

# leserkontakt



Har du synspunkter på eller spørsmål om BTs journalistikk? Hver søndag vier vi en side til leserkontakt. Kontakt **redaktør Jan H. Landro**: jan.landro@bt.no eller telefon 55214877.



**KUTT:** I forrige uke informerte sjefredaktør Trine Eilertsen og administrerende direktør Andreas Thorsheim de BT-ansatte om at det skal kuttes 100–150 millioner i mediehuset. ARKIVFOTO: ELIAS DAHLEN

## Kvalitet må koste

Knivene slipes i mediekonsernene. Det gjøres klart for kutt. For dramatiske kutt. Ikke i ledernes bonuser eller eiernes overskudd, men i redaksjonene.



**MARTIN EIDE**  
medieprofessor,  
UiB

**KUTTENE KOMMER** i en tid der avisene tjener gode penger, men begrunnes med at dette ikke nødvendigvis vil fortsette.

Kuttene ledsages av besvergelses om at de er nødvendige for å styrke mediehusene og tilpasse seg den digitale tid. Det må jo være kjekt å høre for den som må gå: Takk for innsatsen! Vi vil stå sterkere uten deg.

Vi kan dertil tenke oss hvordan det vil oppleves om de som effektuerer kuttene får romslige bonuser.

**BERGENS TIDENDE** må kutte 100–150 millioner av et budsjett på 890 millioner de tre neste årene, ifølge Bergens Tidende. Leserne kommer til å merke dette, vedgår sjefredaktøren. Sammen med Schibsteds øvrige redaktører har hun lagt vekt på å være i forkant. I rapporten Redaksjonell posisjonering 2015 – behendig kuttet til RP15 – diskuterer regionavisenes Schibsted-redaktører ulike innsparingsmuligheter. Det handler blant annet om mer fellesstoff av ulikt slag og sågar om sponing.

Kuttene begrunnes med at vi lever i en medierevolusjon, at omstillinger er nødvendige, og at det er bedre å kutte tidlig enn seint. I Schibsted tror vi på mediehusene våre, forsikrer Schibsted Norges-sjef Didrik Munch, og forklarer at alle kuttene dypest sett handler om å styrke mediehusene. Men det er høyst uklart hvordan digitale prosjekter skal styrke journalistikken.

**OMSTILLINGER** til en ny medietid er selvsagt nødvendige. Det er sikkert også påkrevd å ta tøffe tak, å gjøre beinharde prioriteringer. Men det er noe med måten disse grepene presenteres på. Det

hele skjer så til de grader på eiernes premisser, og på en måte der de – i sitt forsøk på å trygge den pekuniære kapitalen – står i fare for å forskusle den symbolske kapitalen de har opparbeidet seg over lang tid. Det bør for så vidt ikke overraske noen. Makten rår.

Men medier fremstiller seg jo ikke bare som kommersielle bedrifter. De ynder også å fremstå som samfunnsinstitusjoner. Journalistikken har et samfunnsoppdrag, som vi vet. Medieeierne tar også med glede slike ord i sin munn. Men dette har tradisjonelt vært redaktørens glansnummer og viktigste arbeidsfelt. En gang iblant kunne redaktøren også tale sine eiere midt imot. En slik redaktør er det vanskelig å få øye på i dag.

**HVOR** er redaktøren som stiller spørsmål ved eiernes avkastningskrav? Hva med å utfordre eierne til å ta noen kutt i sitt utbytte? Hvor er profeten som anfekter profitten? Det ville først og fremst vært en symbolhandling, selvsagt. Men det ville vært en symbolhandling det sto respekt av. Og det kunne være en handling som markerte avisens identitet og antydte hvordan den skulle ivaretas.

Det handler i sterk grad om viktige symboler, dette. Det er for eksempel ikke nødvendigvis så farlig om schibstedsavisene deler på reiselivsstoff, men det irriterer trolig lesere som registrerer at dette har vi lest før. Fellesstoff svekker avisenes identitet. I prekær grad vil dette være tilfelle om meningsstoff og anmeldelser av ulikt slag også skulle deles. Leserne vil merke at noe skjer med deres avis, noe de ikke liker.

**DE VILLE SANNSYNLIGVIS** også interessere seg for

hvordan en avis som BTs sterke sider skal ivaretas i fremtiden. Hva med avisens tradisjon på fotojournalistikkens og den ambisiøse reportasjens område? Hvordan skal disse hederskronte virksomhetene digitaliseres? Og hva vil den lovpriste

### HVOR ER REDAKTØREN SOM STILLER SPØRSMÅL VED EIERNES AVKASTNINGSKRAV?

satsingen på digital kompetanse egentlig innebære? Og er det ikke, som Sven Egil Omdal forklarte for godt en uke siden, slik at vellykkede digitale satsinger har en tendens til å bli skilt ut som egne forretningsområder? Schibsted kan antakelig leve godt av å selge brukte biler. Norge kan ikke klare seg uten journalistikk, fremholdt Norges i særklasse beste mediekomentator.

**GOD JOURNALISTIKK** er et offentlig gode. Kvalitetsjournalistikk kan ikke drives uten omkostninger, ikke i noen betydning av det siste ordet i setningen foran denne. Det koster penger. Og det koster mer. Det koster ubehag. For i en oppegående offentlighet og i en kritisk kultur, er det noe som står på spill. Derfor duger ikke den uformelle omgangsformen og den kosen som søkes fremelsket i så mye av slappe varianter av journalistikk. Det må skarpere lut og tøffere konfrontasjoner til. Journalistikk må koste! Kvalitet må koste. Å kutte seg til kvalitet er en strategi av, nettopp: Dårlig kvalitet.

### SAGT OM BT

«En selvstendig tingrett har truffet en avgjørelse som godt tåler å bli stående.»

Hvilken planet har BT landet på?

**RONNY KOLAAS, BT PREIK**

Gratulerer Frank. Du er den første tilknyttet en nyhetsredaksjon som innrømmer at deler av samfunnsdebatten og politikken som har vært ført forut for 22. juli kan ha vært en medvirkende årsak til at ABB klarte å utføre sine handlinger.

**AS, BT PREIK**

### MEST DEBATTERT PÅ **bt.no**

«Stoltenberg har de siste ukene minnet om en utro mann som trygler sin kone om en ny sjanse», skrev Morten Strøksnes i en kommentar på bt.no/preik. Siden har debatten gått livlig.