

Pressemelding 29. november 2021

Medietilsynet foreslår inga digital avgrensing for NRK

Det er ingen grunn til å innskrenke NRKs digitale handlingsrom i nyheits- og aktualitetsmarknaden, meiner Medietilsynet. Konklusjonen kjem i ei ny utgreiing om NRKs bidrag til mediemangfaldet. – Konkurransepresset har auka noko i den nasjonale marknaden, men vurderinga er at dette kjem publikum og mediemangfaldet til gode, seier direktør Mari Velsand i Medietilsynet.

Medietilsynet vurderer at NRK har eit breitt og variert tilbod av samfunnsviktig stoff, med stor tematisk og geografisk breidde. Det samla tilbodet frå NRK på radio, tv og nett står i ei særstilling som fellesarena i befolkninga. Det er både fordi NRK er ei av dei mest brukte nyheitskjeldene i alle aldersgrupper, og fordi NRKs digitale innhaldstilbod, i større grad enn for dei fleste andre medium, når ut på tvers av alder.

Medietilsynet vurderer at konkurransen kjem publikum og mediemangfaldet til gode. Medietilsynet har særleg analysert NRKs digitale nyheits- og aktualitetstilbod i den nasjonale marknaden og i fire regionale marknader. Rapporten konkluderer med at konkurransespresset frå NRK overfor nasjonale medium har auka noko sidan den førre analysen i 2018, og at NRK no har bytta plass med Dagbladet som den næraste konkurrenten til VG.

– Sjølv om konkurransen frå NRK er blitt noko sterkare, tyder analysane på at denne konkurransen i all hovudsak verkar skjerpande og ikkje har negative konsekvensar for korleis dei kommersielle aktørane kan vere til stades i marknaden. Medietilsynet vurderer dermed at den auka konkurransen kjem publikum og mediemangfaldet til gode.

Medietilsynet tilrår ei ny NRK-utgreiing om fire år

Likevel peikar Medietilsynet i rapporten på at dersom NRK styrker den digitale posisjonen sin ytterlegare i den nasjonale marknaden på innhald som er viktig for betalingsviljen til brukarane, kan det presentere ein risiko for fortrengingseffekt. Dette kjem av at vi vurderer at abonnementsbaserte forretningsmodellar isolert sett er meir sårbare for attraktive gratisalternativ enn forretningsmodellar som kviler tyngre på annonseinntekter. Samtidig blir denne sårbarheita redusert av at abonnementsbaserte forretningsmodellar normalt satsar på unikt innhald.

– Differensiert journalistisk innhald har høg eigenverdi for samfunnet og mediemangfaldet. Det er derfor grunn til å gå ut frå at sjølv om NRK aukar satsinga på forklarande og analyserande journalistikk, har det avgrensa effekt på konkurransespresset overfor andre aktørar som satsar på unikt journalistisk innhald, seier Velsand.

Medietilsynet påpeikar at sjølv om det ikkje er fare for negative konsekvensar av konkurransespresset frå NRK på kort eller middels lang sikt, bør vi følgje situasjonen nøye. Det blir derfor rådd til å gjere ei ny utgreiing om fire år.

Analysane konkluderer med at NRK i liten grad utøver konkurransespress på lokalavisene. Presset er noko sterkare på regionavisene, men heller ikkje der av ein slik art at Medietilsynet meiner det er grunn til å frykte negative konsekvensar.

Positiv samanheng mellom NRK-bruk og digital betalingsvilje

Nye analysar viser også at det er ein positiv samanheng mellom regelmessig bruk av NRKs nyheiter og tilgangen til betalte nyheiter på nett. Det er likevel ikkje grunnlag for å seie at det å bruke det digitale nyheitstilbodet til NRK fører direkte til at ein betaler for nyheiter.

Samanhengen kan også vere omvendt: at dei som betaler for nyheiter, også oftare oppsøker NRK.

Medietilsynet tilrår ikkje digitale avgrensingar for NRK

Medietilsynet meiner at det digitale handlingsrommet til NRK ikkje bør avgrensast. – Det digitale tilbodet frå NRK er viktig for å nå ut med samfunnsviktig redaksjonelt innhald til heile befolkninga. Utgreiinga vår viser også at det digitale tilbodet frå NRK i nyheits- og aktualitetsmarknaden per i dag ikkje påverkar konkurransen eller publikumstilbodet negativt, og da ser vi heller ingen grunn til å pålegge NRK digitale avgrensingar, seier Velsand.

Medietilsynet foreslår nokre endringar i oppdraget til NRK: NRK bør få eit særskilt ansvar for å dekke det regionale forvaltningsnivået, at kravet om 40 prosent norsk musikk bør utvidast til å gjelde fleire av radiokanalane i NRK, at NRK Sápmi bør ta eit særleg ansvar for å fremme samisk musikk, samiske musikarar, artistar, komponistar og tekstforfattarar, og for å formalisere at NRK skal arbeide for å fremme kjønnsbalanse og representasjonen av minoritetar i eigen organisasjon, særleg redaksjonelt.

[Les heile rapporten her](#)

[Les kortversjon av rapporten på nett her](#)

Hovudpunkt frå rapporten *NRKs bidrag til det norske mediemangfoldet*

- NRK bidrar positivt til mediemangfoldet og det samla tilbodet til publikum ved å oppfylle allmennkringkastingsoppdraget sitt, både gjennom eit breitt innhaldstilbod og ved at tilbodet blir brukt av majoriteten av befolkninga.
- Sidan den førre utgreiinga i 2018 har konkurransepresset frå NRK auka i den digitale nyheits- og aktualitetsmarknaden nasjonalt. VG er marknadsleiar, men NRK er blitt den næraste konkurrenten til VG. Det ser også ut til at NRK også er blitt ein noko nærare konkurrent til Dagbladet, men VG er framleis den viktigaste konkurrenten til Dagbladet. Konkurransepresset NRK utøver mot Aftenposten, har truleg endra seg mindre enn konkurransepresset NRK utøver mot VG.
- Medietilsynet vurderer at den auka konkurransen har verka skjerpande og ikkje har hatt negative effektar overfor kommersielle aktørar. Det at NRK er til stades, har dermed verka positivt inn på det totale tilbodet til publikum.
- Det regionale tilbodet i NRK konkurrerer i liten grad med lokal- og regionaviser, og konkurransepresset blir vurdert som lite i desse marknadene.
- Det er ein positiv samanheng mellom regelmessig bruk av NRKs nyheiter og å ha tilgang til betalte nyheiter på nett. Det er likevel ikkje belegg for å seie at bruk av NRK fører direkte til betalingsvilje. Det kan også vere at dei nyheitsinteresserte både betaler for nyheiter og bruker NRK mykje.
- Det er høg konsentrasjon i podkastmarknaden, der Schibsted og NRK har alle store nyheits- og aktualitetspodkastar. Vurderinga er at konkurransen frå NRK verkar skjerpande på Schibsted, og dermed er positiv for tilbodet til publikum.

Tilrådingane frå Medietilsynet basert på rapporten

- NRKs digitale handlingsrom bør ikkje innskrenkast.
- NRK bør få eit særskilt ansvar for å dekke det regionale forvaltningsnivået.

- Kravet om 40 prosent norsk musikk bør utvidast til å gjelde fleire av radiokanalane i NRK (NRK P1+, NRK P13, NRK mP3, NRK Nyheter, NRK Super, NRK Folkemusikk og NRK Sport).
- NRK Sápmi bør påleggast å fremme samiske musistar, artistar, komponistar og tekstforfattarar, under dette ny og tradisjonell samisk musikk og musikk på alle dei tre samiske språka.
- NRK må styrke tilbodet til nasjonale minoritetar for at det eksisterande kravet skal fungere som eit verkemiddel for representasjon og synleggjering for desse gruppene.
- NRK bør styrke synleggjeringa av kulturinnhaldet på alle plattformene sine, ettersom dette er ein type innhald som dei kommersielle aktørane formidlar mindre av.
- NRK må sørge for å innfri krava til nynorskandelen, slik Medietilsynet har peikt på i fleire allmennkringkastingstilsyn.
- Det bør formaliserast at NRK skal arbeide for å fremme kjønnsbalanse og representasjon av minoritetar i eigen organisasjon, særleg redaksjonelt.
- NRK bør fortsette å utvikle ulike former for samarbeid med andre medieaktørar, som ein del av bidraget sitt til å styrke det norske mediemangfaldet.
- Innhaldsbreidda i tilbodet frå dei ulike aktørane i den nasjonale radiomarknaden bør kartleggast i samband med punktet i Hurdalsplattforma om å gjeninnføre kommersiell allmennkringkasting på radio.
- Om fire år bør det gjerast ei ny vurdering av det oppdraget NRK har, og dei konkurransemessige verknadene i marknaden for å sikre at NRK fyller samfunnsfunksjonen sin, og for å vurdere risikoen for fortrenningseffektar av verksemda til NRK på dei kommersielle aktørane.