

# NRK konkurrerer i liten grad ut lokale nettaviser

Det ser ut til at bekymringen om at NRK skviser lokalavisene, er overdrevet, for ikke å si en myte.

**Innlegg**  
Mona Solvoll,  
Anne-Britt  
Gran og  
Ragnhild Kr.  
Olsen

**M**edietilsynet har utredet NRKs makt og rolle for mediemangfoldet. For NRK handler det om å finne en passelig posisjon i lokale markeder. Statskanalen vil ikke konkurrere om lokale nyheter, men finne gode lokale historier som kan løftes opp og frem på NRKs riksdekkende flater. Det er i praksis å overlate lokale nyhetsmarkeder til lokale medier.

NRK kan gjennom distriktskontorene sine tilby gratis nettnyheter til publikum. Det er en av oppgavene til en moderne allmennkringkaster. Lokalavisene er bekymret for at NRKs gratis tilbud skal tiltrekke seg brukere på deres bekostning, samtidig som deres egen betalingsmur jager dem bort.

I vårt forskningsprosjekt om digitalisering av kultur- og mediesektoren studerer vi blant annet NRK og lokalavisenes roller som lokale nyhetskilder. 85 prosent av dem som bruker NRKs lokale nyheter på nett for å oppdatere seg på det som skjer der de bor, bruker lokal nettavis i tillegg.

Nesten like mange, 80



NRK bør få en større lokal rolle som nyhetsformidler. Det vil ikke utkonkurrere lokalavisene, men kan fylle blindsoner i dekningen av lokalnyheter, skriver innleggsfatterne. Foto: Fredrik Bjerknes



Ragnhild Kr. Olsen, stipendiat, ved Institutt for kommunikasjon og kultur på BI.



Anne-Britt Gran, professor ved Institutt for kommunikasjon og kultur på BI.



Mona Solvoll, førsteamanuensis ved Institutt for kommunikasjon og kultur på BI.

prosent av dem som bruker NRKs radio og tv-tilbud for å oppdatere seg lokalt, bruker lokalavisen på nett i tillegg. Våre resultater tyder på at NRK i liten grad konkurrer ut lokale nettaviser.

Det ser altså ut til at bekymringen om at NRK skviser lokalavisene er overdrevet, for ikke å si en myte. De lokale nettnyheterne til NRK brukes i liten grad i stedet for lokalavisene. NRKs lokale tilbud er blitt et mer interessant alternativ etter at mange av avisene innførte brukerbetaling, men det har også nasjonale nettmedier som VG Nett - og globale Facebook. Om lag halvparten av befolkningen oppga at de brukte andre medier mer etter at lokalavisen hadde innført betaling for nettinhold. Nasjonale nettmedier og

Facebook topper statistikken over de mediene som brukes mer som en følge av betalingsmuren, etterfulgt av NRKs lokale tilbud.

Facebook er i dag den kanalen som flest bruker for å oppdatere seg på hva som skjer i lokalsamfunnet: 78 prosent av befolkningen oppgir det i 2017. På spørsmål om hvordan man finner frem til lokale nyheter oppgir hele 43 prosent «via anbefaling eller deling i sosiale medier, for eksempel Facebook».

Nylig endret Facebook algoritmene sine for å stimulere til mer innhold fra brukernes venner og familie. Dette går utover andre aktører som har gjort seg avhengig av Facebook, blant annet lokalaviser.

Lokalavisenes økonomi er kraftig presset. Papirinntektene har skrumpet inn og digitalinntektene dekker ikke opp inntektstapet. Innføringen av betalingsmur har ført til en fornyet oppmerksomhet om hva slags saker som selger.

Det er ikke vanskelig å se for seg hvordan redaksjonelle valg i lokalavisene påvirkes av stoffområders inntektspotensial. Det vil være en potensiell trussel mot lokaldemokratiet om kritiske gravesaker blir lagt i skuffen fordi de betraktes som økonomiske risikoprojekter. Hvis NRK samtidig skal holde labbene borte

fra de mest lokale nyhetssakene, og Facebook trekker seg tilbake til intimsfæren med de algoritmebaserte annonseinntektene sine, risikerer lokalsamfunnene et demokratisk underskudd.

Da kan det oppstå store hull i nyhetsdekningen. Enkelte saker og områder kan få mindre journalistisk oppmerksomhet fordi de koster for mye å produsere og/eller ikke er kommersielt interessante. Det er ikke bra for det lokale demokratiet.

Hvem skal steppe inn når lokalavisen trekker seg ut av saksfelt eller geografiske områder av økonomisk hensyn og NRK ikke vil gå inn på lokalavisens enemerker? I hvert fall ikke Facebook.

I et slikt perspektiv er det ikke gitt at det å satse på gode lokale historier som kan sendes på NRKs riksdekkende flater, er den beste måten å bruke NRKs betydelige ressurser på. Det vil være bedre for lokalsamfunnene, og hele den demokratiske grunnmuren i Norge, at NRK går inn der lokalavisen ikke strekker til. NRK kan sørge for å dekke blindsoner som ikke passer inn på riks-tv, men som er så kritisk viktige for lokalsamfunnet at de fortjener plass på lokale flater.

En slik satsing kan vanskelig sies å være i konkurranse med lokalavisen, men kan fungere som et enda sterkere lokalt supplement og bidra til å styrke lokaldemokratiet. Utisiktede konsekvenser av ny teknologi bør møtes med strategier tilpasset de nye vilkårene. Å gi NRK større lokalt spillerom kan være en slik strategi.

Mona Solvoll, førsteamanuensis, Anne-Britt Gran, professor, og Ragnhild Kr. Olsen, stipendiat, ved Institutt for kommunikasjon og kultur på BI

**På nattbordet**  
Per Espen  
Stoknes



Alder: 51  
Stilling: Møtende stortingsrepresentant, MDG

- Jeg har alltid en bunke med uleste bøker liggende. Men det er mye fagrapporter. Jeg har ennå ikke fått lest «Bienes historie», som jeg skaffet meg i sommer. Den har ligget der siden valgkampen begynte. For tiden er jeg opptatt av Kate Raworths «Doughnut Economics».

- Hva er smultringøkonomi?

- Tanken er at økonomien har en ytre ramme definert av ting som klima, biodiversitet og nitrogensykluser, og en indre ramme, ut fra hvordan økonomien må kunne tilby de varene og tjenestene som mennesker trenger for å leve fullverdige liv. Mellom disse ytterpunktene finnes det en «sweet spot». Boken er blitt kalt «like grunnleggende for økonomien som John Maynard Keynes' «Theory of Interest.»

- Noen bok som har vært spesielt viktig for deg?

- Kona sier at der andre lærer av å gjøre, lærer jeg av å lese bøker. Selv hesteridning har jeg lært meg av å lese bok. Men en av de aller viktigste bøkene for meg har nok vært James Hillmans «Re-Visioning Psychology», som jeg har lest i filler.

- Hva har den lært deg.

- Om sjelens irganger, om du vil. Den handler om evige temaer, om arketypernes rolle i hverdagen. Vi tror gjerne at psyken vår er inni oss, men egentlig er det vi som er i psyken. Vi inngår i en kultur av språk og drømmer som danner en usynlig bakgrunn, men som avgjør hvordan vi tenker.

- Hva fikk deg til å gripe etter denne første gang?

- Jeg studerte ved G.G. Jung-instituttet i Zürich, og fant denne i en bokhandel. Min Ted-talk og mine bøker handler om det samme emnet.

- Den allmenne Jung-interessen har eksplodert med Jordan B. Peterson i det siste.

- Ja, han kommer fra samme fagtradisjon som meg. Jeg tror Jung blir like viktig i dette århundret som Freud var i forrige.

- Tidlig lesing?

- Bjørneboe og Sandemose. Da jeg leste Jung som 16-åring, fikk jeg en beskrivelse av de innsiktene Bjørneboe og Sandemose hadde i romanene.

- Leste du slikt i ensom majestet eller var dere flere som delte disse interessene?

- Det var i ensom majestet, ja.



**Sentralbord 22 00 10 00 Kundeservice 21 89 61 00 Annonse 22 00 10 75**

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

[www.dn.no](http://www.dn.no)

Redaksjonen etter kl. 16.30  
Desken: 22 00 13 30  
Etterbørs: 22 00 10 05

Vilkår: Distribusjon, kopiering, medieovervåking eller annen bruk av vårt og våre leverandørers innhold for kommersielle formål krever særskilt avtale. Se [www.dn.no](http://www.dn.no) for våre øvrige vilkår. Copyright Dagens Næringsliv. DN betinger seg retten til å lagre og utgi alt innhold i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere, og til å forkorte innlegg.

Finans/næringsliv: 22 00 13 64

Foto: 22 00 13 07

Innholdssjef: 22 00 10 03

Livsstil: 24 10 17 29

Nyhetsredaktør: 24 10 14 30

Politikk/utenriks: 22 00 10 04

Redaksjoner utenlands

Asia: +66 7622 597

Redaksjoner utenfor Oslo

Kristiansand: 38 07 13 00

Stavanger: 51 85 81 10

Tromsø: 47 82 84 99

Epost

annonse@dn.no

kundeservice@dn.no

redaksjonen@dn.no

utgavesjef@dn.no

Etterbørs

Epost: etterbors@dn.no

Innlegg sendes til  
etterborsdebatt@dn.no  
Hovedinnlegg/kronikk:  
Maks 4000 tegn (cirka  
700 ord). Underinnlegg/  
replikk: Maks 1000 tegn.