



Kulturdepartementet  
Postboks 8030 Dep  
0030 Oslo

Deres ref:  
14/409 M3 HHO:elt

Dato:  
26. august 2014

## **NRK-PLAKATEN - HØRINGSUTTALELSE FRA MODERN TIMES GROUP MTG AS**

### **1 INNLEDNING OG OPPSUMMERING**

MTG viser til Kulturdepartementets invitasjon til høring om NRK-plakaten i forbindelse med utarbeidelse av ny stortingsmelding om NRK.

MTG mener:

1. NRK som institusjon er streng tatt en historisk overlevning, opprinnelig begrunnet i å bygge distribusjon for kringkasting for alle i hele landet under andre teknologiske og økonomiske forhold. Nå som disse forholdene er endret og kringkastingsteknologien er åpen for "alle", bør departementet foreta en grundig gjennomgang av NRKs rolle, særlig i lys av den dominerende og privilegerte posisjon NRK har i dagens norske medielandskap.
2. Det er prinsipielt betenkelig at statsmakten står for driften av og sikrer finansiering av et medieselskap som stadig styrker sin dominerende posisjon. Det bør reises grunnleggende spørsmål om hvilket omfang statsmakten i et moderne demokrati bør drive av publisistisk virksomhet, utover å informere om demokratiske fattede vedtak, lover og forordninger.
3. NRK har systematisk bekjempet konkurransen og mangfoldet fra private medier, ved lansering av nye radio- og TV-kanaler, og en aggressiv nettsatsing som ikke nødvendigvis er knyttet til kringkasting. Dermed har selskapet lagt betydelige hindringer i veien for utviklingen av private, uavhengige kringkastere, nettmedier og som konsekvens – også for trykte medier.
4. NRK setter med sin skattefinansiering hele det norske mediemarkedet under utilbørlig press, og fører til svekkelse av det frie mediemangfoldet i Norge. Skal

NRK finansieres av fellesskapet, bør kringkastingsselskapet ha kulturpolitiske funksjoner og formidle informasjon, opplysning og kultur som ikke har bærekraft hos de private mediene. Dette må defineres konkret i den såkalte NRK-plakaten.

Disse punktene vil bli utdypet i det følgende.

## 1. NRK SOM INSTITUSJON – EN HISTORISK OVERLEVNING

Både i Norge, i Norden og en rekke land i Europa – drives det statlig finansiert kringkasting. Det er særlig historiske og teknologiske årsaker til dette. I få land har dog den statlige kringkastingen utviklet en så sterk og dominerende, privilegert posisjon som i Norge. Det er derfor svært gledelig at regjeringen ønsker en gjennomgang av NRKs virksomheter. I en slik gjennomgang er det etter MTGs syn viktig å nullstille seg helt, og starte med spørsmålet om staten i det hele tatt skal ha en rolle å spille som innholdsleverandør av radio og TV-programmer. Dersom konklusjonen er ja bør det skje en kritisk vurdering av hvilke grenser som da bør settes for statens kringkastingsvirksomhet.

Stortinget ga i 1933 staten eneretten til å drive kringkasting i Norge. Staten overtok dermed driften fra de private radioselskapene som hadde holdt på siden 1923. En av de viktigste årsakene til at staten overtok radioen var at tilbudet skulle nå fram til hele befolkningen, slik at alle skulle få ta del i det nye mediets velsignelser. Å bygge radiosendere over det ganske land var en oppgave som kun felleskapet – staten - hadde muskler til. Resultatet av dette ønske om et landsdekkende tilbud var altså at staten tok seg monopol på kringkasting i Norge, og dermed ekskluderte alternativ kringkasting også i regioner som hadde økonomisk bærekraft for dette.

Bakgrunnen for opprettelsen av et statlig radio- og senere TV-monopol, var altså først og fremst at det å bygge distribusjon av den nye tidens medium Og dermed å sikre et kulturtilbud folk flest over hele landet ellers ikke kunne få, krevde et felles løft.

NRK satt som kjent på dette monopolet, og dermed på all riksdekkende analog frekvenskapasitet helt fram til årene 1992 og 93. I 1981 skjedde en viss liberalisering for radio, da regjeringen Willoch overlot visse lokale FM-frekvenser med begrenset kapasitet til såkalte nærradioer med hensynet til ytringsfriheten som begrunnelse. Likevel er det faktisk fortsatt slik at NRK disponerer rundt 70% av den totale analoge radio-frekvenskapasiteten.

Først i 1992-93 ble NRKs monopol på riksdekkende kringkasting for alvor brutt gjennom lanseringen av TV2 og P4, selv om staten fortsatt beholdt en betydelig grad av kontroll med innholdet gjennom innholdskonsesjoner med omfattende og detaljerte programkrav. Begge disse nye aktørene inntok raskt sterke posisjoner som nasjonale allmennkringkastere som de har beholdt helt til i dag.

Foranledningen til at kringkastingssonopolet ble fjernet var fremveksten pan-skandinaviske TV3, TVNorge og økt tilgang på andre utenlandske kanaler via satellitt

og kabel. Denne utviklingen gjorde at myndighetene så et behov for åpning for og regulering av nasjonale private aktører i alle skandinaviske land. Det var altså ny teknologi for distribusjon av radio- og TV-signaler via satellitt og kabel som gjorde det mulig for private kringkastere å bryte statsmonopolet.

I dag med digitalisert fjernsyn, og snart digitalisert radio, med bredbånd og strømming, settes grensen for mangfold i teorien bare av markedets bærekraft, og det er slik sett fristende å hevde at det som var NRKs opprinnelige formål – å sikre hele befolkningen tilgang til et bredt kulturtilbud – er oppfylt. Spørsmålet må da stilles: Når private aktører kan levere fullverdige kringkastings-tjenester, hva berettiger at staten gjør det? Hva er egentlig begrunnelsen for at staten driver Norges største innenlandske medieselskap?

## **2. BØR STATEN DRIVE MED KRINGKASTING?**

Dersom NRK ikke fantes i dag ville Stortinget neppe besluttet å etablere et statlig kringkastingselskap med et samlet budsjett på over fem milliarder kroner- finansiert med en ekstraskatt i form av lisens på nesten 3000 kroner pr husstand i året. På samme måte ville staten neppe startet en Bokklubb med tvungent medlemskap for å styrke det litterære mangfoldet, eller startet en riksdekkende papiravis med tvungent abonnement for å stoppe avisdøden, osv.

Dersom en slik debatt kom opp ville man ventelig vist til at det allerede finnes gode private allmennkringkastere, kringkastere som tilbyr sine tjenester til publikum gratis eller til en rimelig penge, og slått seg til ro med dette. Vår tids teknologi gir effektiv og relativt rimelig distribusjon av lyd og bilde til alle.

Dersom det var behov for å styrke kultur og språk eller sikre dekning av «smale» stoffområder, ville staten trolig snarere gått inn med målrettede midler til produksjon av slike gjennom eksisterende medier, slik det er vanlig ellers i kultur- og mediepolitikken.

Det er i det hele tatt liten klangbunn i våre demokratiske verdier for at det politiske fellesskapet som vi kaller staten skal drive med publisistisk virksomhet. Det er jo snarere den fjerde Statsmakt – den samlede frie Pressen – som skal vokte de offentlige myndigheter og deres maktutøvelse. I et slikt perspektiv bør man heller spørre om det ikke er et mål for statsmakten å holde seg unna når statlig tilstedeværelse ikke er absolutt nødvendig.

## **3. NRK KONKURRERER OFFENSIVT MOT PRIVATE AKTØRER, OG HINDRER DERMED MANGFOLD**

Helt fra 1992 og 1993, da NRKs nasjonale monopol ble brutt gjennom etablering av TV2 og P4, har statskringkasteren møtt de private aktørene med sterkt forsvar for egen virksomhet, og etter hvert med en knallhard offensiv konkurranse. Holdningen syntes å



være at NRK må beskytte sine seer- og lytterandeler mot de nye private aktørene, blant annet ved å ekspandere eksisterende virksomheter og utvide mot nye.

NRK utvidet relativt kort tid etter opphevingen av monopolet antallet TV og radiokanaler, og gjorde det vesentlig vanskeligere for de private kanalene allerede i starten, godt beskyttet av staten og en årvisst stigende lisensavgift. Videre utvidelser har siden skjedd med jevne mellomrom, spesielt på radio, i tråd med en uttalt målsetning om å legitimere fortsatt lisensfinansiering gjennom høye seer- og lytterandeler.

NRK har i løpet av de siste 20 årene stadig sterkere kopiert kommersiell kringkasting, både i form og innhold. Man trenger ikke være medieviter for å se og høre hvordan NRKs radio- og tv-kanaler i økende grad bruker reklamekanalenes formspråk for å konkurrere nettopp mot reklamekanalene. For å gi et enkelt eksempel fra nyere tid: Når TV2 etablerer «Idol» og «The Voice» som stor seersuksesser, lanserer NRK straks «Stjernekamp» for å sikre seg «sin» andel av seere som etterspør slike programmer.

NRK TV blir stadig mer likt TV2, TV3 og TVNorge, og NRK P1 blir stadig mer likt P4. Selv NRK P2 høres i stadig flere og bredere flater ut som en ren kommersiell underholdningskanal. NRK formaterer musikken på radio - til forveksling likt de kommersielle radiokanalene – og svekker dermed det økonomiske grunnlaget for disse, som ikke har budsjetter til å konkurrere på en rekke andre stoffområder. Det fører til en stadig større ensretting av det samlede musikktilbudet på radio, og det angriper selve hjertet hos de private radiokringkastere.

MTG finner det naturlig å illustrere det MTG ser på som skadelige effekter av NRKs «kommersielle» opptreden med enkelte eksempler:

- På radio opprettes NRK Sport, NRK Alltid Nyheter, MP3, Alltid Jazz, Alltid Klassisk m.fl. både på FM og digitalt. Det seneste tilskuddet er NRK P13, som angivelig skal være et NRK P3+, en etablering som de kommersielle radiokanalene reagerte sterkt mot. I alle disse tilfellene fremstår det som at NRK aggressivt tar markedsposisjoner for å hindre fremveksten av kommersielle alternativer.
- På TV er NRK 3 på kveldstid posisjonert som en tilnærmet ren underholdningskanal rettet særlig mot yngre målgrupper, i all hovedsak basert på utenlandsk innhold innkjøpt i direkte konkurranse med kommersielle kringkastere. Generelt legger NRK på alle sine TV-kanaler sendetider for populære programmer «head-on» mot dyre private satsinger for å svekke oppslutningen (og dermed inntektene) hos konkurrentene.
- NRK bruker betydelige ressurser på kjøp av nasjonale og internasjonale sports-, film- og serierettigheter og er med på å presse prisene opp for sine konkurrenter.
- Nye digitale plattformer har gitt NRK appetitt på utvikling av nye tjenester, ofte med begrenset tilknytning til redaksjonelt innhold. Betydelige lisensmidler er brukt til utvikling av nettsider og apper som Yr.no og Dit.no. NRK trakk seg

som kjent fra samarbeidet om Dit.no, kanskje av taktiske, politiske grunner, men begge satsingene er likevel gode eksempler på at NRK trækker rett inn i forretningsområder hvor det finnes gode, private tjenester eller grobunn for slike tjenester.

- Oppsiktsvekkende er det at NRK er blitt betydelig nettavis-produzent både nasjonalt og regionalt. Her produseres et omfattende redaksjonelt innhold som ikke er relatert til NRKs kringkastingssendinger. NRK tar betydelig trafikk fra private aktører og svekker det økonomiske driftsgrunnlaget, kanskje særlig for lokale medier.
- NRK konkurrerer direkte om en del av markedet for TV-reklame gjennom sitt salg av sponsorplakater. NRK har også formelt adgang til å selge annonser på sine nettsider, selv om man av taktiske politiske grunner i øyeblikket avstår fra dette.
- Kommersielle sideprodukter har blitt et satsingsområde for NRK. NRKButikken.no selger alt fra bøker, plater, klær, Quizdan-App, og særlig produkter rettet mot barn. NRK har også gått inn i event-markedet med egne og andre TV-stjerner og artister, et marked som må sies å være fjernt fra allmennkringkasteroppdraget.
- NRK trenerer også tilgang til sine egne, altså fellesskapets, arkiver og innhold (både lineært og ikke-lineært) slik at det i dag ikke er mulig for lisensbetalerne å få se dette hos den TV-leverandøren de allerede har, hverken via tv-boksen eller gjennom nye og fremtidsrettede strømmetjenester. Dette er stikk motsatt av hva SVT og DR gjør i våre naboland, og bryter tvert med prinsippene i dagens NRK-plakat.

Dagens NRK er en trussel for mangfoldet rett og slett fordi NRK bruker sin dominerende posisjon til å begrense handlerommet for kommersielle aktører, slik punktene over viser enkelte eksempler på. Det blir mindre dyrkbar mark for de private aktørene, og dermed mindre rom for nyplanting og flere medieblomster. I utgangspunktet er teigene små nok som de er.

Dette får som effekt at kvalitetsjournalistikken i private medier svekkes, drama og andre krevende sjangere lider. Eksperimentering med nye ideer og egenproduserte formater blir borte.

De private kringkasterne er redde for å feile med sine satsinger, fordi de rett og slett ikke har råd til det. Og ikke minst: De private kanalene er i stor grad tvunget til å løpe etter kommersielle målgruppene under 50 år – for det er bare her annonsørene vil bruke sine penger. Og når reklamefrie NRK også gjør det, har vi fått den paradoksale situasjonen at også NRK i stor grad likevel styres av - nettopp - annonsørene.

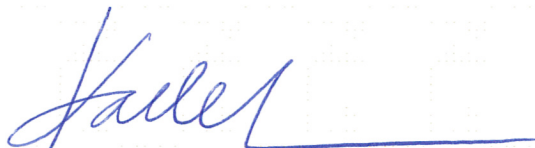
#### 4. NRK I FREMTIDEN – MANDAT OG «PLAKAT».

Selv om MTG er svært kritisk til NRKs posisjon og rolle, har MTG samtidig stor respekt for den profesjonelle og moderne mediebedriften NRK har utviklet seg til. Men endel av den frie skaperkraften og kompetansen har også gått tapt i NRK, ved at selskapet i stadig større grad måler seg mot de private kringkasterne og løper etter de samme målgruppene. MTG mener absolutt at NRK har oppgaver å fylle i et mangfoldig medielandskap - men i samspill med de private kringkasterne – der man fyller ulike rolle i medietilbudet.

På denne bakgrunn har MTG følgende innspill til hovedprinsipper i en ny NRK-plakat:

- MTG mener prinsipielt sett at NRKs hovedoppgave er å produsere allmennkringkasterinnhold, med fokus på å levere innen områder der de kommersielle kanaler ikke kan, på grunn av manglende økonomisk bærekraft i et lite marked som det norske. NRK bør altså ha som sitt viktigste oppdrag å bære fram det stoffet som ikke nødvendigvis skaper kritisk masse og dermed økonomisk bærekraft hos de private kringkasterne.
- NRKs oppdrag bør være presist og kvantifiserbart ut fra Stortingets mål om å styrke norsk språk og kulturelt mangfold og ha særlig ansvar for radio- og TV-tilbud til ikke-kommersielle målgrupper. NRK bør dermed ikke måles ut fra kriterier om seer- og lytteroppslutning, men ut fra leveranse sett ut fra kvantitative og kvalitative mål.
- NRK skal ikke ha som mål å utvikle nye innholdstjenester utover kringkastingsvirksomheten innenfor de rammer som Stortinget gir.
- NRK bør sikres finansiering tilpasset de oppgaver som Stortinget definerer. Selskapet bør kunne driftes for betydelig mindre enn dagens kostnadsnivå, og mye taler for at finansiering bør skje over Kulturdepartementets budsjett. Selskapet skal ikke finansieres gjennom kommersielle inntekter.

Med vennlig hilsen  
Modern Times Group MTG AS



Kalle Lisberg  
Administrerende direktør

