

Usynlige signaler

Av Instituttleder Leif Holst Jensen, Westerdals institutt for film og medier, Høyskolen Kristiania

Etersendinger, satelittsignaler og internett er usynlig for oss. Det er svært vanskelig å kjenne på eller vurdere hva som foregår, eller burde foregå. Medieinnhold er rundt oss og tilgjengelig hele døgnet. De positive ringvirkningene NRKs virksomhet har i det norske samfunnet kan fremstå som like usynlige i det daglige. Et sterk NRK er avgjørende viktig for det norske mediemarkedet.

Det går bra for NRK om dagen. Samtidig ser vi en knallhard debatt med Schibsted, Amedia, Dagbladet m.fl som tilsynelatende kjører et koordinert opplegg for å forsøke å svekke NRK. Medietilsynet har - på bakgrunn av dette - fått i oppdrag å lage en rapport om NRKs rolle og bidrag til mediemangfoldet. Så langt i debatten har NRK stått ganske alene, mot dem som hevder at NRK svekker mediemangfoldet i Norge. Motivene for å svekke eller avgrense NRKs virksomhet er forankret i markedsendringer, frykt, usikkerhet og i kombinasjon med et politisk grunnsyn med stor skepsis til statlige aktører kan NRK bli straffet uten at det er det beste for publikum. Publikum bør engasjere seg i denne debatten.

Sterkt nasjonalt mediemiljø

Som leder av Westerdals institutt for film og medier ved Høyskolen Kristiania er det viktig for meg og våre studenter hvilket mediemarked som venter oss de kommende årene. Det bør være et sterkt nasjonalt mediemiljø som konkurrerer med det beste internasjonalt, og volumet bør være stort nok til å kunne ta imot store kull av nye kompetente innholdsprodusenter. Dagens studenter skal være på høyden i 2040-2050, og se tilbake på at det de gjorde hos oss var relevant i 2018.

For oss er det vesentlig at det finnes en sterkt og mangfoldig bransje i Norge, som etterspør nye talenter og kompetanser. Det krever at aktørene og de politiske myndighetene klarer å kombinere tøff konkurranse med å skape en størst mulig felles arena, der de ulike aktørene er sikret tilstrekkelig økonomi til drift og innovasjon. Vi må sikre at kaken er størst mulig fremfor å krangle om oppskriften og ingredienser. Vi må sikre mangfold.

Det kanskje mest avgjørende med mediemangfold er bruksmangfold. Mediemangfold bidrar ikke til reell ytrings- og informasjonsfrihet hvis det mangfoldige tilbudet ikke tas i bruk. Men det er også viktig med innholdsmangfold, både når det gjelder produsenter og sjangre. NRK som kringkaster kan hente innhold fra andre miljøer, og fra hele landet.

Alle aktører påvirker markedet, og særlig de største, og den største av alle er NRK. NRK er felleseie, en statlig aktør som skal publisere innhold som skal brukes av publikum, og derfor påvirker markedet. Dermed er det ikke en relevant kritikk i seg selv at markedet blir påvirket eller at NRK er konkurransevridende.

Det må være balanse mellom NRKs påvirkning av markedet, statens helhetlige mediepolitikk og virkemidler, og samfunnets behov for mediemangfold.

NRK har klart seg godt i en årrekke, og har gjort mange gode strategiske valg. Vi har vært seint ute her i landet, og har kunnet bygge videre på gode og dårlige erfaringer fra naboland og ikke minst store BBC. Selv jobbet jeg i NRK på 90-tallet der man kunne se resultater fra etableringen av dansk TV2, og hva det betød for DR, og NRK gjorde kjappe og kloke taktiske disponeringer deretter. Einar Førde var en god strateg, og med OL i 94 fikk NRK et viktig økonomisk løft og en internasjonal benchmark som var avgjørende for kvaliteten, ikke bare på NRKs sendinger, men også konkurrentenes. Vinneren i det norske marked har vært publikum. Norge har hatt et usedvanlig sterkt medietilbud sammenlignet med størrelsen på befolkningen, og med en produksjonsteknisk og redaksjonell kvalitet på høyden med mye i Europa, og i land med mer en ti ganger så mange innbyggere.

NRK har hatt bred politisk oppbakking, selv om det har vært diskusjoner, så har alltid flertallet på Stortinget støttet godt opp om vår felles allmennkringkaster. Nå pågår det en diskusjon blant annet i Danmark, der politiske aktører som ønsker å svekke DR vesentlig er i allianse med aktører som mener DR har for stor markedsmakt. Det er skummelt hvis motivene blandes og forsterkes. NRK kan helt sikkert bli bedre, og dele mer, kan helt sikkert gjøre ting annerledes og mer rasjonelt. Men de som har fulgt organisasjonen tett vet at det har skjedd et omfattende, kontinuerlig utviklingsarbeid. De internasjonale suksessene som er oppnådd i det siste er ikke tilfeldige.

De private mediebedriftene har selv ansvaret for å utvikle produkter, innhold og forretningsmodeller. Ved siden av en offentlig finansiert allmennkringkaster og en stadig tøffere konkurranse om publikum og om penger fra globale

aktører. Staten bør sikre det nasjonale innholdet, og bør i større grad se på de store dominerende internasjonale aktørenes effektive raid i det norske annonsemarkedet.

Behov for transparens

Det er stort sett enighet om at NRK skal være redaksjonelt uavhengig, og mange understreker at NRK kan gjøre noe de andre ikke kan gjøre fordi de er sikret finansiering, og at de har et bredt allmennkringkasteroppdrag. Det blir også sagt at siden NRK har en så stor og viktig rolle i samfunnet, at det er viktig at de ikke ødelegger for andre i markedet. Det er relevant å vurdere balansen, men det er også viktig å tenke på hva som hadde vært alternativet til en sterk allmennkringkaster. Da ville nok mediemarkedet i Norge sett annerledes ut, og det er neppe noen garanti for at kvaliteten ville vært bedre.

Det er også viktig å skille mellom ulike deler av markedet. Det virker som denne debatten har sitt utspring i nyhetsmediene, og de tradisjonelle avishusene som har sett en vesentlig nedgang i sine kommersielle inntekter. Men konsekvensen bør ikke nødvendigvis bli å svekke NRK. Det er avgjørende viktig å sikre nasjonalt innhold og innholdsproduksjon.

NRK er både publisist, kringkaster og produsent, og det er ikke nødvendigvis slik at de behøver å gjøre alt selv. Ringvirkningene i markedet handler ikke bare om publikum, men også om leveranser. Samarbeidet med resten av medie-Norge kan skje på flere måter. Men ennå større transparens om budsjetter og prioriteringer er ønskelig.

NRKs suksess er bransjens suksess

NRK vant for nylig en etterlengtet Emmy i dramaklassen, og det er fristende å sitere Thor Gjermund Eriksen som skrev at drama og fiksjon er en viktig del av NRKs oppdrag om å dekke sosiale, demokratiske og kulturelle behov i det norske samfunnet. Den norske tv-dramabransjen har samlet hatt høye ambisjoner på dramaområdet. I 2004 startet en samlet bransje kampanjen EMMY2007, et arbeid for å heve kvaliteten på norsk tv-drama. Produsenter, filminstitutt og tv-kanaler ønsket å spille hverandre gode, og få en økt satsning på tv-drama innad i kanalene. NRK har de siste årene sagt høyt at de skal være en publisist og produsent i verdensklasse. Neste år bruker NRK drøyt 300 millioner på norsk tv-drama. Lite sammenliknet med Netflix, HBO og store internasjonale aktører, men likevel et betydelig beløp som kommer den norske bransjen til gode - skuespillere, forfattere, produsenter og regissører.

Seermønstrene har endret seg og strømme-tv, eller «når du vil-tv» er allerede større enn kringkastet tv i unge aldersgrupper, og NRK-serien SKAM har en forrykende internasjonal suksess, forøvrig regissert av en tidligere Westerdalsstudent Julie Andem.

NRK er den store, åpne fellesarenaen i Norge som gjør at norske dramaproduksjoner blir sett, hørt og opplevd av et stort publikum. Innholdet har ingen verdi før det treffer et publikum.

Forskning og utvikling, vitensdeling

Som et medieinstitutt på området, som utdanner en rekke fagfunksjoner til hele mediemarkedet er vi glad for det samarbeid vi har med alle aktørene, og spesielt NRK som har opptrådt ryddig overfor utdanningsinstitusjonene, og som årlig tar imot et stort antall praktikanter over hele landet.

Store deler av mediemarkedet er fragmentert med mange små aktører som står i et sterkt avhengighetsforhold til noen få store aktører, de fleste av dem i utenlandsk eierskap. Det er vanskelig å få til systematisk kompetanseoppbygging og forpliktende utviklingsarbeid. Slik vi vurderer det bør NRK inngå et ennå bedre og tettere samarbeid med forsknings- og utdanningsmiljøene, knyttet f.eks til finansiering av masterprogrammer og Ph.D. De interne forskningsmiljøene bør også samarbeide mer med de eksterne, og den viten og research NRK lager bør i størst mulig grad være åpen og tilflyte hele markedet.

Et sterkt NRK er viktig for innovasjon og kvalitetsheving i hele den norske mediebransjen. Det er viktig at man her ser at den absolutt sterkeste konkurransen skjer med enorme internasjonale aktører. Et sterk NRK er avgjørende viktig for det norske mediemarkedet. Ringvirkningene er store og publikum er vinneren.