

## Innspelsmøte NRK og konkurranse Kulturdepartementet mandag 23. mars

Notat frå Landslaget for lokalaviser, LLA

### Kulturminister og andre medieinteresserte

I ei ny og endra medieverd er det nye utfordringar. Men dei overordna måla om at innbyggjarane opplever at det er reell yringsfridom gjennom eit mangfald av seriøse lokale, regionale og riksdekkande nyheits- og aktualitetsmedier av høg kvalitet og med god, uavhengig journalistikk under fana til pressas etiske normer ligg fast.

Det er viktig å ikkje setja i spel det som har fungert over tid; nemleg momsfratak for aviser, produksjonstilskott til nr.2- og lokalaviser, lisens for etermedia, TV2s konsesjon som riksdekkande reklamekanal, og altså ein sterk lisensfinansiert allmennkringkastar, Nrk.

Nrk som allmennkringkastar har til nå ikkje vore til hinder for at vi har kunne hevde at landet vårt har vore i verdstoppen i mediemangfald, truleg tvert imot ved at dei har hatt ein høg fagleg og etisk standard som også har løfta kvaliteten i andre medier.

Det er mange utfordringar som nå trer fram i kvardagen for media.

Kven eig nyheitene, og kven skal ha betalt for arbeidet med å hente dei fram?

Korleis skal dei som lagar originaljournalistikken vere dei som får inntektene knytt til kostnaden med få fram god journalistikk, både frå lesarar og annonsørar?

Før digitale medium vart tekne i bruk, kunne ein avisjournalist rekne med å ha ein artikkel i fred i om lag eitt døgn. Ingen kunne presentere sitat eller avskrift før konkurrenten trykte neste avis, normalt 24 timar etter.

For sitat frå konkurrerande medium var det visse reglar, meir eller mindre skrivne og i tillegg kollegiale omsyn. Den som siterte, oppgav kjelde, og presenterte berre utdrag av artikkelen. Å sitere utan kjelde eller å bruke ein heilt artikkel var ikkje berre ukollegialt, det kunne også vere eit brot med åndsverkslova.

Dessutan hadde ikkje avisene normalt så lyst til å sitere konkurrentar dagen etter – fordi det på ein måte framheva konkurrenten. Det var meir vanleg å lage saken på nytt med eiga vinkling.

Den praktiske konsekvensen av at avisene hadde så lang produksjonstid, var at avisa (journalisten) som hadde gjort arbeidet, også var den som fekk æra og i prinsippet også betalinga for innsatsen. Eit sunt prinsipp som gav utteljing for innsats. Dette var ein viktig motivasjonsfaktor, og låg i botn for mykje av den journalistiske verksemda.

Også sett frå samfunnet si side er dette eit tenleg prinsipp, og er det same som ligg til grunn for åndsverkslova. Den som har gjort ein innsats, skal og ha inntektene og eineretten ei rimelege tid. Er det ikkje slik, blir motivasjonen mindre – om det er snakk om gravande journalistikk eller skaping av kunst.

Å sitere frå andre sine artiklar, er ein naturleg del av journalistikken. Men å ta ein heil artikkel, eller store utdrag frå denne og gje den ut som sin eigen, eller bruke andre sine bilete utan løyve er i prinsippet eit brot på åndsverkslova. Avisartiklar og avisbilder har i prinsippet det same vernet som eit anna åndsverk.

Lite av dette vart endra med radioen og seinare med utbygginga av lokalkontor for NRK. Tvert imot, å bli sitert i radio, såg avisene på som god reklame reint generelt. At ein artikkel vart kort sitert i radio, kunne sannsynlegvis også føre til at lyttaren kjøpte avisa for å lese heile artikkelen. Normalt var NRK nøye med å fortelje kva avis dei siterte frå når det var snakk om eksklusive saker. Og skjedde det ikkje, var ein telefon ofte nok til at feilen ikkje vart gjort fleire gonger. Radio og avis hadde gjensidig nytte av kvarandre, og kunne godt leve side om side sjølv om dei i prinsippet var konkurrentar på den same marknaden. Radioen var rask, avisa hadde heile historia med alle detaljar.

Men biletet endra seg dramatisk med raske digitale media, i praksis nettaviser. Minst fire faktorar var med på endringa.

1. Den viktigaste var at nå kunne eit digitalt medium presentere det som stod i avisa straks etter at ho hadde kome ut. Eksklusiviteten var borte.
2. Store og ressurssterke mediehus kunne støvsuge for eksempel lokalaviser for nytt. Kapasiteten til å ta stoff vart større.
3. Dei gamle reglane om skikk og bruk ved sitat vart langt på veg sett til sides. Viljen til å ta andres stoff og meir eller mindre gje det ut for sitt eige, vart større.
4. Nettet er på mange måtar anarkistisk og uoversikteleg, og i praksis er det nærast uråd å verne fullt ut om opphavsretten. Kunnskapen om opphavsretten kunne nok vore betre, og viljen til å la seg styre av juridiske lover er berre sånn passe.

Årsakene til dette er samansette, men hardare konkurranse, strammare økonomi spelar truleg inn.

Kva er eit normalt sitat og kva er tjuveri? Om dette er det ulike meiningar. Og det er også vanskeleg å seie kva eksakt dette fører til. Men det er rimeleg å tru at nokon kan skaffe seg fleire “klikk” på denne måten, noko som er ein fordel i kampen om annonsørane.

Det som er sikkert er at dette kan gje dårlegare motivasjon for langvarig, gravande journalistikk, i siste omgang ein generelt dårlegare journalistikk med negative konsekvensar for heile samfunnet.

Reint skjematisk kan vi dele nettmedium (nettaviser) som i stor grad bruker stoff frå andre medium i tre grupper:

1. NRKs nettaviser
2. Nettaviser knytte til ei papiravis
3. Meir frittstående nettaviser, men også dei ofte eigd av større mediehus

Og så er det sosiale medium, som ikkje er medier i tradisjonell forstand sidan dei ikkje har journalistisk aktivitet, men som like fullt representerer konkurranse om både nyhende og annonseinntekter.

Pressa er midt oppe i ei stor omstilling frå å berre publisere på papir til å til publisere på både papir og i digitale kanalar. Det er heilt nødvendig for å nå alle lesargrupper. Samstundes ser vi at annonseinntektene går ned på papir utan at desse er blitt kompensert digitalt. Det er mindre betalingsvilje digitalt og i tillegg er det mykje større konkurranse digitalt.

På dei digitale plattformer ser vi og ein sterk tendens til at dei store aktørane tar ein vesentleg større del av kaka. Det er ein tendens til at The winner takes it all.

Utfordringane i annonsemarknaden gjer det endå viktigare for avisene å kunne ta lesarbetaling digitalt. Det er utfordrande nok å ta betalt for noko som mange har levert gratis tidlegare. I tillegg er det mange aktørar som ikkje tar betalt.

NRK sine nettaviser har vore mykje framme i diskusjonen fordi Nrk er statleg kontrollert, og finansiert gjennom lisens. Nrk har store journalistiske ressursar og den digitale satsinga kan opplevast urimeleg for konkurrentar. Samstundes er det vanskeleg å krevje at Nrk ikkje skal ta i bruk digital publisering eller stille krav i forhold til dette når dei fleste andre medier tar i bruk dei publiseringskanalane dei finn tenleg.

Det er prinsipielt vanskeleg å gripe inn i den redaksjonelle fridomen og redaktøren i Nrk sin rett til å publisere det han vil og kor han vil.

Samtidig påkviler det Nrk eit stort ansvar i å utvise godt skjønn i lys av både styrke og samfunnsansvar. Dette er ein situasjon Nrk er vant med og eigentleg alltid har hatt.

Tradisjonelt har oppgåva til NRK vore å drive radio, seinare også tv. Dette sa seg sjølv, og lenge hadde da også NRK einerett til dette. På ein måte var alt tekst-tv kanskje eit prinsipielt brot med dette. Men aktiviteten vart aldri så stor og viktig at det førte til debatt. Ei utviding av den tidlegare praksisen kom fyrst da NRK også laga sider på nettet som raskt og fyldig kunne bringe vidare det for eksempel lokalavisene skreiv. Nå var det ikkje lenger snakk om at radio og aviser utfylte kvarandre. Nå vart dei konkurrentar på den same marknaden.

I tillegg til dei generelle problema nettavisene skaper for journalistikken er det heilt avgjerande at det blir slått formelt fast at NRK skal vere reklamefri.

\* NRK skal ikkje kunne ha betalt reklame på radio og tv.

\* Nrk skal ikkje kunne ha betalt reklame på digitale plattformer.

Det provoserer og mange at NRK reklamerer for eigne nettsider, og spesielt den faste reklamen i Dagsrevyen der eit nyhende blir presentert nærast som ein løyndom sjåarane ikkje får vite utan å gå til nettsidene.

Kvar ligg løysinga i tilhøvet mellom lokalvisene og Nrk?

Som landet vårt er langstrakt og variert er og opplevinga lokalavisene har om Nrk svært forskjellige. Vi kan godt trekkje fram Sogn og Fjordane som eitt distriktskontor der lokalavisene opplever at Nrk lagar lokalavis på nett og slik hindrar dei å kunne ta lesarbetaling på nett utan å missa konkurranskraft.

I andre deler av landet opplever lokalavisene Nrk som ein god og motiverande kollega som er mest til nytte.

Men jamt over er det stor spenning knytt til Nrk si digitale utvikling. Mange fryktar at Nrk skal bruke av sine store ressursar og store kompetane til å hente stoff frå lokalavisene, også betalt innhald, og spreie på sine nettsider slik at lokalavisene ikkje vil kunne ta lesarbetaling.

Mange meiner at Nrk på sine digitale plattformer må prioritere innhald knytt til orginalkanalane radio og tv.

Kanskje kan mediebransjen og Nrk setja seg ned saman, konkretisere og kvantifisere problema, og lage kjøreregler og praksis alle parter kan leve med. Eit vilkår for dette

er at Nrk innser og godtek at det er uro over at dei kan skape problem for lokalavisene, som kan vere heilt øydeleggjande.

Nrk må ikkje øydeleggje ei av dei viktigaste kjeldene dei sjølv ausar av, men leggje til rette for samarbeid som kan styrke journalistikken samla sett.

Det er heilt sikkert muleg å finna område der Nrk og lokalavisene kan samarbeide, til dømes i samband med val og større hendingar.

Lokalavisene bør og få tilgang til innhald produsert av Nrk som trass i alt er finansiert av alle, dvs. via lisensen.

På samme måte må alt arkivmateriale gjerast lett tilgjengeleg for andre medier.

Mediebransjen slit for tida, og har gjennomført vesentleg nedbemanning.

Dette har gjort at det er blitt færre journalistar i pressa.

Men det er ikkje opplagt at det vil vere til hjelp for pressa om også Nrk reduserer dei journalistiske ressursane.

Det viktige er korleis Nrk brukar sine store ressursar. Dei kan til dømes fylla inn i dei blindsoner som dukkar opp når andre medier kuttar og prioriterer hardare.

Til dømes er det regionale nivået i journalistikken svekka etter at regionavisene i større grad har trekt seg tilbake til sine kjerneområde. Her har Nrks distriktskontor ei viktig samfunnsoppgåve å fylla.

LLA meiner at Nrk, og for den del pressa ellers, må få meir langsiktige rammevilkår utover årlege statsbudsjett. Vi trur dette også vil gjort Nrk mindre opptatt av å konkurrere med dei frie medier om kortsiktige lyttar-, sjåar- og lesartal.

LLA ser at i eit perspektiv på dei næraste 3-5 åra vil lisensfinansiering vere mest nærliggande. På lengre sikt kan kanskje husstandsavgift-/lisens vere meir fornuftig i tråd med den teknologiske utviklinga.

LLA vil ta til orde for se på åndsverkloven og opphavsrett i lys av nye medier.

Det trengst og en gjennomgang av både lover og kjøreregler for opphavsrett, sitatrett og lenking.

Ressurssterke medier og aktører som knapt kan kalles medier bruker stadig større ressurser på å skanne, stjele, formidle andres nyheter på egen nettside.

Det må gjøres tiltak, om nødvendig gjennom lov, for å sikre at de som har skapt originaljournalistikken også blir sikret at leserne kommer til deres medie gjennom lenking og i det minste en helt annen kildetilvisning enn i dag. Ellers risikerer vi at stadig færre vil bruke stadig mindre ressurser til å frambringe god og viktig journalistikk med de drastiske konsekvenser det vil ha for samfunnet.