

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep

0030 Oslo

postmottak@kud.dep.no

Oslo 26. august 2014

Høringsuttalelse fra Verdens Gang AS om NRK-plakaten

Vi viser til Kulturdepartementets høringsnotat om NRK-plakaten og regjeringens varslede stortingsmelding om NRK. Verdens Gang AS takker for anledningen vi er gitt til å avgi uttalelse.

VG er et mediehus som befinner seg i en krevende omstilling, hvor krav og forventninger fra så vel lesere som annonsører endrer seg i stadig raskere tempo. Og i samme takt som teknologiutviklingen åpner stadig nye muligheter for formidling av redaksjonelt innhold, endrer det også konkurransebildet for norske medier.

For VG, NRK og de øvrige aktørene i det norske mediemarkedet har ikke lenger bare hverandre som konkurrenter. Hverken språk eller landegrensener er lenger avgrensende for konkurranseflatene. Akkurat nå – høsten 2014 – finner vi våre kanskje største konkurrenter på USAs vestkyst – hvor Facebook og Google har sine hovedkvarter. Om et år eller to kan det være nye internasjonale aktører som har tatt dominerende posisjoner i det norske markedet.

For VGs del har dette stor betydning for all vår strategiske tenkning og utvikling. Vi må kontinuerlig utvikle våre digitale flater, jobbe med levende bilder (VGTV) og vi må forholde oss til lesere, seere, brukere og kunder på en helt annen måte enn før. Vi beveger oss fra en tidsalder med anonymitet (vi forholdt oss til en anonym gruppe lesere/lyttere/seere/) til identitet (nå vil leserne delta med profil, være innlogget eller være på Snapchat med NRK P3)

Likere og likere

Det samme bakgrunnsteppe må nødvendigvis også innvirke på hvilken rolle NRK skal ta. Og det må nødvendigvis bety at dersom man velger å fortsatt ha en NRK-plakat, så må den - i motsetning til hva som har vært behovet til nå - bli gjenstand for kontinuerlig evaluering og oppdatering.

VG og NRK kommer fra vidt forskjellige utgangspunkt, VG var papiravis – NRK var radiokanal. Gjennom år har vi blitt to av landets største mediehus fordi vi har bygd våre styrker i separate deler av mediemarkedet.

VG og NRK er fortsatt forskjellige, men det er ingen tvil om at vi over tid har blitt likere og likere. Og det er heller ingen tvil om at vi vil se en forsterket utvikling i den retning.

Men noe er svært forskjellig:

- * Hele det norske folk er tvunget til å abonnere på NRK
- * VG må skaffe alle sine inntekter selv

Og det er når regjeringen i sin varslede stortingsmelding skal drøfte nettopp NRKs finansiering, mandat og grenseflater mot kommersielle aktører, det skal bli særlig interessant å følge med.

VG er sterk tilhenger av at vi har en statlig, lisensfinansiert allmenkringkaster. Vi mener også at det er avgjørende for NRK at institusjonen har en forutsigbar finansiering – og ikke minst redaksjonell frihet.

VG har ikke noe ønske om at landets politikere – eller for den del den konkurrerende mediebransjen, skal detaljstyre NRKs virksomhet. Det er en utfordring NRK bør adressere selv. Men NRK kan ikke med sine lisensmilliarder i lomma bruke alle de muligheter NRK-plakaten gir dem, helt uten noen reelt begrensende rammevilkår, 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.

Kjerne: Levende bilder

NRK selv må bli tydeligere på hva de skal være – og ikke minst hva de ikke skal være. VGs oppfatning er at kjernen i NRKs virksomhet skal være kvalitetsformidling av lyd og levende bilder.

Gjennom denne fortellerformen har de formidlet nyheter, sport, kultur og underholdning. Slik har de også formidlet kostbar og ressurskrevende drama, og slik har de bidratt til å styrke norsk språk og kultur. At det dukker opp nye plattformer gir bare flere og bedre muligheter for distribusjon. Derfor er det også denne programvirksomheten, slik vi kjenner den fra radio- og TV-apparatene, som bør være NRKs hovedfokus på alle plattformer som nå kommer.

For selvsagt skal NRK være til stede på alle plattformer. Der publikum er, må også NRK være. Spørsmålet er ikke hvor de skal være, men hva de skal levere på den enkelte plattform.

Det er hvis NRK ikke selv setter fornuftige rammer for sine aktiviteter at de risikerer å utløse en reguleringstrang hos politikerne, med den mulige konsekvens at NRK setter sin frihet og integritet på spill.

I perioden fra 2007 til 2012 økte NRKs inntekter med 31 %, mens VGs ble redusert med 2 %. De siste årene har vi i Norge fått 10 % flere journalister i NRK, og 9 % færre i avisene. Over tid har det altså funnet sted en dramatisk konkurransevridning i favør NRK. Og spørsmålet som må stilles: Er disse økte ressursene brukt til å skape innhold som det kommersielle mediemarkedet ikke dekker, eller har det blitt brukt på programkonsepter i direkte konkurranse med de kommersielle aktørene?

Det kan neppe være tvil om at et NRK som benytter seg av absolutt alle de muligheter en solid lisensfinansiering gir dem, vil skape betydelige utfordringer for de private mediehusene

som i dag forsøker å bygge nye og robuste finansieringsmodeller. NRK må begynne å gjøre noe de knapt har gjort – nemlig å velge bort noe.

Trenger vi NRK-plakat?

Vi mener departementet må stille spørsmål ved om det i det hele tatt er behov for en egen NRK-plakat i tillegg til NRKs vedtekter. Hvis man likevel vurderer at det er behov for et dokument ut over NRKs vedtekter, mener vi at det heller burde si noe om Kringkastingssjefens publisistiske rolle. Det danske systemet med en Medieavtale – og i tillegg en «public service-kontrakt» mellom kulturministeren og Danmarks Radio, kunne være en annen modell.

Uansett hva man velger, må dokumentet revideres hyppig.. Tempoet i medieutviklingen krever det. Og detaljeringen behøver på ingen måte å være på dagens nivå – for å si det forsiktig.

Som et eksempel på hvor galt det kan bli med dagens detaljeringsnivå, kan vi se nærmere på dagens § 15c: «NRK skal kunne formilde samme type tilbud som også tilbys av kommersielle aktører, men bør etterstrebe å tilføye sitt tilbud et element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet»

Dette er en setning som ikke er til å forstå. Hva betyr økt samfunnsverdi? Er det større samfunnsverdi i NRKs sendinger fra sjakk-VM enn det er i VGs?

Og med utbyggingen av DAB-nettet – hvorfor skal for eksempel NRK lage rene musikkanaler for populærmusikk som i sin form går direkte inn i konkurranse med kommersielle radiokanaler? Gir det større samfunnsverdi?

NRK må selvsagt være både bred og smal. Men vi ser gjerne en tydeliggjøring av at NRK skal dekke områder som kommersielle aktører ikke tar seg av, i tillegg til at det hviler en særlig forpliktelse på NRK til å styrke norsk språk, identitet og kultur. Det er det som gir legitimitet til lisensen.

Nei til sponsorplakater

I høringsnotatet spør departementet om NRK-plakatens innhold definerer grensene for NRKs kommersielle handlingsrom på en god måte.

VG mener at NRK skal være en offentlig finansiert, ikke-kommersiell allmenkringkaster. Da er det vår mening at NRK ikke skal spe på den offentlige finansieringen med kommersielle aktiviteter. For da er NRK straks inne i konkurranseflatene til de kommersielle aktørene.

Vår oppfatning er at NRK ikke skal ha kommersielle inntekter på sine redaksjonelle sendeflater i det hele tatt. Ei heller sponsorplakater. De eneste unntak vi kan se for oss, er dersom det stilles som forutsetning for rettighetskjøp ved store internasjonale arrangement som f.eks. fotball-VM og OL.

Arkiv for alle

I dagens NRK-plakat, § 14 h, heter det at «NRK skal formidle kulturarven i Norge. Arkivene til NRK er en del av denne. NRK skal arbeide for å digitalisere og tilgjengeliggjøre arkivene for befolkningen. Arkivtilbudet skal i hovedsak være gratis tilgjengelig».

VG mener at NRKs arkiver må være tilgjengelige også for det øvrige medie-Norge. Det er de ikke i dag.

Når NRK har de privilegier de har, og opptakene NRK sitter på er finansiert med det offentliges penger, så må materialet selvsagt være tilgjengelig for alle. Hvis f.eks. en folkekjær artist dør, bør Dagbladet, TV2, VG og andre medier ha tilgang til NRKs arkivmateriale på artisten på samme linje som NRK selv – med mindre rettighetsklausuler er til hinder for det.

Tydeligere fokus

Som nevnt tidligere, mener vi at det er et behov for tydeligere å definere NRKs kjernevirksomhet. Og vi mener NRKs fokus skal være på lyd og bilde,

De siste årene har NRK brukt betydelige ressurser på å bygge opp NRK.no – og i stedet for å ha fokus på lyd og bilder ser siden ut som en nettavis med utbredt tekstlig nyhetstjeneste. Altså tilnærmet lik nettavisene som drives av kommersielle aktører. Og i mange byer rundt om i landet er NRKs lokale, offentlig finansierte sider, den overlegne konkurrenten for de lokale mediehusene. Til tider finnes det flere TV-innslag med levende bilder på VG.no enn det gjør på NRK.no. Selvsagt skulle det vært omvendt. Hovedfokus for NRK.no burde være å gjøre tilgjengelig levende bilder og lyd fra alle NRKs kanaler på radio og TV til et bredere publikum – når publikum ønsker.

Å drive nettaviser ivaretas på en utmerket måte av kommersielle aktører. Hvis ikke NRK er seg dette bevisst, risikerer vi at NRK blir så sterkt i forhold til andre medieaktører, at det går ut over mangfoldet allmenkringkasteren er satt til å ivareta.

Med vennlig hilsen



Torry Pedersen

Ansvarlig redaktør/administrerende direktør