

Kultur- og kirke departementet
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

Bergen, 31. august 2007

Høring – allmennkringkastingsplakat for NRK: Åpen netthøring om NRKs framtid

Vi viser til Kulturdepartementets høringsnotat om allmennkringkastingsplakat for NRK og invitasjon til alle interesserte om å sende inn høringsuttalelse.

Dette er en noe ukonvensjonell høringsuttalelse. Den er resultat av initiativet "Åpen netthøring om NRKs framtid", en sju uker lang felles innsats fra nettmagasinet Vox Publicas redaksjon, inviterte skribenter og lesere. Ideen bak tiltaket var å gi flere sjansen til å si sin mening om forslaget til allmennkringkastingsplakat og potensielt påvirke hvordan framtidens NRK skal bli. Vårt utgangspunkt var at det har en verdi i seg selv at flere får delta i sentrale samfunnsdebatter som denne; samtidig øker sjansen for at synspunkter kommer fram som ellers ikke ville blitt representert i debatten.

Vox Publicas åpne netthøring kan dermed også ses som et praktisk eksperiment i hvordan nettet kan brukes til å øke deltakelsen og bredden i den offentlige debatt, her knyttet til det etablerte systemet for høringer. Temaet er etter vår mening ideelt for bredest mulig deltakelse, siden NRK gjennom lisensordningen og sin historie med rette kan sies å være hele folkets eiendom.

For å øke sjansen for at interesserte medborgere ble oppmerksom på den åpne netthøringen, henvendte vi oss til NRK med ønske om samarbeid. En hyperlenke fra www.nrk.no til Vox Publica var én måte NRK kunne bidratt til debatten på. NRK avviste dessverre denne samarbeidsinvitten.

Slik la vi opp netthøringen: Teksten i forslaget til allmennkringkastingsplakat ble publisert i sin helhet i magasinet. For å få en mer oversiktlig presentasjon ble plakaten delt i fem deler, i tråd med hvordan teksten er oppdelt i forslaget. Dette ble supplert med en introduksjon til hver del skrevet av redaksjonen. Hele debattopplegget ble presentert i en overordnet introduksjonsartikkel som også inkluderte lenker til de viktigste bakgrunnsdokumentene som Stortingsmelding nr. 30, 2006-2007.

I perioden fra 11. juli til høringsfristens utløp publiserte Vox Publica til sammen 14 artikler relatert til plakaten. Ni av disse er debattartikler skrevet av inviterte bidragsytere. Tre er aktuelle nyhetsartikler og reportasjer skrevet av redaksjonen og to er artikler som omhandler den løpende debatten. Det kom inn i alt 62 leserkommentarer til plakaten og artiklene (se full oversikt over alt publisert materiale: <http://voxpublica.no/2007/08/alt-om-den-apne-nrk-h%c3%b8ringen/>).

Vi ønsket ikke å begrense debatten for mye ved å forlange av deltakerne at de kun skulle forholde seg til allmennkringkastingsplakaten. Derfor ba vi også om innspill til alle sider ved NRKs virksomhet, og fikk både helhetlige kommentarer og bidrag om spesifikke temaer.

Det følgende er redaksjonens oppsummering av debatten. Først gjengir vi kommentarer som går direkte på forslaget til allmennkringkastingsplakat. Deretter refererer vi kommentarer som tar for seg NRKs framtid uten nødvendigvis å forholde seg til formuleringene i plakaten.

Denne uttalelsen blir også publisert i nettmagasinet (se www.voxpublica.no). Versjonen i magasinet blir for dokumentasjonens del utstyrt med lenker til de ulike artiklene og kommentarene vi refererer til under.

A. Allmennkringkastingsplakat – endringsforslag og kommentarer

Det kom inn en rekke innspill til allmennkringkastingsplakaten. Dels var det konkrete endringsforslag, dels kritikk av og kommentarer til sentrale punkter i plakaten. Vi presenterer her de ulike innspillene sortert under hver av plakatenes fem deler.

1. NRK skal understøtte og styrke demokratiet

Artikkelforfatterne **Egil G. Skogseth** og **Roel Puijk** bidro med kommentarer til dette punktet. Begge tar utgangspunkt i den sterke trenden mot mer publikumsmedvirkning i mediene og dialog mellom redaksjon og publikum/brukere. De påpeker at allmennkringkastingsplakaten ikke inneholder noe krav til NRK om å legge til rette for mer publikumsdeltakelse.

Skogseth tar for seg NRKs debattprogrammer spesielt. Han viser til plakatenes formulering om at "NRK skal bidra til å fremme den offentlige samtalen og medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser". Men publikum ønsker ikke bare å motta informasjon, de vil også delta, framholder Skogseth. Dette gjør de allerede for eksempel i blogger og nettsamfunn, men det er ingen automatikk i at gode argumenter framført på de digitale allmenningene får konsekvenser for de politiske beslutningsprosessene, skriver Skogseth. Han fortsetter:

"NRKs debattprogrammer derimot, hører politikerne på. Som offentlig allmennkringkaster påligger det derfor redaktører og journalister i NRK et særlig ansvar. Da de så langt i kun begrenset grad har tatt dette ansvaret, bør departementet, gjerne med henvisning til lisensinstituttets legitimitet hos folket (...) pålegge NRK rollen som ordstyrer for ordskifter med bred folkelig deltakelse. I vårt moderne demokrati er dette en like viktig oppgave som det å overføre informasjon om demokratiske prosesser til borgerne."

Skogseths argumentasjon munner ut i et forslag til endring av kulepunkt 2 i plakatenes del 1:

"• NRK skal ved å inkludere et bredt utvalg av den norske befolkning i sine debattprogrammer bidra til å fremme den offentlige samtalen. NRK skal medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser."

NRKs mangel på dialog med publikum er påfallende, skriver Puijk. Dette gjelder også lisensbetalernes innflytelse på NRK, mener han, og viser til hvordan allmennkringkasterne BBC og DR de siste årene har "lagt stadig større vekt på åpenhet, offentlig nytte og direkte dialog med brukerne." Puijk foreslår at publikumsdeltakelse og dialog kan brukes som et

ytterligere kriterium for NRKs kvalitet i tillegg til seertall og unike brukere på nettet. Dette ville hjelpe NRK til å skille seg bedre fra kommersiell kringkasting.

Det kom innen høringsfristen fem leserkommentarer til del 1 i plakaten. **Reidar Kaarbø** tar opp en måte NRK *ikke* styrker demokratiet: "NRK lar Norsk Tipping få promotere spillegalskap med gratisreklame verdt 473 millioner kroner årlig. Det er ganske imponerende gratisstøtte til en meget smal næring," skriver Kaarbø. Signaturen **Johan** viser til NRKs ansvar for å la politisk ukorrekte stemmer slippe til. Han etterlyser at NRK tar tak i temaer som diskuteres livlig på nettet, men ifølge Johan "forties i NRK", som rovdyr, peak oil og EØS. **EKH** foreslår en styrking av debatt- og nyhetsprogrammene i NRK, slik at "vi som er velgere, forbrukere og samfunnsborgere har noe substansielt å ta utgangspunkt i når vi skal danne oss meninger og gjøre valg." **Igor Ahlefeldt** bidrar vel med et politisk ukorrekt synspunkt: han "synes ikke noe om hverken NRK eller om demokratiet. Ikke prinsipielt betraktet". I tråd med dette avviser han hele problemstillingen om hvordan NRK kan styrke demokratiet. Signaturen **Potifar** knytter an til temaene Skogseth tar opp ved å hevde at NRK aldri slipper til vanlige folk på grunnlag av deres meninger, bare som ofre – som ulykkesfugler eller lottovinnere.

2. NRK skal være allment tilgjengelig

Artikkelforfatterne **Vilde Schanke Sundet**, **Knut Yrvin** og Roel Puijk bidro med kommentarer til dette punktet, og det gjorde også leserne som kommenterte Yrvins artikkel.

Sundet artikkel dreier seg om NRKs satsing på mobile medietjenester. Hennes utgangspunkt er plakaten forslag om at NRKs aktiviteter på "nye medieplattformer" skal inkluderes i allmennkringkastingsoppdraget. Sundet går gjennom NRKs mobilsatsing og identifiserer utfordringer som dukker opp når denne nye distribusjonsformen møter allmennkringkastingskravene. Ett forhold er prinsippet om at NRKs tilbud skal være allment tilgjengelig og at NRK skal søke bredest mulig distribusjon: "Holder det at NRK har et tilbud til alle, eller skal alle ha tilgang på det samme tilbudet på alle medieplattformer," spør Sundet. Hun peker på at dersom NRKs mobiltilbud blir populært, vil dagens distribusjon gjennom mobiltelefonnettet neppe ha nok kapasitet. Sundet konkluderer:

"Skal NRK oppfylle sine drømmer om å være en ledende aktør på mobilen, kan det derfor være gode grunner til å etablere et mobilt kringkastingsnett. På den måten kan NRK ivareta kravet om allmenn tilgjengelighet, samtidig som NRK i større grad får kontroll over innpakningen av det mobile tilbudet, og de kostnadene forbrukerne har ved bruk."

Knut Yrvin tar i sin artikkel opp hvordan NRK henger etter på de nye "plattformene" internett og mobil. Han knytter dette til at NRK har låst seg til Microsofts programmer og slik gitt alle som bruker andre produkter et dårligere tilbud. NRKs svake posisjon blant nett- og mobilbrukere vil særlig svekke NRKs oppslutning blant ungdom, framholder Yrvin. Han mener at NRK må forberede seg på en mobil framtid uavhengig av plattform, og foreslår at NRK setter seg følgende mål:

- "NRKs tilbud bør være bedre på internett og på mobilen enn via det digitale bakkenettet.
- NRKs innhold bør kunne brukes i spill, på mobilen og til titting når det passer brukeren.

- Allmennkringkastingsplakaten må forutsette at NRK følger åpne (IT-) standarder."

I en kommentar til Yrvins artikkel rapporterer signaturen **Håvard** om tekniske problemer med NRKs tilbud fordi han bruker Apple og ikke Microsoft. Håvard konkluderer med at plattform og standarder på nett er "minst like viktig som kryptering og dekodere for bakkenettet."

Jon Hoem skriver i en kommentar til Yrvin at det "kan synes som om tankegangen omkring fremtiden knyttes til at NRK i all hovedsak skal forbli en tradisjonell allmen-kringkaster (med vekt på ordets siste del) der man klart definerer nye medieformer – med utstrakt brukermedvirkning – som noe som ikke skal tilhøre kjernevirksomheten."

NRK bør "jobbe for mest mulig åpenhet både når det gjelder tekniske formater og tilgjengelighet forøvrig," skriver Hoem.

Roel Puijk er i sin artikkel kritisk til at NRKs nisjeradiokanaler som distribueres via DAB ifølge plakaten ikke må være allment tilgjengelig. Puijk spør: "Er det rimelig at de store byene har 12 radiokanaler som resten av landet ikke kan motta annet enn gjennom bredbånd? Er det forsvarlig at det brukes ressurser på en rekke nisjeradiokanaler i de byene hvor det er flest (kommersielle) radiostasjoner fra før?" Som Sundet peker han også på problematikken rundt tilgjengeligheten av mobil-tv.

Under plakats del 2 ba Vox Publica-redaksjonen også om kommentarer til finansieringsmodellen for NRK. Dette skapte en hel del debatt som vi tar opp nedenfor.

3. NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

Roel Puijk tar i sin artikkel opp denne delens punkt om NRKs arkiver. I departementets forslag heter det at NRK skal arbeide for å digitalisere arkivene og gjøre dem tilgjengelig for allmennheten, og at arkivtilbudet "i hovedsak gjøres gratis tilgjengelig." Puijk peker på at departementet har forutsatt at digitaliseringen og tilgjengeliggjøringen skal skje innenfor NRKs budsjetter, og kritiserer dette:

"Ser vi på andre kulturområder, så er det langt mer vanlig at departementet tar ansvar for å finansiere slike innsatser. Hele museumsverdenen, fra de historiske museene til kunst- og rock-museer, er hovedsakelig finansiert av statlige midler. Ut fra en slik tankegang ville det være mer naturlig at staten bevilget penger for at folk skal få tilgang til også denne delen av nasjonalarven."

I en leserkommentar støtter signaturen **Odin/Velmont** tilgjengeliggjøring av NRKs arkiver, med et tilleggsforslag:

"Arkivi til NRK lyt absolutt leggst ut fritt; helst utan nokon form for avgrensing av bruk. Det kann henda dei vil kunna nytta ein «Creative Commons»-lisens som utestengjer kommersiell bruk, um NRK vil hava litt rettar på det som er folkets materiale."

Samme kommentator støtter også forslaget om at minst 25 prosent av NRKs tilbud skal være på nynorsk, men Odin/Velmont skulle gjerne sett at prosenten var 50: "Folk må sjå nynorsken nytta. Det held ikkje at nynorsk-kommunane hev nynorsk og bokmålskommunane bokmål; for at haldningane til nynorsk skal betrast må han verta meir synleg."

Leseren **dajomu** stiller derimot spørsmål ved en nynorskandel på 25 prosent når "mindre enn 10 % av Norges befolkning bruker nynorsk."

4. NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

Denne delen av plakaten berøres nok indirekte av mange bidragsyttere. Her vil vi framheve leserkommentarer fra **Einar Spurkeland** og **Svennik Høyer**.

Einar Spurkeland framfører en grunnleggende kritikk av denne delen av plakaten. Det første punktet – at "NRK skal også kunne formidle samme type tilbud som også tilbys av kommersielle aktører" – slår i hjel alle de øvrige punktene om blant annet kvalitet, nyskaping og innsikt, mener Spurkeland. Dette "vil trolig føre til at NRK som plattform på nett og i etermediene vil gjennomgå en kommersiell revolusjon der seertall, lyttertall og nettbesøk vil styre programinnholdet," skriver han. Spurkeland legger til at nettsidene, sponsorplakatene i sportssendinger m.m. viser at NRK er nærmere å være en "kommersiell public kringkaster" enn noen gang. Han fortsetter:

"Det er kanskje derfor ord som journalistikk, kildekritikk, presseetikk, profesjonsetikk osv ikke er med i de overordnede målene. Det fremkommer heller intet om hvordan målene skal bli oppnådd. Så vil noen innvende at man kan ikke ha med alle detaljer, og det er utvilsomt riktig, men ved å utelate sentrale begreper for hvordan programinnholdet skal produseres og markedsføres, hvordan inntektene skal skapes etc, så mister målene fotfeste. Det blir klisjeer som sier alt og ingenting. Et tankekors er det jo at ordet "kommersiell" er det blitt plass til – mens ordet "journalistikk" ikke er funnet verdig en plass på øverste nivå."

Spurkeland konkluderer med at forslaget til allmennkringkastingsplakat bør "omarbeides og fokuseres mye mer på at NRK skal være en public kvalitetskanal med et antall plattformer."

Svennik Høyer skriver (i en kommentar til Roel Puijks artikkel) at NRKs programprofil må avvike klart fra de kommersielle stasjonenes:

"Blandingen av opplysning, informasjon og underholdning bør ha et tyngdepunkt i det seriøse, det skal kunne merkes en intensjon om at programmene vil fortelle oss noe om våre omgivelser og ikke bare fortelle historier som underholder noen timer eller så. Det er viktig at NRK eksisterer som et klart alternativ til kommersiell TV. Hvis ikke er jeg redd for tv-mediets framtid, og for radioens framtid for den saks skyld. Uten NRK vil kvaliteten på alle kanaler og programmer gradvis forringes inntil det minste felles multiplum der de har nådd et nivå av meningsløshet for de fleste."

5. NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt

Dette er nok den delen av plakaten som flest artikkelforfattere var innom, ut fra ulike vinkler. Mange er opptatt av hvor og hvordan grensene for NRKs kommersielle virksomhet skal trekkes.

Hallvard Moe kritiserer i sin artikkel skillet plakaten trekker mellom reklame på tekst-TV (heretter forbudt for NRK) og på internett (fortsatt tillatt):

"Brukernes opplevelse av tekst-tv som en del av NRKs tv-tilbud brukes som argument mot reklame der. Men det er nå en vanlig oppfatning, som også departementet deler, at

de to plattformene internett og tv vil nærme seg hverandre mer og mer. Hvorfor ikke slå fast at NRKs allmennkringkasting skal være et reklamefritt alternativ – overalt?"

En enhetlig linje i reklamespørsmålet vil gjøre det lettere for NRK å koble de mange delene av institusjonens oppdrag tettere sammen, fortsetter Moe. Han konkluderer:

"Det er ikke selvsagt for alle at vi skal holde oss med en lisensfinansiert institusjon i et digitalt mediesystem. Hvis NRK får framstå klart og tydelig som et konsekvent ikke-kommersielt alternativ, blir det kanskje lettere for både brukere, konkurrenter og politikere å se hvorfor det er en god idé."

(Moe har for øvrig også skrevet Norsk Medieforskerlags høringsuttalelse; denne organisasjonen står på departementets offisielle høringsliste).

Vilde Schanke Sundet tar i sin artikkel om NRKs mobilsatsing også opp kommersialisering. Dette er en av utfordringene NRK står overfor når de vil utvikle mobiltenester videre. Når forslaget til allmennkringkastingsplakat slår fast at NRK kan ha reklame på sine nettsider, hva skjer da med mobiltilbudet, spør Sundet:

"Betyr det at NRK ikke kan ha reklame på sin mobilportal, eller regnes den som en forlengelse av NRKs nettaktiviteter? I hvor stor grad skal NRK få lov til å eksperimentere med de mulighetene mobilen gir for brukerbetaling og personlig reklame? Hvor ikke-kommersielt kan et mobilt medietilbud i det hele tatt være når teleoperatørene kontrollerer rammene for NRKs tilbud? I dag kan det for eksempel være vanskelig for mobile mediebrukere å få full oversikt over alle kostnadene, fordi mobiloperatørene belaster brukerne for datatrafikk."

Geir Magnus Nyborg konsentrerer seg i sin artikkel om et annet aspekt: innvevingen av NRKs programtilbud i kommersielle sammenhenger. Hans anliggende er særlig kommersialisering av tilbudet rettet mot barn. NRK omgår forbudet mot reklame rettet mot barn i produksjoner som Jul i Blåfjell, Jul på Månetoppen, Jul i Svingen og andre, mener Nyborg: "Her bedriver NRK et rått kommersielt kjøp mot barn som inkluderer lisensiering og produktplassering," skriver han. Nyborg presiserer at NRK ikke bryter reklameforbudet i juridisk forstand, men at programmene likevel fungerer som lange reklameinnslag for produkter som selges på lisens fra NRK og gir institusjonen millioninntekter.

NRK må rendyrke sin ikke-kommersielle profil. Måten NRK opererer på i dag setter lisensen som finansieringsordning i fare, mener Nyborg. Hans konklusjon:

"Allmennkringkastingsplakaten representerer en sjanse til å få et rent og ikke-kommersielt NRK. Dersom ikke det skjer, vil butikken gå foran etikken også i den kanalen som skal være et troverdig fellesgode i vårt samfunn."

(Nyborg er for øvrig generalsekretær i organisasjonen Familie & Medier, som står på departementets offisielle høringsliste).

Også Roel Puijk tar opp former for kommersielt press i NRK. Han peker særlig på utviklingen av flermediale konsepter hvor både radio, TV, internett og mobiltelefon osv. tas i bruk samtidig:

"Det er spesielt i forlengelsen av slike flermediale konsepter at det er fristende å tenke seg at visse plattformer kan generere inntekter. Når kravet om kommersielle inntekter blir skrudd opp i slike organisasjoner, er det store sjanser for at det etter hvert vil prege tankevirkomheten mer enn de ekstra inntektene skulle tilsi – nettopp fordi man ikke får mer betalt for det som faller under allmennkringkastingsoppdraget, forflytter fokus seg til å finne forretningsområder som kan gi større budsjetter. Dette kan fort føre til målforskyvning, mens det regnskaps- og driftsmessige skillet blir noe man ordner på papiret."

Yngvar Kjus skiller i sin artikkel mellom "idealistiske" og "pragmatiske" standpunkter til hvordan grensene for NRKs kommersielle virksomhet skal trekkes. Også for ham er grensedragningen i forhold til de nye distribusjonsplattformene det mest interessante. I diskusjonen av hvor skillet skal gå bør idealister og pragmatikere møtes med forsterket forhandlingsvilje, mener Kjus. Han peker på at de nye plattformene kan gi uventede utfordringer. Publikum kan kreve å få tilbudt kommersielle, praktiske tjenester knyttet til allmennkringkastingstilbudet, slik BBC har opplevd med programmet "Top Gear". Kjus går altså ikke inn for et absolutt forbud mot kommersielle tjenester, men foreslår:

"Dersom en forsøker å forsone disse leirene om å ruste NRK best mulig for fremtiden, så kan man forsvare å utvikle visse betalbare ekstratjenester der publikum ønsker dem, der de er tydelig atskilt fra kjernetilbudet og det redaksjonelle innholdet. Etter samme prinsipp bør reklame unngås der publikum ikke ønsker det og der det utfordrer opplevelsen av å bruke "allmenntidier"."

NRK beveger seg her inn i et farlig grenseland, mener Kjus. Med tydeligere linjer mellom redaksjonell og kommersiell drift kan NRK utnytte sitt inntekspotensial med større legitimitet. Reklame representerer den største faren for NRK, mener Kjus, fordi den nødvendigvis er nært knyttet til medieopplevelsen og det redaksjonelle innholdet, og ikke kan velges bort.

Lesernes kommentarer til denne delen er hovedsakelig rettet mot det overordnede spørsmålet om reklame eller ikke på NRK, satt opp mot fortsatt lisensfinansiering. Dette behandles nedenfor. Reidar Kaarbø nevner reklamen på NRKs nettsider spesielt: "NRK har ikke lov å reklamere, men gjør det via nrk.no ved å reklamere aktivt for dette nettstedet. Trist, for uten reklame ville nrk.no vært et konkurransedyktig nyhetssted. Nå ser det ut som nrk.no's oppgave er å selge blekkhus!"

Signaturen **Roger** mener det er greit å fortsette med reklamefritt radio og TV kombinert med reklame på NRKs nettsider. Han er mer opptatt av reklameeffekten av NRKs pengespillsendinger: "Norsk Tippings trekninger og Rikstoto sine travløp må fjernes fra TV skjermene, pengespill er en frivillig ekstraskatt som tar fra de med lite og minst i samfunnet og fungerer som ren innsamling til statskassa, selv om man på utsiden fremstiller det som underholdning," skriver han. Han foreslår å legge disse sendingene til nettet, eller helst fjerne dem helt.

B. Overordnede kommentarer til NRKs framtid

Allmennkringkastingsplakaten skal inneholde overordnede retningslinjer for NRK. Dermed inviterer forslaget indirekte til debattinnlegg om NRKs framtid som ikke bare forholder seg til teksten i det foreliggende forslaget, men gjerne favner videre.

Et lavere ambisjonsnivå

I sin artikkel tar **Håkon Larsen** for seg debatten om allmennkringkasting og NRK i Norge og sammenligner den med hvordan tilsvarende spørsmål drøftes i den svenske offentligheten. Larsen finner store forskjeller, både i omfang, i hvor prinsipiell debatten er og i hvordan institusjonene ser på seg selv. Den svenske debatten er mer omfattende, den norske er mindre prinsipiell og går mer på delspørsmål, skriver Larsen. Videre:

"Når det gjelder selvtillit på egne vegne er det stor forskjell mellom NRK og SVT. Der sistnevnte omtaler seg selv som en av verdens beste public service-kringkastere har NRK nok med å være størst i Norge. Det ulike ambisjonsnivået kommer til uttrykk gjennom representanter for allmennkringkasternes innlegg i den offentlige debatten, så vel som kringkasternes strategidokumenter."

Larsen mener at omstillingsfasen NRK er inne i med digitalisering og oppretting av nye kanaler, skaper en "historisk mulighet til å heve ambisjonsnivået og aspirere mot å være på høyde med ledende internasjonale allmennkringkastere."

Lisens, alternativ finansiering og kommersialisering

Blant de av Vox Publicas lesere som har ytret seg i den åpne høringen, er det ingen tvil om at spørsmål knyttet til lisensordningen og alternative finansieringsformer er de som har vakt mest debatt. En stor andel av leserkommentarene dreier seg om disse temaene. Det er mange som kobler spørsmålet om reklame på NRK (begrenset til noen distribusjonstyper eller ikke) direkte til NRKs finansieringsform:

- **Christian Skauge:** "NRK bør reklamefinansieres – eller lisensfinansieres. Det er en hån mot skattebetalerne at de skal få ha i pose og sekk."
- **Gerd Hansen:** "selvsagt skal de ha reklame. Det har de jo allerede! Litt mer reklame og vi kan slippe å betale lisens. (...) Tar gjerne imot reklame for å få fjernet den monopolistiske lisensen som ALLE må betale."
- **Skule Karijord:** "Gjør NRK reklamefinansiert! Blir forbannet av å måtte betale for en kanal som jeg aldri ser på."
- **Marianne Lilleaas:** "Jeg betaler gladelig tv-lisens hvis det betyr at nrk-kanalene kan forbli reklamefrie."
- **André:** "Kutt lisensen og bli reklamefinansiert, da kan vi som aldri bruker kanalen slippe og betale for den."

Flere ulike argumenter kommer fram i debatten om lisensfinansieringen. **Trond Solheim** foreslår at hvis lisensen opprettholdes, bør inntektene "fordeles likt til alle norske tv kanaler – ikke bare NRK. Dermed må man også åpne for reklamefinansiering av NRK, slik at de må drifte på lik linje med sine konkurrenter. I dagens digitale hverdag, er 50- og 60-tallets ideer om kunnskaps- og kulturformidler borte," skriver Solheim.

Andre trekker fram økonomiske skjevheter. **Rabeeee** skriver: "Jeg jobber med mennesker som har det svært vanskelig økonomisk og som må be om sosialstøtte for å greie denne regningen. Synes det er skandaløst at denne lisensordningen videreføres år etter år."

Trond skriver: "Jeg registrerer også at mange argumenterer med at vi må beholde lisensen fordi de selv er villige til å betale denne for å beholde en reklamefri kanal som de liker. Dette argumentet holder ikke vann, mener jeg. Hvis jeg liker noe, er det da rettferdig at alle skal tvinges til å være med på å betale for dette da, uavhengig av om de har interesse av det selv eller ikke?"

Flere nevner et alternativ også Kulturdepartementet drøfter i Stortingsmelding 30: at lisensordningen erstattes med finansiering over statsbudsjettet:

- **Reidar Kaarbø:** "Lisenspengene bør flyttes til skatteseddelen. Dette vil øke inntektene, gjøre adm. billigere og få slutt på tyvtitterne. Hele landet nyter godt av et tilgjengelig reklamefritt NRK, hele landet kan betale for det."
- **EKH:** "Lisensen kan gjerne tas over skatteseddelen, det har jeg ikke noe imot. Poenget er at NRK må få et tilstrekkelig driftsbudsjett til å utgjøre et skikkelig alternativ til de fordummende reklamefinansierte kanalene."
- **Christoffer:** "...lisens-avgiften spiser ca. 2,5% av min totale inntekt, ettersom studielån og stipend utgjør ca. 80 000 kr. i året. Husleien i Oslo, utgifter til mat og andre nødvendigheter har allerede drevet økonomien min farlig nær smerteterskelen. Derfor ber jeg mr. Giske innstendig om å flytte denne usosiale avgiften over til beskatning av inntekt og formue."
- **Trond:** "Jeg og min samboer, som begge har gode jobber, betaler 1 stk lisens, altså en halv lisens pr pers. En fattig student som bor alene, derimot, må betale full lisens. Det er ganske galt når fattige/ressurssvake faktisk må betale mer i avgift enn svært mange som har mye bedre råd."
- **Jon Hoem:** "... en gradvis overgang mot et finansieringsregime der NRK får sine midler over skatteseddelen. På kort sikt er neppe dette særlig realistisk, men slik NRK nå posisjonerer seg synes det eneste alternativet å være en fremtid der premisene settes av kommersielle konkurrenter. Dermed blir lisensfinansieringens legitimitet stadig mer tynnslitt, samtidig som mulighetene for et reelt ikke-kommersielt alternativ gradvis forspilles."

Hva hvis NRK forsvinner?

I sin artikkel legger **Øyvind Strømmen** ut på jakt etter NRK-hateren. Han observerer at det i dag er vanskelig å finne eksempler på politikere og synsere som går inn for å legge ned NRK. Derfor leter han i nettdebatter, og finner NRK-haternes argumenter der. Disse er av to typer. Den ene går ut på at NRK ikke framstår som ikke-kommersiell, noe som undergraver viljen til å betale lisens: "Kvifor betala for noko som ein synest er dårleg, og som att på til er betalt for allereie?"

Det andre argumentet mot NRK går ut på at folk som ikke ser på NRK blir "flådd" fordi de likevel må betale lisens. Strømmen finner ikke dette argumentet overbevisende:

"Det at ein synest at NRK er dårleg er eit godt argument for å lata vera å sjå på kanalen. Det at kanalen vert oppfatta som eit propagandareir er, dersom mange nok deler dette synet, eit godt argument for at NRK bør vurdere sin redaksjonelle profil. Men er nokon av argumenta eit argument for at det er ein dårleg ide å ha ein ikkje-

kommersiell og offentlig eid allmennkringkastar? Slik eg ser det må svaret vera eit tydeleg nei. Ein offentlig driven, ikkje-kommersiell kringkastar har moglegheit til å utfylla mediamarknaden, og til å levera eit produkt som elles ikkje ville eksistera, men som det av ulike grunnar er i samfunnets interesse at finst."

I sin jakt på årsaker til NRK-hatet ender Strømmen opp med selve lisensordningen: "Eg har ein teori om at NRK-hatarar ofte er meir motiverte av lisensavgifta enn av innhaldet i kanalen, sjølv dei som hylar og skrik om at dei aldri ser på NRK. Nokon er jamvel sinte over at innhaldet er godt, utan at dei får det." Som mange av debattantene i den åpne netthøringen peker Strømmen på at lisensen slår ut usosialt og er fristende for mange å la være å betale: "Lisensen gjev inntrykk av å vera ein luksusskatt på noko som slett ikkje er eit luksusgode i dagens Noreg. Han er rett og slett tåpeleg." Derfor går også Strømmen inn for å beholde NRK, men flytte finansieringen til skattseddelen.

Strømmens artikkel ble fulgt av en replikkveksling i flere runder mellom **Bjørn Stærk** og forfatteren. Stærk plukker opp spørsmålet om NRK behøves eller ikke. Selv har han tatt farvel med både NRK og kringkasting i det hele tatt, og er uansett prinsipielt imot en statskanal: "Jeg tror det beste argumentet for å beholde NRK er at mediebildet i Norge over mange tiår har stabilisert seg relativt okay med en stor statlig aktør, og at det å fjerne denne eller splitte og privatisere den vil hive en masse baller opp i lufta. Inntil de ballene faller ned igjen vil de som liker det NRK leverer i dag få et dårligere tilbud."

I replikkvekslingen med Strømmen aksepterer Stærk at smale programmer med norsk fokus vil bli borte hvis NRK legges ned. Men hvem bestemmer hvilke nisjer som skal dekkes, spør han: "Selvsagt kan ikke alle nisjer dekkes, det er nettopp det: Man ender opp med å tilfredsstille de gruppene med mest kulturpolitisk tyngde, de nisjetilhengerne som er så heldige at de befinner seg nærmere maktsentrum enn oss andre." Stærk mener at det i dag allerede finnes ypperlige alternativer: kombinasjonen av et uendelig nett-tilbud og DVD-butikker for enhver smak utraderer i hans øyne behovet for en allmennkringkaster:

"Det finnes en bedre medievirkelighet, som har alle fordelene til en statskanal, og ingen av ulempene. En virkelighet som dekker alt fra ekstremt smale amatørproduksjoner til gigantiske DVD-butikker."

Debatten mellom Strømmen og Stærk er et godt eksempel på hvordan deltakerne i den åpne netthøringen har brydd seg om alt fra detaljene i reguleringen av NRKs rammebetingelser til de helt store, prinsipielle spørsmålene allmennkringkastere står overfor. Vi håper synspunktene blir tatt i betraktning i det videre arbeidet med plakaten og at de gir impulser til den fortsatte debatten om allmennkringkastingens og NRKs framtid.

Vennlig hilsen

Olav Anders Øvrebø
Prosjektleder

Jostein Gripsrud
Ansvarlig redaktør