

NRK bidrar til mediemangfold

MBLs spørreundersøkelse gir ingen kunnskap om hvorvidt NRK på nett er bra for publikum.

Innlegg

Tommy Staahl Gabrielsen, Hans Jarle Kind og Lars Sørgard



Dagens Næringsliv ga 10. april en utførlig omtale av en spørreundersøkelse Mediebedriftenes Landsforening (MBL) utførte i høst blant sine medlemsbedrifter om hvordan de opplevde konkurransen fra NRK. Antallet som har svart, utgjør knapt 20 prosent av medlemsmassen, og vi vet ikke noe om hvor representative de er. Det er en rekke fallgruver når en skal utforme spørreundersøkelser, og dersom en ikke tar høyde for dem kan svarene en får være svært feilaktige.

Når en ser på selve utformingen av spørreundersøkelsen, blir en bekymret for den faglige kvaliteten. Medielederne blir for eksempel spurt om på hvilken måte NRK er en konkurrent/utfordrer, og får forhåndsvalgte alternativer. Ett av alternativene er følgende: «NRK bidrar til at det er vanskeligere å ta betalt for digitalt innhold gjennom å levere samme type innhold uten å ta betalt på annen måte enn gjennom lisensen». Spørsmålet er i beste fall ledende, for eksempel ved at det er lagt inn en premiss om at innholdet på NRK er av samme type. Nesten overraskende at ikke alle, kun 84 prosent, krysset av på dette alternativet. Som man roper i skogen får man svar, uttalte noen medieledere om en annen



Vår studie viser at det ikke først og fremst er NRK som stjeler lesere fra nettaviser som krever betaling fra publikum, skriver artikkelforfatterne. Foto: Per Thrana

undersøkelse. Det kan man også si om denne. Det mest interessante med spørreundersøkelsen er at til tross for dens manglende objektivitet, så svarer over halvparten av medielederne at NRK medfører at de må skjerpe seg og dermed gjør dem bedre.

Studien Samfunns- og næringslivsforskning (SNF) utførte på oppdrag av Kulturdepartementet er et forsøk på å komme et skritt videre i debatten. I stedet for å spørre hva medielederne mener, har vi spurt publikum, sett på innholdet på nettavisene og den faktiske adferden til publikum på nettet. Vi fokuserte særlig på lokale og regionale nettaviser, nettopp det området MBL pekte på i sin rapport. Våre funn gir ikke støtte til medieledernes syn. Vi fant at NRK i liten grad er en trussel mot lokale og regionale nettaviser, og at de private mediebedriftenes problemer med å ta betalt fra lesere på nett i liten grad kan tilskrives eksistensen av NRK på nett. Sist, men ikke minst, påpekte vi at det sentrale var hensynet til publikum, ikke private medieaktørers profitt. Like lite som

konkurranspolitikken skal hindre at bedrifter blir utsatt for konkurranse, skal mediepolitikken ha som noe selvstendig mål å beskytte de store mediekonsernene. Vi bør beskytte konkurransen, da den bidrar til at medieaktørene skjerper seg, i stedet for å beskytte konkurrentene.

MBL skrev på sin hjemmeside at SNF-rapporten «gir et nyttig nåtidsbilde», men de kritiserer den for ikke å belyse hvorvidt de private medieaktørene i fremtiden vil mislykkes med å ta betalt på nett så lenge NRK er gratis på nett. Men vår studie sier jo noe om nettopp det. Vi finner at det ikke først og fremst er NRK som stjeler lesere fra en nettavis som krever betaling fra publikum. Konkurransen mot andre private medieaktører, som det finnes mange av, vil være hovedproblemet dersom en privat medieaktør innfører en betalingsmur.

I de fleste land sliter de private medieaktørene med å ta betalt på nett. Dette til tross for at de færreste land har en så sterk offentlig kringkaster gratis på nett som den vi ser i Norge. Internasjonale sammenligninger gir derfor ingen støtte til

magefølelsen enkelte har om at NRKs gratis nettenester er grunnen til at private medieaktører i Norge sliter med å ta betalt på nett.

NRK er hverken finansiert med brukerbetaling eller med reklame. Dette bidrar til at de kan rette seg inn mot andre deler av befolkningen enn det som er det fornuftige dersom en for eksempel er ute etter et publikum som annonsørene primært ønsker å nå. Slik sett bidrar mangfoldet i finansiering til et mangfold i medietilbudet. Dette vil også være tilfelle på nett. Det er en god begrunnelse for å ha en aktør som nrk.no på nettet, som hverken er finansiert av brukerbetaling eller reklame. NRK bidrar til å sette en standard for kvalitet og bredde som de andre aktørene må forholde seg til. Det er helt naturlig og legitimt at MBL i første rekke er opptatt av sine medlemsbedrifters ve og vel, men politikerne bør sette publikums interesser i førersetet.

Tommy Staahl Gabrielsen (UiB), Hans Jarle Kind (NHH) og Lars Sørgard (NHH), professorer

På nattbordet Marius Wulfsberg



Alder: 48
Stilling: Forskningsbibliotekar ved Nasjonalbiblioteket

- Det blir ikke så mye lesing på sengen. Jeg deler seng med en toåring, og en kone, forsåvidt, men det er toåringen som kan forstyrre lesingen. Men ved lenestolen ligger det en stabel med bøker. Det jeg har bladd i sist, er samlinger med dikt av Tomas Tranströmer. Jeg trakk dem frem da han døde for litt siden. Noen av diktene leser jeg for første gang, andre har jeg lest før.

- Er det noen av dem du husker?

- Jeg kan jo kanskje trekke frem «Göken», en prosatekst om hvordan han ikke lenger kan reise, men hvordan reisene kommer til ham.

- Leser du mye lyrikk, eller er dette helt spesielt?

- Det blir mye sakprosa, både som anmelder for Dagbladet og fordi jeg sitter i Norsk kulturråds utvalgskomiteé for sakprosa. En bok som gjorde inntrykk nylig, er Sun Heidi Sæbøs «Kims lek», med utgangspunkt i en som forsvant fra en buss i Sørkedalen og dukket opp noen måneder senere på nordkoreansk fjernsyn.

- Nattbordet anbefaler filmen «Crossing the Line» om den amerikanske soldaten James Dresnok, som krysset over til Nord-Korea og har bodd der siden Elvis' storhetstid.

- I «Kims lek» er det en sidefortelling om en sørkoreaner som slår seg ned i Nord-Korea, men senere hopper av. Han får en hilsen fra myndighetene i Pyongyang, et bilde av kone og døtre i konsentrasjonsleir. Det bildet blir jeg simpelthen ikke ferdig med. En annen bok som jeg gjerne nevner, er Robert Darntons «Censors at Work», om sensurmyndighetene i det førrevolusjonære Frankrike, i kolonitidens India og i DDR.



Sentralbord 22 00 10 00 Kundeservice 815 11 815 Annonse 22 00 10 75

Dagens Næringsliv
Christian Krohgs gate 16,
Postboks 1182 Sentrum,
0107 Oslo

Redaksjonen etter kl. 16.30
Desken: 22 00 13 30
Etterbørs: 22 00 10 05
Feature: 22 00 13 51
Finans/næringsliv: 22 00 13 64
Foto: 22 00 13 07

Livsstil: 22 00 13 29
Nyhetsjef: 24 10 14 30
Politikk/økonomi: 22 00 10 04
Utenriks: 22 00 13 65
Redaksjoner utenfor Oslo
Kristiansand: 38 07 13 00
Stavanger: 51 85 81 11 / 13
Trondheim: 91 60 02 17
Tromsø: 77 66 56 65
Redaksjoner Utenlands
Bangkok: +66 7622 597

New York: +1 917 544 386
Telefaks Oslo
Abonnement: 22 00 10 60
Administrasjonen: 22 00 10 10
Annonse: 22 00 10 70
Løssalg: 22 00 10 30
Redaksjonen: 22 00 11 10
Telefaks utenfor Oslo
Bergen: 55 31 65 92
Kristiansand: 38 07 08 30
Stavanger: 51 85 81 10

Trondheim: 73 80 89 02
Tromsø: 77 66 56 78
Telefaks Utenlands
Bangkok: +66 762 34580

Epost
annonse@dn.no
kundeservice@dn.no
redaksjonen@dn.no
www.dnavis.no

Epost: etterbors@dn.no
Kontaktperson: Sissel Bjaanæs sissel.bjaanas@dn.no
Innlegg sendes til etterborsdebatt@dn.no

DN betinger seg retten til å lagre og utgi alt stoff i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere, og til å forkorte innlegg.

Bidrag som ikke er bestilt, honoreres ikke. Hovedinnlegg/kronikk: Maks 4000 tegn (cirka 700 ord). Underinnlegg/replikk: Maks 1000 tegn (cirka 200 ord).