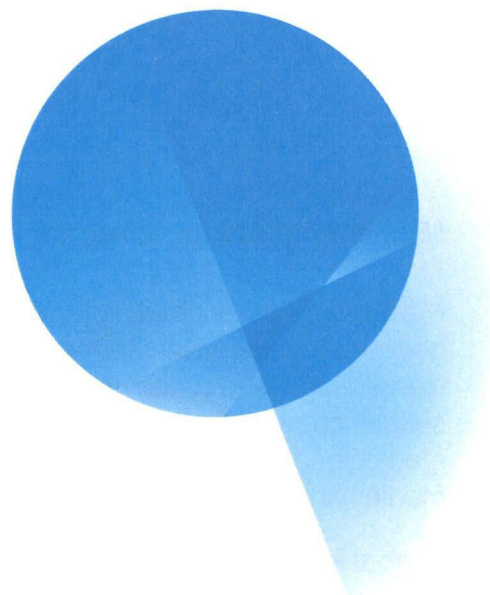




Kulturdepartementet
Postboks8030 Dep
0030 Oslo

postmottak@kud.dep.no



Deres ref./dato:
17/4270

Dato:
25. mai 2018

Høringsuttalelse – «NRKs bidrag til mediemangfoldet»

Vi viser til høringsbrev 13. april 2018 om Medietilsynets rapport "NRKs bidrag til mediemangfoldet". Norsk Rikskringkasting AS (NRK) innleverer herved vårt hørings svar. Vi vil først kommentere noen av hovedfunnene i rapporten og deretter gi innspill til de fem områdene Medietilsynet anbefaler å følge opp videre.

Innledning

NRK mener Medietilsynets rapport er et viktig bidrag til en fakta- og kunnskapsbasert vurdering av hvordan NRK bidrar til mediemangfold. Rapporten har en bred empirisk tilnærming, og har innhentet analyser fra uavhengige fagmiljøer i Norge innenfor medieforskning og konkurranseanalyse. Den brede dokumentasjonen styrker rapportens analyser og hovedkonklusjoner.

Medietilsynet finner at NRK bidrar positivt til mediemangfoldet gjennom å oppfylle sitt allmennkringkasteroppdrag. Og at NRK fungerer som en fellesarena når det gjelder mediebruk. Videre mener Medietilsynet at det ikke kan underbygges at konkurransen fra NRK er en medvirkende årsak til de kommersielle medienes økonomiske utfordringer. Å svekke NRK som offentlig finansiert allmennkringkaster vil ikke gjøre de kommersielle mediene mer konkurransedyktige, og kan heller komme til å svekke enn styrke et samlet mediemangfold.

Resultatet samsvarer med tidligere analyse av NRKs konkurransemessige virkning når det gjelder nyhets- og aktualitetstjenester på nett gjennomført av SNF i 2015.

Mediemangfold for borgerne

Mediemangfold er en viktig forutsetning for et velfungerende demokrati. Sett ut fra et borgerperspektiv viser rapporten at NRK og de kommersielle mediene samlet gir et mangfoldig tilbud til den norske befolkningen. NRKs tilbud på nett har i liten grad en substituerende effekt, men fungerer som et supplement til både nasjonale og lokale medietilbud i de markedene som er analysert. Dette er grunnleggende positivt for mediemangfoldet.

Global konkurranse

Den største utfordringen for samtlige nasjonale medieaktører er økt digitalisering, fragmentering og globalisering av markedet. Mediebransjen påvirkes av et fåtall medieaktører med overnasjonale forretningsmodeller og nærmest ubegrenset tilgang til ressurser. Tall fra TNS Kantar viser at folk mellom 18-29 år bruker nærmere tre ganger så mye tid på internasjonale medier som norske. Det er grunn til å tro at den tilspissede konkurransen vil føre til at norsk innhold på sikt vil utgjøre en synkende andel av den totale mediebruken. Global maktkonsentrasjon kan få betydelige konsekvenser for et lite språk- og kulturområde som Norge, både når det gjelder finansiering av norsk innhold og kravene til kvalitet og publisering hos brukerne. Det er etter NRKs oppfatning derfor viktig å legge til rette for at redaktørstyrt innhold som reflekterer og utvikler det norske samfunnet, er levedyktig i en global medie verden.

NRK støtter Medietilsynets forslag om å følge utviklingen i mediemangfoldet og konkurransesituasjonen over tid. En systematisk kartlegging av mediemangfoldet må inkludere de globale aktørene og deres posisjon i det norske markedet dersom det skal gi et helhetlig bilde av konkurransesituasjonen.

NRK og lokale medier

Innholdsanalysene i rapporten fra Medietilsynet viser at NRK har en klar distriktsprofil som dekker regionene ut over lokalmediemarkedene, og NRK holder seg stort sett unna de mest lokale temaene (side 110). I følge forskerne Sjøvaag og Pedersen er denne distriktsprofilen NRKs sterkeste bidrag til mediemangfoldet ettersom regionale medier mer eller mindre er fraværende i Norge. Resultatene fra innholdsanalysen samsvarer med NRKs nyhetsoppdrag, slik vi har definert det for distriktskontorene. Målet er at NRKs journalister rundt om i landet skal løfte de lokale historiene og de viktige sakene til et større publikum, og derigjennom også ha en nasjonal ambisjon med innholdet.

BI-rapporten «Digitalisering av lokal mediebruk» (2018) er et selvstendig forskningsprosjekt gjennomført uavhengig av arbeidet til Medietilsynet. Resultatene fra dette forskningsprosjektet underbygger både resultatene fra innholdsanalysen og konkurranseanalysen i rapporten fra Medietilsynet. Olsen m.fl. (2018:5) skriver blant annet følgende:

«Når det gjelder forholdet mellom NRK og lokalaviser, er NRKs nettilbud langt mindre brukt som daglig oppdateringsmedium sammenlignet med lokale nettaviser. Resultatene tyder på at NRK i hovedsak fungerer som et supplement til lokalavisenes tilbud og i liten grad har en substituerende effekt»

De samme forskerne viser til at Facebook er mest brukt som kilde til informasjon om det som skjer i lokalsamfunnet, målt i daglig bruk. Dette understreker behovet for å ta med den globale konkurransen i vurderingen av mediemangfoldet i Norge.

NRKs innspill til de områdene Medietilsynet anbefaler å følge opp

Medietilsynet anbefaler fem områder for oppfølging fremover. NRK ønsker å benytte høringen av rapporten til å kommentere de fem områdene Medietilsynet trekker fram.

1) Medietilsynet anbefaler at det bør settes inn tiltak rettet inn mot de kommersielle medieaktørene, og da særlig lokale og regionale medier. NRK er enig i at tiltakene må rettes mot de som har størst utfordringer i bransjen, og viser ellers til forslagene fra Mediemangfoldsutvalget.

2) NRK støtter Medietilsynets forslag om å følge utviklingen i mediemangfoldet og konkurransesituasjonen over tid. NRK mener en slik systematisk kartlegging må inkludere de globale aktørene og deres posisjon i det norske markedet. Uten å ta hensyn til den globale konkurransen, vil et mediemangfoldsregnskap være mangelfullt. En rapport utarbeidet på oppdrag fra Slots- og kulturstyrelsen i Danmark beskriver hvordan det danske mediemarkedet har blitt grunnleggende påvirket og avhengig av utenlandske teknologivirksomheter i rapporten. Knudsen m.fl. (2017) mener dansk kultur- og mediepolitikk aldri har vært mer utfordret enn nå i å sikre danskene et mangfoldig tilbud av danskprodusert innhold av høy kvalitet. Flere av megatrendene som beskrives i rapporten er gjenkjennelig også i det norske markedet, og understreker behovet for å ta med det globale perspektivet inn i et norsk mediemangfoldsregnskap.

Videre mener NRK at et «mediemangfoldregnskap» må inkludere flere sjangere enn nyhets- og aktualitetsinnhold. For å bidra til en åpen og opplyst offentlig samtale, benyttes ulike sjangere for å skape engasjement og debatt. De siste årene har dramaserier fra NRK som «Skam» og «Heimebane», avfødt flere kommentarartikler, ytringer og debattinnlegg i landets medier enn noe annet innhold fra NRK.

3) Medietilsynet peker på at NRK, som andre medieaktører, har utfordringer med å nå deler av de yngre gruppene, og bør prioritere tiltak rettet mot disse. NRK har, i likhet med andre tradisjonelle medieaktører, blitt utfordret på å nå fram til og være viktige for den yngre delen av befolkningen. Vi har over flere år arbeidet systematisk for å gi et

godt tilbud og en samfunnsverdi tilbake for lisensen også til et ungt publikum. Blant annet var det en svært bevisst satsing på unge velgergrupper før Stortingsvalget i 2017, der andregangsvelgeren ble utpekt som hovedmålgruppe for dekningen av valgkampen. NRK arbeider målrettet for å nå unge målgrupper i alle sjangerområder, og vil fortsette med å ha fokus på dette arbeidet. For å lykkes er NRK avhengig av å kunne tilby innhold på viktige og relevante plattformer. Denne muligheten er igjen bekreftet i de nye vedtektene fra desember 2017.

4. NRK vil følge opp Medietilsynets anbefaling om at NRK må fortsette å utvikle samarbeidsprosjekter med andre medieaktører, og dele innhold der det er mulig. Medietilsynets undersøkelse viser at medieaktører som har samarbeidet med NRK, både har god erfaring med samarbeidet og mener at samarbeidet hadde en positiv effekt for resultatet. 86 prosent av respondentene som har hatt et samarbeid med NRK oppgir at samarbeidet var godt, og 67 prosent svarer at samarbeidet resulterte i et bedre redaksjonelt produkt (s.160). Dette er positive tilbakemeldinger, og danner et godt grunnlag for videre samarbeid i bransjen.

5. Medietilsynet mener det bør vurderes å pålegge NRK krav om økt lenking til andre redaktørstyre medier. Slik vi ser det vil krav om at NRK skal lenke til øvrige medier synes lite forenlig med prinsippet om medienes redaksjonelle frihet, jfr. blant annet Vær Varsom-plakaten (VVP) punkt 2.1: «Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold og avgjør med endelig virkning spørsmål om redaksjonelt innhold, finansiering, presentasjon og publisering.» NRK har egne retningslinjer for sitering og kreditering, som ble presentert i november 2015 på et stort bransjemøte i Store Studio under tittelen «NRK i mediemangfoldet» og som er omtalt i rapporten fra Medietilsynet (side 146). Retningslinjene ble utformet etter blant annet innspill og dialog med resten av bransjen. NRK mener det mest hensiktsmessige er å videreføre denne dialogen med andre redaktørstyrte medier om lenkepraksis og mulige samarbeidsformer fremover.

Med vennlig hilsen



Thor Gjermund Eriksen
Kringkastingssjef