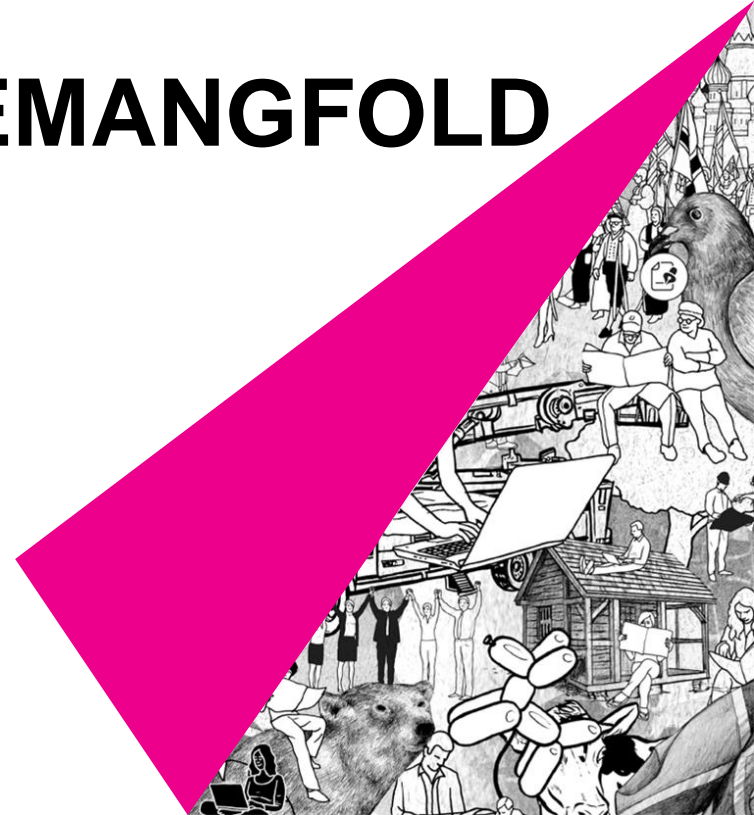


# NRK OG LOKALT MEDIEMANGFOLD

## Innspillsmøte Medietilsynet

STIG FINSLO, AMEDIA  
20. NOVEMBER 2017



# Oppdraget:

«Vi vil se på hvordan NRKs tilbud, **særlig på nett**, påvirker de kommersielle konkurrentenes virksomhet....

Vi må vite hvordan NRKs gratistilbud påvirker de andre medienes muligheter til å selge digitale abonnement og sikre gode forretningsmodeller.» (Linda Hofstad Helleland)

«Vi ber om at tilsynet tar utgangspunkt i 2017 og i det minste vurderer:

- Hvordan NRKs tilbud, **sammenlignet med tilbudet til andre aktører**, bidrar til **innholds- og bruksmangfold**.
- I hvilken utstrekning NRK gjennom **samarbeid med andre aktører** bidrar til **mediemangfoldet**
- Hvordan NRKs innhold, særlig digitalt, påvirker tilbudet til aktører som lever av egne inntekter, og **om tilbudet til publikum derigjennom svekkes.**»

(Brev fra Kulturdepartementet til Medietilsynet 31. oktober 2017)

# NRKs mandat – og den lokale dimensjon:

*NRK-Plakaten §14a: «NRK skal reflektere det geografiske mangfoldet i Norge og **ha et godt lokalt tilbud** og lokal tilstedeværelse.»*

*§14e: «NRK plikter å sende **lokalt innhold** som enten er produsert i, eller som tar det innholdsmessige utgangspunkt i, distriktene. **NRK skal ha distriktssendinger** alle hverdager.»*

*§15c: «NRK skal kunne formidle samme type innhold som også tilbys av kommersielle aktører, men bør **etterstrebe å tilføye sitt tilbud et element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet.**»*

*§17a: «NRKs tjenester på Internett skal samlet i levende bilder, lyd og tekst i det minste inneholde et løpende oppdatert tilbud av:*

- Et eget **regionalt nyhets- og innholdstilbud.**»*

## TODELT BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

I et demokrati må alle borgere ha mulighet til å ytre seg fritt og delta i det offentlige ordskiftet. Dette innebærer at borgerne må ha tilgang til en arena der et mangfold av journalistikk, politikk, ideer og meninger møtes og brynes mot hverandre i en levende, opplyst, offentlig samtale. Medlemangfold er derfor ikke et mål i seg selv, men en forutsetning for et velfungerende samfunn.

Allmennkringkasting er et av statens viktigste virkemidler for å legge til rette for medlemangfold. Gjennom å tilby unik tematisk bredde og innhold fra hele landet, bidrar NRK til medlemangfold. Som bestiller og innkjøper av eksterne produksjoner bidrar NRK til å sikre et mylder av redaksjonelle produksjonsmiljøer i Norge. Det er viktig med sterke, konkurrerende redaksjonelle miljøer, både nasjonalt og lokalt.

Akkurat som NRKs innhold ikke får verdi før det treffer publikum, har heller ikke medlemangfold noen demokratisk verdi før det blir brukt av befolkningen. Medlemangfold kan ikke bidra til en reell ytrings- og informasjonstilhets hvis det ikke brukes.

NRK har et selvstendig ansvar for å bidra til norsk medlemangfold. Ansvaret er todelt. For det første bidrar NRK i kraft av sitt oppdrag til å oppfylle demokratisk, kulturelle og sosiale behov i samfunnet. For det andre bidrar NRK til medlemangfold ved å være et norsk tyngdepunkt i mediebransjen, som gjennom samarbeid og deling med andre aktører, bidrar til innovasjon og utvikling.

2016 har vist at NRK har styrke til, sammen med andre norske medieaktører, å løfte fram norsk redaktørstyrt innhold i konkurranse med globale aktører. Men for å være en attraktiv samarbeidspartner må NRK ha mulighet til å oppfylle allmennkringkastingsforpliktelsene. Det er derfor avgjørende at NRKs evne til å løse oppdraget, ikke svekkes. Som allmennkringkaster må NRK være uavhengig, ha redaksjonell frihet og kontroll, og verne om vår troverdighet i befolkningen.

NRKs selvstendige ansvar for å bidra til medlemangfoldet

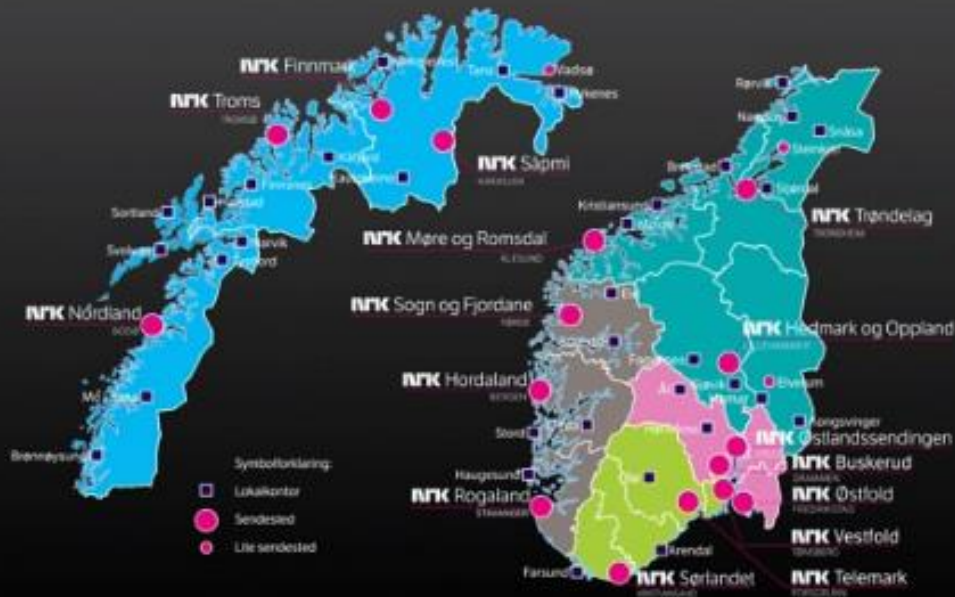
# NRK vil bidra med tematisk mangfold og bredde – og gjennom deling med andre!

«Gjennom å tilby **unik tematisk bredde og innhold fra hele landet**, bidrar NRK til medlemangfold.»

«For det andre bidrar NRK til medlemangfold ved å være et **norsk tyngdepunkt** i mediebransjen, som gjennom **samarbeid og deling** med andre aktører, bidrar til innovasjon og utvikling.»

# NRK satser tungt på lokal innholdsproduksjon:

5 regioner – 15 distrikter – 48 kontorer



942 journalister i distriktsdivisjonen.

Tilsvarende hver tredje norske journalist utenfor Oslo.

Produserer 6 timer radiosendinger i hvert av de 15 distriktene hver dag.  
+ TV-sendinger og produksjon på nett.

# Målet er å være først, best og ledende – også lokalt

«Nyheter er kjernen i NRKs oppdrag og **vår ambisjon er å være Norges ledende nyhetsformidler.** Vi skal være først ute med oppdateringer fra viktige hendelser, og rapportere løpende med ny informasjon.»

(Fra NRKs årsmelding 2016)



«**Vi skal være nyhetsledende på nett,** samtidig som vi finner tid i en travel hverdag til å lage reportasjene som gjør en forskjell i østfoldingenenes liv.»

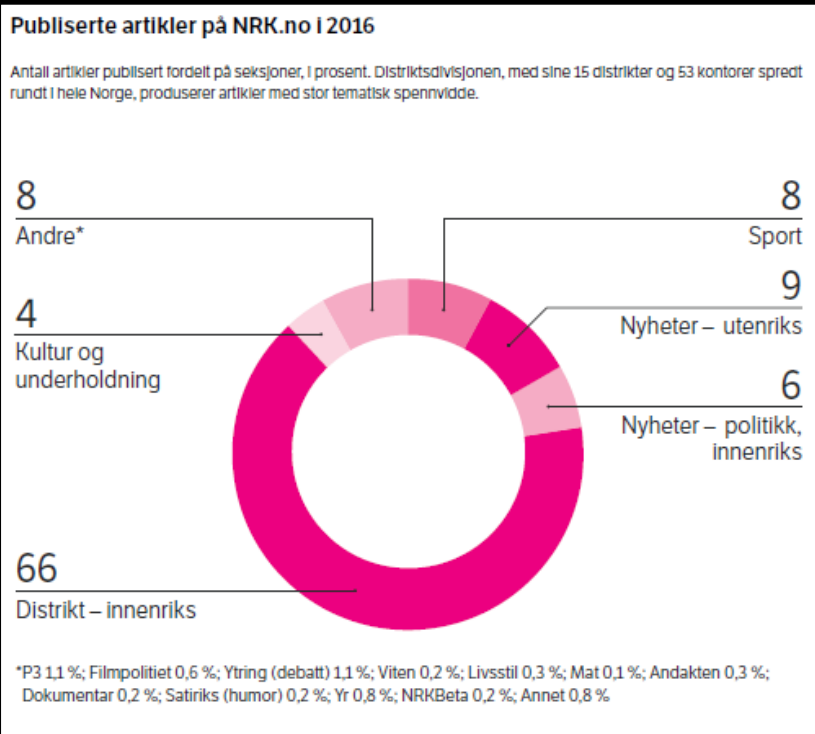


«Vi skal være **best på hendelsesnyheter i Nordland.** Vi skal være først med nyhetene, holde publikum oppdatert om hva som skjer og sette dagsorden både regionalt og nasjonalt.»



«NRK Buskerud vil være **den viktigste nyhetsformidleren i fylket.** »

# NRK har utvidet sitt tilbud regionalt/lokalt ved å produsere minst 50.000 lokale nyhets saker på nett

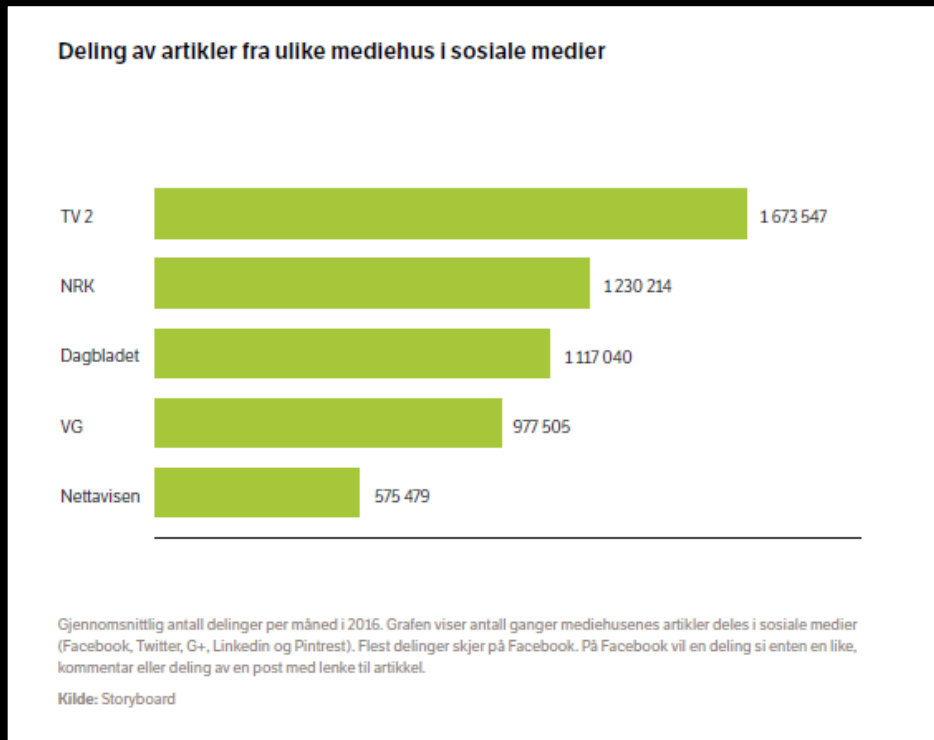


- To av tre publiserte artikler på nrk.no i 2016 var saker produsert av journalistene på NRKs distriktskontorer.
- NRKs nettsider har 5,3 millioner besøkende – hver uke (i 2016), mens mobilssidene har 3,6 millioner besøkende i uka.
- Målinger (fra TNS Kantar) viser at NRK hadde 100.000 flere daglige nettlesere høsten 2017 enn ett år tidligere (+7,8%), og 150.000 flere daglige mobilbrukere (+25%).
- Til sammenligning tapte norske lokalaviser 122.000 nettlesere (-4,5%) og vant 205.000 mobillesere (+13,4%) i samme periode.

# NRK deler sitt innhold gjennom sosiale medier – og har 1,1 million følgere på Facebook.

- Med 1,1 million unike følgere på Facebook – hver måned, rekrutterte NRK 250.000 nye følgere i 2016, tilsvarende en 30 prosent økning.

*«For å treffe publikum der de er, har nyhetsavdelingen hatt en sterkere satsning på sosiale medier i 2016. Publikum kan følge NRKs nyhetsdekning på Facebook via kontoene NRK Nyheter, NRK Debatt, NRK Urix og NRK P3. I tillegg har alle distriktskontorene sine egne Facebook-sider. Den største Facebook-siden, NRK Nyheter, hadde 250 000 følgere ved utgangen av 2016.»*





# Hvordan påvirker dette mangfoldet og andre medieaktører? Her er noen hypoteser:

- 1. NRK har etablert en innholds- og publiseringsstrategi for sine distriktskontorer som strekker seg lenger enn det mandatet NRK er gitt gjennom NRK-plakaten. NRK har gått dypere i markedet (mer lokalt) enn forutsatt. Dette forsterker konkurranseflaten mot lokalavisene, noe som kan bidra til å svekke det lokale mediemangfoldet.*
- 2. For mediebrukerne fremstår det lokale innholdstilbud fra NRK på nett i stigende grad som et alternativ til norske lokalaviser og deres tilbud. Der NRK skulle tilføye økt verdi for mediebrukerne i form av økt innholds- og bruksmangfold, er tilbudet blitt et substitutt for lokalavisenes tilbud. Dette svekker lokalavisenes mulighet for å bygge bærekraftige fremtidige forretningsmodeller.*
- 3. NRK deler i for liten grad sitt innhold med andre publisister. Gjennom sin delingsstrategi på sosiale medier styrker NRK de kommersielle medienes viktigste konkurrent i annonsemarkedet, Facebook. Dette svekker et viktig inntektsgrunnlag som finansierer lokalavisenes journalistikk.*

# Derfor trenger vi både kvantitative og kvalitative analyser fra Medietilsynet:

- 1. Innhold:** *Medietilsynet må analysere innholdet NRK tilbyr på nett opp mot lokale aktørers tilsvarende innholdstilbud:*
  - *I hvor stor grad er NRKs innhold unikt?*
  - *Hvor mye innhold tilfører NRK lokale mediebrukere som de ikke får gjennom lokalavisene?*
  - *Hvor stor andel av NRKs innholdstilbud på nett er «identisk» med det innholdet lokalavisene formidler, henholdsvis åpent og lukket?*
- 2. Atferd:** *Medietilsynet må analysere hvordan mediebrukerne forholder seg til og bruker NRKs lokale innholdstilbud:*
  - *Innholdets verdi - førstevalget for lokalt /regionalt innhold?*
  - *Opplever de det som et alternativ til eller supplement lokalavisenes tilbud?*
  - *Flytter NRK med sitt gratistilbud kunder vekk fra avisene? Eller bidrar de til å øke interessen for avisenes innhold?*
  - *Hvordan skiller bruken av NRKs innhold seg mellom abonnenter og ikke-abonnenter av lokalaviser? Og hvorfor?*

amedia

