

NRK MÅ BLI BEDRE - OG DÅRLIGERE!

Næringspolitikk.no støtter ideen om allmennkringkaster i Norge og mener NRK generelt sett utfører oppdraget på en svært god måte. Det er imidlertid enkelte områder NRK kan bli bedre, dårligere og enkelte områder NRK ikke bør engasjere seg i.

Forbedringspotensialet

NRK bør fokusere mer på de områdene der de kommersielle medieaktørene er dårlige eller ikke tilstedeværende. Dette gjelder tilbud i radio og TV til barn og unge. Her er NRK til tider enestående, men tilbudet bør forsterkes, fordi de kommersielle aktørene er enten dårlige eller fraværende.

NRK bør også forsterke produksjonen av undersøkende journalistikk i radio og TV. Spesielt radio- og TV-dokumentarer. Et ukentlig norsk "60 Minutes" samt dokumentarer fra arbeids- og samfunnsliv spesielt fra distriktene. Vi savner også næringslivsjournalistikk!

NRK er den eneste medieaktøren som kan produsere innhold til aldersgruppen 5-12 år og 55+. Dette fordi det er forbudt å rette annonser mot barn og annonsørene ønsker utrolig nok ikke å prioritere den kjøpsterke gruppen 55+. NRK bør derfor prioritere disse aldersgruppene spesielt. Kultur er et området som er selvfølgelig å vie mer oppmerksomhet her.

Potensialet for å bli dårligere

NRK er "for gode" på sport og underholdning. Dyre idrettsrettigheter bør overlates til de kommersielle medieaktørene. Her kan NRK spare store summer som kan brukes på "forbedringspotensialet" nevnt over. Det samme gjelder lett underholdning som talentkonkurranser etc.

Områder NRK ikke bør engasjere seg i

NRK bør ikke drive nettavis. NRK produserte ikke papiraviser i den "analoge tidsalder" og det er derfor ikke nødvendig å bruke lisensmidler på å produsere en digital nettavis.

Derimot kan NRK etablere en digital portal med alt sitt innhold aksess- og terminaluavhengig (tilgjengelig for alle duppeditter og distribusjonsløsninger).

NRK's digitale tilbud bør være digitale versjoner av allerede produsert innhold. Ekstra produksjon er kostbart og bør overlates til de kommersielle medieaktørene.

Nye forretningsområder for NRK

NRK bør ikke bruke sosiale medier som ikke betaler ordentlig skatt i Norge. Derimot kan NRK ta initiativ til å etablere et sosialt medium for deling av digitalt innhold. Gjerne kombinert med en betalingsløsning folk flest kan benytte. Her er Vipps et godt alternativ.

NRK bør selv ta i bruk denne betalingsløsningen for innkreving av lisens og invitere andre medier med på det nye sosiale mediet og betalingsløsningen. NRK bør også invitere andre lands allmenkringkastere og medier med til samarbeid på dette området.

Kort om Næringspolitikk.no

Den næringspolitiske debattavisen Næringspolitikk.no ble etablert 1.februar 2017. Avisen utgis av Oslonyhetene AS og redigeres av den tidligere næringspolitiske rådgiveren og journalisten Torbjørn Leidal (57).

Han er utdannet ved Journalisthøgskolan ved Stockholms Universitet og har redaksjonell og administrativ bakgrunn fra radio, TV, avis og nettavis i Norge og Sverige. Han deltok i planlegging og oppstart av nærradio, nær-tv, planlegging av NRK Regional-TV, norsk TV2, svensk TV5 og Nyhetskanalen Oslo ASA.

De siste 10 årene før han etablerte Næringspolitikk.no drev han det næringspolitiske arbeidet for energigjenvinningsanlegg samt bisto et titalls næringspolitiske organisasjoner med myndighetkontakt. Blant disse Mediebedriftenes Landsforening, Avfall Norge, Norsk Fjernvarme, Energi Norge, Norsk Bioenergiforening og Bredbåndssalliansen i tillegg til Schibsted, TV2 og Telenor i Norge og Sverige. Han har også bistått næringsliv og kommuner på Vestlandet i samferdselsspørsmål.