

Til
Kulturdepartementet
postmottak@kud.dep.no

Oslo 26. august 2014

HØRING NRK-PLAKATEN

Det vises til høringsnotat vedrørende NRK-plakaten.

Departementet ber om våre synspunkter på NRK-plakatens form og innhold. Vi er bedt om å tilkjenne synspunkter på hvilken måte Statens krav og forventninger til NRK bør uttrykkes, og på spørsmålet om Plakaten beskriver grensene for NRKs handlingsrom på en hensiktsmessig måte.

Amedia, som driver lokale medier over hele landet, ønsker å gi følgende innspill:

Generelt

NRK er etablert som et nasjonalt løft for å bygge ut og sikre at hele den norske befolkningen tilgang til godt kvalitativt innhold i radio og fjernsyn.

NRK ble etablert i en tid da samfunnet hadde behov for å bygge ut en infrastruktur for radio- og fjernsynssignaler og sikre et kringkastingstilbud til hele befolkningen. Det skjedde som følge av knapphet på økonomi i markedet, knapphet på tekniske ressurser og knapphet på en nasjonal offentlighet.

NRK ble etablert som en samfunnsmessig nødvendighet og en hjørnestein i «ytringsfrihetens infrastruktur» i vårt land.

NRK har på en forbilledlig måte fylt det tomrommet som eksisterte. Ved å sikre befolkningen tilgang til radio- og fjernsynsmarkedet, er folks hverdag beriket med godt kvalitativt programinnhold. NRK har gitt avgjørende bidrag til å utvikle nasjonale identitet, norsk språk og kultur.

Vår lisensfinansierte allmennkringkaster har utvidet mediemangfoldet.

I hele oppbyggingsfasen har NRKs oppdrag vært knyttet til formidling av radio og fjernsynsprogrammet.

Siden 1996 har NRK hatt aktivitet også utenfor radio og fjernsynsmarkedene. I 1996 ble det åpnet opp for at NRK kunne være tilstede på «nye plattformer». I 2007, da NRK-Plakaten ble vedtatt, fikk NRK et pålegg om å utvikle attraktive lisensfinansierte allmennkringkastingstilbud også på Internett.

I Plakatens §13d heter det at NRK skal «*være til stede på og utvikle nye tjenester på alle viktige medieplattformer for å nå bredest ut med sitt samlede programtilbud.*» Plakaten fastslår at NRKs *programtilbud* skal være tilgjengelig for alle. Med bestemmelsen om at NRK skal «*ha et attraktivt innholdstilbud på Internett, mobil-tv etc.*», er allmennkringkastingsoppdraget utvidet fra å omfatte bilder og lyd til også å gjelde tekst. Forventningen til NRKs tilstedeværelse på Internett å gjøre «de fleste av sine radio- og fjernsynsprogrammer tilgjengelig på Internett» til «*løpende oppdatering*» av *nyhetstilbudet*» [fra radio og fjernsyn]. I tillegg har NRK fått pålegg om å ha et nettbasert «**eget** regionalt nyhets- og innholdstilbud».

Det betyr at NRK har fått mandat til å gå i direkte konkurranse med tekstbaserte medievirksomheter, dvs i et mediemarked der det i Norge aldri vært underskudd på mangfold, kapasitet eller underskudd på «public service»-innhold.

I perioden etter 2007 har det skjedd meget omfattende omveltninger i medielandskapet, både blant mediebrukere og knyttet til finansieringsgrunnlaget for de private mediene.

I denne perioden har NRK utviklet sitt innholdstilbud på en måte som skjerper konkurranseflatene mot private medieaktører, særlig i det lokale og regionale markedet. NRK er blitt et (gratis) substitutt og et reelt alternativ til lokalmedienes (betalte) redaksjonelle tilbud. Denne konkurransen vil ventelig forsterke seg ytterligere i tiden som kommer.

Dette kan bety at NRKs funksjon gradvis vil kunne utvikle seg fra å være en aktiv pådriver for mediemangfold til å kunne true det lokale mediemangfoldet som norske lokalmedier representerer. Amedia frykter at NRKs offensive satsing på å bygge seg selvstendige posisjoner med digitalt lokale/regionalt innhold, representerer en betydelig trussel mot vår mulighet til å lykkes med å utvikle bærekraftige lønnsomme digitale betalingsprodukter i våre lokalmarkeder.

Amedia mener at dette dilemmaet er den viktigste utfordringen knyttet til NRKs samlede virksomhet i dag og framover. Dette forholdet bør drøftes og avklares når man nå gjennomgår NRK-plakaten i sin fulle bredde.

NRKs plass i medielandskapet

I vurderingen av NRK er Amedias utgangspunkt følgende:

- NRK er som allmennkringkaster en viktig medieinstitusjon som på en god måte ivaretar sentrale oppgaver i samfunnet, knyttet til sitt oppdrag om å bidra til høyt

mediekonsum, til styrking av demokratiet og norsk offentlighet og til ivaretagelse av norsk kultur og språk.

- Amedia mener at NRK bør bestå som en lisensfinansiert og reklamefri medievirksomhet. Lisensfinansieringen innebærer at lisensbetalere skal ha fri gratis tilgang til alt innhold fra NRK. Vi er kritisk til at NRK skal kunne utvikle kommersielle tjenester som kan bidra til å finansiere allmennkringkastingstjenester. (jfr. §12f).
- Vi mener det er viktig at NRK også i fremtiden sikres rammevilkår som gjør det mulig å utføre oppgaver som supplerer og berikes det samlede medietilbudet og som det øvrige mediemarkedet ikke ivaretar på en tilfredsstillende måte for hele befolkningen. Vi mener at hovedtyngden av NRKs tradisjonelle oppgaver som allmennkringkaster og en nasjonal fellesarena også i fremtiden bør opprettholdes og gis gode rammevilkår.

NRK-plakaten

Amedia mener at en NRK-plakat er en hensiktsmessig måte for Stortinget å uttrykke sine forventninger til NRKs oppgaver og rolle, og på en god måte sikrer NRKs redaksjonelle frihet og uavhengighet.

- Amedia mener NRK-Plakaten bør være begrenset til å beskrive Stortingets overordnede føringer for NRK, og at det bør overlates til NRKs generalforsamling (Kulturdepartementet) å gi mer detaljerte beskrivelser av rammene for virksomheten gjennom vedtekter. Plakat og vedtekter bør etter vårt syn være to adskilte og ikke tilnærmet identiske dokumenter.
- Plakaten mangler prinsipiell beskrivelse av NRKs rolle i forhold til andre medier, samt av NRKs forpliktelser som følge av at NRK er Statens viktigste virkemiddel mediepolitiske virkemiddel. Plakaten bør suppleres med disse forholdene.
- Amedia mener at NRK-plakaten, som et Stortingssanksjonert dokument, bør begrenses til følgende hovedelementer:
 1. *NRK skal understøtte og styrke demokratiet.*
 2. *NRK skal bidra til å skape og opprettholde et mangfoldig medietilbud nasjonalt, regionalt og lokalt.*
 3. *NRK skal være redaksjonelt fri og uavhengig.*
 4. *NRKs innhold skal være allment tilgjengelig.*
 5. *NRKs innhold skal distribueres og gjøres tilgjengelig på alle plattformer*
 6. *NRKs skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskapning.*
 7. *NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersiell.*

Amedia mener som sagt at Plakaten bør begrenses til følgende rammer/føringer, og at den nødvendige forståelsen av hva dette innebærer bør overlates til vedtak knyttet til vedtekter i NRKs generalforsamling.

Begrunnelsen for å korte ned Plakaten og overlate mer detaljerte beskrivelser og rammer for virksomheten til vedtektene, bygger på at dette etter vårt syn ikke er noen naturlig oppgave for Stortinget å avgjøre. Det bør tillegges den samme instans som beslutter vedtekter, formålsparagraf og eiermessige forhold i private medievirksomheter, nemlig Generalforsamlingen.

NRK-plakaten framstår som både presis og diffus på samme tid. Den inneholder i dag alt fra direkte pålegg («NRK plikter...»), til forventninger («NRK skal...»), muligheter («NRK kan...») og vurderinger («..som hovedregel»). Den spenner videre fra å beskrive ideelle mål til å detaljbeskrive hvordan innholdet i sendingene skal framstå. Formuleringene overlater svært mye til en fortolkning og til utøvd praksis. Plakaten alene er lite egnet til å avgjøre om NRK i praksis befinner seg innenfor eller utenfor de forventninger og krav som stilles. Den instans som er satt til å fortolke disse spørsmål, må, slik vi ser det, i fremtiden også få i mandat å vurdere de konkurransemessige konsekvensene som del av sitt arbeid.

Nærmere om innholdet og forståelsen av Plakatens hovedprinsipper

Som det framgår, er Amedia i hovedsak enig i de hovedmål som i dag er nedfelt i NRK-plakatens overskrifter. Vår begrunnelse for og konsekvensen av de endringer/tillegg som foreslås er knyttet til følgende forhold:

NRK skal bidra til å skape og opprettholde et mangfoldig medietilbud nasjonalt, regionalt og lokalt.

- Siden NRK som en statseid virksomhet er det viktigste mediepolitiske virkemiddelet Staten har, bør det som følge av dette nedfelles et prinsipp om at NRK skal ha en aktiv og positiv forpliktelse til å innrette sin virksomhet i tråd med de mediepolitiske mål.
- Etter vårt syn bør NRKs ansvar bestå i å utøve sitt oppdrag som et supplement og tillegg til de frie private medienes virksomhet, og ikke utvikles til å bli et substitutt, erstatter eller ren konkurrent til de frie mediene.
- De konkurransemessige konsekvensene av nye tjenester og tilbud og av NRKs aktivitet på Internett bør etter vårt syn vurderes utfra hvorvidt nye aktiviteter faller innenfor eller utenfor de forpliktelser NRK skal ivareta som allmennkringkaster.
- Den faktiske grenseoppgangen mellom NRKs utøvende virksomhet og andre mediers virksomhet, lar seg best løse i dialog mellom partene og ikke gjennom

politiske vedtak og diskusjoner. I tillegg bør det i vedtektene uttrykkes en forventning til NRK om at utvikling av vesentlige nye tilbud og aktiviteter må skje i dialog med andre aktører.

NRK skal være redaksjonelt fri og uavhengig

- Dette forholdet er i dag grundig og presist formulert i så vel dagens Plakat som vedtekter. Etter vårt syn bør dette løftes opp som et grunnprinsipp i en forenklet og mindre detaljert Plakat.

NRKs innhold skal distribueres og gjøres tilgjengelig på alle plattformer

- Amedia finner det selvsagt at NRK som en moderne medievirksomhet skal ha tilstedeværelse i alle kanaler og distribuere sitt innhold på enhver flate dette er naturlig.
- Amedia mener likevel at det å være tilstede på nye (distribusjon)plattformer ikke automatisk innebærer at allmennkringkastingsoppdraget skal utvides til å erobre nye markedet og nisjer med spissede tjenester (f eks «egne regionale nyhets- og innholdstilbud») som NRK ikke har hatt eller funnet det naturlig å ivareta gjennom sine radio og fjernsynskanaler.
- Flere steder i Plakaten er det henvist til NRKs ansvar for å sikre at hele befolkningen får tilgang til det innholdet som institusjonen produserer og distribuerer. For å understøtte mediemangfoldet i hele landet, bør det utredes hvordan deler av NRKs innhold kan gjøres tilgjengelig for distribusjon gjennom private public-service mediers (lokalaviser etc) kanaler. Dette vil understøtte NRKs oppgave knyttet til å nå alle deler av befolkningen. Det henvises i denne forbindelse til de bestemmelser i Plakatens §14 h om tilgjengeliggjøring av NRKs arkiver (gratis).

Oslo 26. august 2014

Are Stokstad
Konsernsjef

Stig Finslo
Direktør for utgiverspørsmål