

Kulturdepartementet

Oslo 26 August 2014

Høring av NRK-plakaten

Schibsted Norge AS takker med dette for anledningen til å uttale seg om NRK-plakaten. Schibsted Norge er et heleid datterselskap av Schibsted ASA, og har ansvaret for all virksomhet som Schibsted har i Norge. Det er derfor naturlig at Schibsteds høringsuttalelse om NRK-plakaten kommer fra Schibsted Norge AS.

Schibsted Norge eier bl.a. mediehusene Aftenposten, Verdens Gang, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen. I tillegg eier vi den ledende internettportalen Finn.

Schibsted Norge har ca. 3000 ansatte og omsatte i 2013 for 7,7 milliarder kroner.

Innledning

Vi merker oss at departementet sender NRK-plakaten til høring før arbeidet med stortingsmeldingen om NRK er satt i gang. Det kunne kanskje vært naturlig at plakaten ble vurdert i sammenheng med alle de andre omfattende spørsmålene som skal drøftes i stortingsmeldingen. På den annen side vil en høring som dette gi anledning til å reise problemstillinger som ytterligere og mer grundig kan drøftes og belyses i den kommende stortingsmeldingen. Vi går ut fra at det er det siste som er høringens formål.

Fra Schibsted Norges side velger vi derfor også å ta opp spørsmålene knyttet til NRKs innholdstilbud, men vi vil komme tilbake til dette når innholdet i stortingsmeldingen er ferdig, og den sendes på høring.

NRKs spesielle rolle og forpliktelser

Gjennom NRK-lisensen er alle norske husstater i realiteten forpliktet til å finansiere allmenkringkasterens virksomhet. Intet mediehus er på samme måte sikret en stabil finansiering, uavhengig av konjunkturer og strukturelle endringer i mediemarkedet. Dette gir NRK en privilegert posisjon.

Massemedienes kjerneoppgave er kritisk å granske all maktutøvelse. Ingen forvalter større makt enn NRKs eier. Statlig medieeierskap byr på prinsipielle utfordringer. Ingen ønsker et samfunn hvor mediebransjen domineres av offentlige aktører. Den maktspredning som de fleste ønsker forutsetter et samspill mellom private aktører og offentlig finansierte medier. NRK skal styrke mediemangfoldet, ikke svekke det.

Det kan reises spørsmål ved hvorvidt det er rimelig i et moderne, mangfoldig samfunn at enhver husstand som besitter et TV-apparat skal påtvinges å betale lisens til ett og samme mediehus – et mediehus som til og med staten selv eier. Det er et kraftig inngrep i borgernes frie medievalg. Vi antar at denne prinsipielt viktige problemstillingen vil bli utfyllende belyst i stortingsmeldingen.

NRKs spesielle finansieringsform og statlige eierskap gjør det uansett viktig at rammene for NRKs virksomhet er tydelig beskrevet og avgrenset ved hjelp av presise styringsdokumenter. Det er disse styringsdokumentene vi er bedt om å uttale oss om i dette høringsnotatet.

NRK-plakatens form og betydning

Schibsted vil allerede nå signalisere at vi er skeptisk til behovet for å beholde en egen NRK-plakat i sin nåværende form.

Som høringsbrevet påpeker er plakaten i sin helhet tatt inn i vedtektene, slik at den formelt er bindende for NRK. Det er en betydelig grad av sammenfall i innhold mellom NRKs vedtekter og NRK-plakaten. Detaljeringsgrad, form og innhold er svært lik i begge dokumentene. Leser man de to dokumentene etter hverandre, virker det som man leser samme dokument to ganger. Det er derfor vanskelig å finne en god begrunnelse for hvorfor to dokumenter er nødvendig.

Vi tror ikke avvikling av NRK-plakaten i sin nåværende form vil ha noen praktisk betydning for NRK annet enn at styringssystemene blir enklere, styringsverktøyet vil være å finne ett sted, og samme tema vil bli behandlet og konkludert i ett og samme dokument. Det faktum at Stortinget vedtar plakaten, mens departementet har ansvar for vedtektene er ikke noe selvstendig argument for å opprettholde to dokumenter av denne karakter.

Dersom man likevel ønsker å beholde en egen NRK-plakat vil vi foreslå at det lages et dokument med et noe annet formål. Man kunne for eksempel tenke seg en plakat som først og fremst vektla Kringkastingssjefens publisistiske prioriteringer og ambisjoner. Mens vedtektene skal være eierens styringsredskap, kunne NRK-plakaten bli Kringkastingsledelsens dokumentet, med et mer dynamisk innhold som gjerne kunne revideres årlig. Gjennom plakaten kunne Kringkastingssjefen gjøre publikum kjent med egne ambisjoner, og offentligheten ville fått en mulighet både til å etterprøve og debattere innholdet.

En NRK-plakat av dette slaget vil innholdsmessig skille seg klart fra dagens plakat, og også være klart forskjellig fra dagens NRK-vedtekter. Vi ser gjerne at denne problemstillingen blir nærmere vurdert i den kommende stortingsmeldingen.

Etter Schibsted Norges oppfatning er dagens NRKs vedtekter også i overkant detaljerte. Det er viktig at eieren, gjennom vedtektene beskriver selskapets kjerneoppdrag, dets profil og sentrale prioriteringer. Men når f.eks. vedtektene pålegger NRK å formidle nyheter fra Norden, og også tilby «tjenester og spill som stimulerer til interaktiv deltakelse», mener vi

dette er en detaljeringsgrad som ikke hører hjemme i vedtekter som skal forvaltes av en sjefredaktør.

NRKs viktige mediepolitiske rolle

I resten av dette høringsnotatet vil vi gå nærmere inn på rammene for NRKs virksomhet slik de er beskrevet både i dagens vedtekter og i NRK-plakaten. Innledningsvis vil vi gjerne kommentere NRKs innholdstilbud:

Schibsted Norges utgangspunkt er at vi ønsker en solid finansiert og uavhengig allmenkringkaster. Historisk har relasjonen mellom NRK og den private delen av mediebransjen vært god. Aktørene har vært mer samarbeidspartnere enn konkurrenter. Så har også «arbeidsfordelingen» i mediebransjen vært tydelig: NRK har vært reklamefri og bygget sin virksomhet rundt lyd og levende bilder, mens avisene har holdt seg til innhold distribuert på papir og finansiering ved hjelp av annonser. Norsk mediebransje har nærmest utviklet en slags harmonimodell.

Det er mange gode grunner til å forsøke å videreføre en slik harmonimodell, men det er krevende gitt de dramatiske endringer som nå skjer i mediebransjen. Det er også krevende fordi NRK i sine vedtekter har fått svært vide fullmakter for hva de kan bruke sine lisensinntekter til.

Så lenge NRK og de private medieaktørene ikke konkurrerer om annonsekroner har dette vært enklere, men når valutaen nå også er digital trafikk, noe alle aktører kjemper om, blir utfordringene større.

Derfor blir hovedutfordringen i den stortingsmeldingen som nå forberedes, å gi tydelige føringer på hva som bør være NRKs kjernevirksomhet. Fra Schibsteds side mener vi to utgangspunkt kan være nyttige:

For det første mener vi NRK fortsatt må bygge sin kjernevirksomhet rundt formidling av lyd og levende bilder. Her har NRK sin viktigste kompetanse, her har NRK levert kvalitet siden institusjonen ble etablert. Nå konvergerer medieplattformene, og NRK må selvsagt til enhver tid søke den formidlingsform og teknologi som tjener oppdraget mest mulig effektivt, og som treffer brukerne. Hvis man tar utgangspunkt i NRKs langtidstrategi og mål hvor det tydelig står at NRK skal være «samlende», skape felles referanserammer og sikre norsk språk og kultur, er TV- og radiomediene overlegne i sin rekkevidde og samlende kraft. NRK-programmene, både i radio og TV, har stort sett et sterkt public service-element som skiller seg ut fra de kommersielle tilbudene. Digitaltilbudet er langt mer fragmentert, har mindre samlende effekt, og ligner til forveksling mye av det de kommersielle mediehusene tilbyr. Vårt andre utgangspunkt er at vi mener NRK bør få et selvstendig ansvar for å bidra til at det norske mediemangfoldet sikres.

Et NRK uten tydelige prioriteringer og med en sterk lisensfinansiert økonomi, kan raskt bidra til å svekke det norske mediemangfoldet.

Vi tror det vil være av stor betydning dersom disse to hovedformålene legges inn i NRKs styringsdokumenter. Dette kan rent praktisk gjøres ved at disse to formålene legges inn innledningsvis i vedtektene.

Med dette utgangspunktet vil vi gjerne kommentere konkret de seks hovedpunktene i dagens plakat som vi er bedt om å ha en oppfatning om:

1. NRK skal understøtte og styrke demokratiet. (pgf. 12 i vedtektene)

Dette punktet bør åpenbart være et fundament for NRK, og hører hjemme i selskapets vedtekter. En sentral del av demokratiet er en mangfoldig, fri og uavhengig presse. NRK skal ikke måle sin suksess i økonomiske termer, og må derfor bruke andre målekriterier. At NRK er forpliktet til å bidra til demokrati og mangfold betyr for eksempel at NRK bare har lyktes dersom den øvrige mediebransje også fungerer godt.

Et NRK som primært utvikler sine tjenester i et nasjonalt konkurranseperspektiv, og hovedsakelig måler seg selv på størrelse, kan raskt komme i konflikt med sine demokratiforpliktelser.

Et aktuelt eksempel kan være NRKs lokale og regionale aktivitet. Dersom en lisensfinansiert allmenkringkaster bruker sin økonomiske styrke til å bygge opp nettbaserte gratistjenester landet rundt, noe som i praksis vil gjøre det svært vanskelig for lokale og regionale mediehus å bygge opp tilsvarende betalingstjenester, vil dette være i strid med formålet om «å styrke demokratiet».

I debatten som nå pågår om NRKs innholdstilbud er det grovt sett to hovedsyn: På den ene siden er en gruppe som mener NRK må fylle de tomrom som skapes ved at de private mediehusene svekkes og at viktige journalistikkområder blir for dårlig dekket. Det andre hovedsynet er at det nettopp er NRK som på denne måten er med og svekker de private mediehusene.

Vi merker oss at redaktører i små og mellomstore norske mediehus nå ser på NRK som en av sine største konkurrenter og utfordrere. Dette er ikke først og fremst utfordrende for Schibsteds mediehus, men et problem for den store flora av små og store lokalaviser som nå kjemper en krevende kamp for å beholde sin viktige rolle i lokaldemokratiet.

2. NRK skal være allment tilgjengelig (pgf 13 i vedtektene)

Dette bør fortsatt være et sentralt punkt i NRKs vedtekter. Men vi mener det her er stor grunn til å utfordre NRK om de tar dette punktet tilstrekkelig på alvor.

Særlig gjelder dette måten NRK forvalter nasjonens felles audiovisuelle arv på, slik denne er tatt vare på i NRKs arkiver. Vi er klar over at det her er opphavsrettslige utfordringer, men i utgangspunktet bør dette forvaltes som nasjonens, og ikke bare NRKs eiendom.

Noe av NRKs aller største verdier er lagret nettopp i det rikholdige arkivet. Dette er verdier det ikke er enkelt å sette verdi på i kroner og ører, men vi er ganske sikre på at disse verdiene i langt større grad kan gjøres «allment tilgjengelig» dersom også andre private medieaktører fikk lettere adgang til disse historiske skattene. Dette vil berike journalistikken

og i langt større grad få frem i offentligheten et historisk materiale som i stor grad ligger ubrukt.

NRK bør i det hele se på andre distribusjonsmuligheter for å gjøre sitt eget innhold tilgjengelig. Dette gjelder ikke bare arkivet. Det gjelder også programmer som i dag dør med døgnnet, men som kunne fått en helt annen distribusjon dersom man var mindre proteksjonistisk i sin vurdering av hvor innholdet skal være tilgjengelig. Digitalt er for eksempel VG en av de største trafikkmaskinene. Hvorfor skal ikke NRK benytte andre distribusjonskanaler for å få spredt sitt kvalitetsinnhold?

Dersom NRKs mål skal være at kvalitetsinnhold i størst mulig grad skal nå ut til befolkningen, og at egen størrelse ikke er det viktigste, så kan man tenke seg mange måter NRK kan bidra utenfor egne kanaler. Det er et paradoks at det synes som om NRKs delingsvilje er størst mot internasjonale digitale aktører som Google, Facebook, Instagram, Snapchat etc. hvor NRK i praksis gir bort innhold, underlegger seg en annen parts redaktørprinsipper og bruker redaksjonelle flater til å promotere kommersielle tilbud, de samme aktørene som undergraver inntektene for resten av mediebransjen.

Vi tror NRK i dag tenker i et litt for snevert nasjonalt konkurranseperspektiv i stedet for å se på de mulighetene som åpner seg hvis man i størst mulig grad ønsker å nå ut med sitt innhold. Gjennom sine ulike internett-tilbud har f. eks. Schibsted en distribusjon som på utmerket vis kunne benyttes av NRK dersom det overordnede målet var å formidle innholdet sitt til flest mulig.

Når det gjelder de konkrete punktene i paragraf 13 mener vi pkt. 13.d bør fjernes. Hvis det skulle tolkes bokstavelig at NRK skal være til stede på, og utvikle nye tjenester på alle viktige medieplattformer, burde NRK starte papiravis. Avis er definitivt en viktig medieplattform. Dette har neppe vært seriøst vurdert av NRK, og viser at avsnittet ikke gir veiledning. Det vil være langt mer nyttig å definere hvilket kjerneinnhold NRK skal bidra med i de ulike kanalene.

3. NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur (pgf. 14 i vedtektene)

Dette er selve søylen i NRK-oppgaget. Satt på spissen: Hvis ikke NRK oppfyller denne delen av sitt oppdrag, ville det vært bedre å avvike virksomheten. Men det er liten tvil om at NRK i dag bidrar vesentlig til å styrke norsk språk, identitet og kultur.

Men også denne formuleringen understreker skjebnefellesskapet mellom NRK og de øvrige mediene. NRK kan ikke løse dette oppdraget alene. De må spille på lag med resten av dem som publiserer med samme formål.

Den viktigste mediekonkurransen i 2014 står ikke mellom NRK/TV2 og norske private mediehus. De norske medienes hovedutfordrer er internasjonale giganter som for øyeblikket heter Google og Facebook. Dette er aktører uten forpliktelser overfor norsk språk og kultur. De tar en stadig større andel av det norske annonsemarkedet og snylter på norske mediebedrifters innholdsproduksjon uten selv å produsere eget innhold. Hvem som vil være det globalt ledende mediekonsern tre år fra nå er umulig å vite, men de har garantert sitt hovedkontor utenfor Norden, og de har ingen forpliktelser overfor norsk kultur.

Med mindre norske politikere, og norske medieaktører klarer å identifisere et interessefellesskap, og utvikle et konstruktivt samarbeid, kan det oppstå et destruktivt konkurranseforhold som kan få stor negativ betydning både for norsk mediebransje, og på sikt også for norsk språk, kultur og identitet.

Dette mediepolitiske bakteppet vil ha stor betydning for NRKs virksomhet fremover, og nettopp NRK med sin obligatoriske finansiering fra alle norske husstander bør ha en spesiell forpliktelse til å lede an slik at det vi tidligere har kalt «den norske harmonimodellen» kan utvikles og finne sin moderne form.

Et slikt samarbeid starter ved å definere hverandre som samarbeidspartnere, og ikke konkurrenter. Det innebærer også at NRK ikke agerer som en hvilken som helst kommersiell aktør og bruker lisensinntekter slik at det blir umulig å etablere bærekraftige betalingsløsninger.

Denne avgrensningen krever en tett dialog og et gjensidig ønske om at begge parter skal lykkes, særlig fordi de kommersielle aktørene fremover vil være avhengig av en større andel brukerinntekter enn de har vært vant med fra «før-digital» tid.

Både i Sverige og Danmark diskuteres nå ulike former for avtaler mellom allmenkringkasteren og det private mediemarkedet. Noe slikt kan kanskje også vurderes i Norge.

4. NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskapning (pgf 15 i vedtektene)

Dette er en presis og god vedtektsformulering, og bør være retningsgivende for all NRKs virksomhet. Det krever dessuten verken forbehold eller tilleggskommentarer. Men det er en svært krevende formulering å leve opp til.

Vi stiller oss også spørrende til om det har noen verdi å plakatfeste den type krav som er definert i punktene 15. d til og med f. At NRK skal bidra til «økt kunnskap om internasjonale forhold» er så vidt selvfølgelig at det neppe burde være nødvendig verken å vedtektsfeste eller plakatfeste.

5. NRKs allmenkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt (pgf 16 i vedtektene)

Gitt de kommersielle inntektenes svært beskjedne andel av NRKs inntekter, er det underlig at ikke NRK selv har tatt initiativ for å avskaffe disse inntektene. De bidrar til å viske ut det tydelige skillet som er mellom kommersiell og lisensfinansiert kringkasting. Reklamefrie sendinger er et viktig fortrinn for NRK. Dette kombinert med en trygg og solid lisensfinansiering burde gjøre det enkelt å avskaffe NRKs kommersielle inntekter.

I kjølvannet av de kommersielle inntektene, enten dette er inntekter via produksalg eller sponsorplakater, følger som regel en rekke etiske og praktiske problemer. Når NRKs datterselskaper «selger» underholdningsartister til firmafester, og på den måten beveger seg langt inn i eventbransjen, oppstår det tvil om feil bruk av lisensinntekter. Når sponsorplakater

med reklamelignende tekster innleder programmer, er det vanskelig å argumentere mot at dette er ordinær kommersiell virksomhet.

Vi tror det er klokt at NRKs vedtekter trekker en klar grense mot kommersiell virksomhet, men vi etterlyser også vilje til å etterleve de gode vedtektsformuleringene. At det var NRK og ikke eieren som stoppet annonsefinansiering av internett-tilbudet tyder på at institusjonens daglige ledelse viste større vilje til å etterleve vedtektsformulering enn eieren. Vi mener følgelig at punktene i paragraf 16 som åpner for kommersiell finansiering bør tas ut av plakaten.

6. NRK skal ha et attraktivt innholdstilbud på Internett, mobil-tv mv (pgf 17 i vedtektene)

Det er ganske åpenbart at et moderne TV-konsern med ambisjoner må være til stede på alle viktige plattformer og utnytte all teknologi som gir utviklingsmuligheter og god distribusjon. Spørsmålet er ikke **om** NRK skal gi attraktivt innholdstilbud på internett og mobil, men **hva** slags innhold de skal presentere, hva kjerneaktiviteten skal være. Vedtekter og plakat gir i dag ingen tydelig beskrivelse av dette.

Kjernen i all kringkasting har helt fra starten av vært lyd og levende bilder. Gjennom lyd og levende bilder har NRK formidlet nyheter, sport, kultur og underholdning. Slik har allmenkringkasteren også formidlet drama og teaterkunst av høy kvalitet, og slik har de bidratt til å formidle på direkte TV store nasjonale fellesbegivenheter. Slik har de bidratt til å styrke norsk språk og kultur. At det dukker opp nye plattformer og distribuere dette på endrer ikke noe. Det gir bare flere og bedre muligheter for distribusjon. Derfor er det også denne programvirksomheten som bør vises fram på alle plattformer som nå kommer, enten det er digitale brett i ulike fasonger eller mobiltelefoner.

Det er interessant å se hvordan ulike allmenkringkastere tar i bruk internett på svært ulikt vis. Noen utfordrer pressekollegene fra avisbransjen med svært «avislike» tjenester, mens andre, f. eks. SvT nøyer seg med å henvise og eksponerer den løpende radio- og TV-produksjonen.

Dette er en svært viktig avgrensning og en viktig diskusjon som bør tas grundig i forbindelse med den kommende stortingsmeldingen. Vi mener følgelig at hele paragraf 17 bør revideres slik at NRKs kjernevirksomhet tydeligere defineres.

NRKs bruk av eksterne produksjoner

Det har aldri vært foretatt en grundig gjennomgang av forholdet mellom NRK som produsent og distributør. Det avgjørende er hva NRK til slutt tilbyr av kvalitetsinnhold til det norske folk. Den beste måten å vitalisere det norske frittstående produksjonsmiljøet av TV-innhold er at NRK overfører betydelige beløp fra egenproduksjon til innkjøp. I neste omgang kan kanskje dette også bidra til å vitalisere NRKs egne produksjonsmiljøer.

Det er ingen tvil om at NRK har produksjonsmiljøer med høy kompetanse. Schibsted eier i dag ingen produksjonsselskaper for lyd og levende bilder. Vi har derfor ingen egeninteresse av at NRK setter en større andel av sine produksjoner til eksterne aktører. Vi tror likevel det vil berike det skapende norske TV-miljøet om NRK blir rausere med å bruke eksterne produsenter.

I BBC har man f. eks. en modell hvor selskapet selv står for halvparten av produksjonene. Den øvrige halvparten er delt mellom ekstern produksjon, og konkurranseutsatt produksjon. Prinsippet skal uansett være at beste produsent skal ha oppdraget.

Til slutt

Når alle husstander med et TV-apparat er tvunget til å bidra til å finansiere ett mediehus, er det rimelig at det følger tydelige forpliktelser med på hvordan dette mediehuset skal drives. Tvunget lisensbetaling er en kraftfull og effektiv finansiering og modellen har et klart potensial til å svekke øvrig kommersiell medievirksomhet. Det er derfor et faresignal når ledere i norske lokalaviser betrakter NRK som en av sine største konkurrenter.

Maktfordelingen i samfunnet må være reell, og et offentlig eiet mediehus som bidrar til å svekke mediemangfoldet gjør det motsatte av å understøtte og styrke demokratiet. Dersom NRK ikke utvikler seg til å bli en verdifull medspiller for private medieaktører vil vi anta kravet vil melde seg om at lisensinntektene ikke skal forbeholdes ett mediehus. Man kan tenke seg at NRK-lisensen kunne erstattes med en medielisens hvor pengene ble fordelt på flere aktører i mediebransjen.

Slik mediebransjen nå utvikler seg, hvor alle mediehus kan tilby innhold på alle plattformer, er det selvsagt fullt mulig for det offentlige å bestille kvalitetsinnhold fra flere enn ett mediehus. Det alternativet vil det være rimelig å utrede i forbindelse med en stortingsmelding om NRK. Fra Schibsted Norges side vil vi vente med å ha en oppfatning av en slik modell til NRK eventuelt måtte utvikle seg i en retning vi mener svekker det norske mediemangfoldet og ikke lever opp til en moderne definisjon av allmenkringkasteroppdraget.

Oslo, 26. august 2014

Didrik Munch
Konsernsjef Schibsted Norge AS