

R.E Ryssdal: "L'écrit restera un guide"

Soumis par Revue civique

06-10-2011

Dernière mise à jour : 01-11-2011

R.E Ryssdal, patron d'un des plus grands groupes européens de journaux gratuits-dont "20 Minutes" pour la France-évoque pour la Revue Civique l'avenir du journalisme et les enjeux du débat public pour l'équilibre et le développement des sociétés démocratiques: « le journalisme de qualité ne disparaîtra pas », et sera même plus que jamais nécessaire, «un guide pour des lecteurs un peu perdus dans une société marquée par un énorme accès à l'information».

A la tête d'un grand groupe européen de journaux R.E Ryssdal: "L'écrit restera un guide" Pour le patron d'un des plus grands groupes européens de journaux gratuits - dont « 20 Minutes » pour la France – « le journalisme de qualité ne disparaîtra pas », il sera même plus que jamais nécessaire : «un guide pour des lecteurs un peu perdus dans une société marquée par un énorme accès à l'information». Rolf Erik Ryssdal, dont la société a son siège en Norvège, répond aussi à la Revue Civique sur les enjeux du débat public pour l'équilibre et le développement des sociétés démocratiques. Et celles qui aspirent à le devenir. -La REVUE CIVIQUE : Dans un monde dominé par l'image, le « virtuel », quelle doit être (et quelle peut être) la place de l'écrit (des supports papier traditionnels) dans l'espace des médias, plus largement dans le monde de la culture et de la communication?

-Rolv-Erik RYSSDAL: Nous pouvons aisément observer que le temps que nous passons sur les écrans est à la hausse. La consommation de télévision augmente, ainsi que le temps que nos enfants passent sur leurs ordinateurs et leurs jeux numériques. Les journaux en ligne se remplissent progressivement de clips vidéos, souvent même, sans qu'un journaliste ne prenne la peine de faire une transcription écrite de l'interview. Et quand Ousama Ben Laden a été tué, la nouvelle n'est pas parvenue au Président Obama sur un rapport écrit mais par une prise vidéo transférée en direct à la Maison Blanche.

Donc, que pourrait être le rôle de l'écrit? Si l'on regarde bien en arrière dans le temps, le langage écrit a toujours été un outil par lequel l'histoire d'une civilisation a été transmise aux générations futures. Les Romains de l'Antiquité, par exemple, étaient tout à fait conscients de l'importance de l'écrit, de telle sorte que les généraux tels que Jules César employaient des historiens pour contrôler la manière dont leur exploits militaires ou autres étaient rapportés. L'écriture est aussi vitale pour transporter les idées. Ce type de communication est cruciale parce que si nous ne pouvons pas partager nos idées, ni observations, apprendre serait alors confiné à notre seule expérience de ce que nous pouvons observer. L'échange de connaissances est la base du développement des sociétés humaines telles que nous les connaissons à ce jour.

Je suis tenté d'utiliser ce diction français qui dit: « plus ça change, plus c'est la même chose » ! Les gens auront encore besoin de valeur ajoutée, que seuls les bons journalistes peuvent procurer grâce à leur formation, leur connaissance des sources d'information, leur intelligence, leur compétence et leur culture. Donc, le journalisme de qualité ne disparaîtra pas, il sera même nécessaire comme un guide pour les lecteurs perdus dans une société marquée par un énorme accès à l'information. Dans un paysage où une grande partie de cette information manque de repères éthiques ou professionnels et pourrait s'avérer inexacte par manque de vérification ou de précision du contexte, il y aura toujours une demande incessante pour des marques et des journaux de qualité. Notre vraie mission est de favoriser un grand journalisme et une aptitude au jugement à nos lecteurs.

La plateforme sur laquelle cela sera délivrée peut varier. Il est vrai que l'internet est en train de changer beaucoup le monde du journalisme et de la littérature. Mais le besoin humain fondamental de connaître, comprendre, imaginer, dire et être informé, a existé bien avant la presse imprimée, le téléphone, la radio, la télévision – et même l'Internet. En conséquence, je pense que l'importance de l'écrit est d'une telle magnitude qu'il aura toujours un rôle essentiel pour l'humanité.

Sensibilisation civique et libertés publiques

-Quels sont les apports des journaux «gratuits» dans l'univers des médias écrits? Les titres traditionnels craignent la logique du « low cost », que leur répondez-vous? Y a-t-il risque d'affaiblissement de l'économie des médias écrits ou, au contraire, élargissent-ils leur assise, les gratuits amenant finalement une «culture de l'écrit» à des lecteurs qui en seraient éloignés?

-: Le 15 mars 2002, la première version de « 20 Minutes » est sortie à Paris. Aujourd'hui, presque 10 ans plus tard, les lecteurs ne paient toujours pas pour ce journal, mais notre projet journalistique, jadis modeste, est devenu l'une des plus grandes histoires de succès de la presse écrite en France. Depuis 5 ans et cela continue, « 20 Minutes » est le journal le plus lu en France, de toute la presse, gratuite ou non, confondue. Le personnel éditorial (100 journalistes à « 20 Minutes ») publie les informations pour 2,8 millions de lecteurs quotidiens dans les 32 plus grandes villes de France. Il publie aussi les informations en ligne, avec plus de 5 millions de visiteurs mensuels uniques via 20 Minutes.fr et 20 Minutes Apps Mobiles.

La plupart de nos lecteurs sont en effet uniques pour nous. Nous avons généré de nouveaux lecteurs qui, auparavant, ne lisaient pas les journaux. Ceci est une contribution importante à la valeur du mot écrit et des journaux en France. 73%

de nos lecteurs (plus de 2,1 millions de lecteurs par jour) lisent exclusivement la presse gratuite quotidienne, c'est-à-dire qu'ils ne lisent aucun quotidien payant. Parmi eux, 718 000 lecteurs ne lisent aucun autre journal.

«20 Minutes» travaille dur pour être accepté en tant que source d'information sérieuse et indépendante, à la fois en format imprimé ou en ligne et ces efforts donnent des résultats. En décembre 2010, « 20 Minutes » a reçu le « Grand Prix » de l'Association Française de la Presse Etrangère pour la couverture des informations internationales dans les medias écrits. Rien que l'année passée, les journalistes de «20 Minutes» ont parcouru l'Afrique du Nord, Haïti, l'Afghanistan, l'Iraq et les Etats Unis pour présenter à nos lecteurs des articles exclusifs.

Ces dernières années, les journaux gratuits représentent donc un des phénomènes les plus frappants dans le monde de la communication. La distribution gratuite est essentiellement une méthode de distribution à coût rentable. Nous suivons tous les standards du journalisme de qualité comme ils le sont dans la presse payante, nous n'avons aucun « agenda politique » et avons comme mission d'être indépendant et neutre. Je considère les journaux gratuits comme un « bien public » pour les raisons suivantes:

-Ils encouragent la lecture et donnent à plus de gens accès à l'information, la culture, la participation sociale et les pratiques démocratiques.

-Ils créent une sensibilisation civique et initient une certaine cohésion entre les groupes de lecteurs de ces publications.

-Ils renforcent la liberté de parole et autres libertés publiques dans les sociétés démocratiques.

Les journaux gratuits sont bénéfiques pour l'économie en général, étant donné qu'ils créent des emplois, des revenus et favorise l'esprit de compétition. Ils donnent aussi aux publicitaires des plateformes innovantes et efficaces pour faire connaître leurs produits. De plus, ils génèrent de nouveaux lecteurs, contribuant au développement et à l'avenir de tous les medias de communication.

-En ce qui concerne, le monde de l'Internet : est-il pour vous source d'espérance ou plutôt d'inquiétude ?

-L'internet et la communication digitale ont changé non seulement l'industrie des médias mais aussi le monde. Ils ont mené les lecteurs de journaux de l'imprimé vers les plateformes numériques et sont aussi devenus un instrument important à l'arrière-plan d'évènements dramatiques comme ceux de la place Tahir au Caire.

Si vous aviez demandé aux manifestants, dans les rues d'Egypte, si le monde de l'internet est une source d'espoir ou d'inquiétude, ils vous auraient certainement regardé d'un drôle d'œil. Leur crainte principale était que l'internet soit coupé ! Ceci fut fait par le pouvoir afin d'handicaper la communication utilisée par les manifestants anti-gouvernementaux et leur supporters. L'internet a donc, en dépit de son jeune âge, déjà joué un rôle important dans l'histoire de plusieurs nations and contribuera certainement à donner forme à nos sociétés modernes d'une façon que nous n'aurions pas comprise, il y a 10 ou 15 ans. Dans ce sens, l'internet est assurément une source d'espoir.

Mais comme beaucoup de directeurs de publication, je suis néanmoins inquiet pour le financement du journalisme sérieux et d'investigation. Nos sociétés se développent à une vitesse accélérée, et le besoin d'une presse indépendante et libre est plus important maintenant que jamais. Malheureusement, les ressources auxquelles la plupart des journaux ont accès pour leur journalisme d'investigation sont en déclin. Jusque-là, les médias en ligne n'ont pas réussi à remplacer, ni à compenser le travail important fait par les services éditoriaux des journaux. La question brûlante de savoir comment trouver des modèles de revenus durables pour financer le journalisme de fond doit être résolue et ceci est un défi important non seulement pour notre propre industrie mais aussi pour sa pérennité dans les sociétés démocratiques. D'un point de vue commercial, là où il y a des défis et du changement, il y a des opportunités. Je pense que le Groupe Schibsted Media a abordé ces opportunités d'une manière constructive à la fin des années 90, lorsque notre confiance en ce nouveau créneau a abouti au lancement du journal en ligne le plus important et le plus rentable, en Norvège comme en Suède. Jamais nos journaux n'ont touché autant de personnes qu'aujourd'hui.

De plus, Schibsted créa en 2000, le service de petites annonces en ligne: « Finn.no », basé sur une conviction profonde que ceci était la meilleure voie à suivre pour l'avenir de ce type de service. Les acquisitions ultérieures et le succès de sites tels que « Blocket.se » et « Leboncoin.fr » ont prouvé que nous avons raison. Pour moi, le développement et la portée de nos sociétés de médias et de nos petites annonces en ligne démontrent notre pertinence, notre utilité et notre importance, même si nous continuons d'avancer vers l'ère numérique. En conclusion, je dirais qu'Internet est certainement davantage une source d'espoir plutôt que d'inquiétude. Mais il nous faut vraiment trouver une solution pour financer le journalisme d'investigation, de première importance.

Le respect des Droits de l'Homme

-En général, sur quels types de valeurs ou de sujets, les journaux peuvent ou doivent se positionner aujourd'hui, dans nos espaces démocratiques européens? -Un débat libre et ouvert est la condition essentielle pour le développement continu de la société démocratique. Dans la révolution actuelle des technologies des medias, personne ne semble douter qu'il est important, pour les procédures de décision démocratique dans nos sociétés, que nous gardions des forums importants dédiés à l'expression d'opinions. Traditionnellement, c'était le journal imprimé qui servait de forum d'expression d'opinions dans la société. Un aspect positif du développement de la technologie est qu'elle nous offre un nombre grandissant de plateformes et permet à davantage de lecteurs de participer au débat public.

Je suis un peu hésitant à spécifier des sujets particuliers que nos journaux se devraient d'aborder. La raison en est, bien

sûr, que notre responsabilité première en tant que « publiciste » est d'assurer une réelle indépendance éditoriale. Des médias libres sont bien sûr les contributeurs les plus importants à une démocratie forte et prospère. En Europe, la conséquence primordiale de cette modernité est le fait que les Etats européens reposent, en conformité avec leurs régimes législatifs et Constitutions respectives, sur le respect des Droits de l'Homme. Et au premier plan: la liberté d'expression. Les journaux ne peuvent jamais rester silencieux lorsqu'il s'agit de défendre de telles valeurs et, malheureusement, nous n'avons pas à regarder bien loin pour trouver des pays où ces valeurs sont en danger ou même inexistantes.

L'une des particularités essentielles des démocraties européennes est la reconnaissance que la société existe dans l'intérêt et le respect de l'individu-citoyen. Aucun Etat européen ne peut se jouer de ces citoyens sur des idéologies religieuses ou politiques. Ces valeurs sont fondamentales et universelles, elles vont bien au-delà des caractéristiques culturelles nationales des pays et les cimentent. C'est notre « noyau européen », et quelque chose que les journaux de la zone démocratique européenne se doivent de sauvegarder.

-Le débat public, dans nos démocraties, peut dériver. On constate la « people-lisation » de la vie publique, l'intrusion des médias dans les espaces privés, aussi de vagues « populistes » et extrémistes ? Qu'en pensez-vous? -Le débat public, au sens où les citoyens ont la possibilité de faire entendre leurs voix, n'a jamais été aussi fort. Il y a d'innombrables créneaux par lesquels les gens peuvent s'exprimer et il est probablement suffisant de mentionner Facebook, Twitter ou autres « blogs »... Quant à savoir si l'écoute est perçue ou non, cela dépend principalement de la compétence des auteurs. Le résultat indéniable est un débat public élargi. D'un point de vue démocratique, nous devons considérer comme un avantage qu'une large proportion de la population ait l'opportunité de se faire entendre. En ce qui concerne le « populisme », un des signes visibles de cette tendance est peut-être aussi l'émergence et le développement de produits journalistiques pour lesquels le contenu est devenu de plus en plus limité, segmenté, dirigés de plus en plus vers des groupes spécifiquement ciblés. Une objection critique à cette segmentation est que le marché risque d'être considéré comme prenant le contrôle sur les couches de la société qui se devraient de recevoir la plus grande attention journalistique. D'un autre côté, cette segmentation a aussi augmenté l'aptitude des journalistes à s'adresser à des groupes spécifiques, parfois particulièrement petits. Le journalisme critique touche tous les recoins de notre société. Dans un chaos sans cesse croissant d'informations, pour les lecteurs, cet affûtage du journalisme contribue aussi à un contenu qui est devenu plus pertinent et utile.

« Ne jamais être l'arène des extrémistes »

Ce développement est aussi la source de nouveaux revenus pour les sociétés de médias, qui financent en retour le journalisme plus globalement. Donc, il peut être argumenté que la façon dont certains journaux couvrent les voitures, les célébrités ou la mode, contribue en même temps au financement du journalisme politique onéreux. Ce qui participe au bien public.

Dans nos parutions en ligne, nous sommes témoins tous les jours de l'élargissement du débat public. De plus en plus de gens expriment leurs opinions sur nos forums et commentent nos articles. L'idée fondamentale est de donner aux lecteurs une chance de développer le débat avec l'apport de leur connaissance et la possibilité d'exprimer leurs opinions. Certains commentaires sont problématiques et nécessitent bien sûr d'être modérés – nous ne devons jamais être une arène pour les extrémistes. Ceci s'inscrit dans le cadre de la responsabilité à gérer avec les éditeurs mais, en règle générale, je pense que les réseaux d'expression ont une mission et une valeur importantes. J'aimerais aussi ajouter que d'après moi, le terme « journal à sensation » est principalement et surtout un format. Nos deux journaux de ce type au Groupe Schibsted, VG et Aftenbladet sont des acteurs centraux en Norvège et Suède en ce qui concerne le journalisme d'investigation et en tant qu'arènes de débat. Les gens sont plus affamés d'informations que jamais. Ils ont davantage de sources d'informations et ils participent plus que jamais. Mais les lecteurs veulent ce qu'ils ont toujours voulu: une source à laquelle ils puissent se fier. Ceci a toujours été le rôle des grands journaux dans le passé et cela le sera également pour survivre à l'avenir.

Propos recueillis par Jean-Philippe MOINET

(in La Revue Civique N°6, automne 2011)

La version originale de l'interview donnée par Rolv-Erik Ryssdal, en anglais:

La Revue Civique: -In a world dominated by images and the "virtual", what should be and what may be for you, the place of the written word (on traditional paper supports) on the Media platform and more widely, within the world of Culture and Communication?

Rolv-Erik Ryssdal: It is an easy observation that time spent on moving images is on the rise. Tv-consumption is increasing, so too is the time our kids spend with their computers and games. Online newspapers are gradually filling up with videoclips, often without journalists even taking the trouble of making a written transcript of the interview as well. And when Osama bin Laden was killed, the news did not reach president Obama in a printed report but by video footage

transferred live to the White House.

So, what might be the role for the written word? If one first looks back in time, written language has always been a tool by which the history of a civilization has been passed down to future generations. The ancient Romans, for instance, were well aware of the importance of the written word for this purpose, so much so that generals such as Julius Caesar employed historians in order to control how their military and other exploits were chronicled.

Writing is also vital in order to convey ideas. Such communication is critical because when we cannot share our ideas and observations with one another, then learning is confined only to our own experience of what we can observe.

Exchange of knowledge has been the basis of developing human societies as we know them today.

I am tempted to use the French saying “plus ça change, plus c’est la même chose” (the more things change, the more they are the same). People will still need the added value that only good journalists can provide, thanks to their training, sources, intelligence, ability and culture. So quality journalism will not disappear, it will be needed as a guide and editor for overwhelmed readers in a society marked by an enormous access to information. In a landscape where a lot of this information lacks professional or ethical standards, and may even be flawed by lacking verification or context, there will be continued demand for quality brands and newspapers. Our real business is giving our readers great journalism and judgement.

The platform on where it is delivered may change, however. It is true that the Internet is changing a lot in the world of journalism and literature. But the human need to know, understand, imagine, to tell and be told, existed before the printing press, the telephone, the radio, the television - and even the Internet. Therefore, I think the importance of the written word is of such a magnitude that it will have an essential role for mankind in the foreseeable future.

-What is the added-value of “free” newspapers in the world of written media? Traditional newspapers fear their competition and the “low cost” logic. What do you answer to them? Is there a risk of a weakening of the economy in the written media sector, or, on the contrary, are they widening their position, the free issues, in the end, bringing the culture of the written word to readers whom, for costs’ reasons amongst others, would have shied away?

On the 15th of March 2002, the first issue of 20 Minutes came out in Paris. Today, almost 10 years later, the readers still don’t pay for the newspaper, but our once modest news project has turned into one of the biggest success stories in France’s history of the print press. For the past 5 years and counting, 20 Minutes has been the most read newspaper in France – pay and non-pay alike. 20 Minutes’ editorial staff of 100 journalists publish the news to 2.8 million daily readers in the 32 main French cities. They also publish news online to more than 5 million unique monthly visitors through 20minutes.fr and 20 Minutes mobile apps.

Most of our readers are unique to us. We have created new readers from people who earlier did not read newspapers. This is an important contribution to the importance of the written word and newspapers in France. 73% of our readers (more than 2.1 million daily readers) are exclusive readers of the daily free press, meaning that they do not read any daily paid press. Of these, 718 000 readers do not read any other newspaper. 20 Minutes works hard to be accepted as a serious, independent news provider, both in print and online, and the efforts are paying off. In December last year 20 Minutes was awarded the French Foreign Press Association’s “Grand Prix” for international news coverage for written media. In the last year alone, 20 Minutes’ journalists have traveled to North Africa, Haiti, Afghanistan, Iraq and the US to provide our readers with exclusive articles.

In the last few years, free newspapers thus represent one of the most outstanding phenomena in the world of communication. Free distribution is primarily a cost efficient distribution method. It should not be taken as a quality measure. We fulfill all the standards for quality journalism as practiced by the paid press. Furthermore, we have no political agenda and have as a mission to be independent and neutral.

I view free newspapers as a “public good” based on the following reasons:

- They support reading and give more people access to information, culture, social participation and democratic habits.
- They create civic awareness and foment cohesion among the publications’ reader groups.
- They reinforce the freedom of speech and other public liberties in democratic societies.

Free newspapers are a beneficial agent for the economy in its whole, since they create employment and wealth, and support competition. They also provide the advertisers innovative and efficient ways to have their products known by the population. Not least they create new readers, hence contributing to the development and future of all the communication media. Therefore, free newspapers are a public good.

-In this context, is the world of the Internet a source of hope or more of worry?

The internet and digital communication has changed not only the media business, but the world as well. It has been driving newspaper readers from print to digital platforms, and it has also been an important tool behind events as dramatic as the demonstrations at Tahir Square in Egypt. If you had asked the protesters in the streets of Egypt if the world of internet is a source of hope or worry, they would probably have given you a very strange look. Their main worry was that the internet would be shut down! This, of course, was something the people in power actually did in order to cripple an important communications tool used by antigovernment protesters and their supporters to organize and to spread their message.

So the internet has in spite of its young age already played an important part in the history of several nations, and will undoubtedly contribute to the shaping of our modern societies in ways we could not comprehend only 10-15 years ago. In that respect the internet is indeed a source of hope.

But like many other publishing executives I am worried about the consequences for the funding of serious investigative journalism. Our societies develop at an accelerating pace, and consequently the need for a free and independent press is as important as ever before. Unfortunately, the resources that most newspapers have available for investigative journalism are declining. So far, the online media have not been able to replace or compensate for the important work performed by the newspapers' editorial departments.

The burning issue of finding sustainable revenue models to finance important journalism must be resolved, and this is an important challenge not only for our own industry, but for the democratic societies that we have grown accustomed to in our part of the world.

From a business perspective, where there are challenges and change, there are also opportunities. I think the Schibsted Media Group approached those opportunities in a constructive manner in the late 1990's, where our confidence in this new channel resulted in the establishment of the biggest and most profitable online newspapers in both Norway and Sweden. Never before have our newspapers reached so many persons as today.

In addition, Schibsted created the online classifieds service of Finn.no in year 2000 based on a firm belief that this was the right way into the future for classifieds. The later acquisitions and success of sites such as Blocket.se and Leboncoin.fr have proven us correct in this respect. For me, the development and reach of our media houses and online classifieds proves our relevance, usefulness and importance even as we are continuing into a digital era.

To conclude, I definitely look upon the internet as a source of hope rather than worry, but we must find a way to finance the important journalism.

-In general, on which types of values or subjects, newspapers can or must position themselves today and lead the public debate on, in European democratic area ?

A free and open debate is a prerequisite for the wide support of the continuous development of a democratic society. In the current technological media revolution no one seems to doubt that it is important for the democratic decision-making processes in our societies that we retain central forums for expression of opinion.

Traditionally, it was the printed newspaper that served as society's forum for the expression of opinion. A positive feature of the technological development is that it provides us with a steadily increasing number of new platforms and enables more readers to participate in the public debate.

I am a bit hesitant to pinpoint specific subjects which I would like our newspapers to pursue. The reason for this is, of course, that our primary publicist responsibility is to ensure editorial independence. A free media is one of the most important contributors to a strong and thriving democracy.

Schibsted's editorial media are founded on fundamental values such as religious freedom, tolerance, human rights and democratic principles. Our media reflect a diversity of opinions and therefore contribute with a diversity of approaches to and opinions on key issues in public debate.

The most important effect of modernity is the fact that European states under the rule of law and their respective constitutions are resting safely on human rights. And first among them: freedom of speech and expression. Newspapers can never be quiet when it comes to defending such values, and unfortunately we do not have to look far to find countries where these values are under threat or even non-existent.

One of the essences of European democracies is the acknowledgement that society exists for the sake of the individual. No European state can today use its citizens as tools for religious or political ideologies. These are fundamental and universal basic values that go beyond the individual country's national cultural characteristics and bind them together. That is our European core and something newspapers in the European democratic area must strive to safeguard.

-What do you think about evolutions of the public debate in the European democracies? There is talk of the "tabloidization"/"people-isation" drift of public life, invasion of privacy, also of populist waves? What is your opinion?

Public debate, in the sense of citizens being able to make their voice heard, have never been stronger. There are numerous channels where people can express themselves, and it will probably suffice to mention Facebook, Twitter or blogs as examples just to prove the point. Whether other people will listen or not, depends to a large degree on the authors skills. The result is in any case a broader, public debate. From a democratic perspective, it must be seen as an advantage that such a large proportion of the people has the opportunity to be heard.

When it comes to "populism", one sign of this may be that there has been a developing emergence of journalistic products in which content becomes more and more segmented towards increasingly more specific target groups. A critical

objection to this segmentation is that the market may be seen to be given more control over which parts of society are to get journalistic attention.

On the other hand, this has improved the journalistic ability to serve even small and specific groups. Critical journalism thus reaches into more of the corners of society. In an increasingly more intense information chaos for the readers, this sharpening of journalism also contributes to the content becoming more relevant to and useful for the readers. This development has generated new income for the media houses, which in turn pays for journalism. Thus, it may be argued that the way some papers covers cars, celebrities or fashion at the same time contributes to the financing of costly investigative political journalism.

In our online editions, we witness every day that the public debate is broader than ever before. More and more people express their opinions in our discussion forums and at the tail of our articles. The basic idea is to give the readers a chance to develop the debate further with their knowledge and to have a possibility to voice their opinion. Some comments are problematic and need moderating – we must never be an arena for extremists. This is within the responsibility of the editors to manage, and on the whole I think such channels do have a mission and value despite some obvious shortcomings.

I would also like to add that in my view, the term “tabloid” is first and foremost a format. At Schibsted, our tabloid papers VG and Aftonbladet are central players in Norway and Sweden when it comes to investigative journalism and as arenas for debate.

People are hungrier for information than ever before. They have more sources of information than ever before, and they participate more than ever before. But readers want what they've always wanted: a source they can trust. That has always been the role of great newspapers in the past and will be equally important for surviving in the future.