

Bergen, 25. august 2014

Kulturdepartementet,
Postboks 8030 Dep,

0030 Oslo

Høring – NRK – plakaten

Familie & Medier viser til Kulturdepartementets brev av 08.06.2014 om ulike sider ved NRK-plakaten.

Vår organisasjon er en interesseorganisasjon som representerer 30 kristne trossamfunn og har rundt 14 000 personlige medlemmer. Familie & Medier gir kunnskap om hvordan mediene kan brukes positivt til å utruste enkeltpersoner og familier i mediehverdagen.

Historisk sett har vår organisasjon vært en stek forsvarer av lisensfinansiert allmennkringkasting. NRK gjør en solid jobb på mange områder, både for brede og smale grupper. Vi har som ønske at NRK rendyrker sin profil som en reklamefri og uavhengig medieinstitusjon i Norge.

NRK-plakatens form

Familie & Medier har vært med på flere høringer om innholdet i plakaten. Vi mener den reflekterer de forventninger eier og publikum har til NRK på en god måte. Det er en trygghet i at plakaten ikke er tidsbestemt, men mer solid forankret i en gjennomgående og varig beskrivelse av allmennkringkastingens særpreg.

NRK-plakatens innhold

A) Prioritering av nyheter

I § 13 og 14 beskrives NRKs forhold til demokratiet og til allmenn tilgjengelighet. I flere av paragrafene nevnes nyheter i mer konkret form. Krav til nyhetsformidling kommer frem i flere av de andre paragrafene. Vi vil reise spørsmålet om ikke forventningene til NRK som en ledende nyhetsaktør bør tydeliggjøres. Vi opplever at

nyhetsflater legges ned eller forkortes (distriktsnyheter på tv før Dagsrevyen). Dette skjer samtidig som nye radiokanaler lanseres og andre programmer skjermes. I tillegg har det vært tydelig svikt i nyhetsprioriteringer ved flere anledninger, noe som har ført til at den kommersielle Nyhetskanalen på TV 2 har vært hovedkilde for publikum. Plakaten bør gjøre det klart at staten (eier) og publikum forventer at NRK gir nyheter første prioritet. Prioritering av nyhetsjournalistikk er særlig viktig i en tid der antallet journalister i andre medier er sterkt redusert og antallet informasjonsrådgivere og PR-folk er i sterk vekst.

B) Reell reklamefrihet

NRK er i dag ikke en ikke-kommersiell aktør i mediemarkedet. I konkurranse med andre nasjonale og regionale selskaper finansierer NRK sine nettsider med blant annet reklameinntekter. Dette gir et uryddig landskap og setter en reklamefri institusjon i et en situasjon der troverdighet og uavhengighet er i spill. NRK har tidligere mistet rett til reklamefinansiering av tekst-tv, og nå bør tiden være kommet til å fjerne den siste kommersielle resten. Inntekten fra de kommersielle aktivitetene er liten, derfor bør full reklamefrihet være et naturlig krav i denne revisjonen av plakaten. NRK bør også styre unna indirekte reklame i barne-serier som utsetter barn og unge for et kjøpepress foreldre har problemer med å håndtere. Dette gjelder særlig lisensiering, en ullen form for skjult reklame.

C) Innovasjon og nye plattformer

Vi mener det ikke vil være riktig å legge begrensninger på NRKs mulighet til å være ledende i teknologisk innovasjon og bruk av nye plattformer. Forutsetningen er at dette skjer innenfor en ikke-kommersiell ramme og ikke bidrar til å videreutbygge et kommersielt fotavtrykk fra institusjonen. Det viktigste er at samfunnsoppdraget blir virkeliggjort i den viktigste medieinstitusjonen i landet.

Med vennlig hilsen

Jarle Haugland
daglig leder i Familie & medier