



Bergen 21. august 2014

NRK-PLAKATEN

Høringsuttalelse fra Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB

Kulturdepartementet har sendt den såkalte NRK-plakaten på høring. Bakgrunnen er at departementet arbeider med en stortingsmelding om NRK som blant annet skal behandle ”NRKs finansiering, mandat, samt grenseflatene mot kommersielle aktører”. Også NRKs bruk av eksterne produsenter vil bli behandlet i meldingen. Meldingen skal legges fram i løpet av 2015. Man ber om kommentarer til NRK-plakatens form og innhold

Det framgår både av den siterte framstillingen av bakgrunnen for høringsrunden og av høringsnotatet ellers, at det særlig er forholdet mellom NRK og de kommersielle aktørene i mediemarkedet som er av sentral interesse. Teknologiske endringer – digitaliseringsprosesser, særlig den radikalt økte betydningen av internett – har endret vilkårene for mediebransjene og betydelige deler av kulturlivet. Spørsmålet er hvordan allmennkringkastingen skal fungere under disse nye betingelsene.

Vårt hovedsynspunkt er at allmennkringkastingens betydning for demokratiske prosesser og samfunnslivet generelt er større snarere enn mindre i den digitale tidsalderen. Internett har ført med seg mange viktige nye muligheter for offentligheten, som betydelig raskere og enklere produksjon og distribusjon av medieinnhold, vesentlig lettere adgang til interaktivitet mellom medienes produsenter og deres brukere, etableringen av såkalte ”sosiale medier” som fora for diskusjon og informasjonsspredning mellom samfunnets menige medlemmer og lignende. Samtidig er den kulturelle globaliseringen klart forsterket. Digital teknologi har åpnet for et radikalt økt antall radio- og TV-kanaler, og samfunnets markert økte sosiokulturelle mangfold har med internett fått nye teknologiske muligheter for å etablere semi-separate kommunikasjonssammenhenger, offentligheter. I denne situasjonen er det, som blant annet den amerikanske juristen og filosofen Cass Sunstein har påpekt, av vesentlig betydning for demokratiet at *general interest intermediaries* – kvalitetssterke, allment tilgjengelige fellesmedier – opprettholdes og styrkes, slik at informasjonsfriheten for alle borgere blir reell og et kulturelt fellesrepertoar som grunnlag for samfunnsfellesskap og offentlig samtale kontinuerlig vedlikeholdes og oppdateres.

Allmennkringkastere som NRK har åpenbart en særlig rolle å spille som en slik felles medieinstitusjon. De har historisk en helt sentral posisjon i de enkelte lands medieøkologi og har med andre ord lenge nettopp vært etablert som *general interest intermediaries*. Men de er i tillegg også *ikke-kommersielle* medieinstitusjoner. Dette er en kvalitet ved dem som internett bare har gjort enda viktigere. Allerede for ti år siden, i 2004, ble det internasjonalt kalkulert at ”90 percent of all web pages are for financial gain” (Schuler 2004:69), og den

prosentandelen er ikke blitt mindre. Internett byr på helt spesielle muligheter for etablering av nasjonalt og internasjonalt fullstendig dominerende kommersielle operatører, i den grad at det har vært snakk om nettets naturlige tilbøyelighet til monopoldannelser. Internasjonale oversikter over hvilke nettsider som har suverent størst trafikk er lister over noen av de største og finansielt sterkeste selskapene i dagens verden globalt sett, og i Norge er Schibsteds nettsted finn.no et godt eksempel på hvordan nettet åpner for helt eller delvis monopol på visse tjenester. Kommersielle operatører må med nødvendighet fungere ut fra kommersielle imperativer og eiernes interesse av optimal fortjeneste. Dette behøver ikke stå i motstrid til det å levere samfunnsgagnlige og kvalitetssterke tjenester. Men det vil over tid innebære en rekke prioriteringer der andre interesser enn allmennhetens vil veie tyngst. Å sikre et ikke-kommersielt, uavhengig, sentralt plassert og ressurs-sterkt NRK i et ellers sterkt kommersielt dominert medietilbud, er med andre ord avgjørende viktig for allmennhetens interesser og for et demokratisk samfunnsliv. Det er faktisk noe av det mest sentrale som følger av det såkalte ”infrastrukturansvaret” staten pålegges i sjette og siste del av Grunnlovens paragraf 100: ”Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale.”

Internett er en felles kanal for både kringkastingens tradisjonelle en-til-mange-kommunikasjon, de sosiale mediens mange-til-mange-kommunikasjon og ulike former for en-til-en-kommunikasjon. I denne situasjonen blir det stadig mindre meningsfullt å knytte NRKs oppgaver utelukkende til én eller to såkalte plattformer, det vil si tekniske innretninger. En tidsmessig løsning av institusjonens samfunnsoppgaver forutsetter dermed at NRK-plakaten gjøres plattformnøytral. Det bør gjøres tydelig i alle NRK-plakatens ledd. De egne bestemmelsene i dagens plakat som gjelder ”Internett, mobil-tv mv” bør inkorporeres i de øvrige generelle punktene.

En grenseoppgang mellom NRKs oppgaver i den digitale medieøkologien og de som best løses av kommersielle aktører må ta utgangspunkt i allmennkringkastingens klassiske oppgaver, slik de først ble formulert av BBCs første Director General, Sir John Reith: «Inform, educate and entertain». Det er kombinasjonen av disse tre funksjonene som gjør allmennkringkastingen til den sentrale fellesarenaen den har vært og bør forbli, i tråd med ovenstående betraktninger. At program eller annet innhold er populært, i den forstand at det brukes av mange, er ikke noe argument mot at NRK skal tilby det. I valget av hvilke typer tjenester NRK skal tilby eller avstå fra å tilby, må det tas hensyn til hva som har vært tradisjonelle områder for institusjonen og hva slags tjenester dens sentrale plassering, kvalitetskriterier og allmenne tilgjengelighet gjør det samfunnsmessig formålstjenlig at den tilbyr. Slik blir det mulig for eksempel å skille mellom nasjonalt og sikkerhetsmessig viktige værmeldingstjenester og rangering av restauranter eller lignende.

Med vennlig hilsen

Leif Ove Larsen
Professor / Instituttleder
(sign)