
8
NETTAVIS
jarlsbergavis.no

1845

RINGERIKES BLAD

HØNEFOSS



RINGERIKES BLAD er en dagsavis som dekker Ringerike, Hole og Jevnaker kommuner. Den ble startet under navnet Ringeriges Ugeblad i 1845, med boktrykker Jørgen Krohn som utgiver og redaktør. Hans sønn, Johan Fredrik Krohn, overtok redaktøransvaret fra 1859. Navneskiftet til Ringerikes Blad skjedde i 1880. Under de politiske stridigheter på 1880-tallet plasserte avisen seg som forsvare av «Kapitalen, Kristendommen, Ægteskabet og Øvrigheden».

Familien Krohn solgte avisen til redaktør Ingvald Helseth i 1905. Han anskaffet ny presse, og styrket lokalstoffets plass i avisen, og økte antall utgivelser til tre i uken. Helseth holdt fast på den konservative politiske kurs. Senere ble avisen tilsluttet Høyres Pressekontor. Ringerikes Blad ble kjøpt av A-pressen i 1997.

Grunnsyn:

Førmål i vedtekten: Ringerikes Blad er en liberal-konservativ avis.

ANSVARLIG REDAKTØR

Bjørn Harald Blaker



DEKNINGSOMRÅDE

Ringerike, Hole og Jevnaker kommuner med ca 41 500 innbyggere.

OPPLAG I 2011

12 030
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
45
NETTAVIS
ringblad.no

1845

KRAGERØ BLAD VESTMAR

KRAGERØ



KRAGERØ BLAD VESTMAR er en tredagers avis for Kragerø og Drangedal. Tradisjonene går tilbake til henholdsvis 1845 da trykkerieier Christian Georg Martini startet Kragerø Blad som konservativt talerør og til 1867, da Vestmar kom, grunnlagt av boktrykker Carl Bundi, som et radikalt alternativ, og aktiv støttespiller for Venstre.

Vestmar har gjennom hele sin historie framstått som en aktiv pådriver for demokratiske reformer, mens Kragerø Blad har forsvart det bestående. Striden mellom disse avisene toppet seg på slutten av 1800-tallet, men har vært levende fram til vår tid. Avisene med høyst ulikt ståsted ble slått sammen i 1998. Året etter ble også Drangedal Blad (eier av Kragerø Blad) en del av avisen. Avisen ble senere kjøpt av Varden og innlemmet i Orkla Media.

Grunnsyn:

Utgivelsen av papiravisen Kragerø Blad Vestmar som skal være en fri og uavhengig lokalavis avis for Kragerø og Drangedal. Deltakelse i annen virksomhet som naturlig tilhører avisutgivelsen.

ANSVARLIG REDAKTØR

Tone Størseth



DEKNINGSOMRÅDE

Kragerø og
Drangedal med
15 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

4 388
Tre utgivelser
ukentlig
ANTALL ANSATTE
15
NETTAVIS
kragero-blad.no

1851

GJENGANGEREN

HORTEN



GJENGANGEREN er en dagsavis som dekker Horten kommune. Avisen ble etablert av boktrykker lens Steenberg, i 1851, etter at han flyttet sitt trykkeri fra Stavern. Steenberg startet sin første lokalavis i 1847, og den ble utgitt under flere navn. Navnet Gjengangeren ble begrunnet med at det var hans tidligere aviser som «gikk igjen». Tidlig på 1880-tallet, da norsk politikk ble kraftig polarisert, falt Gjengangeren ned på den konservative siden.

Gjengangeren var blant avisene som kom ut under hele siste verdenskrig. Avisen økte opplaget sitt jevnt og trutt gjennom etterkrigstiden. Avisen har gjennom hele sin historie ligget i front med ny teknologi. Gjengangeren ble kjøpt av Orkla Media i 1988.

Grunnsyn:

Formål i vedtektene fram til avisen ble del av Edda Vestfold i 2007: Selskapets formål er å utgi Gjengangeren som fri og uavhengig dagsavis, bygget på et verdikonservativt grunnsyn, samt å engasjere seg i medievirksomhet av enhver art, herunder deltakelse i andre selskaper.

ANSVARLIG REDAKTØR

Torgeir Lorentzen



DEKNINGSOMRÅDE

Horten kommune
med 26 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011

6 494
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
15
NETTAVIS
gjengangeren.no

1853

AUST AGDER BLAD

RISØR



AUST AGDER BLAD, tredagers avis for Risør og Gjerstad, har sine røtter tilbake til 1853, da trykkerieier Oscar Andersen startet avisen Nedenæs og Robygdelagets Amts-tidende, som ble lagt ned etter kort tid. Året etter startet han Østerrisørs Blad, men den gikk med i en bybrann.

Byen var en periode avisløs. Men i 1863 etablerte bokhandler Johan G. Fryxell Adressetidende for Risør, Tvedestrand og Omegn. Den gikk inn etter kort tid. Men Fryxell ga ikke opp. I 1867 kom første nummer av Nedenæs Amtstidende, som gikk konkurs i 1924. Arnfinn Eskild kjøpte boet og stiftet etterfølgeren Aust Agder Blad.

Aust-Agder Blad har gjennomlevd mye ideologisk turbulens, fra et konservativt kristent ståsted, til engasjement for Grundtvigs liberale tanker, fra en periode med sympati med Hitler, til et knallhardt oppgjør med den tyske okkupasjonsmakten i 1940.

Bladet Risør (tidligere Risør Arbeiderblad) som ble etablert i 1945, kjøpte sin konkurrent i 1975, og gjorde Aust Agder Blad til en del av A-pressen, med en eierandel på 75 prosent. Schibsted gjennom Fædrelandsvennen, eier 25 prosent.

Grunnsyn:

Selskapets formål er informasjonsvirksomhet som avisutgivelse, forlagsvirksomhet, grafisk produksjon, radio- og TV-virksomhet og all dermed forbunden eller beslektet virksomhet samt å delta - gjennom aksjesiddelse eller på annen måte - i andre foretagender.

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Rolf Røisland



DEKNINGSOMRÅDE
Risør og Gjerstad
med 9 500
innbyggere.

OPPLAG I 2011
3 659
Tre utgaver ukentlig
ANTALL ANSATTE
7
NETTAVIS
austagderblad.no

1859

SANDEFJORDS BLAD

SANDEFJORD



SANDEFJORDS BLAD er en dagsavis for Sandefjord og Kodal i Andebu kommune. Avisen fikk sin start i 1859 med tittelen Sandemanden, som etter halvannet år ble avløst av en ny lokalavis, Sandefjords og Sandeherreds Tidende, grunnlagt av boktrykker Hans Severin Iversen. Lokale Høyrefolk syntes Sandefjords Tidende (navnet fra 1874) markerte seg for svakt i konservativ retning, og valgte i 1894 å kjøpe avisen. Det ble nytt navneskifte, til Sandefjords Blad. For å bli godkjent som aksjonær måtte man opprinnelig være medlem av Høyres lokallag.

Sandefjord Blad slet lenge tungt i markedet, men etter århundreskiftet, og spesielt etter første verdenskrig, fikk avisen en lengre opptur. I 1942 ble Sandefjord Blad tvangssammenslått med konkurrenten i Vestfold, til Sandefjords Presse. Sandefjords Blad hadde en god utvikling i etterkrigsårene, og ble nr-1 avis i 1982. Et Kosmos-selskap kjøpte aksjemajoriteten i 1985, men senere samme år ble avisen solgt til Orkla Media.

Grunnsyn:

Formål i vedtektene fram til avisen ble del av Edda Vestfold i 2007: Selskapets formål er å utgi Sandefjords Blad som en fri og uavhengig tradisjonsbærer for sandefjordinger, samt å engasjere seg i medievirksomhet av enhver art, herunder deltakelse i andre selskaper.

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Jan Roaldset



DEKNINGSOMRÅDE
Sandefjord og delvis
Andebu, med 45 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
13 191
Utgis fem dager
ukentlig
ANTALL ANSATTE
38
NETTAVIS
sb.no

1866

FINNMARKS-POSTEN

HONNINGSVÅG



FINNMARKSPOSTEN, ukeavis for Nordkapp. Finnmarks eldste avis ble etablert av en gruppe forretningsmenn i Hammerfest i 1886, som konservativt organ for regionen. Fra 1918 ble avisen hovedorgan for Høyre i Vestfinnmark. På 1930-tallet sto Hammerfest Høyre som eier, og redaktørstillingen var i perioder kombinert med stillingen som fylkessekretær.

De tre første etterkrigsår var Finnmarksposten «organ for evakuerte finnmarkinger», med hovedbase i Oslo. Den flyttet tilbake til Hammerfest i 1949, og ble etter kort tid slått sammen med Vestfinnmarken i Honningsvåg. Hit flyttet hovedredaksjonen i 1958.

A-pressen (Finnmark Dagblad) kjøpte Finnmarksposten i 1993.

Grunnsyn:

Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Sverre Joakimsen



DEKNINGSOMRÅDE
Nordkapp kommune
med 3 100
innbyggere.

OPPLAG I 2011
1 228
Utgis hver torsdag
ANTALL ANSATTE
3
NETTAVIS
finnmarksposten.no

1870

TØNSBERGS BLAD

TØNSBERG



TØNSBERGS BLAD, dagsavis for Tønsberg og regionen. Avisen ble grunnlagt i 1870 av boktrykker Hans Jørgen Magnus Hansen, eieren av trykkeriet til byens første avis, Telegraphen. Tønsbergs konservative næringsliv kjøpte avisen i 1881, og gjorde den til kamporgan mot det framstormende Venstre. Tønsbergs Blad gikk med årene inn i rollen som Høyre-organ, og flere av avisens redaktører gjorde seg sterkt gjeldende i politisk sammenheng, både lokalt, i fylket og på Stortinget.

Mer enn andre aviser har nok Tønsbergs Blad bidratt til at Vestfold framstår som konservatismens høyborg her i landet. Men den kunne ikke forhindre at Arbeiderpartiet i perioder har hatt flertall i Tønsberg. Og avisens klare konservative kurs til tross, tidligere enn andre aviser åpnet den spaltene for andre partier og meninger. Det bidro nok til å svekke i konkurrenten Vestfold Arbeiderblad som gikk konkurs i 1988. Fra da av var Tønsbergs Blad enerådende, og dominerende i sitt distrikt.

Tønsbergs Blad har til tider ligget i front teknisk, og har de siste tiårene hatt solid økonomi. Bedriften ble kjøpt av Orkla Media i 1986.

Grunnsyn:

Formål i vedtektene fram til avisen ble del av Edda Vestfold i 2007: Selskapets formål er å utgi Tønsbergs Blad som fri og uavhengig dagsavis, bygget på det konservative livssyn, samt å engasjere seg i medievirksomhet av enhver art, herunder deltakelse i andre selskaper.

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Håkon Borud



DEKNINGSOMRÅDE
Tønsberg, Nøtterøy,
Tjøme, Stokke, Re
og Andebu med
92 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
26 789
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
73
NETTAVIS
tb.no

1872

TVEDESTRANDS- POSTEN

TVEDESTRAND



TVEDESTRANDSPOSTEN, tredagers avis for Tvedestrand, Vegårshei og Arendal øst. Arne Garborg startet avisen høsten 1882, men forlot den etter noen måneder. Forfatterens navn er for all ettertid knyttet til Tvedestrandsposten. Garborgs viktigste innsats ligger nok i at han overtalte typograf Theodor Nicolai Eskildsen til å flytte fra Stavanger til Tvedestrand, for å produsere avisen. Tre generasjoner Eskildsen kom til å prege Tvedestrandsposten og byen gjennom 118 år.

Tvedestrandsposten startet som radikal Venstre-avis, men gikk over til Høyre fra stridsperioden 1883-1895. I 1902 bestemte redaktøren at avisen skulle være upartisk. Tvedestrandsposten møtte hard konkurranse fra andre aviser i regionen. Takket være et langsiktig og framsynt eierskap fikk avisen etter hvert et sterkt fotfeste. Under andre verdenskrig var personalet engasjert i sabotasjevirksomhet, og avisen ble etter hvert stengt.

Tredje generasjon Eskildsen solgte avisen til nye eiere i 1991, og i 2000 ble den kjøpt av A-pressen.

Grunnsyn:

Selskapets formål er utgivelse av avis, forlagsvirksomhet og annen virksomhet i tilknytning til dette.

ANSVARLIG REDAKTØR

Marianne Drivdal



DEKNINGSOMRÅDE

Tvedestrand, Vegårshei og Arendal øst, med 10 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

3 523
Utgis tre dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
6
NETTAVIS
tvedestrandsposten.no

1874

AKERSHUS AMTSTIDENDE

DRØBAK



AKERSHUS AMTSTIDENDE, femdagers avis for Drøbak og Nesodden. Historien starter med Follo Tidende, grunnlagt i 1874 av boktrykker Terje Waa Thorbjørnsen. Også kona Karen var et ivrig avismenneske. Hun utga landets første avis for kvinner, Den norske kvinne. Follo Tidende ble etter kort tid overtatt av sønnen Peder, som i 1884 fikk dannet et lokalt aksjeselskap med nytt navn, Akershus Amtstidende, der formålet var å skape et «konservativt organ for Aker og Follo, øvre og nedre Romerike Fogderier».

Virksomheten ble solgt ut av familien i 1899, først til Olaf Rangsæther, og videre til faktor Otto Bernard Hansen, som var redaktør fram til han døde i 1932. Han var en ihuga motstander av unionen med Sverige, og gjorde Amta til reneste kampanjeavis for sin sak. I Drøbak var det i 1905 kun en innbygger som stemte for union. Norsk Arbeiderpresse kjøpte Akershus Amtstidende i 1979, som den første upolitiske avisen utenfor pressegruppen.

Grunnsyn:

Utgivelsen av Akershus Amtstidende, herunder delta i andre selskaper som driver informasjonsvirksomhet. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.

ANSVARLIG REDAKTØR

Morten Øby



DEKNINGSOMRÅDE

Drøbak og Nesodden med 25 000 innbyggere, aleneavis.

OPPLAG I 2011

8 157
Fem utgivelser ukentlig
ANTALL ANSATTE
20
NETTAVIS
amta.no

1874

VARDEN

SKIEN



VARDEN, dagsavis for kommunene i Telemark, ble etablert i 1874 for å gi en stemme til den voksende politiske og sosiale folkereisningen som endte med dannelse av partiet Venstre. Første redaktør, Johan Christian Tandberg Castberg, engasjerte avisen spesielt sterkt i kampen for alminnelig stemmerett.

Varden var en rendyrket partiavis for Venstre fram til 1953, med unntak av krigsårene, da avisen fikk innsatt en NS-redaktør. Men etter at Venstre støttet de såkalte «thagaardske prislover», om staten som regulerende instans for prisfastsettelse, vendte avisen partiet ryggen. Og gikk over til å støtte Høyre.

Hard konkurranse har preget avismarkedet i Telemark alle etterkrigsår. Fra en periode på 1970-tall og fram til 1988, var Telemark Arbeiderblad fylkets største avis, men da tok Varden hegemoniet tilbake. Varden har vært eiet av lokale interesser fram til 1994, da redaktør og eier Bjørn Jacobsen og familien solgte avisen til Orkla Media.

Grunnsyn:

Varden er en uavhengig avis som har til formål å arbeide for en liberal og demokratisk samfunnsordning med respekt for individets rettigheter og sosial rettferdighet. Det er en særlig oppgave for bladet å arbeide for et fritt næringsliv og å bekjempe alle forsøk på å innføre et totalitært statsstyre.

ANSVARLIG REDAKTØR

Lars Kise



DEKNINGSOMRÅDE

Telemark med hovedvekt på Skien og Porsgrunn med 87 600 innbyggere.

OPPLAG I 2011

23 720
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
67
NETTAVIS
varden.no

1881

ØSTLANDS-POSTEN

LARVIK



ØSTLANDS-POSTEN, dagsavis som dekker Larvik og Lardal. Avisen ble grunnlagt i 1881, som organ for venstresiden, og motvekt mot høyredreiningen til Jarlsberg og Larviks Amtstidende. Typograf Albert Karlsen Skaara forlot Amtstidende og ble avisens første redaktør. Han var svoren tilhenger av Johan Sverdrups politikk, noe som også ble Østlands-Postens kurs. Senere overtok forfatteren Karen Sundt redaktørstolen, som ble første kvinnelig redaktør i Norge.

Ludvig Næss kjøpte seg inn i avisen i 1891, og ble fra 1896 eneeier og redaktør. Det skapte splittelse innen Larvik Venstre. Partiet startet sin egen avis, Nesjar. Den ble etter kort tid slått sammen med Østlands-Posten, som etter erobret posisjonen som ledende avis i Larvik.

Da Ludvig Næss døde i 1921, overtok sønnene Asbjørn og Øyvind som disponent og redaktør av Østlands-Posten. Etter krigen, i 1962, var det klart for tredje generasjon i familien, med Jan L Næss, som først ble disponent og senere redaktør. Han ledet bedriften helt til den ble solgt til A-pressen i 1995.

Grunnsyn:

Selskapets virksomhet er avisutgivelse og all forbundet eller beslektet virksomhet, samt å delta gjennom aksjesittelser eller på annen måte i andre selskaper. Avisen har tradisjonelt hatt et liberalt redaksjonelt grunnsyn.

ANSVARLIG REDAKTØR

Terje Svendsen



DEKNINGSOMRÅDE

Larvik og Lardal med 45 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

13 272
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
41
NETTAVIS
op.no

1885

GLÅMDALEN

KONGSVINGER



GLÅMDALEN, dagsavis for glåmdalsregionen og Nes. Avisen ble etablert i 1885 av Venstre-lag i Kongsvinger, som ville ha et organ som motkraft til Høyres avis Hedemarken Amtstidende. Navnet var Glommendalen, og dens første redaktør Hans Aasumb gjorde avisen stadig mer venstre-orientert. Einar Lund kom inn som eier og redaktør i 1907. Glommendalen ble da «organ for Bonde og Arbeider», og deretter «Talsmand for Arbeiderbevegelsen». LO og Arbeiderpartiet kjøpte avisen i 1914, og skiftet navnet til Glommendalens Social-Demokrat.

Glåmdalen har hatt en turbulent historie. Arbeiderpressens Samvirke som kom inn som eier etter en konkurs i 1926, skifter navnet til Kongsvinger Arbeiderblad. Axel Zachariassen ble hentet inn som redaktør i 1932, og løftet avisen til en sterkere posisjon. Da han ble arrestert av tyskerne i 1941, tok Rolf Jacobsen over som redaktør. Glåmdalen var en av fire arbeideraviser som kom ut under hele krigen.

Gjennom etterkrigstiden har Glåmdalen fått en dominerende posisjon i glåmdalsregionen og Nes. Fristillingen fra Arbeiderpartiet skjedde i 1993.

Grunnsyn:

Selskapets formål er å utgi avisen Glåmdalen, herunder delta i andre selskaper som driver informasjonsvirksomhet eller liknende virksomhet. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Eivind Lid



DEKNINGSOMRÅDE
Kongsvinger, Eidskog, Grue, Åsnes, Våler, Nes, Nord- og Sør-Odal med 71 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
18 002
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
45
NETTAVIS
glomdalen.no

1886

MOSS AVIS

MOSS



MOSS AVIS, dagsavis for Moss, Rygge, Hobøl, Råde, Vestby og Våler. Avisen ble grunnlagt i 1886 av trykker Martinus G. Kildahl, som konservativt talerør mot byens fem Venstre-aviser. Men konkurrentene forsvant etter hvert. I 1879 skiftet Moss Avis politisk kurs til «frisinnnet», og i 1890 ble den kjøpt av et konsortium og gjort til Venstre-avis.

I 1892 ble typograf Bjørn Kristensen ansatt som redaktør. Han var nevø av Bjørnstjerne Bjørnson og ihuga Venstre-mann. Da han døde i 1935 var Moss Avis byens ledende avis. Familien fortsatte som eier, og avisen ble stadig Høyre-orientert. Moss Avis ble kjøpt av Orkla-konsernet i 1985, som en av de første i det nye mediekonsernet Orkla Media. Da fikk også Moss Avis en stiftelse for å verne om den redaksjonelle frihet og den lokale tilhørighet.

Grunnsyn:

Formål i vedtektene til utgivelseskaper Mediehuset Østfold er angitt som (utdrag): «Mediehuset Østfold AS utgir Moss Avis som en redaksjonelt frittstående, partiavhengig avis. Dens grunnsyn skal være liberal-konservativt, basert på hovedstrømningene i de holdninger som hittil har preget avisen.

Moss Avis og andre produkter som er knyttet til merkenavnet, skal dekke behovet for en allsidig avis i Moss og de distrikter som til enhver tid er naturlig nedslagsfelt. Avisen skal hevde Moss' og regionens interesser og fremme forståelse for nasjonal frihet og sikkerhet. Innenfor rammen av sitt grunnsyn skal Moss Avis bidra til å fremme arbeids- og næringslivet, samt alt byggende sosialt, humanitært, kulturelt og religiøst virke i lokalsamfunnet.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Pål Enghaug



DEKNINGSOMRÅDE
Moss, Vestby, Våler, Råde, Hobøl, og Råde med cirka 67 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
14 335
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
43
NETTAVIS
mossavis.no

1886

SVELVIKS-POSTEN

SVELVIK



SVELVIKSPOSTEN, ukeavis for Svelvik i Vestfold, har hatt en historie tilbake til 1886, da Svelvigs Tidende ble grunnlagt, av typograf Anton Schrøder. Etter kort tid selger han avisen til Hans Christensen, som i 1901 solgte den videre til Carl M. Christoffersen. Han og familien preget avisen gjennom hele 60 år.

Navnet Svelviksposten kom i 1902. Redaktøren satset hardt på lokalstoffet, noe som skapte opplagsvekst. Politisk lente avisen seg til høyre.

Etterkrigstiden ble tyngre for Svelviksposten, og avisen ble lagt ned i 1962. Savnet blant leserne var imidlertid stort. Svelvigs Tidende ble dannet som etterfølger, med start i 1963. Driften gikk heller dårlig. I 1983 måtte lokale krefter danne et nytt selskap, og restarte lokalavisen under navnet Svelvik-Nytt. Og fra 1995 ble Svelvik-Nytt til Svelviksposten, noe leserne satte stor pris på. I 2004 ble avisen kjøpt av Drammens Tidende (88 prosent) og gjort til en del av Orkla Media.

Grunnsyn:

«Selskapets formål skal være utgivelse og produksjon av avis, samt annen aktivitet som naturlig er forbundet med dette, herunder deltakelse i andre selskap. Svelviksposten skal være redaksjonelt nøytral og uavhengig.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Dag E. Wathne



DEKNINGSOMRÅDE

Svelvik kommune med 6 600 innbyggere.

OPPLAG I 2011

2 392

Ukeavis

ANTALL ANSATTE

4

NETTAVIS

svelviksposten.no

1889

FREDRIKSSTAD BLAD

FREDRIKSTAD



FREDRIKSSTAD BLAD, dagsavis for Fredrikstad og Hvaler. Første utgave kom 3. januar 1889. Initiativet ble tatt av en gruppe «ledende menn» som ville ha en mer moderat Høyre-avis enn ultrakonservative Fredriksstads Tilskuer. Den nye avisen fikk en god utvikling, og var i 1905 størst i fylket. Samme år gikk den over fra tre utgaver ukentlig til dagsavis.

Fredrikstad Blad har gjennom det meste av sin historie fungert som lokalorgan for Fredrikstad og omegn, og som konservativt talerør. Dagbladet Sarpen ble kjøpt i 1974, men samproduksjonen mellom avisene ble avviklet i 1991. Fredriksstad Blad kom i tabloidformat i 1986, og ble samme år kjøpt av Orkla Media. Fredriksstad Blad har på 2000-tallet satset offensivt på utviklingen innen nye medier og har fått nasjonal og internasjonal oppmerksomhet for sitt arbeid på dette området, blant annet i form av overføringer av ressurser fra papir til digitale tjenester.

Grunnsyn:

Formål er i vedtektene til utgivelseskabet Mediehuset Østfold angitt som: «Mediehuset Østfold AS skal utgi Fredriksstad Blad som en politisk uavhengig avis. Avisen skal bygge på og fremme et konservativt grunnsyn, basert på uavhengighet av politiske partier, grupperinger og særinteresser. Avisen og andre redaksjonelle produkter og tjenester som er knyttet til merkenavnet skal gjennom kritisk overvåkning speile lokalsamfunnet, ivareta dets interesser og bidra til å skape lokal identitet og tilhørighet.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Erling Omvik



DEKNINGSOMRÅDE

Fredrikstad og Hvaler, med 80 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

20 783

Utgis alle hverdager

ANTALL ANSATTE

64

NETTAVIS

f-b.no

1892

STJØRDALENS BLAD

STJØRDAL



STJØRDALENS BLAD, tredagers avis for Stjørdal og Meråker, ble grunnlagt i 1892 av John B. Foss, som et «uafhængigt Venstreblad for Demokratiets Framgang i Stat og kommune». Sønnen Johan Foss var redaktør fra starten av og fram til 1920, da avisen ble solgt til John A. Schefte.

Stjørdalens Blad fortsatte som Venstre-organ, også med Scheftfamilien som eier. I nyere tid ble avisen erklært som partipolitisk uavhengig. Asbjørn Schefte overtok som redaktør i 1945, og ledet avisen gjennom en periode med hard konkurranse til Stjørdalingen, men i et distrikt preget av befolkningsvekst. Schefte-familien solgte Stjørdalens Blad til Trønderpresse AS i 1975. Avisen ble overtatt av Norsk Arbeiderpresse i 1998.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Stjørdalens Blad, herunder delta i aktivitet forbundet med dette.

Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Kjell-Ivar Myhr



DEKNINGSOMRÅDE
Stjørdal og Meråker,
i alt 24 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
7 361
Utgis tre dager
ukentlig
ANTALL ANSATTE
15
NETTAVIS
bladet.no

1895

HAUGESUNDS AVIS

HAUGESUND



HAUGESUNDS AVIS, dagsavis for 15 kommuner i Sunnhordland og Hagealandet, ble startet i 1895 av Venstre-mannen Bernt Seland, som «radikalt talerør for vanlige folk». Seland eide og redigerte avisen fram til 1912. Da etablerte Venstremiljøet et eget selskap som overtok eierskapet, og de gjorde raskt Hagesunds Avis til dagsavis.

En ny rotasjonspresse ble tatt i bruk i 1915. I årene etter framsto Hagesunds Avis som Vestlandets mest moderne utstyrte avis. Men perioden var preget av mye uro og mange redaktørskifter. Fra 1921 gikk Hagesunds Avis inn i en mer stabil vekstperiode, med Einar Osland som redaktør fram til 1955.

Hagesunds Avis ble enerådende i 1973. Avisen la om til tabloidformat høsten 2003. Dagbladet kjøpte 44 prosent av aksjene i 1989, og to år senere kom Orkla Media inn som eneeier.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi venstrebladet «Hagesunds Avis» samt å drive trykkerivirksomhet, bok- og papirhandel. Bladet skal fortsette som et uavhengig venstreorgan for demokratiske og fremskrittvennlig politikk i nasjonal, sosial og økonomisk henseende. Det må ikke tjene privat eller personlige formål og interesser av noen art.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Bård Broch Michalsen



DEKNINGSOMRÅDE
Bømlo, Etne, Fitjar,
Kvinnherad, Stord,
Sveio, Tysvær, Bokn,
Hagesund, Karmøy,
Utsira, Vindafjord,
Suldal og Sauda) med
154 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
27 834
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
99
NETTAVIS
hagesunds-avis.no

1896

LOFOTPOSTEN

SVOLVÆR



LOFOTPOSTEN, dagsavis for Vågan, Vestvågøy, Flakstad og Moskenes, ble grunnlagt i 1896 av postmester Erik Lund og en gruppe handelsmenn i Svolvær. De kjøpte konkursboet etter konservative Lofotens Tidende i Kabelvåg. Lund var første redaktør, men i 1899 overtok faktor Johan Edvard Paulsen ansvaret for avisen. Han innledet et tregenerasjons Paulsen-dynasti i avisen, som varte fram til 1990.

Fra 1936 kom Lofotposten som dagsavis. Og gradvis erobret avisen rollen som Nord-Norges ledende avis. Grunnlaget for sterk opplagsvekst var lofotfisket, der det til tider deltok nærmere 30 000 fiskere fra hele Kyst-Norge. Mange abonnerte året rundt for å få med seg fiskerimeldingene. I toppåret 1946 hadde Lofotposten vel 30 000 abonnenter, og tallet holdt seg godt gjennom femtiårene. Men etter hvert kom tilbakegangen, i takt med utviklingen i fiskerinæringen. Avisen var Nord-Norges største fram til 1964.

I 1990 ble Lofotposten kjøpt av Frank A. Jensen, Brynjar Tollefsen og Billy Jacobsen. Fem år senere solgte de avisen til A-pressen.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Lofotposten og eventuelt andre aviser, samt drive virksomhet som naturlig hører inn under dette.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Jan Eivind Fredly



DEKNINGSOMRÅDE
Vågan, Vestvågøy,
Flakstad, Moskenes,
Værøy og Røst med
22 300 innbyggere.

OPPLAG I 2011
6 322
Utkommer alle
hverdager
ANTALL ANSATTE
21
NETTAVIS
lofotposten.no

1899

FINNMARKEN

VADSØ



FINNMARKEN, dagsavis for Vadsø, Vardø, Sør-Varanger, Nesseby, Tana, Båtsfjord, Berlevåg, Gamvik og Lebesby. Avisen ble etablert i 1899 i Vardø, med utgangspunkt i avholdsbevegelsen og Venstre, med ambisjon om å skape en demokratisk utvikling i det offentlige og kommunale liv. Men avisen utviklet seg etter hvert i sosialistisk retning, og fikk fra 1903 undertittelen «Fisker - og arbeiderorgan». Fra 1906 erklærte avisen seg som talerør for Arbeiderpartiet, med undertittelen «Arbeidere i alle land! Foren eder».

Redaksjonsvervet gikk på omgang mellom byens radikale politikere fram til 1924, da Finnmarken ble organ for DNA med Peder Holdt som redaktør. Vadsø Arbeiderblad ble opptatt i Finnmarken i 1939. Holdt ble tvunget til å gå av som redaktør i 1941, da NS overtok avisen. Finnmarken kom ut igjen fra august 1945, og har fra den tid vært en del av arbeiderpressen. I 1946 ble avisa slått sammen med Folkets Frihet i Kirkenes og utgiversted ble flyttet fra Vardø til Vadsø.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Dagbladet Finnmarken AS herunder delta i aktivitet forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Kari Karstensen



DEKNINGSOMRÅDE
Vadsø, Vardø, Sør-
Varanger, Nesseby,
Tana, Gamvik,
Berlevåg, Lebesby
og Båtsfjord med
27 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
6 515
Utgivelser alle
hverdager
ANTALL ANSATTE
25
NETTAVIS
finnmarken.no

1899

SMAALENENES AVIS

ASKIM



SMAALENENES AVIS er en dagsavis for sju kommuner i Østfold. Avisen har røtter tilbake til 1899, da Indre Smaalenenes avis ble grunnlagt av trykkeren Alfsons Hansen, som senere startet Indre Akershus Blad. I 1902 kom Askims Avis, stiftet av Ola Lingjærde og Fredrik Maseng, to aktive Venstremenn, som etter kort tid solgte den til typograf Fredrik Hemmy, som døpte avisen Øvre Smaalenene, og definerte den som politisk nøytral.

I 1913 ble Øvre Smaalenene solgt til Halfdan Borgersen, og hans familie eide avisen fram til vår tid. Datteren Birgit Wiig var i flere tiår en profilert redaktør og kvinnesaks kvinne. Hun solgte 34 prosent av aksjene til Norsk Arbeiderpresse i 1990, samtidig tok avisen Østfold-posten (grunnlagt 1917) opp i seg. A-pressen kjøpte Indre Smaalenene i 1996, og i 2003 ble disse avisene slått sammen til Smaalenenes Avis.

Grunnsyn:

«Basert på lønnsom og sunn forretningsmessig drift skal selskapets medier fremme samfunnsengasjement og øve innflytelse på samfunnsutviklingen med det mål å styrke rettsstaten, demokratiet og likeverd mellom mennesker. Mediene skal dekke alle deler av lokalsamfunnets virksomhet på en fri og partipolitisk uavhengig måte, og ved saklig og upartisk journalistikk, basert på normer og verdier nedfelt i Redaktørplakaten, Tekstreklameplakaten og de etiske normer for mediene, Vær Varsom-plakaten.»

Formålet er vernet gjennom en stiftelse, opprettet i forbindelse med salget til A-pressen.

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Jarle Bentzen



DEKNINGSOMRÅDE
Hobøl, Spydeberg,
Skiptvet, Askim,
Trøgstad, Eidsberg
og Marker med
49 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
12 680
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
47
NETTAVIS
smaaleneneavis.no

1900

RAKKESTAD AVIS

RAKKESTAD



RAKKESTAD AVIS, tredagers avis for Rakkestad, ble startet i 1900 som upolitisk med sympatier for Venstre. I 1920 ble avisen overtatt av Bondepartiet, og skiftet politisk ståsted. Og fra 1936 tok den «Organ for Norges Bondelag i Østfold» tittelhodet.

I 1941 tok Nasjonal Samling grep og slo sammen Rakkestad Avis med Lokalposten, som tidligere var kjøpt av Indre Smaalenenes Avis på Mysen. Den nye avisen fikk navnet Østfold Bygdeblad, som levde fram til 1987. Da ble Rakkestad Avis født på ny, med Indre Smaalenene som eier. Carl Peter Løken kjøpte selskapet i 1983, solgte det til A-pressen i 1996.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avis i Rakkestad med alt som dermed står i forbindelse, herunder deltakelse i andre selskap».

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Elin Marie Rud



DEKNINGSOMRÅDE
Rakkestad kom-
mune med 7 500
innbyggere.

OPPLAG I 2011
2 654
Utgis tre dager
ukentlig
ANTALL ANSATTE
7
NETTAVIS
r-a.no

1901

ØSTLENDINGEN

ELVERUM



ØSTLENDINGEN, dagsavis for Elverum, Østerdalen og Solør, ble startet av Arbeiderdemokratene i 1905, som ledd i maktkampen innad i Venstre. Arbeiderdemokratene utgjorde partiets radikale fløy, blant annet i kampen mot unionen med Sverige. Rett etter oppstarten tok Magnus Hamlander over som redaktør, og satset på kultur, lokale nyheter og næringsstoff.

Bondepartiet kjøpte Østlendingen i 1921. Redaktør Olav Eide førte den over til en høyre-radikal kurs, som etter hvert ble moderert. Østlendingen ble bombet under krigen, men ble raskt satt i drift igjen. Under og etter krigen fikk Østlendingen et betydelig opplagsløft, men på slutten av 1960-tallet fikk avisen store økonomiske problemer.

Østlendingen ble refinansiert gjennom en storstilt aksjon ledet av Thor Solberg. Som arbeidende styreleder førte han avisen inn i en ekspansiv utvikling. Samtidig profilerte sjefredaktør Andreas Hagen avisen inn på en markant «rødgrønn politisk kurs». Orkla Media (senere Edda Media) kom inn som dominerende eier i 1997, med 67 prosent. Øvrige eiere er: Odd Reidar Øie (11 %), Gudbrandsdølen AS (6 %) og andre (16 %).

Grunnsyn:

Redaksjonelt formål i vedtektene for Østlendingen AS: «Selskapets formål er avisutgivelse og annen informasjons-virksomhet som tar sikte på å ivareta de økonomiske, kulturelle og sosiale interesser for befolkningen i Hedmark fylke.»

Ansettelse av ansvarlig redaktør krever i følge vedtektene godkjenning fra Stiftelsen Østlendingen.

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Nils Kristian Myhre



DEKNINGSOMRÅDE
Elverum, Åmot,
Stor-Elvdal, Alvdal,
Follidal, Tynset,
Tolga, Os, Rendalen,
Våler, Åsnes, Trysil
og Engerdal med
62 100 innbyggere.

OPPLAG I 2011
17 031
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
57
NETTAVIS
ostlendingen.no

1902

RANA BLAD

MO I RANA



RANA BLAD, dagsavis for Rana, Hemnes, Nesna, Lurøy og Træna. Historien går tilbake til Dunderlandsdølen som ble grunnlagt av sosialisten Revald Knudtson i 1902. Han kom til Mo for å bygge opp en sterk fagorganisasjon ved Dunderlands-anlegget, men møtte store problemer, og valgte i stedet å starte sin egen avis.

Dunderlandsdølen ble overtatt av Mo Arbeiderparti i 1916, skiftet navn til Helgelands Framtid i 1918, og var fra 1920 partiorgan for Arbeiderpartiet. Økonomien skrantet. En kort periode måtte avisen innstille. Revald Knutson overtok igjen avisen i 1921, og satt som eneier fram til den ble stanset i 1941. 75 år gammel gjenskapte han Dunderlandsdølen i 1945.

Dunderlandsdølen ble til Rana Blad i 1947, etter at et andelslag fra arbeiderbevegelsen overtok eierskapet. Med et opplag på under 1000 valgte eierne å investere i ny presse som ble tatt i bruk i 1949. Fra da av steg opplaget raskt. Rana Blads vekst skjedde i takt med utviklingen i Mo i Rana, med etableringen av jernverket og koksverket.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Rana Blad, herunder delta i aktivitet forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Kirsti Nielsen



DEKNINGSOMRÅDE
Rana, Hemnes,
Nesna, Lurøy og
Træna med 34 400
innbyggere.

OPPLAG I 2011
10 388
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
39
NETTAVIS
ranablad.no

1902

ROMERIKES BLAD

LILLESTRØM



ROMERIKES BLAD, dagsavis for sentrale deler av Romerike, ble grunnlagt i 1902 av Martin Julius Halvorsen på Jessheim, som hadde ambisjoner om å lage en avis for hele regionen. Det viste seg å være krevende. Etter etableringen av Akershus Social-Demokrat på Lillestrøm i 1913, som Halvorsen også redigerte en periode, ble nedslagsfeltet begrenset til Øvre Romerike.

Gjennom etterkrigstiden befestet begge avisene sin posisjon i hver sin del av Romerike. Akershus Arbeiderpresse kjøpte Romerikes Blad av Halvorsens arvinger i 1951, og to år senere ble den redigert, produsert og trykt i fellesskap med Akershus Arbeiderblad. Romerikes Blad besto som en parallellutgave med eget avdelingskontor på Jessheim.

Fra 1990 fikk avisene fellesnavnet Akershus/Romerikes Blad, og i 1995 ble de utgitt som en avis, under navnet Romerikes Blad. Avisen har de siste tiårene vært gjennom store endringer, blant annet omlegging fra ettermiddagsavis til morgenavis og sju dagers utgivelse i 1999, fra helformat til tabloid i 2002 og så tilbake til seksdagersavis i 2009. Romerikes Blad utgir gratisavisene RB Lørenskog, Skedsmobladet og Ullensakeravisa.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Romerikes Blad, herunder delta i andre selskaper som driver informasjonsvirksomhet eller liknende virksomhet. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Thor Woje



DEKNINGSOMRÅDE
Skedsmo, Lørenskog, Rælingen, Sørums, Fet, Aurskog-Høland, Enebakk, Nittedal, Gjerdrum, Nannestad, Nes, Hurdal, Ullensaker og Eidsvoll med samlet 265 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
31 897
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
92
NETTAVIS
rb.no

1903

NORDLYS

TROMSØ



NORDLYS, dagsavis for Tromsø og landsdelen, ble grunnlagt av presten Alfred Eriksen på Karlsøy i Troms, som talerør for fiskerbøndene som samlet seg om Arbeiderpartiet. Valget i 1903 skapte politisk jordskjelv i Troms, da Arbeiderpartiet fikk 60 prosent oppslutning i landdistriktene. Eriksen havnet på Stortinget. Og Nordlys flyttet til Tromsø.

Nordlys frontet venstresiden i partiet. Ved partisplittelsen i 1923 ble avisen for en kort periode erobret av kommunistene. Men Arbeiderpartiet tok avisa tilbake. Ingvald Jaklin ble tilsatt som redaktør, og han fortsatte fram til 1961. Nordlys ble første arbeidsavis som ble stengt under krigen.

Nordlys har i etterkrigstiden overtatt Lofotpostens rolle som ledende avis i Nord-Norge og ble i 1965 landsdelens største avis. Avisen har vært opptatt av å fronte regionens interesser, og fristilte seg fra partiet på 1990-tallet.

Nordlys har siden 2011 gitt ut Byavisa Tromsø, en ukentlig gratisavis for Tromsø, som distribueres til 28 000 husstander. Nettavis: www.byavisa-tromso.no.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Nordlys og driven annen beslektet virksomhet. Avisen Nordlys skal drive daglig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Anders Opdahl



DEKNINGSOMRÅDE
Tromsø, Lenvik, Målselv, Balsfjord, Lyngen, Nordreisa, Skjervøy, Kåfjord, Kvænangen, Karlsøy, Storfjord og Bardu med 116 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
23 267
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
70
NETTAVIS
nordlys.no

1903

LAAGENDALS-POSTEN

KONGSBERG



LAAGENDALSPOSTEN, dagsavis for Kongsberg og nabokommunene, ble grunnlagt i 1903 av faktor Karl A. Wad, som et «Frisindet Folkeblad», men avisen ble senere partipolitisk uavhengig. Grunnleggerens barn var alle knyttet til avisen, som var i familiens eie helt fram til 1972, da Drammens Tidende overtok som eier. Wads visjon var å skape en avis som alltid sto på småfolkets side, og det kan være grunnen til at Kongsberg aldri fikk noen arbeideravis.

Under krigen tok nazistene kontroll med Laagendalsposten, men historien forteller at de ansatte om natten trykte opp løpesedler med oppfordring om å boikotte avisen. Etter krigen erobret Laagendalsposten etter hvert en ledende posisjon i byen og distriktet. Men økonomien skrantet og førte etter hvert til eierskifte. Med Drammens Tidende som eier ble den innlemmet i Orkla Media i 1994.

Grunnsyn:

Redaksjonelt formål i utgiverselskapet Edda Media Buskeruds vedtekter er: «Selskapets formål er å formidle informasjon og reklame gjennom publisering i ulike mediekkanaler, i områder som har tilknytning til Buskerud. Selskapets redaksjonelle utgivelser skal dekke behovet for allsidig, variert og lokal informasjon i sine respektive nedslagsfelt. Virksomhetene skal være frie og uavhengige og bygge på idealer som er nedfelt i Redaktørplakaten og presseetisk sedvane.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Jørn Steinmoen



DEKNINGSOMRÅDE
Kongsberg,
Flesberg, Rollag,
Nore og Uvdal med
31 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
9 188
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
30
NETTAVIS
laagendalsposten.no

1903

FREMOVER

NARVIK



FREMOVER, dagsavis for Narvik og regionen. Starten i 1903 kan knyttes til Arbeiderpartiets framvekst på nasjonalt plan. Avisens første redaktør, Jørg Berge, ble valgt fra bykretsen Bodø-Narvik-Tromsø som første sosialist på tinget. Fremovers oppgave var å «kjæmpe for sandhed og ræet». «Den skulle ikke «slaa av en tødde! på vort partis program».

Fremovers utvikling til nyhetsavis startet etter partisplittelsen i 1923, men avisen var fortsatt en trofast støttespiller for Arbeiderpartiet. Fram til 1989 hadde avisen lokalt eierskap, gjennom partilag og fagbevegelse. Da ble Fremover en datterbedrift av Norsk Arbeiderpresse. Fristillingen fra partiet kom i 1990.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Fremover og drive med annen medievirksomhet samt drive handelsvirksomhet og hva som dermed står i forbindelse. Fremover skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Line Holand



DEKNINGSOMRÅDE
Narvik, Ballangen,
Evenes, Tjeldsund,
Skånland, Bardu,
Gratangen, Lavan-
gen, Tysfjord og
Salangen med
35 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
7 674
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
24
NETTAVIS
fremover.no

1906

TIDENS KRAV

KRISTIANSUND



TIDENS KRAV, dagsavis for Nordmøre, ble grunnlagt av Kristiansund Socialdemokratiske forening i 1906, med Rudolf Dahl som første redaktør. Avisen var fra første stund talerør for Arbeiderpartiet. Tidens Kravs andre redaktør, Alfred Madsen (1914-1917), hadde en ihuga antimilitær holdning og satt fengslet i seks uker for agitasjon mot forsvaret. Utgivelsesfrekvensen på 1920-tallet var ujevn. Fra 1934 steg opplaget, og avisen kom ut daglig.

Tidens Krav gikk opp i flammer under den tyske bombing i 1940. Avisen ble stoppet, og kom først ut igjen i mai 1945. Men de første etterkrigsår ble en fin vekstperiode. På femtitallet ble det etablert lokalkontor på Sunndalsøra, og noe senere i Surnadal og på Averøya. Tidens Krav fikk nytt offset-trykkeri i 1970. Da ble produktet dramatisk fornyet.

Konkurransen om leserne toppet seg da Dagbladet i 1986 kjøpte Romsdalsposten, ga den navnet Nordmørsposten, og satte inn store redaksjonelle ressurser på å ta markedet. Tidens Krav var på konkursens rand, men Norsk Arbeiderpresse bidro til en snuoperasjon, som endte med at Nordmørsposten ble lagt ned og at Tidens Krav dermed ble eneste dagsavis på Nordmøre.

Tidens Krav gikk inn i en overskuddsfase.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Tidens Krav, herunder delta i aktiviteter forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Tore Dyrnes



DEKNINGSOMRÅDE
Kristiansund, Eide, Averøy, Gjemnes, Aure, Smøla, Tingvoll, Sunndal, Halså, Surnadal og Rindal med til sammen 61 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
14 193
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
49
NETTAVIS
tk.no

1907

ARBEIDETS RETT

RØROS



ARBEIDETS RETT, tredagers avis for Røros, Holtålen og Nord-Østerdal, har sitt utspring i «Mauren» som ble etablert i 1907, et «arbeiderblad for Røros, Gauldalen og Østerdalen». Navneskiftet til Arbeidets Rett skjedde i 1912. Kamporganet for arbeiderklassen kom i starten ut en gang ukentlig, men økte etter hvert til tre utgaver, noe avisen med enkelte unntak, har holdt fast ved. Johannes Iversen Ødegård var den første tiden både redaktør, setter, trykker og ekspeditør.

Ved partisplittelsen i 1923 tok redaktør Jens Galaaen Arbeidets Rett over til Kommunistpartiet, noe som skapte stor politisk turbulens. Redaktøren ble avsatt av bladstyret som i løpet av to uker ansatte og avsatte hele fem redaktører.

Arbeidets Rett kom ut under hele krigen, og har i ettertid utviklet seg til en økonomisk solid og lokalt dominerende moderne nyhetsavis for Røros og fjellregionen. Avisen ble på 1990-tallet erklært uavhengig av parti og fagbevegelse.

Grunnsyn:

«Utgiv avisa Arbeidets Rett og delta i aktiviteter forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Nils Kåre Nesvold



DEKNINGSOMRÅDE
Røros, Holtålen, Os, Tolga, Tynset, Alvdal og Folldal med 21 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
7 988
Tre utgaver ukentlig
ANTALL ANSATTE
20
NETTAVIS
retten.no

1908

INDRE AKERSHUS BLAD

BJØRKELANGEN



INDRE AKERSHUS BLAD, tredagers avis for Aurskog-Høland, Rømskog, Sørums og Fet, ble startet i 1908 av trykkeren Alfons Hansen, som tidligere hadde grunnlagt Indre Smaalenenes Avis. Indre Akershus Blad har framstått som upolitisk, bortsett fra en periode før første verdenskrig da avisen var talerør for Arbeiderdemokratene.

Indre Akershus Blad er en typisk bygdeavis for et arealmessig stort område. Tre generasjoner fra familien Vestreng har vært og er redaktør for avisen. Avisen har fra starten av gjennom det meste av sin historie vært drevet som et lokalt selskap. Men i 1996 ble aksjene solgt til Romerikes Blad, og avisen innlemmet i A-pressen fra 1997.

Grunnsyn:

«Selskapet skal utgi lokalavisen Indre Akershus Blad i kommunene Aurskog-Høland, Rømskog, Sørums og Fet. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR
Arne Henrik Vestreng



DEKNINGSOMRÅDE
Aurskog-Høland, Rømskog, Sørums og Fet med 42 300 innbyggere.

OPPLAG I 2011
7 926
Utgis tre dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
14
NETTAVIS
indre.no

1908

ØSTLANDETS BLAD

SKI



ØSTLANDETS BLAD er en tredagersavis for Follo. Avisen ble startet av redaktør Peter Slotsvik i 1908. Han drømte opprinnelig om å gjøre sin avis Indre Smaalenenes Avis til organ for alle fra svenskegrensen til Follo, men det gikk ikke. Derfor bestemte han seg for å starte Øyeren på Kråkstad, og den flyttet i 1914 til Ski, fikk nye eiere, og navnet Østlandets Blad. Fra Ski gikk den bedre tider i møte.

Østlandets Blad fikk et nedslagsfelt fra Ljan til Son. Rent politisk hadde avisen først Venstre-sympatier, men fra 1920-tallet sympatiserte den med Bondepartiet. Østlandets Blad kom ut under hele krigen. I 1947 tok styret et nytt politisk grep, og gjorde Østlandets Blad til Høyre-avis, en profil avisen holdt fast på fram til 1992, da partitilhørigheten formelt ble avviklet. Men avisen beholdt sitt konservative ståsted. Orkla Media overtok eierskapet i 1997. Avisen utkom som seksdagersavis fram til høsten 2012 da den endret utgivelsesfrekvens til tre dager i uken.

Østlandets Blad utga fram til sommeren 2012 også gratisavisen Lokal-avisa Oppegård, da denne ble nedlagt.

Grunnsyn:

«Aksjeselskapet Østlandets Blad har til formål å utgi Østlandets Blad som en lokalavis med et konservativt grunnsyn, og utøve annen virksomhet i tilknytning til avisutgivelse, forlags- og trykkerivirksomhet, samt deltakelse i andre selskaper med lignende formål.»

ANSVARLIG REDAKTØR
Siri Zachariassen



DEKNINGSOMRÅDE
Ski, Ås, Oppegård, Vestby, Frogn og Enebakk med 111 600 innbyggere.

OPPLAG I 2011
13 505
Utgis tre dager i uka.
ANTALL ANSATTE
45
NETTAVIS
oblad.no

1912

AVISENES NYHETSBYRÅ

OSLO



1913

FINNMARK DAGBLAD

HAMMERFEST



AVISENES NYHETSBYRÅ (ANB) leverer nyheter på tekst, foto og video til lokal- og regionaviser over hele Norge. Byrået ble etablert i 1912 under navnet Socialdemokratisk Pressekontor, men skiftet navn til Arbeidernes Pressekontor i 1919 og til A-pressens Oslo-redaksjon (APOR) i 1984. Byrået ble organisert som aksjeselskap i 1990 og tok i bruk navnet Avisenes Nyhetsbyrå 1. september 2001.

ANB oppdaterer nyhetsbildet nasjonalt og internasjonalt med egne medarbeidere og i samarbeid med NTB. ANB administrerer også utveksling av innhold mellom A-pressens aviser gjennom Fri Flyt-ordningen. Byrået eies av A-pressen AS, Dagsavisen og Hamar Media.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er gjennom saklig og uavhengig journalistikk, og i nært samarbeid med de øvrige redaksjonene i A-pressen, å bidra til å øke eieravisenes utbredelse, styrke dem i konkurransen med andre og markere deres særpreg som aviser med et sosialdemokratisk samfunnssyn.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Hallgeir Westrum



DEKNINGSOMRÅDE
Nasjonalt
nyhetsbyrå.

OPPLAG I 2011
N/A
ANTALL ANSATTE
14
NETTAVIS
siste.no

FINNMARK DAGBLAD, dagsavis for Hammerfest og Vestfinnmark, ble startet i 1913 under navnet Vestfinnmarkens Socialdemokrat. Det var Hammerfest Arbeiderparti som sto for utgivelsen, og begrunnelsen var at det ikke var mulig for partiet å komme til orde i byens eksisterende aviser, konservative Finmarksposten og Venstre-avisen Nordkap.

Vestfinnmarkens Socialdemokrat skiftet navn til Vestfinnmark Arbeiderblad i 1923. Under krigen ble avisen overtatt av Nasjonal Samling som ga den navnet Vestfinnmark Folkeblad og senere Finnmark Folkeblad.

Hammerfest ble utslettet under krigen, og alt trykkeriutstyr gikk tapt. Først i 1946 kom avisen ut igjen, som Vestfinnmark Arbeiderblad, i stensilutgave. Fra mai 1947 ble driften mer normalisert, i brakkelokaler. Navnet Finnmark Dagblad ble tatt i bruk i 1960. Fra samme tidspunkt kom avisen ut alle hverdager.

Grunnsyn:

«Formålet til selskapet er å utgi avisen Finnmark Dagblad, herunder delta i aktivitet forbundet med dette. Avisen skal drive saklig, og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Eirik Palm



DEKNINGSOMRÅDE
Hammerfest,
Kvalsund, Måsøy,
Porsanger, Nord-
kapp, Karasjok,
Kautokeino, Alta,
Loppa og Hasvik,
med til sammen
46 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
7 406
Utgivelser alle
hverdager
ANTALL ANSATTE
34
NETTAVIS
finnmarkdagblad.no

1914

PORSGRUNNS DAGBLAD

PORSGRUNN



PORSGRUNNS DAGBLAD, femdagers avis for Porsgrunn og Bamble, ble etablert i 1914 i en by preget av sterke brytninger mellom konservative sjøfartstradisjoner og et voksende industriproletariat. Daniel H. Grini var første redaktør. Avisen ble en suksess, og hadde særlig stor opplagsmessig framgang gjennom 1930-årene.

I etterkrigstiden ble samfunnet og de sosiale mønstrene sterkt forvandlet. Og på 1970-tallet ble Venstre marginalisert. Fylkesavisene Telemark Arbeiderblad og Varden tok stadig sterkere posisjoner i Porsgrunn, og lokalavisen ble etter hvert kraftig svekket. Porsgrunns Dagblad gikk konkurs, og etter hvert overtok nye eiere: Først Trygve Hegnar og senere Henry Nilsen. Porsgrunns Dagblad var tradisjonelt en liberal avis, men fikk nøytrale vedtekter under Trygve Hegnar. Østlands-Posten kjøpte Porsgrunns Dagblad i 1999, og dermed ble avisen en del av A-pressen.

Grunnsyn:

«Porsgrunns Dagblad er en fri og uavhengig avis som dekker Porsgrunn og Bamble kommuner.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Erik Enger



DEKNINGSOMRÅDE
Porsgrunn og
Bamble med 49 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
4 439
Utgis fem dager
ukentlig
ANTALL ANSATTE
13
NETTAVIS
pd.no

1917

NAMDALSAVISA

NAMSOS



NAMDALSAVISA, dagsavis for Namsos og Namdalen, har sine røtter fra avholdsbladet «Alle Vel», som ble kjøpt av lokale partifolk i 1917, og forandret til Namdalen Socialdemokrat. Det var ikke mulig å skaffe andelskapital til en ny avis, men en ildsjel av en forretningsfører oppsøkte potensielle abonnenter, tok poteter som betaling, solgte de videre og brukte pengene til oppkjøp av avholdsorganet.

Partisplittelsen på 1920-tallet preget også miljøet rundt Namdal Arbeiderblad (fra 1923), som i perioder slet svært tungt økonomisk. Men ut gjennom 1930-årene ble samholdet sterkere og avisen gikk inn i en bedre periode. Avisen ble stoppet i 1941.

Etter krigen forandret redaktør Sigurd Krekling Namdal Arbeiderblads strategi, fra å være et «menighetsblad», til å bli lokalavis. Investering i offset-trykk i 1964 ga avisen et nytt løft, og overtok på Nordtrønderen og Namdalen. I 1995 overtok bedriften forlagsrettigheten til sin tidligere konkurrent, skiftet navn til Namdalsavisa og erklærte sin uavhengighet fra partiet.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi Namdals-Avisa, å drive trykkeri og handelsvirksomhet, samt som eier eller deltaker gjøre seg interessert i andre foretak. Avisa skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Kim Riseth



DEKNINGSOMRÅDE
Namdalseid, Flatanger,
Fosnes, Namsos,
Overhalla, Grong,
Snåsa, Lierne, Røyrvik,
Namsskogan,
Høylandet, Nærøy,
Vikna, Leka og
Bindal med 40 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
11 889
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
37
NETTAVIS
namdalsavisa.no

1918

HADELAND

GRAN



HADELAND, femdagers avis for Gran, Lunner og Jevnaker, ble etablert som upolitisk avis i 1918, etter initiativ fra Anders Severin Tvindsæter. Han fikk herredstyret i Brandbu til å foreslå opprettelse av et aksjeselskap. Avisens første redaktør, Finn Lie, var spesielt opptatt av hovednæringene i regionen, jord- og skogbruk, noe som også de første tiårene preget avisens stoffprofil.

Hadeland har gradvis utviklet seg til en moderne lokal nyhetsavis, med stoff om alt som skjer i regionen: kultur, idrett, foreningsliv, næring, det kommunale og lokalpolitiske. Fra starten kom avisen tre ganger ukentlig, men antall utgivelser ble fra 1980 økt til fire dager, og senere til fem dager ukentlig. Avisen holdt fast på det lokale eierskap fram til 1998, da den ble kjøpt av A-pressen.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å drive mediavirksomhet med hovedvekt på å utgi en uavhengig og politisk nøytral avis for Hadelandsregionen.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR** Sissel
Skjervum Bjerkehagen



DEKNINGSOMRÅDE
Gran, Lunner og
Jevnaker med
28 500 innbyggere.

OPPLAG I 2011
7 298
Utgis fem
dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
20
NETTAVIS
hadeland.net

1918

FIRDA

FØRDE



FIRDA, dagsavis for Førde og sentrale deler av Sogn og Fjordane, ble startet i 1918 på initiativ fra Kristian Ulltang, med «bygdas fremste menn» som eiere. Vedtektene slo fast at avisa skulle være nøytral, og «ikke indta noget standpunkt i politiske spørsmål». Firda var raskt voksende. Norges Bondelag gjorde framstøt for å kjøpe avisa i 1922 for å gjøre den til sitt organ.

Firda kom ut under hele krigen, de tre siste årene med NS-redaktør. Leserne sviktet. Opplaget sank fra 4000 til 1000. De første etterkrigsår var svært krevende. Men i 1954 passerte Firda 5000 abonnenter. Veksten skjøt fart på 1960-tallet, etter at Førde var utpekt som vekstsenter. Firda har vært preget av innovasjon på det digitale området. A-pressen kjøpte avisen i 1996.

Grunnsyn:

Utdrag av Firdas grunnsyn: «Firda skal vere ei frittstående og politisk uavhengig avis. Grunnsynet byggjer på eit liberalt, verdikonservativt og menneskeleg grunnsyn. Den redaksjonelle leiinga og medarbeidarane har som oppgåve å lage ei avis som gir lesarane sakleg, kritisk og sann orientering med hovudvekt på det som føregår i Sogn og Fjordane. Firda skal redigerast på nynorsk.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Yngve Årdal



DEKNINGSOMRÅDE
Førde, Naustdal,
Jølster, Gaular,
Fjaler, Askvoll,
Hyllestad, Høyanger,
Flora, Gloppen,
Solund og Gulen
med 53 000 inn-
byggere.

OPPLAG I 2011
12 909
Utkommer
alle hverdager
ANTALL ANSATTE
40
NETTAVIS
firda.no

1921

TELEMARSAVISA

SKIEN



TELEMARSAVISA, dagsavis for Telemark, fikk sin start i 1921, i Larvik. Bakgrunnen var Arbeiderpartiets misnøye med «partiorganet» Bratsberg Demokratens moderate politiske kurs. Allerede året etter ble avisen overført til Fremtiden i Drammen, for kort tid etter å bli lagt ned. Da overtok partiet på Notodden ansvaret for å gjenreise Telemark Arbeiderblad som fylkesavis.

Økonomien skrantet. I 1926 overtok Arbeiderpartiet Telemark Social Demokrat i Porsgrunn, slo den sammen med Telemark Arbeiderblad og flyttet avisen til Skien. Dermed hadde partiet skaffet seg et talerør for hele fylket. Under krigen okkuperte hirden/NS avisen og dens lokaler. Pressen ble demontert og avisen stoppet.

De første etterkrigsår framsto Telemark Arbeiderblad som en av landets mest partitro, noe som var en hemsko for utviklingen. Fra 1960 og utover kom avisen inn i en bra vekstfase, og var en periode størst i Telemark. Men inntektssvikt på starten av 1990-tallet gjorde det nødvendig å gjennomføre dramatiske kutt for å redde avisen. Navnet ble til Telemarksavisa og partitilknytningen ble kuttet. Opplaget fikk en positiv utvikling. Avisen har engasjert seg i lokal-tv og har nå TVTelemark som en del av sin virksomhet.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi Telemarksavisa, herunder delta i aktivitet forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Ove Mellingen



DEKNINGSOMRÅDE

Skien, Porsgrunn, Notodden, Siljan, Bamble, Kragere, Drangedal, Nome, Bø, Sauherad, Tinn, Hjartdal, Seljord, Kviteseid, Nissedal, Fyresdal, Tokke og Vinje med i alt 168 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

20 778
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
78
NETTAVIS
telemarksavisa.no

1923

RJUKAN ARBEIDERBLAD

RJUKAN



RJUKAN ARBEIDERBLAD, femdaggers avis for Tinn kommune, ble startet i 1923, av organisasjoner tilknyttet arbeiderbevegelsen lokalt. Avisen hadde en radikal redaksjonell profil, og var blant annet sterk tilhenger av å samle venstrekraftene etter partisplittelse og stridigheter. Akademikere i «Mot Dag» betraktet Rjukan Arbeiderblad som sitt skoleskip, hvor medlemmene kunne få praktisk skoling i redaksjonelt arbeid.

Rjukan Arbeiderblad var kritisk til Norsk Hydros behandling av sine ansatte. Rjukans desidert største arbeidsgiver var imidlertid stor eier og en viktig finansiell støttespiller for borgerlige Rjukan Dagblad, som forsvarte bedriften uansett hva den foretok seg.

I etterkrigstiden slet Rjukan Arbeiderblad lenge med dårlig økonomi. Avisen ble overtatt av Telemark Arbeiderblad i 1986, og av Norsk Arbeiderpresse i 1990.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Rjukan Arbeiderblad, herunder delta i aktivitet forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Torfinn Skåttet



DEKNINGSOMRÅDE

Tinn kommune med 6 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

2 256
Utgis fem dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
10
NETTAVIS
rablad.no

1924

OPPLAND ARBEIDERBLAD

GJØVIK



OPPLAND ARBEIDERBLAD, dagsavis for Gjøvik og Vestoppland, ble startet i 1924 som et resultat av splittelsen i arbeiderbevegelsen. Byen hadde fra før fire aviser, men kommunistene kapret partiavisen Ny Dag. Arbeiderpartiet ville ha eget talerør for å «piske politiske motstandere», slik en av gründerne formulerte målet. Johannes Stubberud ble første redaktør.

Gjennom 20- og 30-årene befestet Oppland Arbeiderblad sin posisjon som talerør for arbeidsfolk. Under den store Randsfjord-konflikten (1930-1936) organiserte avisen innsamlingsaksjoner, og delte ut penger til familier som var sultedøden nær. Gjøviks legendariske ordfører, Niels Ødegaard, var både byens leder, og redaktør i avisen fra 1926-1940. Fra 1934 til krigen var han også stortingsrepresentant.

Oppland Arbeiderblad har i hele etterkrigstiden ligget i front i teknisk utvikling. Avisen hadde sammenhengende opplagsvekst fra 1957 til 2001, noe som er norsk rekord.

Siden 2011 har Oppland Arbeiderblad gitt ut gratisavisen iGjøvik, som distribueres til 28000 husstander. Nettavis: www.igjovik.no

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Oppland Arbeiderblad, herunder delta i aktivitet forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Tonje Sagstuen



DEKNINGSOMRÅDE

Gjøvik, Vestre Toten, Østre Toten, Søndre Land, Nordre Land, Etnedal, Sør-Aurdal, Nord-Aurdal, Vestre Slidre, Øystre Slidre, Vang, Gran, Lunner, Jevnaker med 114 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

24 528
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
57
NETTAVIS
oa.no

1927

BERGENS- AVISEN

BERGEN



BERGENSAVISEN, dagsavis for Bergensregionen, ble grunnlagt i 1927 under navnet Bergen Arbeiderblad, som et direkte resultat av splittelsen i Arbeiderpartiet i 1923. Byens sosialdemokratiske avis «Arbeidet», stiftet i 1893, ble erobret av kommunistene. Men mange nøkkelfolk herfra gikk over til den nye arbeideravisen, som fra starten ble finansiert av LO. Bergens Arbeiderblad tok i 1930 navnet BA, og var i voldsom vekst fram til krigen, da den ble stanset.

Fra fredsåret 1945 gikk Bergens Arbeiderblad inn i en tung periode rent økonomisk. Det var også sterk strid om avisens journalistikk mellom redaksjonsledelsen og deler av eierskapet, Arbeiderpartiet og LO. Bergens Arbeiderblad gikk over til halvformat i 1981, og endret strategi, fra å være en distriktsavis til morgenavis for Bergen.

Navnet ble endret til Bergensavisen i 1991. BA var blant de aller første med søndagsavis, og har siden 1996 hatt en ledende posisjon på nett. Dagens eierskap består av A-pressen 70 prosent, Frank Mohn A/S 20 prosent og Sparebanken Vest 10 prosent.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi Bergensavisen, herav delta i aktiviteter forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Anders Nyland



DEKNINGSOMRÅDE

Bergen, Askøy, Fjell og Os med 325 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011

19 773
Nr 2-avis
Kommer med sju utgaver i uken
ANTALL ANSATTE
78
NETTAVIS
ba.no

1928

TELEN

NOTODDEN



TELEN, dagsavis for Notodden, Hjørtald og Sauherad, ble grunnlagt i 1928, av Ola Storeng, som både var eier og redaktør. Han var en markant lokal avisgrunder. Storeng startet Teledølen i 1905, men forlot avisen i 1916. Telen ble familiens store virksomhet. Storeng hadde syv barn. Seks av barna valgte Telen som arbeidsplass. Sønnen Erling arbeidet i avisen gjennom hele 62 år. Han overtok som redaktør etter faren i 1943, og fortsatte fram til 1980, da Telen ble kjøpt av Drammens Tidende.

Telen kom ut under hele krigen. Konkurrenten Teledølen ble stanset våren 1943. Gjennom etterkrigsårene var redaktør Storeng aktiv Høyre-menneske, og representerte partiet i byens formannskap og i fylkestinget. Telen var et tydelig partiorgan. Etter at Orkla Media overtok Drammens Tidende i 1994, ble eierskapet overført til Varden.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Telen som skal være en fri og uavhengig lokalavis for Notodden og Øst-Telemark, bygget på et konservativt grunnsyn.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Jens Marius Hammer



DEKNINGSOMRÅDE
Notodden, Hjørtald
og Sauherad med
18 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
4 826
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
20
NETTAVIS
telen.no

1929

HALDEN ARBEIDERBLAD

HALDEN



HALDEN ARBEIDERBLAD, dagsavis for Halden og Aremark, kom i 1929, etter flere forsøk fra arbeiderbevegelsen på å skape en fylkesavis i Østfold, med basis i Smaalenenes Social-demokrat i Fredrikstad. Verken i Sarpsborg eller Halden var det interesse for en slik ide. Det ble iverksatt aksjetegning i begge byene for å skape egne aviser.

Halden Arbeiderblad hadde pen vekst gjennom hele 1930-årene. Under første del av krigen kom den ut under navnet Fredriksten, etter diktat fra NS. Den ble stoppet i 1941, etter en serie kritiske ledere fra redaktør Johannes Stubberud, som tidlig advarte mot fascismens frammarsj i Tyskland. Stubberud døde senere i tysk konsentrasjonsleir.

Veksten fortsatt etter krigen. Halden Arbeiderblad har opp gjennom årene ligget i front på det tekniske området, og var tidlig ute med å trykke i offset. Avisen har kjempet for lokalt eierskap og egen trykkpresse fram til 2010, da den ble overtatt av A-pressen.

Grunnsyn:

Utdrag fra formålsparagrafen i vedtektene: «Avisens grunnsyn bygger på arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, basert på normer og verdier nedfelt i Redaktørplakaten, Tekstreklame-plakaten og etiske normer for pressen, Vær Varsom-plakaten.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Hans-Petter Kjøge



DEKNINGSOMRÅDE
Halden og Aremark,
med 31 500
innbyggere.

OPPLAG I 2011
7 928
Utkommer alle
hverdager
ANTALL ANSATTE
28
NETTAVIS
ha-halden.no

1929

SARPSBORG ARBEIDERBLAD

SARPSBORG



SARPSBORG ARBEIDERBLAD, dagsavis for Sarpsborg, ble grunnlagt i 1929 som en videreføring av Østfold Arbeiderblad (1921-1929). Det var ikke enighet i Arbeiderpartiet om å skape en fellesavis for fylket. Lokallagene ville ha arbeideraviser i hver enkelt by. Sarpsborg Arbeiderblad startet under spartanske forhold, men fikk på 1930-tallet nytt trykkeri og presse, noe som ga et løft i markedet. Under krigen ble avisen overtatt av nazistene, og døpt om til «Den nye tid» og senere til «Sarpsborg Dagblad».

Nils Hønsvald var redaktør fra oppstarten og helt fram til 1969, med unntak av krigsårene. Han kombinerte redaktørgjeringen med rikspolitisk arbeid, som stortingsrepresentant fra 1945 til 1969, avbrutt av to år som forsyningsminister. Sarpsborg Arbeiderblad har i etterkrigstiden hatt en dominerende posisjon som lokalavis i industribyen.

Grunnsyn:

Formål i vedtektene (forkortet): «Avisens grunnsyn bygger på arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, basert på normer og verdier nedfelt i Redaktørplakaten, Tekstreklame-plakaten og etiske normer for pressen, Vær Varsom-Plakaten.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Bernt Lyngstad



DEKNINGSOMRÅDE
Sarpsborg med
53 239 innbyggere
og en liten del av
Fredrikstad.

OPPLAG I 2011
13 364
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
45
NETTAVIS
sa.no

1929

HELGELAND ARBEIDERBLAD

MOSJØEN



HELGELAND ARBEIDERBLAD, dagsavis for 11 kommuner på Midt- og Sør-Helgeland med utgiversted i Mosjøen. Først kom Vefsen Arbeiderblad i 1929. Men denne avisen ble i 1931, av økonomiske grunner, slått sammen med ukeavisa Helgeland Arbeiderblad som nylig var etablert i Sandnessjøen i Kristine Gyldenhammers trykkeri. Senere samme år flyttet avisen til Mosjøen. Helgeland Arbeiderblad ble «Organ for arbeiderorganisasjoner av Det norske arbeiderparti».

Mosjøen hadde flere aviser, og kampen om leserne var hard. Men i 1936 gikk konkurrenten Helgeland Tidende over ende, noe som skapte vekstgrunnlag for Helgeland Arbeiderblad. Avisen ble stanset under krigen, trykkeriet beslaglagt og gitt til Helgeland Folkeblad.

Helgeland Arbeiderblad kom i drift igjen i mai 1945, og fikk godt tilslag. I 1947 var avisen størst på utgiverstedet, og ble eneavis da Nordlands Folkeblad gikk inn i 1955. Aluminiumsverket sto ferdig året etter, noe som skapte sterk vekst både for byen, distriktet og avisen. Overgangen til offset og omleggingen til tabloid-format skjedde i 1970.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Helgeland Arbeiderblad, og å drive handelsvirksomhet og annen virksomhet som står i tilknytning til dette. Avisa skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Geir Arne Glad



DEKNINGSOMRÅDE
Vefsn, Grane, Hattfjell, Leirfjord, Alstahaug, Herøy, Dønna, Brønnøy, Sømna, Vevelstad og Vega med 40 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
8 461
Utgis alle hverdager
ANTALL ANSATTE
31
NETTAVIS
helgeland-arbeiderblad.no

1934

OPDALINGEN

OPPDAL



OPDALINGEN, tredagers avis for Oppdal og Rennebu, kom på markedet i 1934. Grunnleggerne, redaktør Knut H. Dørum og forretningsfører Ivar Fjøsne, ville skape en politisk uavhengig avis for hele bygda, «fri fra splittende bygdekrangel». Opdalingen var en bigesjeft. Redaktør Dørum var både bonde, politiker for Bondepartiet og i perioden 1953-59 bygdas ordfører.

Opdalingen samarbeidet i perioder med ulike Sunndalsaviser, først Nordmøringen og senere Aura Avis. I 1974 ble Inge Gotland avisens første heltidsansatte medarbeider. Norsk Arbeiderpresse kjøpte Opdalingen i 1978, gjennom Aura Avis. Opdalingen hadde under Dørums ledelse en Bondeparti-profil, men fikk etter eierskiftet en mer vennligsinnet holdning til Arbeiderpartiet.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Opdalingen, med utgivelsessted Oppdal, herunder delta i aktiviteter forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Mariell Tverrå Løkås



DEKNINGSOMRÅDE
Oppdal og Rennebu
med 9 300 innbyggere.

OPPLAG I 2011
2 347
Utgis tre dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
7
NETTAVIS
opdalingen.no

1935

RINGSAKER BLAD

MOELV



RINGSAKER BLAD, tredagers avis for Ringsaker kommune, ble grunnlagt i 1935 av typografene Bernhard Stenberg og Hagbart Stokke. Målet var å lage en frittstående lokalavis som kun hadde nyheter og reportasjestoff fra de tre sognene Ringsaker, Brøttum og Veldre. Avisen ble stoppet under krigen, og kom ikke på markedet igjen før i 1948. Da med Per Granberg som redaktør.

Fra 1951 ble Ola Gjerstad redaktør. Med bakgrunn i planen om en storkommune som inkluderte Nes og Furnes, forsøkte Gjerstad også å starte opp avisa «Brumunddølen» med base i Brumunddal. Det ble ingen suksess. Og etter hvert ble avisene slått sammen.

Fra 1967 overtok Østlendingen eierskapet, både til trykkeriet og avisen. Ringsaker Blad hadde sin sterkeste vekstperiode gjennom 1980-tallet med Mathias Nilsen som redaktør. På slutten av 80-tallet ble etter hvert avisen markedsledende i storkommunen Ringsaker.

Ringsaker Blad tilhører utgivelseskabet Østlendingen AS.

Grunnsyn:

I utgivelseskabet Østlendingens vedtekter heter det: «Selskapets formål er avisutgivelse og annen informasjonsvirksomhet som tar sikte på å ivareta de økonomiske, kulturelle og sosiale interesser for befolkningen i Hedmark fylke.»

Avisens redaksjonelle formål: «Ringsaker Blad er en fri og uavhengig avis for Ringsaker kommune. Avisen skal fremstå som «Møteplassen i Ringsaker» og bidra til å gjøre ringsaksokningene stolte av å bo i Ringsaker.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Gaute Freng



DEKNINGSOMRÅDE
Ringsaker med
33 200 innbyggere.

OPPLAG I 2011
6 851
Tre utgaver ukentlig
ANTALL ANSATTE
9
NETTAVIS
ringsaker-blad.no

1947

AURA AVIS

SUNNDALSØRA



AURA AVIS, tredagers avis for Sunndal og Tingvoll, ble grunnlagt i 1947 av presse mannen Erling Innvik, som måtte gå fra Sunndalsavisen Nordmøringen pga rettsoppkjøret etter krigen. Avisen kom to ganger ukentlig, og fikk etter hvert større opplag og markedsandeler enn sin konkurrent som gikk inn i 1959. I 1954 ble avisa kjøpt opp av Norsk Arbeiderpresse. Einar Sæter, med bakgrunn i arbeiderpressen, overtok som redaktør.

Men etter hvert kom også han i politisk konflikt mer eieren og lokale Arbeiderpartitopper. Sæter markerte seg blant annet som aktiv miljøverner og avisen støttet Mardøla-aksjonen. Redaktøren sluttet i 1971 og startet sin egen avis, Driva, som ble en hard konkurrent. Aura Avis fortsatte som en del av A-pressen.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Aura Avis, med utgivelsessted Sunndalsøra, herunder delta i aktiviteter forbundet med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Lars Steinar Ansnes



DEKNINGSOMRÅDE

Sunndal og Tingvoll med 10 500 innbyggere.

OPPLAG I 2011

3 058
Tre utgaver ukentlig
ANTALL ANSATTE
8
NETTAVIS
auraavis.no

1948

FIRDAPOSTEN

FLORØ



FIRDAPOSTEN, tredagers avis for Flora og Bremanger, ble startet i Flora 6. oktober 1948 av Arbeiderpartiet, og med Guttorm Hansen, senere stortingspresident, som første redaktør. Det var en ambisjon å ta opp arven etter Gjallarhorn, som partiet fikk kontroll over i 1938. Gjallarhorn ble stoppet i 1940.

Firdaposten møtte hard konkurranse blant annet fra Venstre-avisa Firda Folkeblad og byens Høyre-avis. Økonomien har i perioder vært svak. Men i 1976 ble drømmen om et eget offsettrykkeri virkeliggjort, samtidig som avisen kom i tabloidformat. Fra 1992 har Firdaposten rådd grunnen alene som lokalavis i Florø.

Grunnsyn:

«Selskapet har til føremål å gi ut avisa Firdaposten og drive verksemd i samband med dette. Avisen skal drive sakleg og uavhengig journalistikk, tufta på arbeidarrørslas idear og fridom, demokrati og likeverd. Avisen skal redigerast på nynorsk.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Svend Arne Vee



DEKNINGSOMRÅDE

Flora og Bremanger med 15 500 innbyggere.

OPPLAG I 2011

5 214
Utgis tre ganger i uken.
ANTALL ANSATTE
13
NETTAVIS
firdaposten.no

1949

HARDANGER FOLKEBLAD

ODDA



HARDANGER FOLKEBLAD, tredagers avis for Odda, Ullensvang og Eidfjord, ble startet i 1949. Arbeiderbevegelsen lokalt hadde ved flere anledninger tidligere forsøkt å samle seg om avisprosjekter, uten å lykkes. Konkurransen var hard fra avisene i Bergen og Haugesund, og den lokale Venstre-avisen «Hardanger».

Hardanger Folkeblad hadde som mål å samle arbeiderbevegelsen bak den nye avisa, og gjøre den til hovedavis for hele distriktet. Hardanger er delt mellom det arbeiderparti-dominerte Odda hvor de fagorganiserte står sterkt i det politiske liv, og resten av distriktet hvor mellompartiene har sterkere fotfeste.

Hardanger Folkeblad ble etter hvert hele Hardangers avis, og fra 1990 enerådende i de tre kommunene Odda, Ullensvang og Eidfjord. A-pressen overtok eierskapet i 1990.

Grunnsyn:

«Aksjeselskapet har til formål å utgi Hardanger Folkeblad og å drive handelsvirksomhet og annen virksomhet, som står i forbindelse med dette. Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Trygve D. Syse



DEKNINGSOMRÅDE
Odda, Ullensvang og
Eidfjord med 12 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
5 142
Utgis tre
dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
17
NETTAVIS
hardanger-folkeblad.no

1954

BYGDEPOSTEN

VIKERSUND



BYGDEPOSTEN, tredagersavis for Modum, Sigdal, Krødsherad og Øvre Eiker, ble grunnlagt av Jørgen Bergo i 1954 som et upolitisk bygdeblad. Han hadde avisbakgrunn fra Holmestrand's Tidende, Rjukan Dagblad og Sogns Avis. Hele familien Bergo var engasjert i arbeidet med avisen. Fra 1962 overtok Per Hovengen som utgiver, samtidig som han i flere perioder skjøttet vervet som redaktør.

Bygdeposten gikk lenge under navnet «bygdearket», ettersom avisen var tynn i sidetall. Men etter hvert er den blitt fyldigere. Bygdeposten har utviklet seg til en moderne typisk norsk lokalavis som dekker lokal-samfunnet på bredt grunnlag, med nyheter fra lokal politikk, kultur, sport, næring, familie og livsløp.

Skrantende økonomi førte til at Hovengen i 1979 solgte Bygdeposten til Fremtiden, og i 1989 overtok A-pressen som eier.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Bygdeposten og eventuelt andre aviser, samt tilhørende aktiviteter.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Knut Bråthen



DEKNINGSOMRÅDE
Modum, Sigdal,
Krødsherad og
Øvre Eiker med
til sammen cirka
25 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
6 477
Tre utgaver i uken.
ANTALL ANSATTE
9
NETTAVIS
bygdeposten.no

1971

HAMAR DAGBLAD

HAMAR



HAMAR DAGBLAD, ukentlig gratisavis for Hamar by, ble startet i 1971, som sideutgave av Østlendingen. Andreas Hagen var sjefredaktør for begge avisene. Tanken var å skape en livskraftig konkurrent til dominerende Hamar Arbeiderblad, og tette hullet i markedet etter tradisjonsrike Stiftstidende som gikk inn samme år.

Hamar Dagblad hadde de første årene sterk opplagsvekst, og godt tak på lokalk markedet, Hamar og Hedemarken. Men det var økonomisk krevende å komme som dagsavis. Fra 2003 valgte eieren Østlendingen å redusere antall utgivelser til tre ukentlig, og to år senere ble Hamar Dagblad omorganisert til gratisavis.

Grunnsyn:

Redaksjonelt formål, nedfelt i vedtektene for utgiverselskapet Østlendingen: «Selskapets formål er avisutgivelse og annen informasjonsvirksomhet som tar sikte på å ivareta de økonomiske, kulturelle og sosiale interesser for befolkningen i Hedmark fylke.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Tore Svensrud



DEKNINGSOMRÅDE
Hamar med 29 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
27 000
Utgis gratis hver torsdag
ANTALL ANSATTE
5,1
NETTAVIS
h-d.no

1973

KVINNHERINGEN

HUSNES



KVINNHERINGEN, tredagers avis for Kvinnherad, ble startet som partipolitisk uavhengig avis i 1973, av typograf Kristian Hus, som eier og utgiver. Første redaktør var Torfinn Myklebust. De første årene hadde han ikke noe kontor, men måtte arbeide hjemmefra.

Takket være aluminiumsverket var Husnes og søndre del av Kvinnherad i sterk vekst, og det viste seg at det var plass til en ny lokalavis, i tillegg til Grenda som kommer ut i Rosendal. Kvinnheringen ble overtatt av et lokalt fundert aksjeselskap i 1976, og har utviklet seg til en solid lokalavis med godt grep i lokalk markedet.

A-pressen kjøpte selskapet i 1998, og har videreført driften på samme idemessig grunnlag som tidligere.

Grunnsyn:

«Selskapet sitt føremål er å gje ut avisa Kvinnheringen og å driva handelsverksemd og anna verksemd som står i samband med dette. Avisa skal vere ei politisk uavhengig lokalavis.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Tomas Bruvik



DEKNINGSOMRÅDE
Kvinnherad med 13 300 innbyggere.

OPPLAG I 2011
4 369
Utgis tre dager ukentlig
ANTALL ANSATTE
17
NETTAVIS
kvinnheringen.no

1974

NORD- HORDLAND

ISDALSTØ



NORDHORDLAND, todagens avis for Lindås og regionen, ble etablert i 1974 av miljøet rundt Nordhordland Forlag, med Terje Vetås som første redaktør og primus motor. Konkurransen med Strilen var hard, og blant folk flest var det stor skepsis mot den nye avisa fordi mange fryktet det ikke var plass til to aviser.

Men folketallet i regionen var i god vekst, og Nordhordland fikk godt tak på de nye grupper «striler», unge familier som flyttet til bygda. Nordhordland var gjennom flere tunge perioder rent økonomisk. A-pressen kom inn som eieier i 2006.

Grunnsyn:

«Avisa, som skal dekke distriktet Nordhordland, Gulen og deler av Bergen, skal vere partipolitisk nøytral.

Den skal arbeide for å fremje felles beste for alle kommunane i regionen, og vere eit ope forum for meningsbyte og informasjon. Avisa skal arbeide med særleg omtanke for spørsmål som har med utdanning og kulturarbeid å gjere. Avisa skal medverke til å fremje interessa og vørnaden for kulturtradisjonane i området.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Randi Bjørlo



DEKNINGSOMRÅDE
Lindås, Meland,
Austrheim, Fedje,
Radøy, Masfjorden
og Gulen med
33 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
6 107
To utgivelser
ukentlig
ANTALL ANSATTE
14
NETTAVIS
nordhordland.no

1976

RØYKEN OG HURUMS AVIS

SÆTRE



RØYKEN OG HURUMS AVIS, todagens avis, ble etablert av Drammens Tidende i 1976 under navnet Smånytt fra Røyken og Hurum. Stifteren av bladet og første redaktør var Fred Kristensen, som opprinnelig drev Svelviks Tidende, Hurums Avis og Jarlsberg.

Redaksjonen ble i mange år drevet fra hjemmet til Jorun Lillelien Kaspersen, som overtok som redaktør i 1982. Etter hvert fikk bladet egne redaksjonskontorer i Slemmestad. I 1988 måtte Jorunn Kaspersen gå av som redaktør, noe som skapte interne stridigheter. Sammen med andre i redaksjonen startet hun konkurrenten Røyken rundt, som eksisterte i to år.

Røyken og Hurums Avis flyttet til Sætre i 2003. Avisa var 100 prosent eid av Drammens Tidende, og derigjennom Orkla Media, og Edda Media.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi en fri, uavhengig og upolitisk avis for Røyken og Hurum, samt drive annen beslektet virksomhet.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Svein Ove Isaksen



DEKNINGSOMRÅDE
Røyken og Hurum
med 28 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
3 695
Utgis to dager
ukentlig
ANTALL ANSATTE
12
NETTAVIS
rha.no

1981

SANDE AVIS

SANDE



SANDE AVIS, ukeavis for Sande kommune, har sin historie fra 1981, men det var først i 1993 den kom regelmessig, som uavhengig uke- og abonnementsavis. Sande Avis er nær og nyttig for folk i kommunen. Den bringer nyheter fra alle sektorer, som politikk, kultur, næring, sport, det sosiale liv, familie og livsløpet.

Drammens Tidende overtok som eier i 1999, innlemmet avisen i Orkla Media, og tilførte den flere ressurser. Sande Avis har en sterk posisjon i kommunen, og opplaget har de siste årene holdt seg stabilt.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi en fri, uavhengig og upolitisk avis for Sande, samt drive annen beslektet virksomhet.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Herborg Bergaplass



DEKNINGSOMRÅDE
Sande kommune
med 8 600
innbyggere.

OPPLAG I 2011
2 212
Ukeavis
ANTALL ANSATTE
4
NETTAVIS
sandeavis.no

1985

RADIO 102

HAUGESUND



RADIO102 ble startet i 1985. Haugesunds Avis, 70-80 ideelle foreninger og en medielinje på Utgarden Folkehøgskole sto bak. I 1989 blir Radio102 aksjeselskap med Haugesunds Avis som majoritetsseier. Fra 2009 har Mediehuset Haugesunds Avis eid 100 prosent av aksjene.

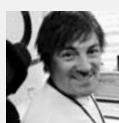
I september 2007 ble Radio102 tildelt hedersprisen Radio Prix under Radiodagene i Oslo. Begrunnelsen var at Radio102 er det mest vellykkede lokalradioprojektet i Norge. Radio102 har av alle lokalradioer høyest lytteroppslutning i landet i sitt dekningsområde (33 prosent daglig lytting i hovedkommunene).

I 2011 ble Radio102 samlokalisert med Haugesunds Avis i det nye mediehuset. Radioen fremstår i dag som «lydsporet i Mediehuset Haugesunds Avis».

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å drive nærradiovirksomhet med hovedvekt på egenproduserte program av almen, lokal interesse.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Thor Magnar Thorsen



DEKNINGSOMRÅDE
Haugesund, Karmøy,
Tysvær, Vindafjord,
Bokn, Utsira, Sveio,
Etne.

ANTALL ANSATTE
13
NETTAVIS
radio102.no
og h-avis.no

1987

LOFOT-TIDENDE

LEKNES



LOFOT-TIDENDE, todagersavis for Vestvågøy, Flakstad og Moskenes. Navnet knyttes til avisen Lofot-Tidende fra 1952, startet av familien Nordahl på Leknes, men senere solgt til partiet Høyre. Denne avisen gikk inn i 1958.

Dagens Lofot-Tidende ble grunnlagt i 1987, av Even Carlsen, Kenneth Grav og Sverre Christoffersen, motivert av «Lofotpostens neglisjering av Lofotens største kommune, Vestvågøy. Avisen ble solgt til A-pressen i 1998, etter sterke innsigelser fra Medietilsynet. Saken gikk helt til Høyesterett som i 2000 fastslo at A-pressen fikk eie Lofot-Tidende.

Grunnsyn:

«Lofot-Tidende skal være parti- og næringspolitisk uavhengig med denne formålsparagrafen:

Å være en fri avis for lokale nyheter, debatt og kommentar.

Å ivareta lokalsamfunnets og distriktets interesser.

Å fremme vekst på det sosiale, kulturelle og næringsmessige felt og verne om religiøse og medmenneskelige verdier.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Rune Andreassen



DEKNINGSOMRÅDE
Vestvågøy, Flakstad
og Moskenes med
13 500 innbyggere.

OPPLAG I 2011
4 267
Utgis to ganger
ukentlig
ANTALL ANSATTE
10
NETTAVIS
lofot-tidende.no

1987

LIERPOSTEN

LIER



LIERPOSTEN, ukeavis for Lier kommune, ble startet i 1987 som abonnementsavis. Lierposten er en typisk næravis, partipolitisk uavhengig, som i tillegg til lokalt nyhetsstoff fanger opp hverdagen til folk som bor i kommunen, foreningslivet, sporten, kulturen og livsløpet.

Interessen for nærstoff er økende blant folk flest. Lierposten har, i likhet med andre superlokale ukeaviser, fått et godt grep på leserne. Mens andre aviser mister abonnenter, holder opplaget til Lierposten seg stabilt.

Lierposten eies av Edda Media AS gjennom Edda Media Buskerud AS og Lierposten AS (100%).

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi en fri og uavhengig avis i Lier, samt å drive annen beslektet virksomhet.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Pål A Næss



DEKNINGSOMRÅDE
Lier kommune med
24 000 innbyggere.

OPPLAG I 2011
3 382
Ukeavis
ANTALL ANSATTE
4
NETTAVIS
lierposten.no

1989

**MALVIK-
BLADET**
HOMMELVIK



MALVIK-BLADET, todagens avis for Malvik kommune i Sør-Trøndelag, ble etablert av Stjørdalens Blad i 1989, med Svein Halvor Moe som redaktør. Malvik-Bladet er idemessig knyttet til arbeiderbevegelsens tradisjoner, men er først og fremst en typisk superlokal avis som favner hele kommunen og dekker alle stoffområdene: lokal politikk, nyheter, kultur, sport, familiestoff og samfunnsdebatt.

Malvik-Bladet hadde vekst gjennom hele 1990-tallet, og har fått et solid grep i markedet. Opplagstallet holder seg stabilt. Malvik-Bladet samarbeider tett med Stjørdalens Blad. Disse avisene har blant annet felles redaktør.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avisen Malvik-Bladet, herunder delta i aktivitet forbundet med dette.

Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Kjell-Ivar Myhr



DEKNINGSOMRÅDE

Malvik kommune
med 12 758
innbyggere.

OPPLAG I 2011

3 134
To utgaver ukentlig
ANTALL ANSATTE
4
NETTAVIS
mb.no

1992

EIKERBLADET
MJØNDALEN



EIKERBLADET, todagens avis for Øvre og Nedre Eiker i Buskerud, ble startet i 1992, som gratisavis, men etablert som abonnementsavis fra 1. januar 2003, med Ringerikes Blad/A-pressen som eier.

Eikerbladet er en superlokal avis som gir et bredt nyhetsbilde innen politikk, kultur, sport, foreningsliv og familie- og livslop fra de to eikerkommunene. Avisen bidrar også sterkt til å sette dagsordenen for lokal samfunnsdebatt. Eikerbladet kan registrere en positiv opplagsutvikling.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å utgi avis og det som står i forbindelse med avisutgivelse. Avisen skal drive saklig, uavhengig journalistikk, tuftet på et sosialdemokratisk grunnsyn, og forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Finn Roar Moen



DEKNINGSOMRÅDE

Øvre og Nedre
Eiker med 40 500
innbyggere.

OPPLAG I 2011

2 792
Utkommer tirsdag
og fredag
ANTALL ANSATTE
5
NETTAVIS
eikerbladet.no

1996

MEDIEHUSET NETTAVISEN

OSLO



1999

ØYENE

NØTTERØY



NETTAVISEN, landets første og fortsatt ledende frittstående nettavis, ble startet av Odd Harald Hauge, Knut Ivar Skeid og Stig Eide Sivertsen 1. november 1996, og har gjennom årene utviklet seg til en ledende leverandør av hendelsesnyheter, med spesiell fokus på sport og økonomi. Nettavisen er partipolitisk uavhengig.

Høsten 1999 kjøpte svenske Spray Nettavisen for 180 millioner kroner. I 2003 overtok TV2 eierskapet, døpte produktet til TV2 nettavisen, noe som i 2006 ble endret tilbake til bare Nettavisen. Nettavisen er fra 2008 en del av Mediehuset Nettavisen. TV 2 solgte selskapet i 2009, og det eies nå av Egmont og A-pressen med 50 prosent hver.

Et nettmagasin med kjendis og livsstilsstoff er også fra 2005 en del av Mediehuset Nettavisens virksomhet, www.side2.no.

Grunnsyn:

Nettavisen er partipolitisk uavhengig.

ØYENE, ukeavis for Nøtterøy og Tjøme i Vestfold, ble etablert i 1999 av Østlands-Posten/A-pressen.

Avisen er en typisk partipolitisk uavhengig næravis, med stoff fra alle samfunnsområder i de to kommunene: lokal politikk, næringsliv, sport, kultur, feature, familie/ livsløp og foreningsliv.

Øyene har hatt en god utvikling, redaksjonelt og kommersielt, og ble både i 2006 og 2007 kåret til landets beste lokalavis. Opplagsutviklingen er positiv, og viser at avisen får et stadig sterkere fotfeste i markedet.

Grunnsyn:

«Selskapets virksomhet er: Forestå utgivelse av Lokalavisen Øyene og annen beslektet virksomhet!»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Gunnar Stavrum



DEKNINGSOMRÅDE
Nasjonal dekning

ANTALL ANSATTE
55
NETTAVIS
nettavisen.no
og side2.no

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Tor Aslesen



DEKNINGSOMRÅDE
Nøtterøy og Tjøme
med 26 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
4 277
Ukeavis
ANTALL ANSATTE
5
NETTAVIS
oyene.no

1999

ENEBAKK AVIS

ENEBAKK



ENEBAKK er en ukentlig abonnementsavis som kommer ut i Enebakk kommune i Akershus. Avisen ble stiftet i 1999 av Smaalenene Medier og har som oppgave å være et superlokalt tilbud for en kommune som ikke blir definert som primært dekningsområde for noen av dagsavisene i regionen.

Grunnsyn:

I selskapets vedtekter går det fram at formålet med virksomheten er «avisdrift».

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Gunnleik Seierstad



DEKNINGSOMRÅDE
Enebakk kommune
med 10 500 innbyggere.

OPPLAG I 2011
2864
Utgis hver torsdag
ANTALL ANSATTE
4
NETTAVIS
enebakkavis.no

2002

AVISA NORDLAND

BODØ



ETABLERT i 2002 da Nordlands Framtid og Nordlandsposten ble slått sammen til ny avis. A-pressen er hovedeier med 62 prosent. Polaris Media gjennom HTG-gruppen eier 38 prosent.

Nordlands Framtid ble etablert av fagbevegelsen i 1910 under navnet Salten Fremtid som en motvekt til borgerlige aviser, blant annet Nordlandsposten. Den skiftet navn til Nordlands Framtid i 1922 og hadde sitt idemessige ståsted i arbeiderbevegelsen. Nordlandsposten ble etablert i 1862 under navnet Nordlands Amtstidende som skiftet navn til Nordlandsposten i 1886. Avisen hadde et konservativt grunnsyn.

Nordlands Framtid ble eid av A-pressen, mens Nordlandsposten ble eid av Harstad Tidende-gruppen fram til 2002 da eierne ble enige om å fusjonere de to titlene til én og opprette den nye avisen Avisa Nordland.

Avisa Nordland er politisk uavhengig.

Grunnsyn:

Formålet og samfunnsoppdraget blir utdypet i aksjonærvitalen mellom A-pressen og Harstad Tidende-gruppen, hvor det blant annet står: «Basert på sunn og lønnsom drift skal avisen fremme samfunnsengasjement med det mål å styrke grunnverdiene ytringsfrihet, mangfold, toleranse og likeverd mellom mennesker. Avisa Nordland skal påvirke samfunnsdebatten med basis i grunnverdiene, og verne om regionens og fylkets egenart og kultur. Avisa Nordland skal ivareta rollen som en kritisk overvåker av samfunnsutviklingen. Som utgiver vil selskapet verne om redaksjonell frihet, integritet og verdigrunnlaget.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Jan-Eirik Hanssen



DEKNINGSOMRÅDE
Bodø, Fauske, Meløy, Saltdal, Steigen, Hamarøy, Tysfjord, Sørfold, Beiarn, Gildeskål, Rødøy, Værøy og Røst med 83 294 innbyggere.

OPPLAG I 2011
21 312
Kommer ut alle hverdager
ANTALL ANSATTE
80
NETTAVIS
an.no

2006

LOKALAVISENE OSLO



LOKALAVISENE OSLO har sitt utspring i to abonnementsaviser for bydeler i Oslo, Nordstrands Blad (etablert i 1925) og Ullern Avis Akersposten (etablert 1905), men er fra 2006 et selskap som driver et nettverk av gratis bydelsaviser i Oslo. Totalt sett utgir selskapet 12 bydelsaviser med ukentlig utgivelse. Nordstrands Blad utkommer fortsatt som abonnementsavis en gang i uka i tillegg til å være gratisavis en annen ukedag. De 12 utgavene utkommer i form av sju hovedtitler, hvorav enkelte har spesielle utgaver for ulike bydeler: Ullern Avis Akersposten, Nordstrands Blad, Lokalavisen Groruddalen, Nordre Aker Budstikke, Østkantavisa, Lokalavisen Frogner og Lokalavisen St Hanshaugen.

Ullern Avis Akersposten er den eldste tittelen, med historie helt tilbake til 1905 da Akersposten ble etablert. Ullern Avis ble etablert i 1933. De to titlene hadde felles eierskap, men opererte som to separate aviser for henholdsvis de vestlige og østlige bydeler fram til 1977 da de ble slått sammen til en avis. Ullern Avis Akersposten ble etablert uten noen bestemt politisk tilknytning, men utviklet seg gradvis i konservativ retning som talerør for Høyre og Frisinnede Venstre. Thorstein Diesen var i mange år redaktør i Akersposten før han ble redaktør i Aftenposten. Avisene ble i 1975 kjøpt av folk med tilknytning til Det Liberale Folkepartiet. I 1987 overtok Dagbladet eierskapet og fra 2002 kom Orkla Media (senere Edda Media) inn som eier.

Nordstrands Blad har røtter tilbake til 1925 under tittelen Nordstrand Østre Aker Blad. Også denne avisen hadde tilknytning til Høyre og framsto som en konservativ avis.

I 2006 ble det besluttet å starte et nettverk av lokale bydelsaviser i Oslo, og Edda Media som eide både Nordstrands Blad og Ullern Avis Akersposten etablerte samtidig en rekke nye titler i Osloområdet (Lokalavisen Groruddalen og Nordre Aker budstikke), samtidig som man overtok og omprofilerte noen eksisterende gratisaviser i byen (Østkantavisa og Lokalavisen Frogner/St.Hanshaugen). I 2007 endret selskapet navn til Lokalavisene Oslo.

Gratisavisene blir hver torsdag fulldistribuert til alle husstander i Oslo. Målet er å bygge en solid leserposisjon gjennom ultralokalt innhold på print og etter hvert også nett. Målet om å passere Aften avisen i lesertall i Oslo ble nådd i 2008, og den posisjon er beholdt frem til i dag. Fra 2009 er det satset bevisst på å bygge en digital posisjon, gjennom nettstedene www.dittoslo.no og fra 2011 også www.skjerioslo.no. Det første er et nyhetsnettsted som samler de viktigste nyhetssakene for byen, samt fungerer som er portal inn til de lokale bydelssidene på nett. SkjeriOslo er et nettsted for brukergenerert innhold, guider, omtaler av spisesteder, uteliv osv. Samlet sett har Osloavisene ca 80.000 unike digitale brukere pr uke.

Grunnsyn:

Selskapets vedtektsfestede formål er å «utgi lokalaviser i Oslo». Selskapet er politisk uavhengig og har som visjon å «bygge verdier og lønnsomhet ved å skape, utvikle og tilby nært og vesentlig redaksjonelt og kommersielt innhold i flere mediekkanaler.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Tore Bollingmo



DEKNINGSOMRÅDE
Oslo med 600 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011
181 000
Hver torsdag
(43 uker i året)
ANTALL ANSATTE
50
NETTAVIS
dittoslo.no

2006

ÅS AVIS OG VESTBY AVIS

ÅS OG VESTBY



2008

SOLUNGAvisa

FLISA



ÅS AVIS er en ukeavis for Ås kommune i Akershus, mens **VESTBY AVIS** er en ukeavis for Vestby kommune i Akershus. Avisene ble etablert i 2006 med sikte på å tilby superlokal informasjon til innbyggerne i de to kommunene. Avisene er eid av Smaalenene Medier AS og skulle bidra til å gi A-pressen et tilbud til annonsører også i disse kommunene.



Begge avisene er abonnementsaviser med et opplag på henholdsvis 1686 og 1611 eksemplarer. Avisene samarbeider med Smaalenenes Avis og Akershus Amtstidende i annonsemarkedet, men produserer alt redaksjonelt innhold lokalt.

Grunnsyn:

Formål i vedtekter er i begge selskapene at «Avisen har som oppgave å være lokalavis» i sine respektive kommuner og skal være «partipolitisk uavhengige».

SOLUNGAvisa, ukeavis for Grue, Åsnes og Våler, ble startet av Østlendingen i 2008, under navnet Avisa Solungen. Navnebruken var identisk en avis som ble fusjonert inn i Glåmdalen i 1914, noe som etter en uke førte til navnebytte.

SolungAvisa er en typisk næravis, som går ned på grasrota og finner stoff som de større avisene i området, Glåmdalen og Østlendingen, ikke dekker. Avisa framstår med et bredt nyhetsbilde, fra lokal politikk, kultur, sport, næring, familie og folkeliv.

Grunnsyn:

«SolungAvisa er en fri og uavhengig avis for Solør (Våler, Åsnes og Grue). Avisen skal bidra til å forsterke identiteten, og gjøre solungene stolte av å bo i Solør.»

ANSVARLIG REDAKTØR

Henrik Christie (Ås)
og Mattias Mellquist (Vestby)



DEKNINGS-OMRÅDE

Ås og Vestby
31 000
innbyggere.

OPPLAG I 2011

Ås Avis: 1 653
Vestby Avis: 1 607
ANTALL ANSATTE
3 + 3
NETTAVIS
aasavis.no
og vestbyavis.no

ANSVARLIG REDAKTØR

Marianne L. Østmoen



DEKNINGSOMRÅDE

Grue, Åsnes og Våler
i Hedmark med
16 500 innbyggere.

OPPLAG I 2011

2 106
Ukeavis
ANTALL ANSATTE
3
NETTAVIS
solungavis.no

2010

MEDIEHUSET TEK

OSLO



MEDIEHUSET TEK ble etablert i 2010 etter at A-pressen og Edda Media besluttet å fusjonere sine respektive digitale virksomheter på nett innen forbrukerelektronikk i et selskap med 50 prosent eierandel hver. Mediehuset Tek er nå 100 prosent eid av A-pressen.

Tek.no ble opprettet som en felles portal for alle forbrukernettsidene i Mediehuset Tek, herunder Akam, Amobil, Gamer, Hardware, Mobilen, Insidetelecom og Teknofil. Mediehuset Tek er i dag den største aktøren i dette markedet og når ukentlig fram til en halv million mennesker med sine tjenester. Foruten de redaksjonelt baserte nettsidene, tilbyr Mediehuset også en rekke andre tjenester, som for eksempel prisguide.no, diskusjon.no. Mediehuset står også bak årlige treff i form av Telecruise og utdelingen av priser.

Tek.no har som ambisjon å være den beste norske startsidene for teknologiinteresserte. Emnene som nettsidene fokuserer på strekker seg over hele spekteret av teknologi- og forbrukerstoff, fra mobiler og digitalkamera til forskning og lovgivning. Tek.no er et uavhengig nettsted med en armlengdes avstand til de kommersielle kreftene i bransjen. Nettsidet tar standpunkt og veileder på uavhengig grunnlag, og driftes samsvar med norsk lovgivning og de prinsipper som er nedfelt i pressens etiske regelverk.

Grunnsyn:

«Selskapets formål er å drive virksomhet som omfatter drift av nettsider, digitale plattformer av enhver art, aviser, blader, og andre media, tjenesteytelser og enhver annen virksomhet i sammenheng med det her nevnte.»

**ANSVARLIG
REDAKTØR**
Per Øivind Skard



DEKNINGSOMRÅDE
Nasjonal dekning

ANTALL ANSATTE
34
NETTAVIS
tek.no



Amedia skal styrke og verne den enkelte redaksjons frihet og integritet, meningsmangfoldet og de publisistiske verdiene uttrykt i Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten. Amedia forsvarer på dette grunnlag den enkelte redaktørs frie og selvstendige rolle og publiseringsansvar. Den enkelte redaktør skal utøve sitt redaktøransvar fritt i forhold til eiere, politiske, ideologiske og økonomiske interesser.

Den nødvendige frihet

Vern om den redaksjonelle frihet er en helt avgjørende verdi for Amedia. Redaktørens uavhengighet er en forutsetning for at konsernet og den enkelte publikasjon skal lykkes både med sitt ideelle og sitt kommersielle oppdrag.

Det enkelte mediums troverdighet hviler på at informasjonsformidlingen skjer fritt for bindinger. Redaktøren er både som person og institusjon garantisten for de publisistiske prinsipper og ambisjoner blir oppfylt. Derfor står redaktørinstituttet sentralt i Amedias publisistiske rammeverk.

I Amedia er det 69 ansvarlige redaktører (høsten 2012). Disse står ansvarlig for alt innhold som publiseres, enten dette skjer i en papiravis, på internett eller via mobile plattformer. Som ansvarlig for alt som kommuniseres ut til lesere og brukere, har redaktøren en helt spesiell – og viktig – rolle som skiller redaktøren fra alle andre ledere i en mediebedrift eller mediekonsern.

I det følgende beskrives redaktørens rolle og ansvar mer i detalj, sammen med de verne- og støttetiltak som Amedia har bygget opp rundt redaktørinstituttet:

REDAKTØRINSTITUTTET

Nils E. Øy i Norsk Redaktørforening har laget følgende leksikale definisjon av redaktørinstituttet: «Prinsippet om redaktørens uavhengige forvaltning av yrings- og informasjonsfriheten gjennom massemedier, med mandat fra eier, med selv pålagte samfunnsoppgaver som fri informasjonsformidling, kritisk granskning av makthavere og mangfold i meningsdannelse – og med juridisk ansvar bare overfor lov og domstol».

Instituttet er bygget opp gjennom 250 år og er nært knyttet til utviklingen av det demokratiske og åpne samfunn. Historiker Martin Eide, som har skrevet redaktørrollens historie («Den redigerende makt»), mener at historien om redaktørrollen på norsk grunn er en historie om «framveksten av journalistikken som samfunnsmakt», «framveksten av en offentlighet i Norge» og historien om «en spenning mellom demokrati og marked».

Redaktørinstituttet består av en lang rekke byggeklosser – fra lovverket, fra bransjens avtaleverk, fra presseetikken, mediepolitikken, rettspraksis og sedvane. Samlet bygger det et meget sterkt vern om den redaksjonelle friheten. Overfor publikum framstår instituttet som et garanti-bevis for det som i grunnloven blir beskrevet som at den enkelte gjennom mediene kan fremme «Frimodige Ytringer om Statsstyrelsen og hvilkensomhelst anden Gjenstand ere Enhver tilladte».

I det følgende viser vi hvordan Amedia søker å beskytte, styrke og utvikle redaktørinstituttet, innenfor de ulike delen av den definisjonen Nils E. Øy har gitt:

1. «Redaktørens uavhengige forvaltning av ytrings- og informasjonsfriheten»

Den første av instituttets kjennetegn er den uavhengige forvaltningen av ytrings- og informasjonsfriheten. Medier som opererer i et demokratisk samfunn er avhengig av sin uavhengighet. Uten uavhengighet er de heller ikke fri. Redaktørens uavhengighet forutsetter derfor at all publisering skjer uten forutgående kontroll av innholdet. Derfor må det sikres at redaktøransvaret utøves på fritt og selvstendig grunnlag, både i forhold til myndigheter og eier. På den måten kan mediene binde sammen ulike offentligheter og ivareta sitt samfunnsoppdrag.

I Amedias utgivererklæring forplikter konsernet seg til å bekjempe «myndighetssensur» og til å avstå fra «eiersensur». Erklæringen sikrer at redaktøransvaret utøves på fritt grunnlag i forhold til enhver som søker å øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet.

Friheten fra myndighetssensur er nedfelt i en rekke lover, som Grunnlovens §100. Selv om ytringsfriheten står sterkt i Norge, er det likevel behov for et kontinuerlig forsvar av den og at noen er på vakt mot innskrenkninger. Det er redaktørens plikt å si ifra og ta til motmæle mot ethvert forsøk på å innskrenke ytringsfriheten og informasjonsfriheten, og det er redaktørens oppgave å søke å bruke disse frihetene på en best mulig måte for «å tjene samfunnet etter beste evne», som det heter i Redaktørplakaten.



Medier som opererer i et demokratisk samfunn er avhengige av sin uavhengighet. Uten uavhengighet er de heller ikke fri.

Med sin utgivererklæring forplikter Amedia seg aktivt til å forsvare disse friheter og innta en aktiv rolle til fremme av medienes samfunnsoppdrag. Den oppgaven ivaretar konsernet på flere måter og nivåer; gjennom å søke å påvirke medienes rammevilkår, juridisk og praktisk, i form av høringsuttalelser, engasjement i medieorganisasjoner og direkte som aktør i markedet. Og ikke minst ved å gi redaktørene i konsernet trygghet rundt sin frie og selvstendige rolle.

Frihet fra eiersensur er det i utgangspunktet bare eierne selv som kan gi i form av erklæringer, gjennom bindende avtaler og praktisk opptreden. Men dette prinsippet er i tillegg nedfelt i det norske lovverket siden 2009 gjennom «Lov om redaksjonell fridom».

Amedia garanterer på alle nivåer i konsernet redaktørens frihet og å avstå fra eiersensur. Gjennom utgivererklæringen går det eksplisitt fram at redaktøransvaret skal utøves «fritt i forhold til eiere, politiske, ideologiske og økonomiske interesser». Amedia forplikter seg videre direkte til å etterleve prinsippene i Redaktørplakaten ved å ta denne inn i utgivererklæringen og dermed plakaten formuleringsom at redaktøren skal ha «en fri og uavhengig ledelse av redaksjonen og full frihet til å forme mediets meninger, selv om de i enkelte spørsmål ikke deles av utgiveren eller styret.» Tilslutning til de samme prinsippene er også en forutsetning for Amedias medlemskap i Mediebedriftenes Landsforening.

I tillegg til dette blir de prinsippene om redaktørens uavhengige forvaltning av ytringsfriheten og informasjonsfriheten konkretisert og beskrevet i spesielle retningslinjer, som for eksempel «Retningslinjer om ansvarsfordeling mellom eier, utgiver, daglig leder og ansvarlig redaktør». Her blir alle ansatte i Amedia pålagt å opptre i samsvar med de prinsipper og på en måte som ikke svekker den uavhengige og selvstendige posisjon redaktøren har og skal ha.

Amedia var én av mange pådriverne for å få innført en egen lov om redaksjonell frihet, der det blant annet fremgår at «Eigaren av medieføretaket eller den som på eigaren sine vegner leier føretaket, kan ikkje instruere eller overprøve redaktøren i redaksjonelle spørsmål».

2. «... med mandat fra eier»

Redaktøransvaret er en funksjon, som i straffeloven omfatter «den som treffer avgjørelse om skriftets innhold». Man blir altså ikke redaktør i kraft av å ha en formell tittel som redaktør, men i kraft av å være den som reelt sett har ansvaret og faktisk treffer beslutningene om «skriftets innhold».

Alle ansvarlige redaktører i Amedia er ansatt i funksjonen og har dermed fått sitt mandat fra eieren til å være redaktør både i formell, faktisk og juridisk betydning. For å unngå uklarheter om hvem som faktisk bestemmer hva som skal publiseres, er det avgjørende at mandatet som redaktøren får er tydelig – og at det er tilsvarende tydelig at verken eier, utgiver eller noen annen har innflytelse på det redaksjonelle innholdet i selskapets publikasjoner.

I Amedia er det derfor utviklet et sett av dokumenter som klargjør redaktørens mandat, dels i form av en henvisning til lover og avtaler som gjelder mediebransjen, og dels i form av konsern- og bedriftsinterne retningslinjer.

Mandatet redaktøren har, ligger innenfor noen rammer som eier/utgiver har trukket opp, slik det uttrykkes i Redaktørplakaten: «En redaktør forutsettes å dele sitt mediums grunnsyn og formålsbestemmelser. Men innenfor denne rammen skal redaktøren ha en fri og uavhengig ledelse av redaksjonen og full frihet til å forme mediets meninger...».

I Amedias publikasjoner kommer redaktørens mandat fra eier og rammene for dette fram på følgende måte:

- ➔ I utgiverselskapets vedtekter og formålsparagraf (se oversikt for hvert enkelt selskap/tittel). I vedtektene framgår både grunnsyn, oppgaver i lokalsamfunnet, henvisning til redaktørens uavhengige stilling og respekten for Redaktørplakat og pressens etiske regelverk.
- ➔ I konsernets utgivererklæring. Denne angir rammer både for redaktørens frihet, respekten for lokale tradisjoner og identitet og oppgaver knyttet til medienes samfunnsoppdrag.
- ➔ I konsernets retningslinjer. Amedia vil ha en transparent ordning med særskilte retningslinjer om hvilke ansvar og myndighet som er tillagt eierskapet/utgiver-

skapet og eiernes/utgivernes rettigheter og plikter, samt tilsvarende rettigheter og plikter for redaktøren. (se vedlegg)

- ➔ I form av innflytelse: Amedia sikrer at redaktørens stemme alltid blir hørt og at redaktøren deltar i alle viktige beslutninger. Det skjer ved at redaktørene har direkte tilgang til sitt styre med tale- og forslagsrett, og at det er etablert sentrale redaktørfora i Amedia-konsernet. Slike fora er både for alle redaktører (Redaktørforum) og for et utvalg redaktør som har løpende dialog med konsernledelsen (Redaktørutvalg).

3. «med selvpålagte samfunnsoppgaver...»

Den redaksjonelle frihet er ikke bare frihet fra myndighets- og eiersensur, men også frihet til å utøve medienes samfunnsoppdrag. I praksis er denne friheten mer en plikt enn en valgfri oppgave. De journalistisk baserte mediene er samfunnsinstitusjoner eller det som Steinar Hansson i sin tid omtalte i flertallsformen «de fjerde samfunnsmakter». Oppgavene knyttet til «fri informasjonsformidling, kritisk granskning av maktthavere og mangfold i meningsdannelse», utgjør kjernen i pressens samfunnsoppdrag (se egen artikkel), selv om samfunnsoppdraget er langt mer vidtrekkende og omfatter også informasjonsformidling knyttet til så vel underholdning, forbrukerstoff og kuriosa som medienes oppgave som markedsplasser.



Den redaksjonelle frihet er ikke bare en frihet fra myndighets- og eiersensur, men også en frihet til å utøve medienes samfunnsoppdrag.

De selvpålagte samfunnsoppgavene er nært knyttet til begrepene ytringsfrihet, informasjonsfrihet, meningsmangfold og reelle ytringsmuligheter.

I pressens etiske regelverk blir pressens samfunnsoppdrag og dermed de «selvpålagte oppgavene» som redaktøren skal ivareta, utførlig beskrevet. Av Vær varsom-plakaten går det fram at dette oppdraget både er av hensyn til samfunnet som helhet, av hensyn til enkeltindivider som gjennom mediene kan få en stemme og av hensyn til pressen selv som henter sin legitimitet fra å utføre disse oppgavene.

I Amedias utgivererklæring har medienes «selvpålagte samfunnsoppgaver» fått en helt sentral og naturlig plassering, da disse oppgavene på sett og vis er det som gjør mediene til hva de er: «Amedia er forpliktet til å forsvare ytringsfriheten, pressefriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn.

Amedia skal fremme demokratiet, samfunnsengasjementet og rettssikkerheten, utvikle mediemangfoldet og forsvare medienes uavhengige rolle.», heter det.

Også i utgiverselskapenes vedtekter framgår disse oppgavene de fleste steder utvetydig:

- ➔ En avis som Fredriksstad Blad har i vedtektene fått sine samfunnsoppgaver beskrevet til å være: «... en politisk uavhengig avis. Avisen skal bygge på og fremme et konservativt grunnsyn, basert på uavhengighet av politiske partier, grupperinger og særinteresser. Avisen og andre redaksjonelle produkter og tjenester som er knyttet til merkenavnet skal gjennom kritisk overvåkning speile lokalsamfunnet, ivareta dets interesser og bidra til å skape lokal identitet og tilhørighet».

- En avis som Avisa Nordland har sitt samfunnsoppdrag beskrevet som å «.. fremme samfunnsengasjement med det mål å styrke grunnverdiene ytringsfrihet, mangfold, toleranse og likeverd mellom mennesker. Avisa Nordland skal påvirke samfunnsdebatten med basis i grunnverdiene, og verne om regionens og fylkets egenart og kultur. Avisa Nordland skal ivareta rollen som en kritisk overvåker av samfunnsutviklingen...».
- En rekke aviser, blant annet Romerikes Blad, har sitt oppdrag beskrevet som: «Avisen skal drive saklig og uavhengig journalistikk, forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd».

REDAKTØRINSTITUTTET – ET KVALITETSSTEMPEL

For Amedia er redaktørinstituttet et kvalitetsmerke som konsernet vil hegne om.

Gjennom redaktørinstituttet bekreftes medienes rolle og grunnleggende oppgave. Mediebrukerne og samfunnet får sikkerhet for at den informasjonen de mottar holder en kvalitet og standard.

Redaktørinstituttet forteller at:

- Redaktøren står ansvarlig, juridisk og etisk, for informasjonen som formidles.
- Redaksjonen har kontrollert og kvalitetssikret informasjonen opp mot begreper som relevans og sannhet.
- Innholdet som formidles er blitt publisert på uavhengig og selvstendig grunnlag.
- Publikasjonene er åpne kanaler for alle som vil ytre seg og delta i debatt og samfunnsliv.
- Det er mulig å kontrollere og etterprøve medienes innhold og oppgaver.

VEDLEGG AMEDIA

TETT PÅ LIVET. HVER DAG.







” Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri tilgang til kildene.

Innstilling fra publisistisk utvalg

Publisistisk utvalg ble nedsatt i januar 2012 med oppgave å fremme forslag til nytt og oppdatert publisistisk rammeverk for det sammenslåtte konsernet (A-pressen og Edda Media).

Utvalget besto av: Jens Olai Jenssen og Stig Finslo (ledere), redaktørene Håkon Borud (Tønsberg Blad), Jan-Eirik Hanssen (Avisa Nordland), Kari Karstensen (Finnmarken) og Siri Zachariassen (Østlandets Blad), samt tillitsvalgte Jan Erik Skau (Edda Media) og Eva Stenbro (A-pressen). Utvalget hadde faglig bistand fra Olav Terje Bergo (Bergensavisen) og Ragnhild Kristine Olsen (Edda Media).

Innstillingen ble overlevert konsernsjef Thor Gjermund Eriksen 3. mai 2012.

Forlaget til rammeverk består av flere elementer og vil bli behandlet og implementert i flere faser, hvorav fase 1 er gjennomført, mens fase to vil bli behandlet løpende fra høsten 2012:

FASE 1:

- Ny utgivererklæring: (vedtatt av konsernstyret 8. mai 2012)
- Ny formålsbestemmelsen: (vedtatt av generalforsamlingen 14. juni 2012)

FASE 2:

- Publisistisk stiftelse: Det søkes etablert en stiftelse for konsernet som verner utgivererklæringens verdier og mål.
- Redaktørutvalg: Det foreslås etablert et sentralt redaktørutvalg for å sikre redaktørinstituttet på sentralt nivå i konsernet.
- Ny retningslinjer: Det foreslås etablert nye retningslinjer i konsernet for a) anset-

PUBLISISTISK UTVALG



STIG FINSLØ
LEDER



JENS OLAI
JENSSEN
LEDER



HÅKON
BORUD



JAN-EIRIK
HANSEN



KARI
KARSTENSEN



SIRI
ZACHARIASSEN



JAN ERIK
SKAU



EVA
STENBRO



OLAV TERJE
BERGE



RAGNHILD
KRISTINE
OLSEN

telser av ansvarlige redaktører, b) for endringer av lokale selskapsvedtekter / formålsbestemmelser og c) for ansvars- og myndighetsfordeling mellom eier, konsern, daglig leder og ansvarlig redaktør.

- Lokale redaksjonelle stiftelser: Dagens stiftelser videreføres og utvides ved dokumenterte behov.

Vedtak fase 1:

Amedias formålsbestemmelse, vedtatt 14. juni 2012: «Amedia har sitt utspring i arbeiderpressen. Selskapets formål er å eie og utvikle medieselskaper og liknende virksomheter.

Selskapet skal respektere det enkelte lokale mediums ståsted og tradisjon, garantere den redaksjonelle frihet og selvstendighet og drive sitt publisistiske virke i henhold til selskapets utgivererklæring.»

Amedias utgivererklæring, vedtatt 8. mai 2012: «Amedia er forpliktet til å forsvare ytringsfriheten, pressefriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn.

Amedia skal fremme demokratiet, samfunnsengasjementet og rettssikkerheten, utvikle mediemangfoldet og forsvare medienes uavhengige rolle.

Amedia respekterer den enkelte publikasjons identitet, grunnsyn, lokale tradisjon og egenart. Amedia vil som utgiver stimulere den enkelte publikasjon til å dyrke sitt publisistiske, lokale og verdimessige ståsted og utvikle troverdige, relevante produkter og tjenester.

Amedia skal styrke og verne den enkelte redaksjons frihet og integritet, meningsmangfoldet og de publisistiske verdiene uttrykt i Redaktørplakaten og Vær Varsom-plakaten.

Amedia forsvarer på dette grunnlag den enkelte redaktørs frie og selvstendige rolle og publiseringsansvar. Den enkelte redaktør skal utøve sitt redaktøransvar fritt i forhold til eiere, politiske, ideologiske og økonomiske interesser.»

Forslag – fase 2:

Publisistisk stiftelse – forslag: Det foreslås at den publisistiske stiftelsen blir etablert gjennom et vedtak i konsernstyret – og blir etablert som et selvstendig organ i konsernet i form av å bli ført inn i selskapets vedtekter. Det må utarbeides vedtekter for stiftelsen. Dette foreslås å skje i samarbeid med jurister, for å sikre samsvar med stiftelseslovgivningen.

Formål og oppgaver:

- Å verne utgivererklæringen.
- Overvåke hvordan Amedia ivaretar medienes samfunnsrolle, det lokale medie- og meningsmangfoldet og den redaksjonelle uavhengighet, slik dette uttrykkes i utgivererklæringen.
- Uttale seg om endringer av lokale formålsbestemmelser for å sikre konsistens i forhold til utgivererklæringen og som kontrollerende instans forut for at endringer vedtas i det enkelte utgiverselskap.
- Overvåke at konsernets prosedyrer for redaktørutnevnelser blir etterlevd. Uttale seg på oppfordring om hvorvidt prosedyrene er fulgt. Ikke vetorett eller formell rolle i utnevnelsene.
- Avgi årlig publisistisk revisjonsrapport om publisistiske forhold. Avgi sin rapport eller sitt publisistiske regnskap til konsernstyret forut for offentliggjøring.
- Forestå årlig konferanse med utdeling av redaksjonelle stipend/priser.
- Være ressursorgan for publisistiske spørsmål.

SAMMENSETNING

- Det foreslås at stiftelsen får fem eller sju medlemmer, valgt og utpekt av henholdsvis konsernstyret, det foreslåtte redaktørutvalget og en eller flere eksterne, uavhengige institusjoner som f. eks. Fritt Ord eller Norsk Presseforbund.
- Det vil være opp til det enkelte organ som utpeker medlemmer i stiftelsen om de vil velge interne eller eksterne medlemmer til stiftelsens styre.
- Inntil en permanent stiftelse er etablert, er det behov for å ha et organ som forvalter de formål stiftelsen skal ivareta i en overgangsfase. Publisistisk utvalg foreslår at utvalget ivaretar denne oppgaven frem til en stiftelse er blitt etablert formelt. Publisistisk utvalg har i dag representasjon fra både konsernledelse og redaktører i både A-pressen og Edda Media – og er som sådan et ressursutvalg på området.



Transparens rundt selskapets publisistiske virke vil kunne gi trygghet i forhold til eventuelle fremtidige endringer.

Publisistisk stiftelse – begrunnelse: Den publisistiske stiftelsen foreslås opprettet som vern for selskapets utgivererklæring. En slik stiftelse vil gi erklæringen nødvendig tyngde – og være et frittstående organ som vil kunne fungere uavhengig av hvordan eierskapet i Amedia-konsernet vil utvikle seg i fremtiden, og uavhengig av hvilken selskapsform konsernet vil ha.

Stiftelsen foreslås opprettet med både intern og ekstern representasjon. På den måten vil man kunne ivareta transparens rundt selskapets publisistiske virke, noe som vil kunne gi trygghet i forhold til eventuelle fremtidige endringer.

Etableringen av en stiftelse vil være et tydelig signal om hvilken vekt konsernet legger på å ha et robust system rundt det publisistiske. Utgivererklæringen og vernetiltaket er i tråd med de verdiene som selskapene så langt har operert etter – og dermed være en manifestasjon av de verdiene som allerede ligger innbakt i konsernets styringsstruktur.

Endring av formålsbestemmelser – forslag:

1. Innenfor rammene av Amedias utgivererklæring kan det enkelte selskaps / enhets ansvarlige redaktør og daglig leder fremme et begrunnet forslag til vedtektsendringer i utgiverselskapets styre.
2. Forslaget behandles av utgiverselskapets styre. Styret kan, ved tilslutning til forslaget om å endre selskapets formålsparagraf, fremsende saken til behandling i ordinær generalforsamling.
3. Før forslaget sendes til generalforsamlingen, skal det sendes til «Publisistisk stiftelse» for uttalelse – om hvorvidt forslaget er i samsvar med de idealene som er nedfelt i Amedias utgivererklæring.
4. Uttalelse fra «Publisistisk stiftelse» skal foreligge innen tre måneder forut for ordinær generalforsamling.
5. Uttalelsen fra «Publisistisk stiftelse» skal være offentlig tilgjengelig.
6. Dersom «Publisistisk stiftelse» har kritiske merknader til endringsforslaget, må saken behandles i to påfølgende ordinære generalforsamlinger før endringen kan gjennomføres.

Endring av formålsbestemmelser – begrunnelse:

Grunnsyn og formålsbestemmelse for det enkelte selskap / utgivelse er nedfelt i utgiverselskaps vedtekter som vedtas av eier.

I Amedias utgivererklæring forplikter konsernet seg til å respektere og verne de ulike grunnsyn og tradisjoner. Det betyr ikke at formålsparagrafer og/eller grunnsyn ikke kan bli endret. Opp gjennom historien er dette skjedd mange steder – og at det vil kunne oppstå behov for slike endringer også i framtida.

Begrunnelsen for endringer kan være:

- Behov for modernisering i takt med samfunnsutviklingen og medieutviklingen.
- Behov for tydeligere publisistisk forankring i selskap som i dag ikke har publisistiske ambisjoner og oppgaver uttrykt i vedtektene.
- Behov for tydeliggjøring av at et selskap kan stå bak flere typer utgivelser som har forskjellige oppgaver og skal ivareta ulike oppgaver – og derfor ikke nødvendigvis vil være omfattet av samme verdiplattform eller grunnsyn (mediehuset kan også utgi selvstendige produkter og tjenester som markeditiltak uten definerte publisistiske mål).

Samtidig som det kan være behov for å endre formålet i vedtektene, vil det være et behov for å bevare og beskytte det grunnleggende verdisynet selskapet har stått og står for. Behovet for å balansere hensynene til fornyelse og bevaring mot hverandre, er avgjørende viktig å ivareta.

Det foreslås derfor at det innføres spesielle prosedyrer for endring av grunnsyn / formålsbestemmelser i konsernets utgiverselskap.

Redaktørutvalg – forslag:

Utvalget foreslår at det blir formalisert et sentralt redaktørutvalg i Amedia:

Formål:

- Redaktørutvalget sikrer at «redaktørens stemme» blir hørt på alle nivåer i konsernet, i alle viktige publisistiske spørsmål.
- Utvalget vil ha en løpende dialog med konsernsjef og øvrig konsernledelse om publisistiske forhold, uavhengig av hvem av partene som tar initiativ for å reise saker.
- Redaktørutvalget vil kunne fungere som en publisistisk referansegruppe for konserndirektør for utgiverspørsmål.
- Redaktørutvalget vil kunne delta i behandling av saker av stor publisistisk prinsipiell betydning i konsernstyret, ved invitasjon.
- Redaktørutvalget vil kunne utpeke medlemmer til Publisistisk stiftelse.

Sammensetning:

- 4 til 6 medlemmer valgt / utpekt av Redaktørforum.

Andre forhold:

- Konsernsjef vil kunne invitere representant fra redaktørutvalget til møter i konsernstyret eller andre sentrale beslutningsfora når saker som berører publisistiske forhold / utgivererklæringen skal behandles.

Redaktørutvalg – begrunnelse:

I det nye konsernet vil det ved starten være 69 ansvarlige redaktører i konsernet.

Ansvarlig redaktør vil få sitt mandat fra utgiver (styret i selskapet) og rapportere direkte til styrets leder innenfor sitt myndighetsområde – og møter i sitt lokale styre med tale- og forslagsrett.

Ansvarlig redaktør er topplerer i det utgiverselskapet vedkommende er ansatt.

Som topplerer deltar ansvarlig redaktør på relevante ledersamlinger i konsernet, enten disse er både for redaksjonelle og administrativt/merkantile ledere eller bare for redaksjonelle toppledere. Det forutsettes at det er egne «redaktørforum» i konsernet der redaktørene møtes for å diskutere redaktørfaglige spørsmål, i den hyppighet som er nødvendig.

Møtestrukturen sikrer at ansvarlige redaktører møter og har tilgang til konsernledelsen på lik linje med andre ledere. Av hensyn til den særlige stillingen redaktørene har og det ansvaret som er knyttet til dette, er det behov for å styrke kontaktflaten mellom konsernledelsen og redaktøren ytterligere, som et sikringstiltak, slik at «redaktørstemmen» vil være tilstedeværende på alle nivåer i beslutningsprosesser som berører viktige publisistiske forhold.

Retningslinjer ansettelse ansvarlig redaktør – forslag:

1. Ansettelse av ansvarlig redaktør skjer i det lokale utgiverselskapets styre.
2. Det lokale styret er ansvarlig for hele ansettelsesprosessen av alle ansvarlige redaktører i utgiverselskapet.
3. Alle stillinger som ansvarlig redaktør skal ved vakanse utlyses offentlig.
4. Utlysningsteksten skal inneholde opplysninger om utgiverselskapets grunnsyn, redaksjonelle program, lokale oppdrag og redaktørens forpliktelser i henhold til dette.
5. Styret skal nedsette et ansettelsesutvalg. Det skal være en representant fra de redaksjonelle medarbeiderne i den berørte avis/mediehus i utvalget, enten vedkommende er medlem av styret eller ikke.
6. Hele ansettelsesutvalget skal ha fullt innsyn i alle søknader og kandidater til stillingen. Hele utvalget er bundet av den taushetsplikt som gjelder for styret.
7. Ansettelsesprosessen skal overfor virksomhetens ansatte og tillitsvalgte skje i henhold til Hovedavtalens bestemmelser (§9.15). Styret og ansettelsesutvalg skal vurdere om meroffentlighet skal praktiseres.
8. Dersom det benyttes eksternt rekrutteringsselskap i ansettelsesprosessen og/eller bistand fra konsernets HR-avdeling, skal disse jobbe innenfor rammene av pkt 3-7.
9. Ved behandling av saken i styret gjelder aksjelovens alminnelige bestemmelser, dvs at alle styrets medlemmer har stemmerett.

”

Av hensyn til den særlige stillingen redaktørene har, er det behov for å styrke kontaktflaten mellom konsernledelsen og redaktørene ytterligere.

Retningslinjer ansettelse ansvarlig redaktør – begrunnelse:

Redaktøren har i dagens medier fått en sterkere posisjon enn tidligere, som forvaltere av den lokale merkevaren og garantister for mediets grunnsyn og lokale forankring.

I den foreslåtte utgivererklæringen framgår det at konsernet har som mål å opprettholde et mangfold av grunnsyn, utvikle mediemangfoldet og fremme samfunnsengasjement. Konsernet forplikter seg til å forsvare det åpne samfunn og til å respektere og stimulere den lokale egenart.

For å nå disse målene er det, etter utvalgets syn, avgjørende viktig at konsernet rekrutterer redaktører som vil kunne ivareta det enkelte mediets tradisjoner og samfunnsrolle, og som bidrar til utvikling, profilering og styrking av merkevaren og til å utvikle relevante produkter og tjenester.



Et mangfoldig medielandskap forutsetter derfor robuste redaktører med ulike holdninger og sterke meninger.

Et mangfoldig medielandskap forutsetter derfor robuste redaktører med ulike holdninger og sterke meninger.

For Amedia er det spesielt viktig å rekruttere flere kvinner til redaksjonelle topplederstillinger. Av hensyn til de målene som er skissert, mener utvalget at det er behov for å etablere prosedyrer for redaktørutnevnelser som avspeiler dette.

ANSVAR OG MYNDIGHETSDELING – FORSLAG

Eier og utgivers rettigheter:

Som eier av en lang rekke utgiverselskap kan Amedia fatte vedtak som berører alle selskapene – og dermed det enkelte utgiverselskap og den enkelte redaktørs publisistiske rammevilkår. Slike vedtak må imidlertid alltid formaliseres i det enkelte utgiverselskaps styre.

Blant de forhold en eier/utgiver kan bestemme er:

Av eier i generalforsamling:

- Fastsette selskapsform / organisasjonsform.
- Utpeke styremedlemmer og dermed utgiveransvarlige.
- Vedta selskapets vedtekter, herunder (endre) grunnsyn og formålsparagraf.
- Godkjenne regnskap og fastsette konsernbidrag / utbytte.

I styret som utgiver:

- Vedta budsjett (også redaksjonelt).
- Vedta årsverksramme (også redaksjonelt).
- Vedta produktportefølje det skal publiseres gjennom.
- Fastsette dekningsområde / målgruppe.
- Fastsette publiseringsomfang, sidetall, frekvens, utgivelsestidspunkt.
- Fastsette strategiske mål og partnerskap.
- Fastsette priser / betalingsbetingelser.
- Delegere myndighet, herunder bestemme leverandører av tjenester (trykk, distribusjon etc).

Eiers og utgivers plikter:

Eier og utgiver har også visse plikter vis a vis ansvarlig redaktør, som utspringer av redaktørinstituttet, sedvane og de publisistiske prinsippene i selskapet.

Blant disse pliktene er:

- Eier og utgiver delegerer ansvar for mediets innhold (redaksjonelt og kommersielt/annonser) til ansvarlig redaktør – og kan ikke tilbakekalle denne delegasjonen på annen måte enn gjennom oppsigelse av arbeidsavtalen.

- Eier og utgiver kan ikke blande seg inn i redaktørens ansvar for innholdet, verken direkte eller indirekte.
- Eier og utgiver må behandle ansvarlig redaktør som en likestilt toppleder med daglig leder og sikre ansvarlig redaktør direkte tilgang til utgiver/styret. Ansvarlig redaktør har møterett og møteplikt i styret, samt tale- og forslagsrett.
- Styrets leder / utgiver skal ha løpende dialog med ansvarlig redaktør om strategi og rammebetingelser samt andre forhold knyttet til redaktørens mandat.
- Eier og utgiver kan ikke delegere sitt utgiveransvar overfor ansvarlig redaktør til daglig leder eller andre.
- Eier og utgiver plikter å sørge for at alle ikke-redaksjonelt ansatte i konsernet, enten de arbeider i et utgiverselskap eller annet selskap, er kjent med de retningslinjer og publisistiske prinsipper som gjelder i forholdet mellom utgiver og ansvarlig redaktør.
- Eier og utgiver plikter å bidra aktivt til å forsvare den redaksjonelle frihet og hindre at utenforstående forsøker å blande seg inn i eller søker å påvirke mediets innhold.

Ansvarlig redaktørs plikter og rettigheter:

Ansvarlig redaktør har som utpekt av utgiver fått ansvar for å forvalte mediets grunnsyn, formålsbestemmelse og redaksjonelle ressurser. Dette betyr at ansvarlig redaktør er ansvarlig for mediets immaterielle verdier og utviklingen av disse.

Ansvarlig redaktør har enerett til å:

- ansatte de redaksjonelle medarbeidere
- velge redaksjonell ledelse og lederform
- instruere medarbeidere
- være arbeidsgiver for redaksjonelle medarbeidere eller bestemme hvem som skal ivareta disse funksjonene (delegasjon)
- svare for mediets innhold overfor tredjeparter (rettslig og etisk)
- forvalte redaksjonens budsjett og fordelingen av de redaksjonelle ressursene innenfor den budsjettramme og den årsverksramme utgiver til enhver tid har fastsatt,
- bestemme arbeidsmetoder
- bestemme publiseringsform og -tidspunkt for innholdet
- prioritere innholdet og presentasjonsform
- bestemme redaksjonelle samarbeidspartnere, innkjøp og stoffutveksling
- fastsette skiftplaner, vaktssystemer etc.

**Spørsmål
om Amedias
publisistiske
rammeavtale
kan rettes til**

Amedia

v/Stig Finslo

Direktør for utgiverspørsmål
og ekstern kommunikasjon

stig.finslo@amedia.no

Telefon +47 97 17 17 23

eller kontakt@amedia.no

www.amedia.no

”

Lov om redaksjonell fridom, § 4

Innanfor ramma av grunnsynet og føre-målet til verksemda skal redaktoren leie den redaksjonelle verksemda og ta avgjerder i redaksjonelle spørsmål.

Eigaren av medieføretaket eller den som på eigaren sine vegner leier føretaket, kan ikkje instruere eller overprøve redaktøren i redaksjonelle spørsmål, og kan heller ikkje krevje å få gjere seg kjend med skrift, tekst eller bilete eller høyre eller sjå programmateriell før det blir gjort allment tilgjengeleg.

MAN UAVH HVER

”

Amedia respekterer den enkelte publikasjons identitet, grunnsyn, lokale tradisjon og egenart. Amedia vil som utgiver stimulere den enkelte publikasjon til å dyrke sitt publisistiske, lokale og verdimessige ståsted og utvikle troverdige, relevante produkter og tjenester.