



Verdens Gang AS, Akersgt. 55, Postboks 1185 Sentrum, 0107 Oslo. Tlf. 22 00 00 00. Telefaks 22 42 67 80. Foretaksregisteret NO 950 588 063 MVA

Kulturdepartementet  
Postboks 8030 Dep

0030 Oslo

[postmottak@kud.dep.no](mailto:postmottak@kud.dep.no)

22. mai 2018

## **Høringsuttalelse fra Verdens Gang – Medietilsynets rapport: «NRKs bidrag til mediemangfoldet»**

Vi viser til tilsendt høringsbrev og takker for at VG er invitert som høringsinstans.

VGs utgangspunkt er at vi stiller oss bak høringsuttalelsen til Schibsted ASA, både konklusjonene og karakteristikken av Medietilsynets rapport. Schibsted eier en rekke store og små aviser. Det er åpenbare forskjeller mellom dem. Aftenposten, Bergens Tidende og VG har til dels ulike forretningsmodeller, posisjoner og nedslagsfelt. De viktigste fellesnevnerne er at alle har vært gjennom omfattende kuttrunder, alle forventer at inntektene vil falle signifikant de neste årene, og alle opplever økt konkurranse fra *nettavisen* NRK.

De regionale mediehusene har på kort sikt enda større utfordringer enn VG. Men siden VG enn så lenge er det største nyhetsnettstedet i Norge, og dermed den største «konkurrenten» til lisensfinansierte NRK, er det naturlig at VG også kommenterer Medietilsynets rapport. Eller sagt på en annen måte – bidrar til å gi et noe mer nyansert bilde av NRKs påvirkning på det norske markedet enn hva tilsynet gjør.

### **Den bastante konklusjon**

Medietilsynet fikk 31. oktober 2017 i oppdrag fra Kulturdepartementet å utarbeide en rapport om NRK og mediemangfold. Rapporten skulle blant annet vurdere hvordan NRK bidrar til mangfoldet, om NRK gjennom samarbeid styrker mangfoldet, og om NRKs digitale satsinger påvirker kommersielle aktører.

Rapporten er interessant lesning og gir innsikt i et mediemarked i stor endring. VG har ikke til hensikt å kommentere så mye av tallmaterialet og beskrivelsene av allmennkringkasterens rolle. Vi vil konsentrere oss om den konkurransevidende effekten av NRKs satsing på tekstbasert nettavis. På dette feltet mener vi rapporten har vesentlige svakheter.

Det minst overraskende er at rapporten slår fast at NRK bidrar positivt til mangfoldet ved å oppfylle sitt allmennkringkastingsoppdrag. Det er knapt mulig å være uenig i den påstanden.

Her slår tilsynet inn vidåpne dører. De fleste medieselskaper, inkludert VG, er tilhenger av et sterkt NRK som fyller mange av de blindsonene kommersielle aktører etterlater seg.

Mer overraskende, for ikke å si oppsiktsvekkende, er det at Medietilsynet bastant konkluderer med at NRKs mangesidige aktiviteter medfører vesentlige konkurransebegrensninger for andre. De finner ingen sammenheng mellom bruk av NRKs digitale tilbud og betalingsvilje for nyheter.

Konklusjonen har ført til sterke reaksjoner fra en rekke redaktører i alt fra lokalaviser til VG og Dagbladet. Det bør ikke overraske noen. Årsaken er at den i beste fall er unyansert. VG mener den er feil. Vi kan ikke forstå at Medietilsynet - i en tid der viktige og tradisjonsrike aviser vakler - våger å slå fast at et styrket NRK ikke på noen måte påvirker kommersielle mediers konkurranseevne.

VG, Dagbladet, Dagens Næringsliv, Harstad Tidende, Nordlys og mange andre medier står nå i den perfekte storm. Fra den ene kanten kommer de amerikanske gigantene Facebook, Google, Amazon og Apple. Fra den andre kommer en lisensfinansiert kjempe som beveger seg lenger og lenger inn på banehalvdelen hvor nettavisene tradisjonelt har skaffet sitt forretningsgrunnlag. NRK utgjør ikke den største trusselen. Det er kombinasjonen som truer de kommersielle medienes eksistens.

For dem som er opptatt av et mangfold av selvstendige medier, ikke bare et NRK som brer om seg, fremstår rapportens bastante hovedkonklusjoner som uforståelige. Etter vårt syn er det flere svakheter ved materialet som legges til grunn:

- Rapporten bygger på analyser av utvalgte markeder. I et så viktig spørsmål burde tilsynet gjort flere og grundigere vurderinger. De regionale markedene er ulike. Konkurransetilstandene i Sogn og Fjordane og Agder-fylkene kan være helt ulike. Erfaringer og data fra mediehusene indikerer andre sammenhenger enn dem som legges til grunn. Vi opplever en begrenset interesse, i alle fall forståelse, for de kommersielle mediehusenes perspektiver.
- Innholdsanalysene er mangelfulle og delvis uriktige. De gir etter vårt syn ikke et korrekt bilde av stoffutvalget verken i VG eller NRK. De siste årene har NRK endret publiseringsstrategi og organisert seg likere kommersielle aktører som VG. Dette har påvirket nettavisen NRKs profil. Dreiningen er verken fanget opp eller drøftet i rapporten. Innholdsanalysen er dessuten tolket av to forskere. Det er deres oppfatninger som legges til grunn. VG - og andre aktører - leser de samme tallene og kommer til andre konklusjoner enn forskerne. Dette viser igjen at det er uklokt å komme til bastante konklusjoner om konkurransesituasjonen.
- Rapporten bygger delvis på historiske data og delvis på nyere kartlegginger. I beste fall er rapporten et bilde av situasjonen her og nå. Medietilsynet konkluderer med at de kommersielle aktørene fortsatt er i en krevende fase. VG vil mene at "krevende" er et for mildt adjektiv for å beskrive den situasjonen mange medier befinner seg. Den er

dramatisk. Da er det mildt sagt underlig at Medietilsynet ikke gjør et skikkelig forsøk på å vurdere hvilke utslag NRKs digitale satsing kan få for mangfoldet de kommende årene. Er det noe vi har lært av digitaliseringen så langt, er det at den går fortere og får større konsekvenser enn antatt. Det må betegnes som ytterst krevende å forutsi hvordan ulike medier vil virke inn på hverandre i et tre-fem års perspektiv. For få år siden var Snapchat et ukjent fenomen i Norge. I dag er sannsynligvis VGs utgave på denne plattformen den mest brukte nyhetskilden blant nordmenn under 25 år. Medietilsynet foreslår at NRKs posisjon skal vurderes hvert fjerde år. Det vitner om begrenset erkjennelse av tempoet i den digitale medierevolusjonen. Om fire år eksisterer sannsynligvis ikke Dagbladets papiravis slik vi kjenner den. Om VG kommer ut på papir er et åpent spørsmål. Like uklart er det hvor mange journalister som jobber i de kommersielle mediehusene. Det eneste sikre er at det er færre enn i dag. Den eller de som skal vurdere NRKs posisjon må forstå at norske medier ikke er i krise, de er på vei inn i den.

## **Vi har bare sett begynnelsen på krisen**

Når noen fra VG ytrer seg om NRK, blir de ofte møtt med et billig retorisk poeng: «Men hvor mange hundre millioner var VGs overskudd på i fjor, da?»

Jo, VG hadde med 320 millioner et svært godt resultat i 2017. Og VG har hatt god økonomi i årene før. Vi er nok ikke typiske for bransjen. Mange har enda større utfordringer. Men i likhet med andre medier er det fortsatt papirutgaven som genererer overskuddet i VG. Den digitale satsingen er ikke økonomisk bærekraftig. Og i likhet med de fleste andre medier har VG kuttet kostnader og redusert staben.

De kommende årene vil bli svært krevende for allerede pressede mediehus. Det gjelder også for VG. Overskuddet krymper i 2018. Prognosene tyder på at det samme vil skje i 2019. Det er mange faktorer som gjør at skyene er mørke. Den viktigste er trolig globaliseringen av medieøkonomien, men NRKs retningsvalg og rammebetingelser er også en betydelig faktor. NRK er styrket i forhold til de kommersielle aktørene. Mens andre har kuttet, har NRK beviselig vokst. Allmennkringkasteren har økonomiske muskler til å ta opp konkurransen med avisene på de fleste områder. NRKs rammer kan derfor definere hvilke muligheter kommersielle aktører kan finne de neste årene. Og hvis VG og andre aviser ikke finner nye inntektskilder ganske umiddelbart, vil situasjonen gå fra vondt til riktig ille.

For når de første papirutgavene legges ned, vil ikke kostnadene forsvinne. De vil bli fordelt ut på de gjenværende avisene. Norske medier samarbeider i stor grad om trykk og distribusjon. Vi har effektivisert og tatt ut synergier. Om én forlater selskapet, må regningene fortsatt betales. Grunnkostnadene er omtrent de samme enten det trykkes tre eller fem aviser. Budet må kjøre runden sin om Dagbladet er i bilen eller ikke. Derfor kan det raskt bli økonomisk uforsvarlig å gi ut brede allmennaviser på papir i Norge. Den siste avisen som legges ned kan med andre ord ha et høyt opplag. Det er da mediekrisen for alvor oppstår, når papiravisene går dukken, for de færreste medier er i nærheten av å ha høye nok digitale inntekter til å finansiere redaksjonene.

Denne fremskrivingen har sunket inn hos de fleste redaktører. De skuer forover og forsøker å se en fremtid der samfunnsoppdraget kan løses med digitale inntekter. Medietilsynet derimot,

synes ikke å ha løftet blikket så langt når de har laget sitt verdensbilde med NRK i midten. For når de ikke ser noen problemer med at en lisensfinansiert kjempe bruker store ressurser på å styrke sin posisjon som nettavis, men sier at også dette bidrar til mangfold, er det ikke overraskende at mediefolk over hele Norge reagerte da tilsynets rapport ble lagt frem.

Det er vanskelig å forstå at tilsynet uten forbehold kan konkludere med at det ikke påvirker konkurransesituasjonen at NRK pøser ut gratis innhold på sin nettavis, samtidig som de andre mediehusene kjemper for å få betalt – ofte for det samme innhold som leserne kan finne gratis på NRK. Tilsynet mener det ikke er empirisk belegg for å påstå at en gratis og tekstbasert nettavis fra NRK gjør det vanskeligere for VG, Aftenposten og Fædrelandsvennen å rekruttere digitale abonnenter. Vi stiller spørsmål både ved analysen i rapporten og konklusjonen. Ren logikk tilsier at et gratis alternativ vil påvirke viljen til å betale 199 kroner måneden for en lignende tjeneste.

Vår påstand er at NRK de siste årene har satset mer og mer på den tekstbaserte utgaven. Tidligere var konkurranseflatene mellom avisene og NRK avklart. De satset på lyd og levende bilder. Vi drev med tekst og stills. Vi levde i en sameksistens. Nå møtes vi på samme bane, og NRKs strategi er tilsynelatende å vinne konkurransen ved å legge seg tettere opp til de kommersielle aktørene i form og innhold. Vår påstand er at NRK kan forsterke effektene av mediekrisen. NRK vil og skal spille en helt sentral rolle i medielandskapet. Når andre medier svekkes, vil NRK åpenbart bli enda viktigere for nordmenn. Men NRKs dominerende posisjon kan bidra til at andre medier svekkes ytterligere. Disse perspektivene er ikke fraværende i deler av Medietilsynets rapport, men i hovedkonklusjonene er de utelatt.

## **Mange aktører gir bredde og mangfold**

Med mindre man kun har sin bransjekunnskap fra NRK, kjenner man de harde realiteter som ligger til grunn for at mediemangfoldet tross alt eksisterer i 2018. Pressestøtte og momsfratak har vært kjærkomne og nødvendige virkemidler fra statens side. Likevel har så godt som samtlige mediehus måttet gjennomføre kraftige nedbemanninger for å få båten til å bære. De fleste i flere omganger.

Så også i VG. Vi har måttet gjennomføre en total omlegging av vår forretningsmodell i lys av at løssalgsavisen er i fritt fall:

1. Vi må hente inntektene fra det digitale annonsemarkedet hvor verdien pr. leser er 1/10-del av hva den var i papirøkonomien.
2. Sammen med resten av bransjen forsøker vi å overbevise brukerne til å betale for digitalt innhold. Vi må oppdra markedet til å forstå at det koster å lage god kvalitetsjournalistikk. Derfor blir stadig mer digitalt innhold lagt bak betalingsportaler.

Her ikke VG utypisk, men typisk for hva som har foregått i mediehusene de siste årene. Og at de ansatte i både VG og øvrige mediehus har merket omstillingene i hverdagen, sier seg selv. Ikke bare ved at jobber har blitt borte, men i store endringer i arbeidsmetodikk og krav til kompetanse for de som har blitt igjen.

Når vi vil bli trodd på at framtidsutsiktene er ytterst sårbare også for VG, skyldes det ikke bare konkurransen fra NRK og andre på det digitale markedet. Fortsatt kommer 50 prosent av vår omsetning fra det daglige salg av løssalgsavisen. Men opplaget faller som en stein til bakken. Det samme gjør omsetningen. Mange har forsøkt å spå når papiravisene er borte. Vi begir oss ikke inn i den sporten. Men når vi planlegger vår økonomi for fremtiden, må vi ta som utgangspunkt at vi skal klare oss uten papirinntekter etter 2020. Da er det fortsatt to år til Medietilsynet igjen vil vurdere NRKs markedsposisjon.

Mange av de tradisjonelle abonnementsavisene opplever samme utvikling, selv om det synes som at fallet i papiroplag går noe saktere for dem. Faren er at flere ikke vil make å leve av det lille som er igjen av digitale annonseinntekter og begrensede abonnementsinntekter fra digitale abonnement. Svekkede redaksjoner må redefinere sine roller. Det blir færre ressurser til å utføre de demokratiske funksjonene i samfunnet. Et sterkt NRK vil eksistere. Det vil dukke opp nye aktører som har et annet forhold til presseetikk enn de etablerte mediene. Men perspektivene blir færre. Og det blir mindre journalistikk slik vi kjenner den.

I VG er vi opptatt av bredden i norsk journalistikk. Det er en av de fremste kvalitetene ved det norske samfunnet at vi har et unikt og bredt mediemangfold, at vi har mange medier – med ulikt ståsted og ulike utgangspunkt – som er som pilarer for et velfungerende demokrati. For hver avis som må legge inn årene, svekkes bredden og mangfoldet blir mindre. Vi mener det er helt opplagt at NRKs gjøren og laden, den største av alle, påvirker markedet for oss andre.

Denne diskusjonen handler ikke om et være eller ikke være for NRK. Den handler om hvordan et fortsatt sterkt NRK best kan drives uten å svekke andre aktørers muligheter til å finansiere journalistikk. Skal man tro Medietilsynet er det ingen annen vei enn den NRKs strateger har lagt. Vi mener den konklusjonen bør diskuteres grundig.

## **Hurra for et sterkt NRK**

Og la det også være sagt: VG er en ivrig tilhenger av NRK. Vårt syn er at et sterkt NRK er helt nødvendig for å bevare et rikt mangfold blant mediene. NRK er utvilsomt landets viktigste mediehus. De har et særskilt ansvar for å ivareta oppgaver de kommersielle mediehusene ikke finner anledning til å prioritere.

NRK binder Norge sammen. NRK er en institusjon som underviser, opplyser og underholder. En institusjon som leverer troverdige nyheter, som støtter norske produksjonsmiljøer, og som er helt vesentlig for å opprettholde et rikt kulturliv i Norge.

Spørsmålet er om det er nødvendig at NRK må ligne så mye på sine konkurrenter. Her er skjermdumper av tre nettaviser:

**Setter inn sivilforsvaret og militærpersonell**

Regn i nesten hele landet

NVE har hevet farenivået til rødt

Warren's norske forligning

- Vi diskuterte om boka kunne være farlig for ham

Krøkeren førte til strømbrydd på hele øya

- Jeg er som en fyllik i et bryggeri

Raketen du kan lage til 17. mai

**Disse bildene er tatt med en dags mellomrom**

Fire enkle grep som trener hjernen

Premier League-sesongen oppsummert: «Disse har skuffet og imponert mest»

Frank politisk skal ha foreville å få tak i ham ett år. Na er nordmannen anklaget for terrorfinansiering og trassert passet.

Legelsen i Oslo skolen har en mangelfull forståelse av retten til frie ytringer

**Nordmann vil ikke ha konsulerbistand**

Norsk moms og avgift større enn svensk pris

SE NA: Her er det kritisk på E6

NA: Farenivået heves til rødt

Fryster startap for forsikringselskapene

Spaningsleder angrer ikke

Nesten 2000 har bestilt denne

Blir en krig

De fineste kjolene til 17. mai

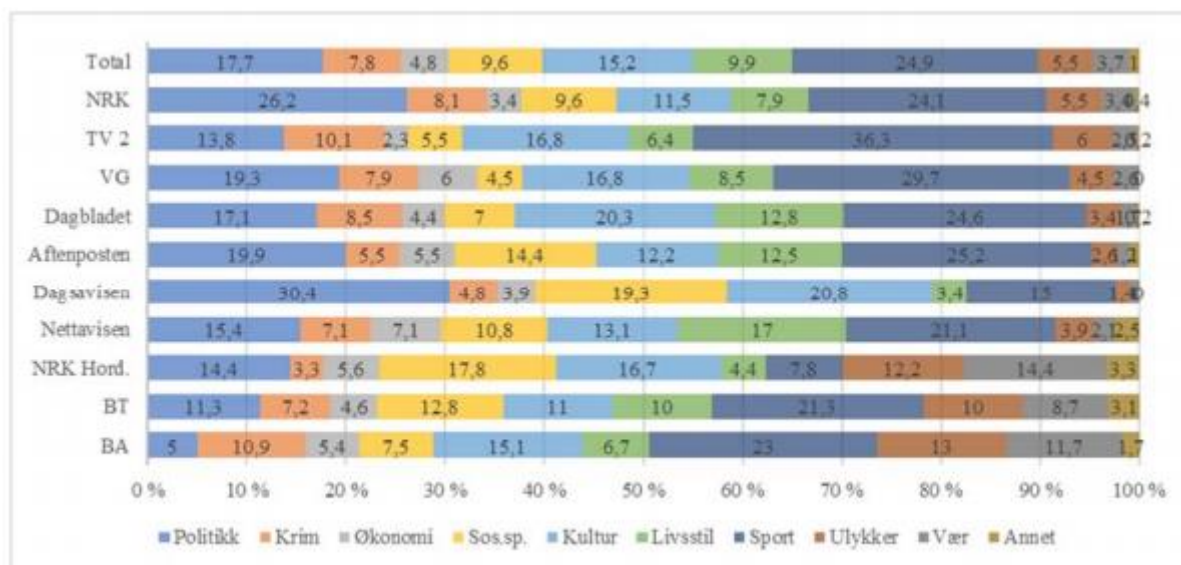
Stor MC-guide

Uten logo er det ikke opplagt å se hva som er NRK og hva som er VG og Aftenposten. Og det er det som er det mest oppsiktsvekkende med Medietilsynets ensrettede konklusjon. Ja, NRK bidrar positivt til mediemangfoldet. Men, der de fleste andre medieaktørene – også de som er kilder i tilsynets rapport – reiser flere problemstillinger til hvordan NRKs satsinger påvirker markedet, der har Medietilsynet ingen tvil overhodet.

NRK viser til innholdsanalyser. Vi mener disse analysene er mangelfulle og at tolkningene er uriktige. Det er lett å finne eksempler. I rapporten slås det fast at livedekning i hovedsak brukes til sportssaker (side 117). VG har et døgnbemannet livestudio på nyhetsdesken. Det har vi hatt i flere år. Plattformen ble bygget i forkant av 22.juli-rettssaken. Påstanden i rapporten stemmer ikke.

Videre hevdes det (side 112) at “saker fra sosialsektoren er relativt fraværende i populærmedienes dekning på nett”. Vi vet ikke hva forskerne legger i betegnelsen “populærmediene”, men registrerer et tilsynelatende skjevt bilde av journalistikken både i VG og Dagbladet. Sistnevnte har med god grunn vunnet flere priser for undersøkende journalistikk enn noen andre redaksjoner de siste årene. Om forskerne hadde tatt seg bryet med å følge Dagbladet, ville de sett en rekke viktige saker innenfor felt NRK fremstilles dominerende. VG har de siste årene brukt store ressurser på dyptpløyende granskninger av barnevern, psykiatri og andre forhold i “sosialsektoren”. Igjen er opplevelsen at det skapes et fortegnert bilde av journalistikken i “populærmediene”. Dette var noen eksempler. Andre redaksjoner har andre.

Forskerne har gjennomført flere analyser. Tallmaterialet betviler vi ikke. Tolkningene mener vi departementet må ta for det de er; enkelte forskeres forståelse av det journalistiske tilbudet. På figur 6.9 på side 114 mener forskerne å ha dokumentert at NRK skiller seg vesentlig fra konkurrentene.



Det er grunn til å hevde at figuren viser det motsatte. Analysen indikerer at NRK er likere konkurrentene enn hva man skulle tro. Vår oppfatning er i alle fall at så er tilfellet. NRK er blitt likere andre medier.

Mange har ment mye om profilen til NRKs nettavis. Her er et sitat:

“Nyhetstilbudet på nrk.no sett under ett preges altså av den jevne, kontinuerlige produksjonen i distriktene — i motsetning til forsiden, som følger en nasjonal agenda og en nettavislogikk konsentrert om hendelsesnyheter. NRK forsøker å fylle to roller med sin tekstbaserte nyhetsformidling: På den ene side lokalt forankret, med innholdsprofil som reflekterer institusjonens regionale struktur. På den annen side må NRK gjennom redigeringen av forsiden regnes som en aktør på linje med de største riksdekkende nettavisene.”

En aktør på linje med de største riksdekkende nettavisene. Det er samme beskrivelse både VG og Dagbladet kunne gitt av NRKs nettsatsing. Sitatet er imidlertid ikke vårt, men hentet fra artikkelen “Mediestøtte til nettnyheter: Hva gjør NRK på nett – og hva bør en allmennkringkaster gjøre?” publisert i Vox Publica den 17. november 2010. Artikkelen er skrevet av professor Hallvard Moe ved Universitet i Bergen, en av forskerne som har vært en sentral bidragsyter til Medietilsynets rapport. Vi betviler ikke Moes kompetanse, men vil peke på det opplagte poeng at NRK er blitt en nettavis på lik linje VG og Dagbladet. Nyanser i innhold og profil endrer ikke dette faktum.

VG er sterk tilhenger av en statlig, lisensfinansiert allmenkringkaster. Og VG har intet ønske om at politikerne eller den del den konkurrerende mediebransjen, skal detaljstyre NRKs virksomhet. Det er en utfordring NRK bør klare å løse selv. Men NRK bør ikke med sine lisensmilliarder bruke alle muligheter NRK-plakaten gir dem til å lansere gratistilbud over hele landet – i konkurranse med kommersielle, regionale og nasjonale medieaktører. Da bidrar NRK til å true mediemangfoldet i stedet for å berike det.

## NRK øker mest

Det ble lagt merke til at mange redaktører og mediehusdirektører jublet da opplagstallene for 2017 ble lagt frem. For det er en liten kime til håp i at et økende antall nordmenn viser vilje til å betale for innhold på digitale plattformer. Men det tar tid å venne folk til at de skal betale for det som inntil nylig var gratis. Og jo likere NRKs nettavis blir de andre, jo vanskeligere blir det. Det er ren logikk. Jo mer av det samme stoffet NRK legger ut gratis, som de kommersielle mediene forsøker å ta betalt for – jo større fare er det for at flere av de som feiret med kake vil måtte nedbemanne rundt neste sving. Kanskje stenge.

For når mer av journalistikken legges bak betalingsmurer, går lesertallene tilbake. Leserne som ikke vil betale for Nordlys, Finnmark Dagblad eller Bergens Tidende, de kan gå til NRK.no og får de samme nyhetene og mye av den samme underholdningen gratis.

Medietilsynet ser ikke en slik sammenheng. Vi mener konklusjonen er diskutabel. Mindre diskutabelt er det at kringkasterens posisjon er styrket. For mens NRK har hatt en økning i sine online lesertall på 18 prosent fra 2015 til 2017, er det tilsvarende tallet for VG en økning på bare 2,8 prosent. For våre søsteraviser i Schibsted, Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen er misforholdet til NRK enda større. De har i gjennomsnitt gått tilbake med over 3 prosent. Dette ifølge tall fra TNS Gallups forbruker og media-undersøkelse. Andre datakilder kan vise andre tall, men tendensen er den samme. NRK øker rekkevidden. Kommersielle mediehus stagnerer. Det vil også få konsekvenser for annonseinntektene. De kommersielle mediene må nemlig lykkes på to fronter. Vi må både øke antallet betalende lesere. Samtidig må vi opprettholde det digitale varelageret. Det er nødvendig for å beholde annonseinntektene.

Schibsteds strategi er å bygge et alternativ til Google og Facebook. Det krever massiv rekkevidde i Norge. Om VGs posisjon svekkes, vil det være krevende for de andre mediehusene å ikke knytte seg nærmere til de globale plattformer. På sikt kan det svekke vår autonomi.

## **Mangfoldet er svekket**

Medietilsynets rapport viser at antallet journalister er redusert også i NRK fra 2012 til 2016. (-5,8 %). Men reduksjonen hos NRK er betydelig mye mindre enn hva de fleste andre mediehus har måttet gjennomføre. I 2016 jobbet det i følge rapporten fortsatt 1 796 journalister i NRK.

Det sier seg nesten selv at den ubalanse vi ser i ressursituasjonen mellom NRK og de kommersielle aktørene gjør at NRK blir sterkere og sterkere, mens resten av bransjen strever mer og mer.

Vi mener det allerede representerer et betydelig demokratisk problem at så mange mediehus har måttet redusere antallet journalister så dramatisk. Det går ut over bredden i tema vi dekker. Så også i VG. Vi har dårlig samvittighet hver eneste dag for alt som befinner seg vår journalistiske blindsoner – og som vi hadde bedre oppsyn med og kritisk blikk på før – da journalistene var flere. De store bykommunene, oljenæringen, deler av kulturfeltet for å nevne

noe. Det er ikke bra at det ikke i tilstrekkelig grad utøves kritisk journalistikk på maktapparat, næringer og institusjoner. Mediemangfoldet er svekket.

Hvis NRKs satsninger på alle de samme innholdstolpene som de kommersielle mediene forsøker å finne livsnæring fra, skulle få fortsatt «godkjent»-stempel fra flere miljøer enn fra kontorene til Medietilsynet, vil krisen rykke nærmere for flere. Det bidrar ikke til økt mediemangfold.

Vårt ønske er at departementet vurderer de langsiktige konsekvensene av et styrket NRK. Medietilsynets rapport er ingen fasit. Den gir ett perspektiv på utviklingen. Vi mener det er farlig å låse seg til denne som objektiv sannhet. Vårt ønske er ikke et dramatisk svekket NRK. Men av hensyn til mediemangfoldet mener vi det er nødvendig med en åpen og grundig debatt om kringkasterens rolle.

Med hilsen



Gard Steiro  
Ansvarlig redaktør/administrerende direktør