
Allmennkringkasterregnskap 2000

Innhold

Forord	side 3	Kapittel 5	
Oppsummering	side 4	NRKs tilbud av barne- og ungdomsprogrammer	side 43
Kapittel 1		Bruk av NRKs tilbud blant barn	side 44
NRKs mangfoldige tilbud	side 5	Markedsandelen	side 44
Bruken av NRK	side 7	Populære programmer	side 45
Fjernsynsseing i 2000	side 8	Andre kanaler	side 45
Radiolytting i 2000	side 10	Radio	side 46
Bruken av Internett i 2000	side 12	Bruk av NRKs tilbud blant ungdom	side 46
Bruken av Tekst-TV i 2000	side 13	Populære programmer	side 47
Tilsvaret	side 13	Radio	side 48
Publikums vurdering av tilbudet	side 14	Publikums vurdering	side 49
Konklusjon	side 15	Konklusjon	side 49
Kapittel 2		Kapittel 6	
NRKs nyhets- og informasjonstilbud	side 18	Språk og etnisitet i NRK	side 51
Bruk av NRKs nyhets- og informasjonstilbud	side 19	Målform i sendingene	side 51
Radionyheter	side 20	Samiske sendinger	side 51
Nye tilbud Internett og Wap	side 21	Språklige og etniske minoriteter	side 52
Bruken av NRKs debattprogrammer	side 22	Migranytt og Migrapolis	side 53
Bruken av NRKs dokumentar programmer	side 23	Publikums vurdering	side 54
Overføringer fra Stortinget m.m.	side 24	Konklusjon	side 54
Fakta og vitenskap i NRK	side 24	Konkretisering av mandatet	side 55
Sport	side 25	Begreper for måling av fjernsynsseing	side 56
Annen sport	side 27	Begreper for måling av radiolytting	side 56
Publikums vurdering	side 28	Datagrunnlaget	side 57
Konklusjon	side 29		
Kapittel 3			
NRKs tilbud av kunst, kultur og underholdning	side 30		
Bruken av NRKs kultur- og underholdningstilbud	side 31		
Kultur og underholdning i NRK Radio	side 33		
Publikums vurdering	side 37		
Konklusjon	side 38		
Kapittel 4			
Undervisning	side 39		
Publikums vurdering	side 42		
Konklusjon	side 42		

NRKs forutsetninger

Lisensfinansiert kringkasting hviler på forutsetningen om at radio og fjernsyn skal være et samfunns-gode, som alle borgere skal ha tilgang til for en rimelig pris.

I et delvis kommersialisert flerkanalunivers, er det ikke selvsagt at folk vil betale for dette samfunns-godet.

Betalingsviljen hviler, slik NRK ser det, på tre forutsetninger.

For det første må tilbudet oppfattes som «rimelig».

Med tre store radiokanaler og to fjernsynskanaler sammen med nett og nisjeradio, oppfyller NRK denne forutsetning for halvparten av prisen på en løssalgsavis.

For det andre må programtilbudet dekke områder og målgrupper som markedet ikke har et tilbud til.

Hvis det ikke er tilfelle faller grunnlaget for samfunnsfinansieringen bort. Tilbudet må være preget av et bredt mangfold av programmer med høy kvalitet, myntet både på brede og smale målgrupper.

Allmennkringkastingsregnskapet redegjør for måten NRK oppfyller dette samfunnsoppdraget på.

Den tredje forutsetningen er ikke like selvsagt, og diskuteres derfor flittig. NRK må være stor for å oppfylle sitt oppdrag!

Resonnementet bak denne forutsetning er at en stor og sterk allmennkringkaster kan gi befolkningen et nasjonalt tilbud, med tilstrekkelig attraktivitet til å sette en standard - også for det kommersielle markedet.

Bare en konkurransekraftig allmennkringkaster kan ivareta sin funksjon som redskap for å fremme nasjonale kultur- og språkmål.

Hvis disse forutsetninger ligger til grunn for vurdering av NRKs programvirksomhet, er det også et spørsmål om det er god nok balanse mellom det brede og det smale tilbudet. Dette allmennkringkasterregnskapet gir grunnlag for å besvare dette spørsmålet.

For 2000 er det en ting jeg særlig vil henlede oppmerksomheten på.

NRK har startet en ny fjernsynskanal, nemlig NRK Tegnspråk, som et tilbud til døve. Innholdet i kanalen er døvetolking av NRK1s programtilbud mellom 18.00 og 20.00, lagt ut i digital satellitt-distribusjon. NRK er et av de aller første kringkastingselskap som har lansert et slikt tilbud. I tillegg har vi økt programtekstingen i løpet av fjoråret. Tale til tekst-prosjektet, som skal muliggjøre direkte-teksting, spesielt myntet på nyheter og debatt, blir forsinket. Teknologien holder ennå ikke mål, men vi arbeider videre med saken.

Alt i alt er det min oppfatning at NRK i 2000 har gjort betydelige forbedringer i tilbudet til døve- og hørselshemmede.

*Hans-Tore Bjerkaas
Programdirektør NRK Kringkasting*

Oppsummering

Mangfold

NRK hadde et stort genremangfold innenfor alle de ulike programkategoriene. Mangfoldet i NRKs programtilbud blir særlig tydelig når vi sammenligner med de reklamefinansierte TV-kanalene, der en stor del av sendetiden ble brukt til filmer og serier.

Bruk av tilbudet

I løpet av en gjennomsnittlig dag var over 80 prosent av befolkningen innom NRKs programmer. I løpet av en uke var praktisk talt hele befolkningen innom NRKs programtilbud enten på radio eller TV. NRK hadde flere lyttere og seere enn i 1999. For første gang siden TV2 startet, ble det registrert en økning i NRK1s markedsandel.

Støtte demokratiet

1,6 millioner nordmenn var daglig innom NRKs nyhetssendinger på TV og på hverdager var 1,8 millioner innom Dagsnyttssendingene på radio. NRKs nyhetssendinger har høy tillit og godt omdømme. I 2000 økte publikums mulighet for tilsvaret til NRK både gjennom interaktive medier og NRKs publikumssenter i Mo i Rana.

Støtte norsk kultur og underholdning

NRK markerte seg i 2000 som landets største kulturinstitusjon, med et bredt kultur- og underholdningstilbud. NRK2 etablerte egne kulturnyhetssendinger og videreførte det seriøse kulturtilbudet lørdag kveld. P1, P2 og Petre hadde overføringer fra konserter, sentrale festivaler og festspill. Lørdagsunderholdningen på NRK1 hadde i gjennomsnitt over 900 000 seere. Publikum mente NRK var bedre enn TV2 på norske serier og norsk underholdning, og NRKs dramaproduksjoner vant flere priser. Filmtilbudet hadde et stort genremangfold og nådde også det publikummet som sjelden går på kino.

Undervisning og livssyn

NRK hadde et bredt tilbud av undervisnings- og kunnskapsprogrammer. Bortimot 80 prosent av befolkningen mente NRK lyktes godt med å øke den generelle kunnskapen hos folk. Det religiøse tilbudet hadde god oppslutning i målgruppen. Morgenandakten på P1 hadde i gjennomsnitt over 400 000 lyttere og Gudstjenesten på søndag over 300 000.

Barn og unge

Mandatet gir NRK et spesielt ansvar for barn og unge. Ungdom har sin egen radiokanal i Petre, som også i 2000 var det mest populære tilbudet for denne målgruppen blant alle radiokanalene. I 2000 fikk barne- og ungdomsmålgruppene også egne tilbud på NRKs nettsider, gjennom nettportalene «Magi» og «Upunkt». For fjernsyn var TV2 også i fjor det mest brukte tilbudet blant ungdom. NRK Fjernsynet hadde et godt grep om barna 3-11 år. Det ble imidlertid registrert økende konkurranse også for denne gruppen. I tillegg gikk programpreferansene på de konkurrerende kanalene mer i retning av voksenprogrammer.

Språk og etnisitet

NRK fortsatte å sende en rekke samiske programmer både på radio og fjernsyn. I tillegg til de faste sendingene på tegnspråk og tilbudet av tekstede programmer for døve og hørselshemmede, åpnet NRK1 også en egen tegnspråktjeneste i digitalt format, NRK Tegnspråk.

Det var nyhetssendinger på fjernsynet for etniske minoriteter på urdu, vietnamesisk, somali og bosnisk/serbisk/kroatisk. Migrapolis var et aktuelt magasin med fokus på det flerkulturelle Norge.

Sissel Lund, Forskningsleder

NRK Forskingen:

Sissel Lund,
Nils Brenna,
Liv Braathen,
Kristian Tolonen,
Tor Myrland Eide,
Wenche Gjendem.

KAPITTEL 1

Mangfold i NRK

...konsekvent fremme ytrings- og informasjonsfriheten, de demokratiske grunnverdier og de grunnleggende menneskerettigheter og det enkelte menneskes frihet og verdighet. Programvirksomheten skal preges av allsidighet, upartiskhet, saklighet og skal legge vekt på det vesentlige.

Ytrings- og informasjonsfriheten er en viktig del både av de demokratiske grunnverdier og av menneskerettighetene. Den har å gjøre med menneskers rett til fritt å kunne søke og få relevant informasjon og med retten til fritt å kunne ytre seg.

Ideelt sett bør NRKs programtilbud være så godt at det gir et representativt bilde av hele virkeligheten. Et sentralt krav til NRK blir da at det må være et stort mangfold i programtilbudet. Videre må programtilbudet være slik at det oppleves som relevant og blir brukt av hele befolkningen.

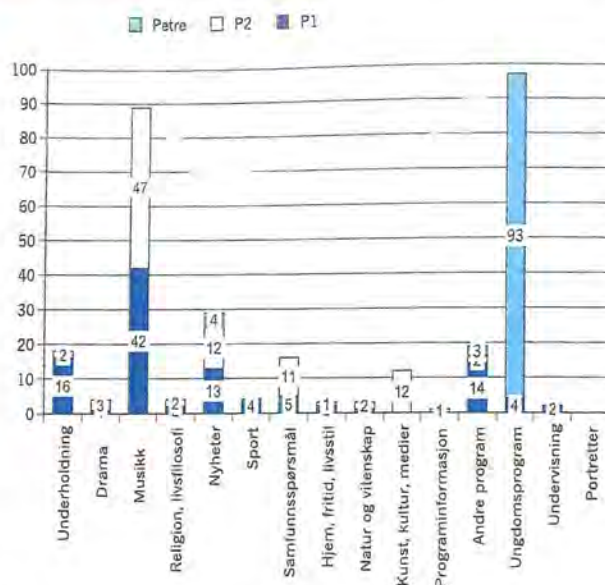
NRKs mangfoldige tilbud

Radio

Radioens riksdekkende kanaler sendte til sammen 22 764 timer i 2000, mot 22 706 timer i 1999. P1 sendte 7 458 timer, P2 8 736 timer og Petre 6 570 timer. P1 og Petre går for øvrig i samsending om natten, en samsending som tilskrives P1.

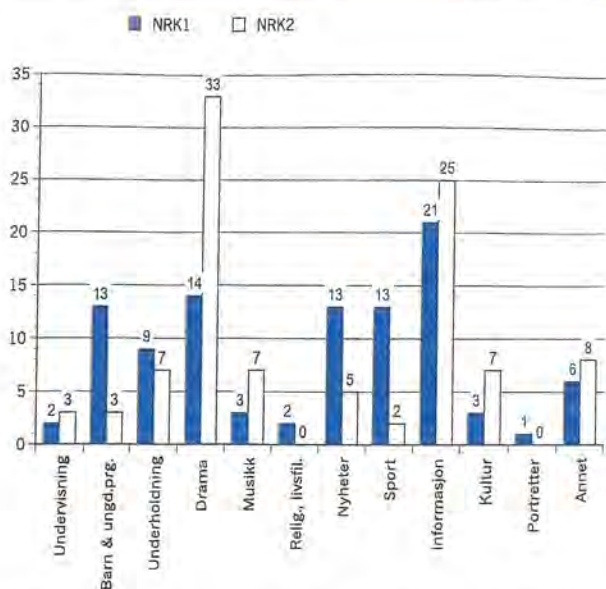
NRKs 17 distriktskontorer produserte i tillegg 22 152 timer. De regionale sendingene på P1 ble litt kortere i 2000. Sammenlignet med 1999 førte det til en nedgang på 38 timer per region (653 timer til sammen). Såmi Radio sendte 1 537 timer i 2000, mot 1637 timer i 1999. I tillegg kom NRKs digitale kanaler: Alltid Nyheter sendte 8 760 timer, Alltid Klassisk 5 475 timer, Europakanalen 8 760 timer, Metro 4 130 timer, Utenlands-sendingen 5 132 timer og mPetre 3 768 timer. Såmi Radios digitale radiokanal sendte 2 424 timer. Stortingsskanalens overføringer fra Stortinget kom i tillegg. Kanalen sendte alt som ble sagt i formiddagsmøtene på Stortinget på en egen FM-frekvens i Oslo, i tillegg til på DAB og på nettradioen (fra juli 2000).

Hvis man ser bort fra de nye kanalene, var radiotilbudet for de riksdekkende kanalene i NRK om lag det samme i 2000 som i 1999. Sendetimerne fordelte seg prosentvis på ulike programkategorier slik det er vist i diagrammet.



NRK Radios programprofil i 2000. Prosentvis fordeling av P1, P2 og Petres sendetimer på de ulike programkategoriene.

Sammenlignet med andre norske kanaler var NRKs programtilbud i 2000 vesentlig mer variert.



NRK Fjernsynets programprofil i 2000. Prosentvis fordeling av NRK1 og NRK2s sendetimer på de ulike programkategoriene.

Fjernsyn

NRK1 og NRK2 hadde til sammen en sendetid på 7 779 timer i 2000, en økning på 491 timer fra 1999. Økningen var hovedsakelig i NRK1, og skyldes blant annet en satsing på flere programmer fra nyhetsavdelingen og faktaavdelingen. NRK1 sendte 5 456 timer og NRK2 2 323 timer i 2000.

NRKs 17 distriktskontorer produserte i tillegg 768 timer distriktsfjernsyn, som ble sendt kl. 18.40 – 18.59 og 20.55 – 20.59 på hverdager. NRK International, en kanal rettet mot nordmenn i utlandet og bestående stort sett av programmer fra NRK1, hadde en sendetid på 4 574 timer i 2000.

Av NRKs fjernsynsprogrammer var 58 prosent egenprodusert, mot 53 prosent i 1999. Ser vi på programkategoriene har det vært en økning i underholdning, drama, informasjonsprogram, sport og nyheter, sammenlignet med 1999. I 2000 var det OL i Sydney og EM i fotball. Dette bidro til en betydelig økning i antall timer sport. I programkategoriene kultur og musikk var det en nedgang sammenlignet med 1999. Fordelingen av NRKs programkategorier vises i diagrammet.

Programprofil – en sammenligning mellom NRK og norske, kommersielle TV-kanaler

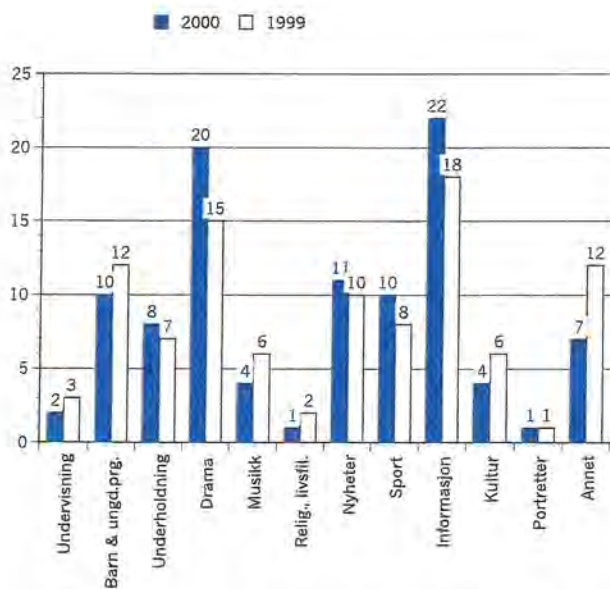
Sammenlignet med andre norske kanaler var NRKs programtilbud i 2000 vesentlig mer variert. Det betyr at **tilbudet** var jevnere fordelt på de ulike programkategoriene på NRK enn det var for de andre kanalene.

På neste side vises en tabell over de forskjellige kanalenes sendetid, fordelt på ulike programkategorier. Tallene er i prosent.

På NRK1 var 'informasjonsprogram' (23 prosent av sendetiden), 'nyheter' (16 prosent), 'sport' (13 prosent), 'drama' (13 prosent) og 'underholdning' (12 prosent) mest sendt i 2000. 5 av 13 kategorier hadde alle mer enn 10 prosent av sendetiden på NRK1.

NRK2 hadde to kategorier som hver utgjorde over 10 prosent av sendetiden i 2000. Det var 'drama' (36 prosent) og 'informasjonsprogram' (30 prosent). 7 av 13 kategorier stod hver for mindre enn 5 prosent av sendetiden på NRK2 i 2000.

Det var programkategorien 'drama' som skilte mest mellom NRK og de kommersielle kanalene. Av TV Norges sendinger var 77 prosent 'drama'. Tilsvarende tall for TV3 og TV2 var henholdsvis 58 og 48 prosent. For NRK totalt utgjorde 'drama' 20 prosent av det samlede programtilbudet i 2000. Av NRK1s sendinger var 13 prosent 'drama'. Tilsvarende tall for NRK2 var 36 prosent.



NRK Fjernsynets programprofil i 2000 vs 1999. Prosentvis fordeling av fjernsynets sendetimer på de ulike programkategoriene.

Hovedtendensen var at NRK hadde en mye jevnere fordeling på de ulike programkategoriene enn de andre kanalene. Det var særlig TV Norge og TV3 som hadde liten spredning av programtyper, men også TV2 lå et stykke bak NRK med hensyn til dette.

TV-meterundersøkelsen inneholder altså 13 ulike programkategorier. For 11 av kategoriene var det enten NRK1 eller NRK2 som var størst, målt i prosent av kanalens sendetid.

NRK1 toppet listene for 'barneprogram' (10 prosent), 'nyheter' (16 prosent), 'religion/livsfilosofi' (1,4 prosent), 'sport' (13 prosent), 'underholdning' (12 prosent) og 'vitenskap' (1,2 prosent). NRK2 endte øverst på listene for 'informasjonsprogrammer' (30 prosent), 'kunst/kultur/medier' (8 prosent), 'musikk' (6 prosent), naturprogrammer' (0,8 prosent) og 'undervisning' (1,5 prosent). For 'drama' var altså TV Norge størst, med 77 prosent av sendetiden i denne kategorien. Den trettende og siste kategorien, 'pauseprogram/filler', ble toppet av TV2, med 0,9 prosent.

'Kunst/kultur/medier' utgjorde mindre enn 0,3 prosent av sendetiden for alle de kommersielle norske kanalene i 2000. Tilsvarende tall for NRK1 og NRK2 var 3 og 8 prosent.

Programkategorien 'Musikk's andel av sendetiden for de kommersielle norske kanalene lå under 1 prosent. 5 prosent av sendingene på NRK1, og 6 prosent for NRK2, var 'musikk'.

'Vitenskap', 'undervisning' og 'religion/livsfilosofi' var representert med 1 prosent og mindre av sendetiden, uansett kanal.

Bruken av NRK

NRKs utbredelse og gjennomslagskraft

Distribusjon

Alle med fjernsynsapparat i Norge skal kunne ta inn NRK1 (teknisk distribusjon). Den faktiske distribusjonen, altså de som har stilt inn kanalen på fjernsynsapparatet, var for NRK1 i overkant av 98 prosent. 43 prosent av disse husstandene hadde kabeltilknytning som hoveddistribusjon, 24 prosent hadde satellitt og 33 prosent hadde tilknytning til bakkenettet. For NRK2s del var den tekniske distribusjonen på 86 prosent, mens den faktiske distribusjonen var på 80 prosent. Et utvalg av NRK1s sendinger kan også tas inn i hele Europa via satellitt (NRK International).

Konverteringen til digitalt mottak i satellittuniverset har siste halvår gått meget raskt, og er i noen grad også kommet i gang i kabelnettene.

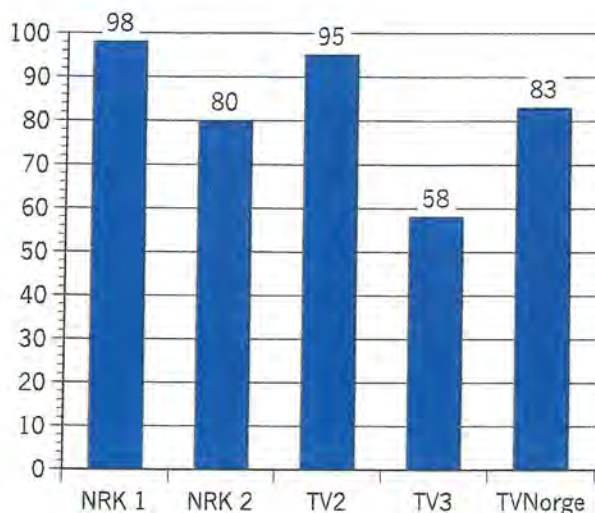
	TV2	NRK1	NRK2	TVN	TV3	NRK totalt
Barneprogrammer	8	10	0	0	9	7
Drama	48	13	36	77	58	20
Informasjonsprogram	14	23	30	7	1	25
Kunst/kultur/medier	0,9	3	8	0	0	4
Musikk	1	5	6	0	0	5
Naturprogrammer	0	0	1	0	0	1
Nyheter	11	16	5	5	0	13
Pauseprogram/filler	1	0	0	1	1	0
Religion/livsfilosofi	1	1	0	0	0	1
Sport	9	13	2	1	3	10
Underholdning	6	12	9	8	11	11
Undervisning	0	1	2	0	0	1
Vitenskap	1	1	1	1	0	1
Uspesifisert	1	0	0	0	0	0
Annet (TV-Shop)	0	0	0	0	18	0

Programprofil for de fem største norske TV-kanalene i 2000. Prosentvis fordeling av kanalenes sendetimer på de ulike programkategoriene.

NB: Naturprogrammer fikk ikke egen kategori før 1. september 2000.

Tallene i tabellen er hentet fra TV-meterundersøkelsen. Den er utarbeidet av Norsk Gallup og er et samarbeid mellom NRK, TV2, TV3 og TV Norge. Tallene er noe forskjellige fra NRKs egen programbase, men programprofilen er i hovedsak den samme.

For 11 av de 13 programkategoriene i TVMeter-undersøkelsen var det enten NRK1 eller NRK2 som var størst, målt i prosent av kanalens sendetid.



Kanaltilgang for de fem største norske TV-kanalene i 2000. Prosentandel av befolkningen som kan ta inn disse kanalene.

Ved årets utgang var det ca. 215 000 husstander som så NRKs fjernsynssendinger i digitalt format.

Ved årets utgang var det ca. 215 000 husstander som så NRKs fjernsynssendinger i digitalt format.

NRK Radio når nær sagt hele Norges befolkning og tilbyr sendinger til nordmenn og andre interesserte i hele verden gjennom Utenlands-sendingen. Den tekniske distribusjonen til NRK P1 og NRK P2 var i 2000 på 99 prosent og for NRK Petre på 96 prosent.

I tillegg kan man lytte til NRK Radio via Internett. NRK Nettradio gjør at alle som har Internett og lydkort kan ta inn alle NRKs radiokanaler uansett hvor de bor.

Gjennomslagskraft

I 2000 var i overkant av 80 prosent av Norges befolkning daglig innom NRKs programtilbud. I løpet av en uke brukte praktisk talt hele befolkningen NRK, enten gjennom fjernsyn eller radio. 61 prosent av befolkningen var hver dag innom NRK Fjernsynets tilbud. Dette er en økning på 1 prosentpoeng i forhold til 1999.

I løpet av en vanlig ukedag i 2000 brukte halvparten av den norske befolkning et eller annet tilbud fra NRK Radio. Med utgangspunkt bare i hverdager var 53 prosent av den norske befolkning innom et eller annet tilbud fra NRK Radio. Dette utgjør nesten 2,1 millioner lyttere i løpet av en dag.

NRK Fjernsyn fanget daglig opp publikumsgrupper som ikke benyttet seg av tilbudet til NRK Radio – og omvendt:

- 39 prosent av befolkningen var innom både NRK Fjernsynet og NRK Radio...
- 26 prosent så på sendingene fra NRK Fjernsynet, men hørte ikke på NRK Radio...
- 16 prosent hørte på sendingene fra NRK Radio, men så ikke på NRK Fjernsynet...

...en gjennomsnittlig dag i 2000. Sammenliknet med 1999 var dette en økning på 1 prosentpoeng når det gjaldt både/og brukere. Rene TV-seere økte også med 1 prosentpoeng, mens det var 1 prosentpoeng færre rene radiolyttere i 2000 sammenliknet med 1999.

Fjernsynsseing i 2000

Dekning/oppslutning

Dekningen på fjernsyn økte med 3 prosentpoeng fra 1999 til 2000. Dermed var det 72 prosent av Norges befolkning som var innom fjernsyn totalt på en vanlig dag i år 2000.

NRK1, TV2 og TVNorge økte sin daglige dekning, mens dekningen falt noe for NRK2, TV3 og samlekategorien "andre kanaler". Overgangen til ny TVMeter-måling kan ha hatt noe å si for forand-

ringen. Den nye målingen gjorde det blant annet enklere å måle seing på alle TV-apparater i husstandene.

Seertid

Total TV-seing økte fra 149 minutter pr. dag i 1999 til 163 minutter i 2000. Menns seing økte med 19 minutter, mens kvinner økte sin seing med 6 minutter.

Alle aldersgrupper under 65 år økte sin fjernsynsseing. Særlig sterk var økningen blant 20-34 åringene, 39 minutter høyere total seing enn i 1999. Også aldersgruppene 3-11 år, 12-19 år og 35-44 år økte seingen betraktelig. Derimot var det et visst fall i seingen til de over 65 år, fra 239 minutter totalt i 1999 til 215 minutter i 2000.

Mye av økningen skyldtes nok den nevnte overgangen til nye TV meter målinger, derav den sterkere økningen blant de unge og blant menn, grupper som i større grad disponerer nummer to-apparatene i husholdningen. Hele økningen kan imidlertid ikke legges på bytte av panel og meningsmålingsinstitutt. Høy seing på sport i 2000, (EM og OL), helgeunderholdning, nyheter, «millionær»-programmer og dagflater var viktige faktorer i økningen. 1999 var et år med lite sport og lavere seertall enn året før, og det er reelt å påstå at nordmenn faktisk har sett mer TV i 2000 enn året før.

Markedsandeler

I 2000 økte NRK1 sin andel av fjernsynsseingen med 2 prosentpoeng i forhold til 1999. Markedsandelen økte fra 36 til 38 prosent. Dette er det første året siden TV2 startet sine sendinger at NRK1 har økt sine andeler av fjernsynsseingen.

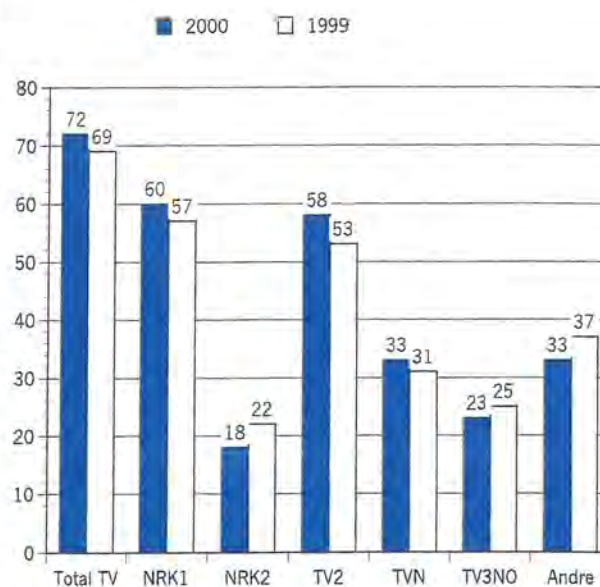
NRK1 befestet dermed sin posisjon som landets største tv-kanal, seks prosentpoeng foran TV2. NRK2 hadde en markedsandel på 3 prosent, det samme som i 1999. TV2 var i 1999 marginalt større enn NRK1 på tirsdager, onsdager og torsdager. I 2000 var NRK1 større enn TV2 på alle ukedager unntatt tirsdag, mens kanalene var jevnstore på mandager.

Fjernsynsseingen - alder og kjønn

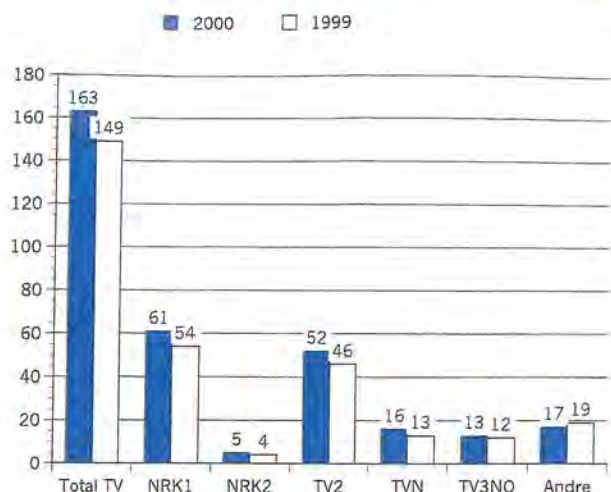
NRK1s markedsandeler økte blant begge kjønn. Kanalen økte mest blant menn, med 2 prosentpoeng, mens det var 1 prosentpoeng økning blant kvinnene.

NRK1s markedsandeler økte også i alle aldersgrupper over 35 år. Mest økte kanalen blant de over 55 år, med 8 prosentpoeng, til tross for at de eldstes totale seing er rapportert lavere enn den

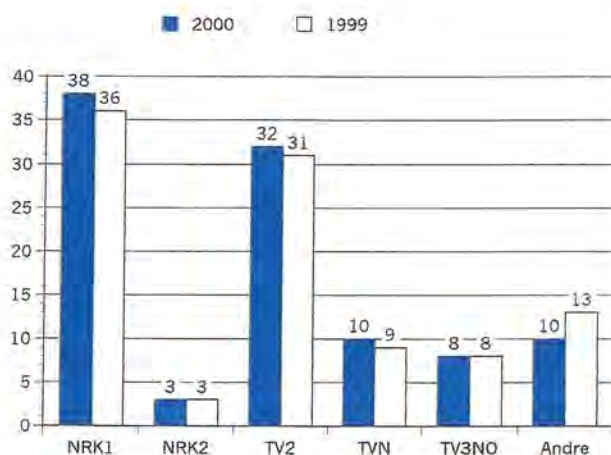
I 2000 var i overkant av 80 prosent av Norges befolkning daglig innom NRKs programtilbud.



Gjennomsnittlig daglig dekning for TV-kanalene i 2000 sammenlignet med 1999. Tall i prosent.



Fjernsynsseing i aldersgruppene. Antall minutter fjernsyn sett i 2000 sammenlignet med 1999.



Kanalenes markedsandeler i 2000 og 1999.

2000 var det første året siden TV2 startet sine sendinger at NRK1 økte sine andeler av fjernsynsseingen.

var i 1999. NRK1 tok altså mer av et mindre marked i disse aldersgruppene.

Derimot tapte NRK1 andeler blant dem under 35 år, med en nedgang på 3 prosentpoeng i forhold til 1999.

12-34-åringene så mellom 3 og 6 minutter mer på NRK1 i 2000 enn i 1999. Likevel falt NRK1s markedsandeler i denne gruppen, fordi deres totale seing og seing på andre kanaler økte mer enn seingen på NRK1. De yngre sviktet altså ikke NRK1, selv om de andre kanalene stod sterkere. På tross av at de yngste økte sin seing kraftig var det fortsatt slik at TV-seing øker med alderen, og de over 65 år så fortsatt nesten dobbelt så mye på fjernsyn som de mellom 12 og 19 år. Det totale TV-markedet er i høyeste grad et "gammelt" marked.

Radiolytting i 2000

Oppslutning

På en gjennomsnittlig hverdag i 2000 hørte 70 prosent (68 prosent i hele uken) av befolkningen på radio. Dette er en økning på 1 prosentpoeng sammenlignet med 1999. 50 prosent hørte daglig på NRK, en økning på 2 prosentpoeng i forhold til 1999. Økningen skyldes først og fremst lyttingen på NRKs utvidede radiotilbud; de digitale kanalene Alltid Klassisk og Alltid Nyheter, NRK Metro (1.mars – 4.des.), mPetre (1.aug.) og NRKs nyhetssendinger over lokalradioene ("Bynettet"). NRK P1 økte med 1 prosentpoeng i daglig oppslutning mellom 1999 og 2000, mens NRK P2 hadde en oppslutning på 6 prosent i 2000, det samme som i 1999 og 1998. NRK Petre mistet 1 prosentpoeng i daglig oppslutning fra 1999 til 2000. Dette kan tyde på at kanalens yngre lyttere gikk over til mPetre.

NRK Radios største konkurrent er fortsatt P4. Kanalen hadde 25 prosent daglig oppslutning i 2000, det samme som i 1999. Lokalradioene økte med 1 prosentpoeng i forhold til 1999 til 13 prosent.

Lyttetid

I 2000 lyttet folk på radio i gjennomsnitt 2 timer og 25 minutter på en vanlig ukedag. Dette er en nedgang på 7 minutter fra 1999.

Lyttetiden for NRK i alt var i 2000 på 89 minutter. Dette er en nedgang på 2 minutter i forhold til 1999. Relativt sett økte NRK radio likevel i løpet av året. Flere lyttere kom til, men disse lyttet kortere tid av gangen. P1 hadde i 2000 en lyttetid på 70 minutter hver dag og P2 6 minutter, det samme som i 1999. For Petre var lyttetiden 12 minutter, som var en nedgang på 3 minutter i for-

hold til 1999. Både P4 og Lokalradio hadde en nedgang på 2 minutter hver, til henholdsvis 44 og 18 minutter.

Aldersgruppenes radiobruk – NRK sammenliknet med andre kanaler

Aldersprofilen til NRK Radio holdt seg relativt stabil fra 1999 til 2000. 39 prosent av NRKs lyttere var under 40 år i 2000. Andelen av lyttere over 60 år var i 2000 på 27 prosent, en nedgang på 1 prosentpoeng i forhold til 1999.

På NRK P1 var 58 prosent av lytterne over 50 år i 2000. NRK P2 hadde en noe yngre aldersprofil enn P1, med 52 prosent av lytterne over 50 år. Blant NRKs radiokanaler skilte Petre seg klart ut – 67 prosent av Petre-lytterne var under 30 år. Likevel hadde Petre-lytterne en noe eldre profil i 2000 sammenlignet med 1999. Det har vært en trend de siste tre årene at Petre-lytterne har blitt noe eldre. Noe av forklaringen kan skyldes konkurransen om de yngre radiolytterne blant en del lokalradiokanaler. Sammenlignet med de større kommersielle kanalene har Petre imidlertid en svært ung aldersprofil, også i 2000. Bare 4 prosent av Petre-lytterne var over 50 år, mot 18 prosent for P4 og 17 prosent for lokalradioene. For Radio 1s del var 54 prosent av lytterne under 30 år, og 9 prosent over 50 år.

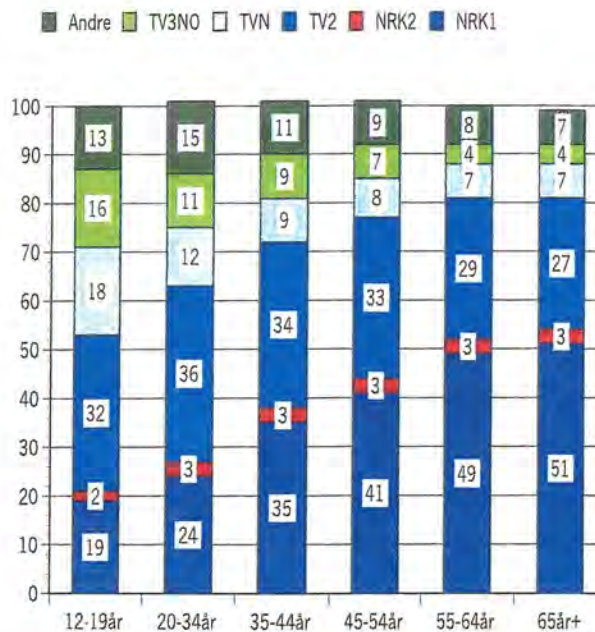
Markedsandel – alle kanaler

Markedsandel på radio vil si hvor stor andel en kanal har av den totale lyttetiden på radio.

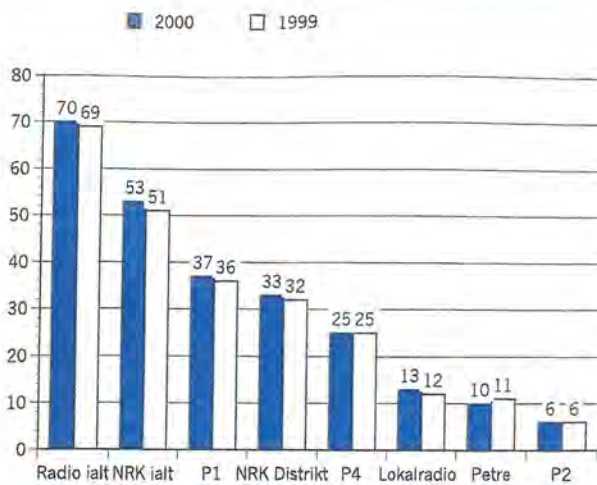
I 2000 hadde NRK Radio til sammen en markedsandel på 59 prosent, en økning på 5 prosentpoeng i forhold til 1999.

Ser vi på NRKs kanaler enkeltvis, har P1 alene en markedsandel på 46 prosent, P2 har 4 prosent og Petre har 8 prosent i 2000. Sammenlikner vi med 1999 økte P1 med 5 prosentpoeng, mens P2 lå stabilt. Petre mistet markedsandeler – men bare 1 prosentpoeng. Den største konkurrenten til NRK Radio, P4, hadde i 2000 en markedsandel på 29 prosent, en reduksjon på 6 prosentpoeng i forhold til 1999. For Lokalradio i alt lå markedsandelen på 12 prosent i 2000, det samme som i 1999.

Den totale TV-seingen økte fra 149 minutter pr. dag i 1999 til 163 minutter i 2000. Høy seing på sport (Fotball-EM og OL), helgeunderholdning, nyheter, «millionær»-programmer og dagflater var viktige faktorer i økningen.

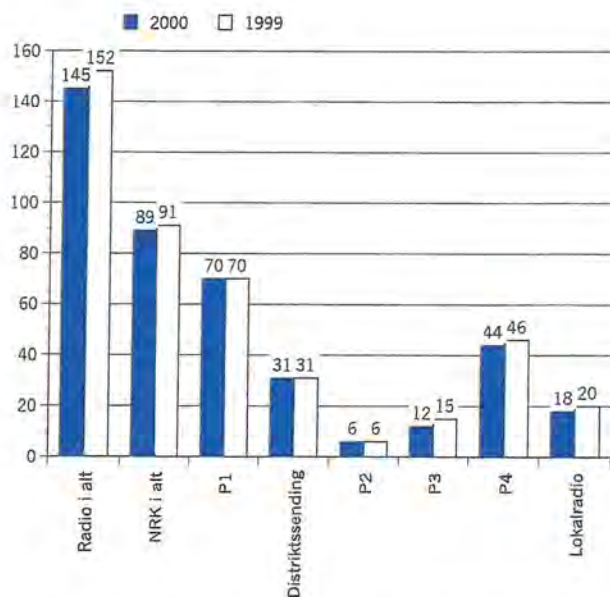


Fjernsynskanalenes aldersprofil i 2000. Aldersgruppens prosentandel av seingen på kanalen.



Daglig oppslutning om radiokanalene på hverdager, 2000 og 1999. Tall i prosent.

På en gjennomsnittlig hverdag i 2000 hørte 70 prosent av befolkningen på radio. Dette er en økning på 1 prosentpoeng sammenlignet med 1999.



Lytte tid i befolkningen. Antall minutter brukt på hver kanal i 2000 og 1999.

Bruken av Internett (NRK.no) i 2000

I 2000 økte NRK sine ambisjoner for Internett. I tillegg til å være et nettsted for informasjon om NRKs radio- og TV-programmer, skulle NRK.no heretter bruke innhold fra NRK-systemet til å lage gode internett-tjenester i seg selv, tjenester som vil følge internettets egne genrekkrav til for eksempel interaktivitet og flermedialitet. Blant disse nye tjenestene var NRK Nettradioen, ungdomsportalen Upunkt, nyhetstjenester på WAP m.fl.

Ved utgangen av desember 2000 var det registrert i underkant av 200.000 artikler under www.nrk.no, fordelt på om lag 800 forskjellige seksjoner/emneområder. I tillegg til de mange temasideene som tilbød skriftlig informasjon, strukturert etter kategoriene 'nyheter', 'sport', 'kultur', 'musikk', 'fakta', 'underholdning', 'barn' var en økende andel av sidene nye tjenester som nevnt ovenfor.

NRKs 11 radiokanaler ble i 2000 tilgjengelig i det som er Europas største radiotilbud på Internett, NRK Nettradio.

I tillegg til radiokanalene tilbød NRK Nettradio 'news on demand', nyhetsoverskrifter og vær i tekst, lydklipp fra NRKs 75 årige radiohistorie og tips om utenlandske radiokanaler. Nettradioen startet sine sendinger 21. august 2000, og allerede i september viste en undersøkelse fra Norsk Gallup at 31 000 personer lyttet til NRK via Internett på en vanlig dag mens 81 000 lyttere var innom i løpet av en uke. Det var kanalene mPetre, Petre og P1 som hadde flest lyttere via nettet. En brukerundersøkelse gjennomført i slutten av november 2000 viste at den typiske brukeren av NRK Nettradio var en ung, velutdannet mann, som særlig lyttet i arbeidstiden, og som lyttet lenge av gangen. Lytternes viktigste argumenter for å velge NRK Nettradio var musikken og nyhetene.

Som i 1999 var NRKs internettjeneste blant de 15 mest besøkte nettsjenerne i Norge. I fjerde kvartal 2000 var 236 000 internettbrukere ukentlig innom NRK.no.

Dette er en økning på nesten 100 prosent fra samme periode i 1999. 66 prosent av de ukentlige brukerne i fjerde kvartal 2000 var menn.

Servermålinger fra desember 2000 viste at NRK.no-brukerne genererte om lag 935.000 treff i uka på NRK.nos sider. Nrk.no/magasin/nyheter var som i 1999 den mest brukte tjenesten, mens nrk.no/programoversikt var nest mest besøkt. Også Petres spilleliste-tjeneste, hvor publikum hver dag kunne få en oversikt over hvilke låter som skulle

spilles på kanalen, var blant de mest besøkte tjenestene både i november og desember. Distriktskontorenes sider, underholdningssidene, sportssidene og tekst-TV på nett var likeledes godt besøkt

I 2000 hadde NRK Radio til sammen en markedsandel på 59 prosent, en økning på 5 prosentpoeng i forhold til 1999.

Bruken av Tekst-TV i 2000

NRKs Tekst-TV-tilbud var også i 2000 svært omfattende. NRK Tekst-TV-sider tilbød NRK-produsert stoff som nyheter, programinformasjon og barnesider, samt en mengde informasjons- og servicestoff fra andre offentlige og private aktører. Nytt i 2000 var at NRK Tekst-TV også ble tilgjengelig via www.nrk.no.

86 prosent av befolkningen hadde tilgang til NRK Tekst-TV i oktober 2000. Ukentlig benyttet 60 prosent av befolkningen seg av dette tilbudet, mens 51 prosent benyttet seg av TV2s Tekst-TV-tilbud.

Den mest besøkte siden på NRK Tekst-TV i oktober 2000 var innenriksnyheter, med over 1,5 millioner brukere ukentlig. Utenriksnyheter, programinformasjon, sport og værmelding var likeledes populære tjenester med ukentlige besøktall på over én million. NRK Tekst-TV-tjeneste var også mye besøkt under sommer-OL i Sydney. Gjennomsnittlig 1,45 millioner brukere var innom NRKs Tekst-TV-sider for å følge lekene, bli oppdatert på resultater, få info om deltagerne osv.

Tilsvarsretten

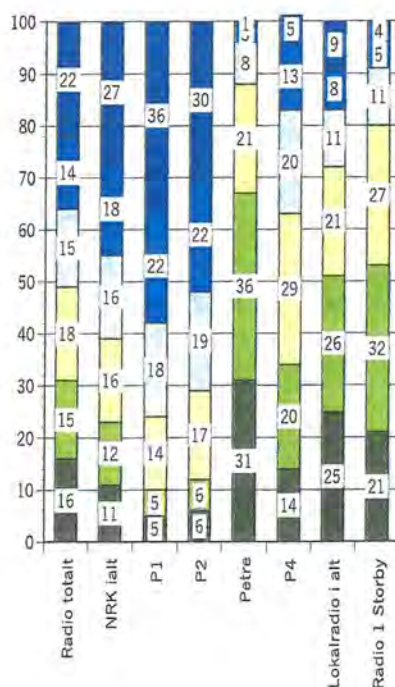
NRK etablerte i 2000 en avdeling som skal håndtere henvendelser fra publikum. Denne avdelingen er lokalisert i Mo i Rana. Bakgrunnen for etableringen av tjenesten var at publikum skal få bedre oppfølging når de henvender seg til NRK. I måldokumentet NRKs mål og strategi 1996 – 2000 står det:

"NRK skal ha en systematisk og regelmessig dialog med publikum om programtilbudet og allmennkringkasteroppdraget."

Henvendelsene til NRK Publikumsservice ble kanalisert via:

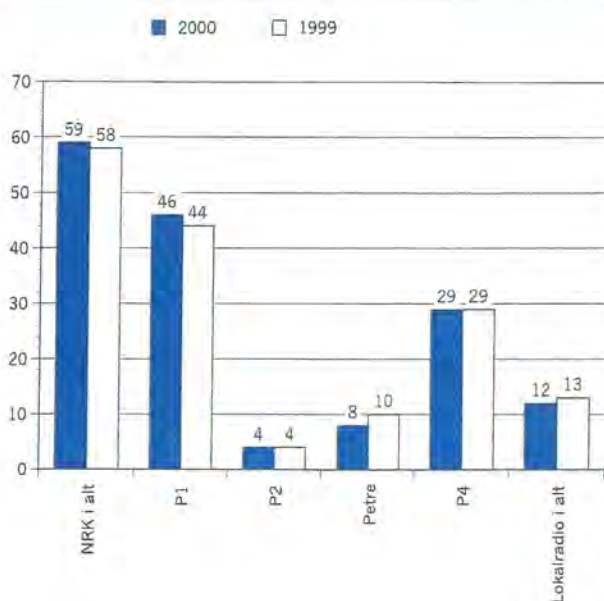
- Oppretting av et telefonnummer og en e-postadresse
- Avdelinger/Distriktskontor/Redaksjoner/Enheter som får telefoner, brev, eller e-post som de ikke selv kan besvare formidler disse videre til Publikumsservice.

■ 60år+ ■ 50-59år ■ 40-49år ■ 30-39år ■ 20-29år ■ 9-19år



Radiokanalenes aldersprofil i 2000. Aldersgruppens prosentandel av lyttingen på kanalen.

NRKs 11 radiokanaler ble i 2000 tilgjengelig i det som er Europas største radiotilbud på Internett, NRK Nettradio.



Radiokanalenes markedsandeler i 2000. Sammenligning med 1999.

Nettside	Antall tusen treff
Nrk.no/magasin/nyheter/	446
Nrk.no//	86
Nrk.no/programoversikt/	57
Nrk.no/cgi-bin/petre/spillelister/	43
Nrk.no/magasin/musikk/	43
Nrk.no/magasin/underholdning/	42
Nrk.no/distrikt/sogn_og_fjordane/	33
Nrk.no/ttv/index.asp	31
Nrk.no/magasin/sport/	25
Nrk.no/distrikt/	23

NRK-sider med flest treff i november 2000 (topp ti).

Post fra publikum som ikke har klar adresse skal sendes til Publikumsservice.

I perioden august til og med desember 2000 ble det ved Publikumsservice registrert 14 024 henvendelser fra publikum. 59 prosent var telefonhenvendelser.

51 prosent av alle henvendelsene som ble registrert var spørsmål til NRK. 17 prosent av henvendelsene ble registrert som klage/ros til NRK. 9 prosent av henvendelsene var i kategorien tips eller ønske om reprise.

I tillegg økte bruken av tekstmeldinger på mobiltelefon direkte til flere av programmene (se kapittel 2).

Publikums vurdering av tilbudet

Fjernsyn

74 prosent av den norske befolkningen var godt tilfreds med fjernsynstilbudet fra NRK1 i 2000.

Dette var en nedgang på 2 prosentpoeng sammenlignet med 1999. Nedgangen var noe større for NRK1, hvor 45 prosent oppga å være tilfreds med tilbudet i 2000, mot 51 prosent i 1999.

NRK Fjernsyn sto også i 2000 sterkt når det gjaldt allmennkringkastingsforpliktelsene generelt.

Å formidle nyheter og informasjon var den forpliktelsen befolkningen mente NRK oppfylte best i 2000. 92 prosent mente NRK oppfylte dette på en god måte, mens 5 prosent mente forpliktelsen ble oppfylt dårlig. Også når det gjaldt å sende troverdige programmer sto NRK sterkt. 84 prosent av befolkningen mente NRK oppfylte denne forpliktelsen godt.

NRK1 ble vurdert som best på nyheter, sport, dokumentarer, norske serier, norsk underholdning, barneprogrammer og ungdomsprogrammer. Imidlertid var det TV2 som ble 'best likt', og kanalen ble også vurdert som best på utenlandske serier, debattprogrammer og filmer.

Den laveste graden av tilfredshet for NRK ble knyttet til barne- og ungdomsprogrammene. 55 prosent av befolkningen mente NRK formidlet kvalitetsprogram for barn- og ungdom, mens 28 prosent ikke svarte eller ikke hadde en mening om spørsmålet. En av årsakene til at barne- og ungdomsprogrammene sto lavest i kurs hos befolkningen kan være at dette programtilbudet er dårlig kjent blant dem som ikke har barn selv.

Radio

Profilundersøkelsen for radio viste at 83 prosent av befolkningen var tilfreds med radiotilbudet i NRK (P1, P2 og Petre) i 2000. Dette er ett prosentpoeng mer enn i 1999. Det var også en forskyvning i graden av tilfredshet fra "ganske" til "meget" tilfreds. I 1999 var 17 prosent meget tilfredse med radiotilbudet, mens tilsvarende tall for 2000 var 22 prosent.

P1 oppnådde best resultat på utsagnet "har gode nyhetssendinger". 59 prosent av befolkningen mente utsagnet passet på P1 i 2000, mot 55 prosent i 1999. Til sammenligning mente 29 prosent at P4 hadde gode nyhetssendinger i 2000, mot 27 prosent i 1999.

P1 oppnådde også de høyeste resultatene av alle kanaler på følgende utsagn: "å gi fylldig informasjon om norsk samfunnsliv" (49 prosent mente utsagnet passet på kanalen); "ha stor tillit til" (48 prosent); "har gode programledere" (40 prosent) og "har gode samfunns og debatt programmer" (38 prosent).

P2 hadde sitt høyeste tall på utsagnet "sender interessante kulturprogrammer". 26 prosent mente kanalen passet til utsagnet, en økning på 2 prosentpoeng sammenlignet med 1999.

Petre hadde sine beste tall på utsagnene "sender den musikken du liker" (19 prosent), "har gode programledere" (19 prosent), og "har gode underholdningsprogram" (18 prosent).

I yngre målgrupper, som 15-29 år, oppnådde Petre enda høyere tall: 49 prosent mente utsagnet "spiller den musikken du liker" passet på Petre. Petre hadde også de beste resultatene av alle kanaler i målgruppen på utsagnet "har gode underholdningsprogram". 46 prosent av 15-29-åringene mente utsagnet passet på Petre.

Konklusjon

Stor mangfold og bredde i programtilbudet er en forutsetning for at NRK skal oppfylle kravet om å fremme ytrings- og informasjonsfriheten. Oversikten viser at NRK langt på vei oppfylte dette kravet i 2000. Bildet blir særlig tydelig når vi sammenligner med tilbudet på konkurrerende TV-kanaler. Her går det tydelig fram at i kampen om yngre målgrupper, blir hoveddelen av sendetiden fylt med filmer og serier.

De fleste av NRKs programmer i 2000 var egenproduserte. Selv om det var en liten nedgang i distriktskontorenes sendetid, hadde programtilbudet en klar distriktsprofil.

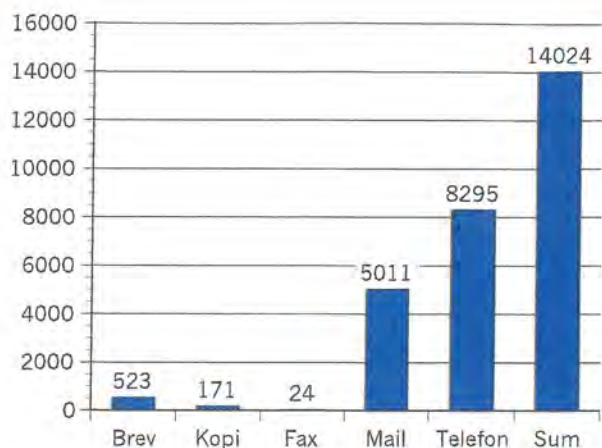
I fjerde kvartal 2000 var 236 000 internettbrukere ukentlig innom NRK.no.

Tekst-TV-side NRK	Antall tusen brukere (ukentlig i oktober 2000)
Innenriksnyheter	1535
Utenriksnyheter	1308
Programinformasjon for fjernsynet	1242
Sportsnyheter og resultater	1230
Værmelding	1003
Spill: Tipping, Rikstoto, Lotto	970
Distriktsnyheter	871
Økonomisider/Børs	298
Trafikkinformasjon/reiseliv	272
Filmomtale/ukens filmer	272
Oslo Lufthavn - flyinformasjon	147
Fondskurser	132
Stillingsutlysing	62
Informasjon fra skattedirektoratet	37
CoShopper	26

Ukentlig antall tusen brukere av NRK Tekst-TV-sider i oktober 2000.

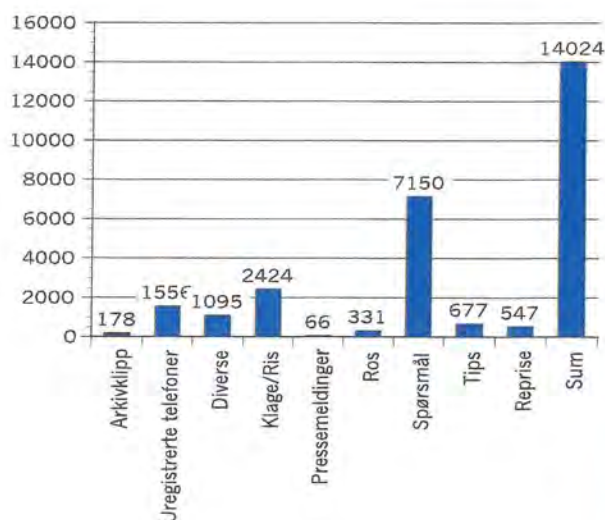
Ukentlig benyttet 60 prosent av befolkningen seg av NRKs Tekst-TV-tilbud i 2000.

I perioden august til og med desember 2000 ble det ved Publikumsservice registrert 14 024 henvendelser fra publikum.



Hvordan henvendelsene til Publikumsservice kom. Tall i tusen.

74 prosent av den norske befolkningen var godt tilfreds med fjernsynstilbudet fra NRK1 i 2000.



Hva dreide henvendelsene til Publikumsservice seg om? Tall i tusen.

I 2000 ble NRKs radiotilbud tilgjengelig over hele verden i og med at alle radiokanaler ble lagt ut på Internett. I tillegg ble publikums mulighet til å gi tilsvar bedret gjennom NRKs Publikumsservice, og muligheten til å sende tekstmeldinger og e-post direkte til programmene. Begge forholdene er med på å bedre ytrings- og informasjonsfriheten.

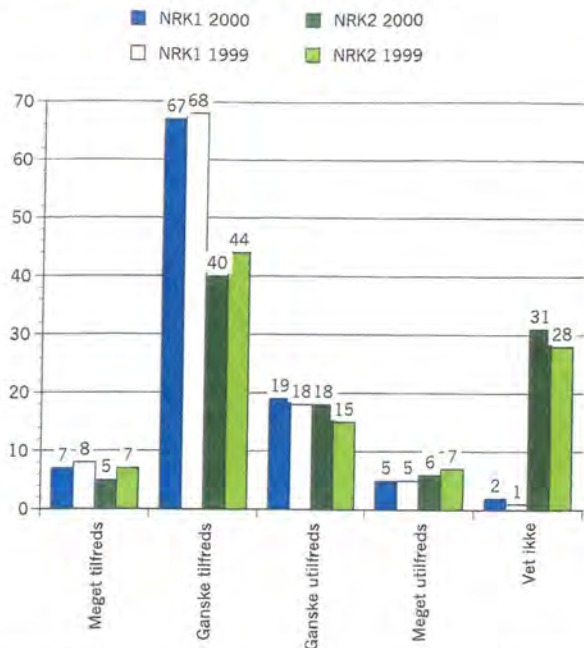
Publikum benyttet seg i stor grad av tilbudet til NRK. Hver dag var rundt 80 prosent av befolkningen innom ett eller flere av NRKs tilbud. NRK greide seg godt i konkurransen med andre radio- og TV-selskaper, og var størst enten vi ser på hvor mange som var innom eller hvor lang tid de brukte på tilbudene.

Generelt var publikum mer fornøyd med radio- enn med TV-tilbudet.

For Fjernsynet var det en jevn nedgang i de positive utsagnene. Det kan tyde på at selv om bruken av tilbudet er tilfredsstillende ut fra allmennkringkastingskravene, er det rom for forbedringer når det gjelder det generelle inntrykket av tilbudet og av selskapet. Det var særlig i forhold til å underholde folk, å lage programmer som dekker interesser og smak i ulike grupper og i forhold til å være upartisk og upåvirket at kritikken var sterk. Dette er forhold som NRK må gå nærmere inn på i løpet av året.

Å formidle nyheter og informasjon var den forpliktelsen befolkningen mente NRK oppfylte best i 2000. 92 prosent mente NRK oppfylte dette på en god måte.

Hva mener du alt i alt om fjernsynstilbudet fra NRK1 og NRK2 -



«Hvor tilfreds er du med fjernsynstilbudet til NRK1 og NRK2?» Prosentandel som svarte de ulike kategoriene.

Publikums vurdering av NRK Fjernsynet som allmennkringkaster:

Hvordan synes du NRK oppfyller sin målsetting om..?	Meget godt	Ganske godt	Ganske dårlig	Meget dårlig	Vet ikke
Å formidle nyheter og informasjon	30	62	5	0	2
Å bidra til å øke den generelle kunnskapen hos folk flest	14	36	4	12	1
Å fremme debatt og engasjement om det norske samfunn	12	62	17	2	8
Å formidle norsk kultur	16	56	18	1	8
Å underholde folk	9	55	27	4	4
Å levere program av høy kvalitet	18	57	16	3	6
Å lage program som dekker interesser og smak til ulike grupper	11	50	27	4	9
Å bidra til at vi får kjennskap til hvordan folk rundt i Norge har det	16	57	19	3	6
Å formidle kvalitetsprogram for barn og ungdom	14	41	14	3	38
Å sende troverdige programmer	24	60	7	1	9
Å være upartisk og upåvirket	11	49	22	3	15

Profilundersøkelsen for radio viste at 83 prosent av befolkningen var tilfreds med radiotilbudet i NRK (P1, P2 og Petre) i 2000.

Publikums vurdering av NRK som allmennkringkaster

Generelt var publikum mer fornøyd med radio- enn med TV-tilbudet.

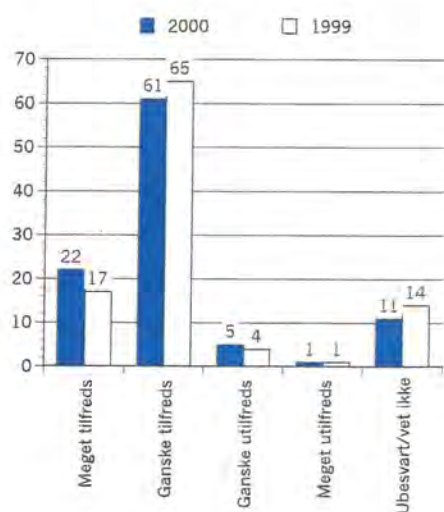
KAPITTEL 2

Informasjon og samfunnsspørsmål i NRK

... støtte demokratiet gjennom et mangfoldig tilbud av nyheter, fakta, kommentarer og debatt om samfunnsspørsmål, også for mindretall og spesielle grupper.

NRKs nyhets- og informasjonstilbud

Hva mener du alt i alt om radiotilbudet i NRK - P1, P2 og Petre - er du ...



«Hva mener du alt i alt om radiotilbudet i NRK – P1, P2 og Petre»? Prosentandel som svarte de ulike kategoriene.

Nyheter og informasjon var blant de største programområdene i NRK i 2000, med 33 prosent av sendetiden på TV og 21 prosent av sendetiden på radio.

Nyheter og informasjon var blant de største programområdene i NRK i 2000.

På TV la dette stoffområdet beslag på 33 prosent av sendetiden. NRK1 var den største nyhetskanalen med 1 682 timer nyheter, mens nyhetstilbudet på NRK2 var på 263 timer. For begge kanalene var dette en økning av tilbudet, med 408 timer for NRK1 og 115 timer for NRK2.

På radio utgjorde nyheter og informasjon 21 prosent av sendetiden. Nyhetssendingene på P1, P2 og Petre utgjorde til sammen 2 176 timer. I tillegg ble det sendt 22 152 timer distriktsendinger. Disse sendingene inneholdt både nyheter og informasjon. P1 sendte 1 005 timer nyheter, tilsvarende tall for P2 var 1 093 timer og for Petre 273 timer. I tillegg til de ordinære Dagsnyttssendingene, sendte P2 debatter hver dag i 'Dagsnytt atten'. Ukentlige oppsummeringer av nyhetsbildet fikk publikum i 'Ukeslutt' på P1 og P2 lørdager. På Alltid Nyheter ble det sendt nyheter og informasjon 24 timer i døgnet.

Informasjonsprogrammene dekket et vidt spekter av temaer innenfor kategoriene "samfunnsspørsmål", "natur og vitenskap" og "hjem og fritid". Det ble i alt sendt 1 727 timer informasjonsprogrammer i fjernsynet, en økning på 447 timer sammenlignet med 1999. Det var særlig programmene om samfunnsspørsmål som bidro til økningen. På radio ble det sendt 2 444 timer informasjonsprogrammer. Dette var en økning på 723 timer sammenlignet med 1999, og det var særlig P2 og Petre som bidro til økningen.

Nyheter for mindretall og spesielle grupper inngikk jevnlig i de ordinære nyhetssendingene.

I tillegg sendte NRK egne nyhetsprogrammer for en rekke grupper. På hverdager sendte NRK1 "Nyheter på tegnspråk", et tilbud for døve og hørselshemmede. I alt utgjorde disse sendingene 18 timer. "Migranytt" var et tilbud til den delen av befolkningen som snakker bosnisk/serbisk/

kroatisk, urdu, somali og vietnamesisk. 'Migra-nytt' var på lufta i alt 19 timer i 2000. Nyheter på samisk var et tilbud til den samiske befolkningen. Distriktssendingene behandlet stoffområder som angår befolkningen i de ulike fylkene. Utenlands-sendingen, NRKs sendinger på Internett og tilbud-et via mobiltelefon er et tilbud også til nordmenn i utlandet. I Petre ble det sendt nyheter spesielt rettet mot ungdommer.

Disse nyhetssendingene hadde en kjappere form og noe annerledes utvalg av stoff og vink-linger av problemstillingene. Konseptet vakte in-teresse både i og utenfor Norge, blant annet har Danmarks radio annonsert at de vil starte et lig-nende tilbud.

Sportsprogrammene la beslag på 10 prosent av sendetiden på TV. I alt ble det sendt 750 timer sport i 2000. De fleste sportsprogrammene ble sendt på NRK1, i alt 713 timer, mens det ble sendt 38 timer sport på NRK2. På radio gikk alle sport-sprogrammene på P1, i alt 285 timer.

Bruk av NRKs nyhets- og informasjonstilbud

De rene nyhetssendingene

Nyhetsinteressen hos den norske befolkning er svært høy. Rundt 90 prosent opplyser at de er interessert i nyheter, det være seg utenriks-, innen-riks- eller lokalnyheter.

Fjernsynsnyheter

I 2000 var 1,63 millioner nordmenn innom en eller flere nyhetssendinger på NRK Fjernsynet (44 prosent). Dette er en økning på 110 000 perso-ner fra 1999.

Diagrammet viser at det er flere som har sett på nyheter fra NRK Fjernsyn i 2000 enn det var i 1999. Et bilde på den posisjonen NRK Fjernsyn har i den norske befolkning når det gjelder nyhe-ter, kan være at 'Dagsrevyen' hadde over 1 mil-lion seere hele 33 ganger i løpet av 2000, det vil si rundt 10 prosent av sendingene. 'Dagsrevyen' hadde i 2000 et daglig gjennomsnitt på 834 000 seere, mot 758 000 i 1999. Det tilsvarende tallet for 21-nyhetene på TV2 var 660 000 seere. Etter omleggingen høsten 2000 opplevde 'Dagsrevyen' for første gang siden TV2 kom på lufta en økning i seerskaren.

'NRK1 Morgennytt' sendte våren 2000 nyhe-ter og aktualiteter på hverdager mellom kl. 06.25 og 09.30. På høsten gikk sendingene fra kl. 07.00 til 08.15. Gjennomsnittsratingen i perioden januar

Nyheter for mindretall og spesielle grupper inngikk jevnlig i de ordinære nyhetssendingene.

I Petre ble det sendt nyheter spesielt rettet mot ungdommer.

I 2000 var 1,63 millioner nordmenn innom en eller flere nyhetssendinger på NRK Fjernsynet i løpet av en gjennomsnittlig dag.

til mai var på 56 000 seere og på høsten var gjennomsnittet 40 000 seere. For hele 2000 hadde NRK1 Morgennytt et snitt på 54 000 seere. TV2s morgensending hadde til sammenligning 82 000 seere i gjennomsnitt i 2000. For 'NRK1 Morgennytt' var markedsandelen i 2000 på 38 prosent, mens tilsvarende tall for TV2s morgensending var på 58 prosent. I perioden 13.mai til 2.oktober hadde ikke TV2 noen konkurranse fra NRK1 på morgenen, noe som gjorde at snittet for TV2s del ble høyere.

NRKs distriktskontorer sendte på hverdager regionale nyheter innenfor sine respektive geografiske områder fra kl. 18.40 til 19.00. Disse sendingene hadde i 2000 et snitt på 395 000 seere, en økning på 52 000 seere sammenliknet med 1999. De regionale sendingene var for øvrig tilgjengelige på riksnettet dagen etter fra kl. 12.00 til 15.00. Fra 21. august sendte distriktskontorene nyhetsoppdateringer også kl. 20.55-20.59 på hverdager.

'Nyhetsblikk' startet på NRK2 høsten 2000. I gjennomsnitt hadde programmet 58 000 seere.

Radionyheter

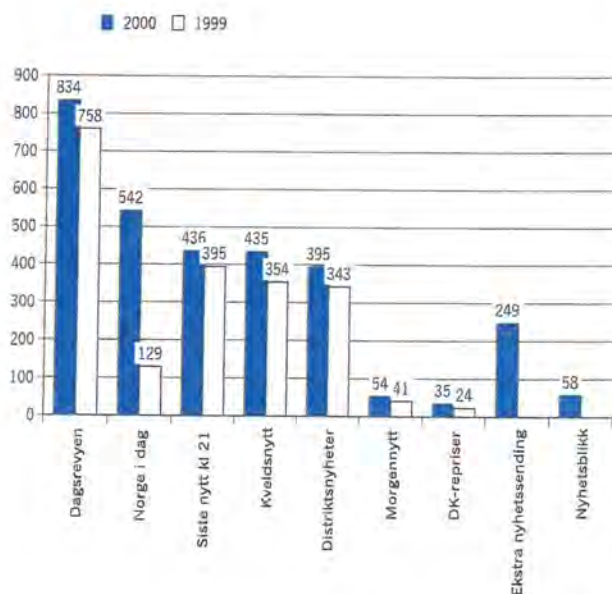
På en gjennomsnittshverdag i 2000 var over 1,8 millioner nordmenn innom en eller annen Dagsnyttssending på P1, P2 eller Petre.

Dette var en liten økning i forhold til 1999. NRK Radio nådde daglig 73 prosent av de som opplyste at radio var deres viktigste nyhetskilde.

På hverdage hadde Dagsnyttssendingene på P1 en oppslutning på 35 prosent i 2000, eller nærmere 1,4 millioner nordmenn, en økning på 1 prosentpoeng i forhold til 1999. P1 sendte også Distriktsnyheter hver time fra kl 06.03 til 18.03 på hverdager. I 2000 hadde disse sendingene en oppslutning på 33 prosent, eller i underkant av 1,3 millioner lyttere på en gjennomsnittsdag.

P2 lå stabilt på 5 prosent oppslutning for sine Dagsnyttssendinger (186 666 personer), mens Dagsnyttssendingene i Petre hadde en oppslutning på 7 prosent (277 444 personer), en nedgang på 1 prosentpoeng i forhold til 1999. Den digitale kanalen Alltid Nyheter hadde en daglig dekning på rundt 40 000 personer.

Ved siden av Dagsnyttssendingene hadde de tre kanalene en lang rekke andre nyhetsprogram, blant annet 'Ukeslutt' som går hver lørdag kl 12.30 både i P1 og P2. 'Verden på lørdag' på P2 kl. 11.03 og 'Søndagsavisen' på P2 kl. 11.02. Petre hadde også sine egne nyhetssendinger, 'Petre 13' og 'Petre 16'.



Antall tusen seere på NRK Fjernsynets nyhetssendinger. Gjennomsnitt i 2000 og 1999.

Nye tilbud innenfor informasjon og samfunn

Internett og WAP

Publikums mulighet til å uttrykke sin mening og oppleve relevans i forhold til programtilbudet er en viktig del av NRKs mandat om å støtte demokratiet.

Høsten 2000 åpnet debattprogrammet 'Redaksjon 21' for direkte kontakt mellom publikum, programskapere og intervjuobjekter gjennom SMS-tjenester (tekstmeldinger over mobiltelefonen), e-post og debattforum på NRKs hjemmesider.

Sett i lys av at over 70 prosent av Norges befolkning har tilgang på mobiltelefon, og at nesten 65 prosent har tilgang på internett, muliggjorde disse tjenestene en påvirkning på NRKs samfunns- og informasjonsprogrammer.

'Redaksjon 21' mottok høsten 2000 nesten 3000 SMS-meldinger og 217 e-poster. I tillegg benyttet 117 personer seg av debattforumet på Internett. Det enkeltprogrammet som genererte flest tilsvarende ble sendt den 24. oktober. Temaet var hjemsendelse av kosovoalbanere fra Norge, og 327 personer sendte inn SMS-meldinger. Andre temaer som i stor grad opptok publikum var Kronprins Haakons forlovelse (10/10 og 16/10) og Kursk-tragedien (26/10).

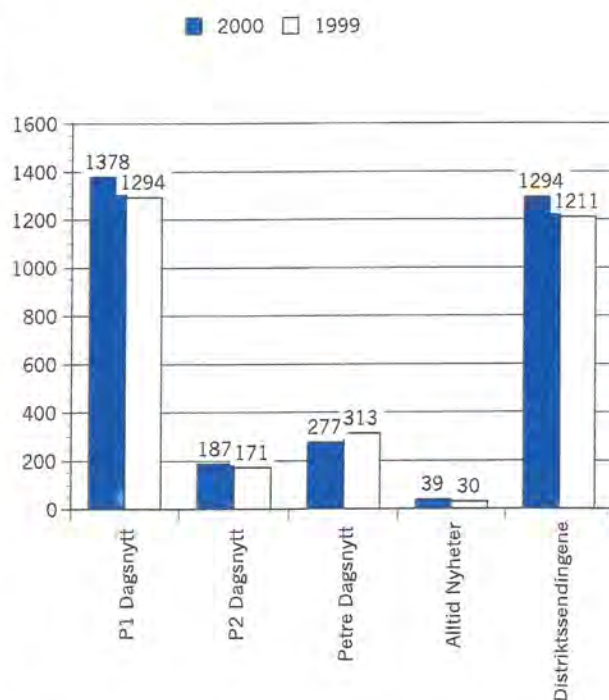
Denne direkte kontakten med publikum gikk også den andre veien. Publikum kunne abonnere på dagens tema fra 'Redaksjon 21' over mobiltelefonen. Under fotball-EM tilbød NRK Sporten sportsnyheter over mobiltelefonen, i tillegg kunne publikum sende inn sine kommentarer til ekspertene i studio.

Et annet nytt tilbud i 2000 var nyhetstjenester på WAP (internettjenester over mobiltelefonen).

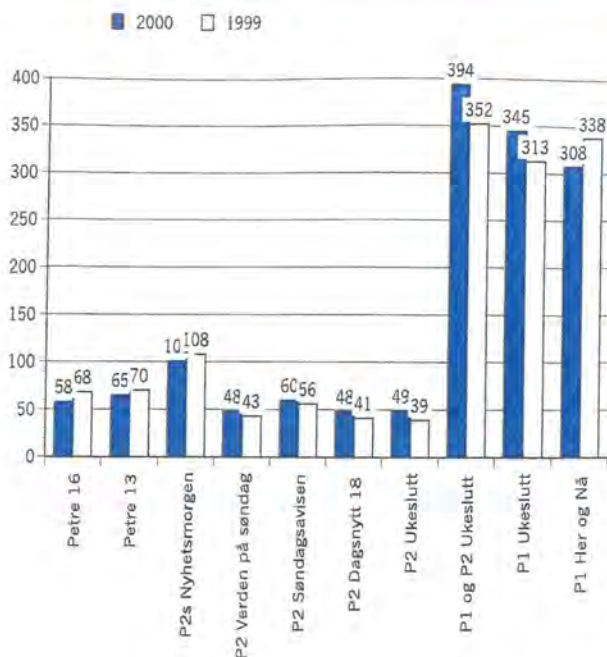
Tjenesten NRK24 på WAP tilbød direkte tilgang til NRKs innenriks-, utenriks- og sportsnyheter gjennom WAP-telefonen. Tjenesten var også tilgjengelig for Palmtop-maskiner.

I 2000 opprettet NRK et eget debattforum for NRKs programmer, 'NRK Debatt', på sine nettsider. Formålet med 'NRK Debatt' var å fange opp publikums engasjement knyttet til NRKs programmer. I en rekke av foraene deltok programlederne og -skaperne selv, og publikum fikk derigjennom en unik mulighet til å komme i dialog med avsenderne.

På en gjennomsnittshverdag i 2000 var over 1,8 millioner nordmenn innom en eller annen Dagsnyttssending på P1, P2 eller Petre.



Antall tusen lyttere på NRK Radios Dagsnyttssendinger, Alltid Nyheter og Distriktssendingene. Gjennomsnitt i 2000 og 1999.



Antall tusen lyttere på NRK Radios nyhetsprogrammer. Gjennomsnitt i 2000 og 1999.

Høsten 2000 åpnet debattprogrammet 'Redaksjon 21' for direkte kontakt mellom publikum, programskapere og intervjuobjekter gjennom SMS-tjenester, e-post og debattforum på NRKs hjemmesider.

Bruken av NRKs debattprogrammer

Debattprogrammer på fjernsyn

Gjennom programmer som 'Redaksjon 21', 'Politisk' og 'Politikk i kveld' ble mangfoldet i den norske samfunnsdebatten gjenspeilet. Aktuelle samfunnsspørsmål ble tatt opp i 'Redaksjon 21' på NRK1 mandag, tirsdag og torsdag kveld. Politiske aktører og andre sentrale beslutningstager ble invitert til studio for å diskutere aktuelle problemstillinger. I tillegg kunne publikum stille direkte spørsmål til debattdeltagerne gjennom SMS-tjenesten, noe som bidro til en kontakt mellom beslutningstagerne og de som ble berørt av beslutningene.

'Redaksjon 21' ble i gjennomsnitt fulgt av 560 000 personer på NRK1, mens 28 000 seere så reprisene på NRK2. Det mest sette programmet i 2000 ble sendt tirsdag 4. januar, hvor temaet var togulykken på Åsta. Nesten 850 000 seere fulgte dette programmet.

Hver onsdag ble sentrale politiske aktører invitert til debatt i 'Politisk', hvor temaene i større grad sentrerte rundt den politiske dagsorden. Programmet ble i gjennomsnitt sett av 524 000 personer. 'Politikk i kveld', som gikk på NRK2 våren 2000, ble i snitt sett av 84 000 personer.

Debattprogrammer på radio

Radioens debattprogrammer utfylte og utdypet fjernsynets tilbud. Det timeslange nyhetsmagasinet 'Her og Nå' på P1 ble sendt mandag - fredag kl. 15.03. Programmet inneholdt debatter, reportasjer, intervjuer og direkterapporter, og ble i gjennomsnitt fulgt av rundt 360 000 lyttere. Tilsvarende tall for 1999 var 340 000.

'Dagsnytt 18' på P2 var et daglig program hvor nyhetsaktuelle personer møtte hverandre til debatt. Næringslivstopper, politikere, kulturpersonligheter og andre aktører kom i dette programmet sammen i diskusjon med programleder. Daglig lyttet omkring 48 000 på 'Dagsnytt 18', en liten økning fra 1999.

I 'Rett på' på P1 fikk publikum mulighet til direkte deltagelse i samfunnsdebatten, gjennom å ringe inn og si sin mening om et aktuelt tema, og diskutere dette med debattantene i studio. Den direkte tilsvarsmuligheten var det mange som benyttet seg av, og i snitt lyttet omkring 320 000 personer til dette programmet hver fredag kl. 13.

Bruken av NRKs dokumentarprogrammer

Dokumentarens rolle i allmennkringkastingen er mangesidig. Ved siden av å skulle anspore til debatt og utdype det fragmenterte nyhetsbildet, skal dokumentaren også fungere som et vindu mot virkeligheten, og både engasjere og utfordre publikum. Også i 2000 sendte NRK et bredt spekter av dokumentarprogrammer, både samfunnsdokumentarer, kulturdokumentarer og hverdagsdokumentarer.

Fjernsynsdokumentarer

NRK Fjernsynet sendte 1 048 timer dokumentarprogrammer i 2000, hvorav 520 timer på NRK1 og 528 timer på NRK2.

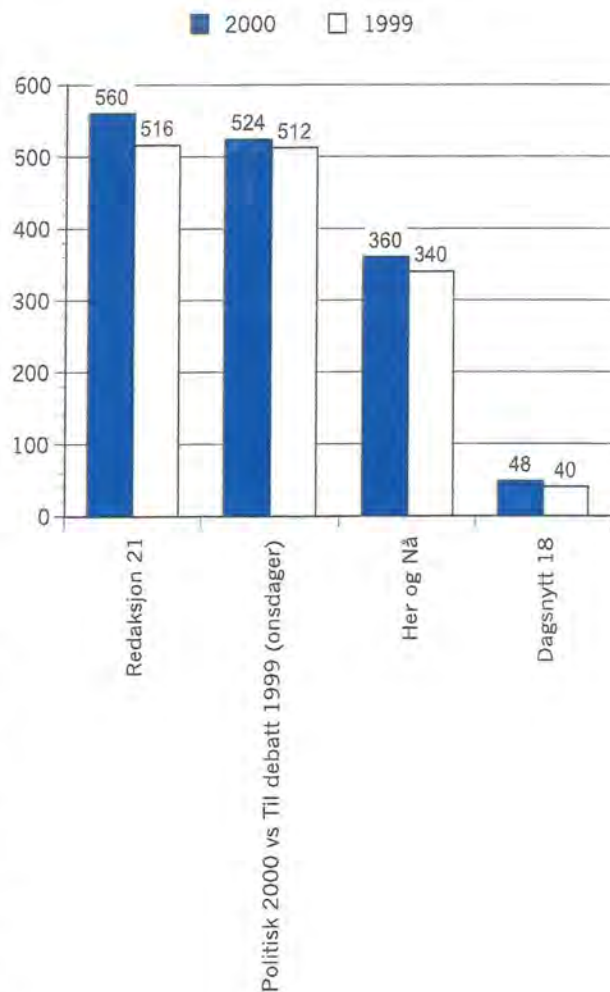
'Brennpunkt' er NRKs egenproduserte samfunnsdokumentar, og ble sendt på tirsdagskvelder i 2000. 'Brennpunkt' fokuserte særlig på det norske samfunnet, og tok i 2000 opp så forskjellige temaer som HVPU-reformen, Sleipnerforliset og Frelsesarméens virke. I gjennomsnitt fulgte 435 000 seere hvert 'Brennpunkt'-program på NRK1, mens 26 000 fulgte reprisene på NRK2. Den mest sette 'Brennpunkt'-dokumentaren i 2000 var 'Kunsten å leve', sendt 18 januar. 628 000 seere fulgte rike og moderne norske kvinners liv i det internasjonale jetsetmiljøet.

'Dok 22' var en paraplytittel på innkjøpte og egenproduserte dokumentarer som spente fra temaer som det å leve med HIV-diagnosen, til mer samfunnspolitiske og historiske spørsmål, som menneskesmugling i Afrika og fjernsynets vilkår under Hitler-regimet i Tyskland. 'Dok 22'-serien ble sendt mandager på NRK1, og hadde i gjennomsnitt 413 000 seere. Det mest sette Dok 22, 'Med rett til å drepe', ble sett av 671 000. Dette var et BBC-produsert program som handlet om æresdrap i Pakistan.

NRK sendte også en rekke dokumentarer med et mer kulturelt enn samfunnsrefsende tilsnitt. I serien 'Fortellinger om oss' ble det fokusert på hvordan individualismen og konkurranseånden i dagens samfunn påvirker oss som mennesker, både i arbeidslivet og på det private plan. Serien ble sett av 369 000 personer i gjennomsnitt. I serien 'Visjoner og illusjoner' møtte vi mennesker med sterke meninger om framtiden. Denne serien, som ble sendt på onsdager på NRK1, ble i gjennomsnitt sett av 313 000 seere.

Det ble sendt en rekke hverdagsdokumentarer under U-vignetten, blant annet serien 'V30', som handlet om hvordan dagens 30-åringer takler

I 'Rett på' på P1 fikk publikum mulighet til direkte deltakelse i samfunnsdebatten, gjennom å ringe inn og si sin mening om et aktuelt tema.



Antall tusen seere og lyttere på NRKs debattprogrammer. Gjennomsnitt i 2000 og 1999.

barn, karriere osv. Serien hadde i gjennomsnitt 385 000 seere. En annen hverdagsdokumentar var serien "PS-ung i Sverige med videokamera", hvor unge mennesker selv filmet sine liv og drømmer. Serien, som ble sendt på torsdag og søndag formiddag, hadde i snitt 50 000 seere.

I 2000 sendte NRK også flere egenproduserte dokumentarserier med et mer hverdagsdramatisk tilsnitt. Disse ble sendt på torsdagene på NRK1. Dokumentarserien 'Livreddere' fulgte tilværelsen til badevaktene på Oslos strender, og hadde i gjennomsnitt 349 000 seere. I 'Flekke United' ble vi tatt med til den internasjonale skolen United World College i Flekke (342 000 seere) og i 'Vi er Vål'enga' fulgte vi Vålerengas guttelag i fotball på trening og i privatlivet (330 000 seere).

Også i 2000 var 'Fakta på lørdag' det mest populære dokumentarkonseptet. I gjennomsnitt så 523 000 seere dette programmet i 2000, nesten 100 000 flere enn i 1999. Det mest sette programmet, 'Forført av Afrodite', handlet om greske menn som forførte skandinaviske damer på chartertur (767 000 seere).

Radiodokumentarer

P2s radiodokumentarer fortsatte også i 2000 å ta opp aktuelle temaer fra inn- og utland. Programmene hadde svært ofte et samfunnspolitisk tilsnitt, for eksempel 'Sendt til Lindøy', som handlet om å leve på barnevernsinstitusjon. Mer hverdagslige temaer ble også tatt opp under denne vignetten, som for eksempel dokumentaren 'Nummer to' som handlet om kvinner som var elskerinner til gifte menn.

Radiodokumentarene på P2 holder et meget høyt nivå, noe som understrekes av de mange prisene denne programserien har fått. I 2000 var det programmet 'Kosher og koteletter' som gikk til topps i Prix Italia. Denne dokumentaren handler om hva som kan skje i en familie når noen velger å bli 'norsk' mens andre holder på tradisjonene fra hjemlandet.

52 000 lyttere fulgte radiodokumentaren i 2000. Dette er en økning på over 30 000 lyttere fra i fjor. Økningen i lyttermassen kan skyldes at programmets sendetid i 2000 ble flyttet fra søndag ettermiddag til lørdag formiddag. 20 000 hørte reprisen på mandagskveldene, en økning på 10 000 lyttere fra 1999.

Overføringer fra Stortinget, Kongens og Statsministerens taler

I 2000 overførte NRK Fjernsynet 22 muntlige spørretimer fra Stortinget, til sammen 66 timers sending. Disse sendingene gikk på onsdager mellom kl. 10 og 11 på NRK1, og hadde i gjennomsnitt 60 000 seere. I tillegg overførte NRK Fjernsynet viktige stortingsdebatter, blant annet debattene om gasskraftverk og om IT Fornebu. Disse direkteoverførte debattene ble stort sett sendt på dagtid og ble i gjennomsnitt fulgt av 164 000 personer. Debatten om gasskraftverk ble også sendt på kveldstid og til sammen så 330 000 personer denne overføringen. NRK Fjernsynet overførte også fra Trontaledebatten 10. og 11. oktober, og fra Finansdebatten 27. november. 193 000 var innom Trontaledebatten og 210 000 innom Finansdebatten.

NRK Storting, NRKs nye digitale radiokanal, overførte i tillegg "alt fra Løvebakken direkte".

På denne kanalen ble all virksomhet fra Stortingets talerstol overført.

Samsendingen av H. M. Kongens tale i NRK1 og TV2 nyttårsaften ble sett av til sammen 855 000 personer. 703 000 så den på NRK1, mens 152 000 så den på TV2. Dette var en liten nedgang for NRK1 og en tilsvarende økning for TV2 sammenlignet med 1999, da 770 000 så talen på NRK mens 60 000 så den på TV2. Samsendingen av Statsministerens tale 1. nyttårsdag i NRK1 og TV2 ble sett av 1 350 000 seere. 1 078 000 så Statsministerens tale på NRK1, mens 271 000 så den på TV2. I 1999 var tilsvarende tall henholdsvis 1 130 000 og 170 000.

Fakta og vitenskap i NRK

Formidling av kunnskap om vitenskap, teknologi, økonomi, helse og natur/miljø er en viktig del av NRKs mandat som allmennkringkaster. NRK formidlet også i 2000 en rekke programmer innenfor dette viktige området.

Fjernsyn

19.30-20.00 på NRK1 mandag-torsdag var også i 2000 NRKs faktaflate. 'Puls' på mandager satte søkelys på aktuelle problemstillinger knyttet til helsespørsmål. Vitenskapsmagasinet 'Schrødingers Katt' problematiserte vitenskapelige temaer

og ga publikum innsikt i ny teknologi på tirsdagene. Programmet gikk ofte dypere inn i aktuelle nyheter med teknologisk tilsnitt, som for eksempel bruken av utarmet uran i Kosovo-krigen. Hver onsdag satte 'Forbrukerinspektørene' fokus på forbrukerrettigheter, mens 'Ut i naturen' sendte reportasjer fra norsk og utenlandsk natur på torsdagene. NRK1s faktaprogrammer og TV2s seersuksess 'Hotel Cæsar' delte effektivt sett nesten all TV-seing i 19.30-20.00-flaten mellom seg, med en markedsandel til NRK1s faktaprogrammer, ('Puls', 'Forbrukerinspektørene', 'Schrödingers katt' og 'Ut i Naturen'), på 42 prosent, mens 'Hotel Cæsar' hadde 46 prosent. Alle de nevnte faktaprogrammene hadde i gjennomsnitt mellom 500 000 og 570 000 seere, omtrent det samme som i 1999.

For de unge fortsatte NRK1 å sende 'Newton', et populærvitenskaplig program rettet mot en yngre målgruppe. Programmet vant for øvrig Gullruten i Bergen 2000. 'Newton' hadde i 2000 gjennomsnittlig 264 000 seere, en økning fra 155 000 seere i 1999.

Radio

Av fakta og vitenskapsprogrammer på NRK Radio kan nevnes 'Friluftsmagasinet' på lørdager kl 08.07 – 09.00 og 'Naturens verden' på søndager kl 09.03 – 10.00. Begge programmer ble sendt på P1. 'Friluftsmagasinet' hadde i 2000 en gjennomsnittlig oppslutning på 443 000 lyttere. Tilsvarende tall for 'Naturens verden' var 422 000 lyttere.

P2 sendte 'Verdt å vite' og 'Sånn er livet'. 'Verdt å vite' har sendinger fra tirsdag til fredag samt søndag. Programmet tok opp en rekke temaer, fra fagbøker til ny teknologi. I 2000 hadde 'Verdt å vite' rundt 21 000 lyttere i snitt.

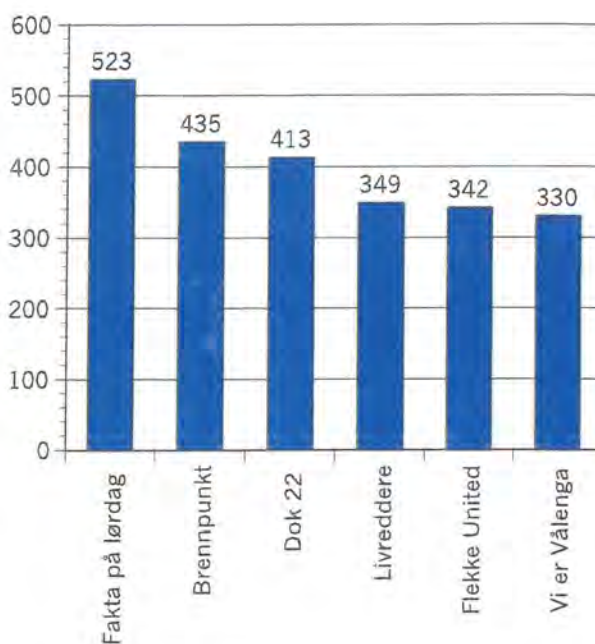
'Sånn er livet' er en programserie med stort spenn i temavalg. I 2000 tok programserien opp alt fra depresjon blant menn, via modermord blant feminister, til spørsmål om naturvitenskap vs humaniora. Programmet hadde i underkant av 34 000 lyttere hver dag.

Sport

Fjernsyn

2000 var et typisk sportsår, med arrangementer som Fotball-EM for menn og Sommer-OL som de viktigste begivenhetene. Disse arrangementene bidro sterkt til det høye sendetimetallet for sportsendingene i NRK i 2000. Totalt sendte NRK 750

Det mest sette dokumentarprogrammet på NRK i 2000 var 'Forført av Afrodite', med 767 000 seere. Programmet handlet om greske menn som forførte skandinaviske damer på chartertur.



Antall tusen seere på NRK Fjernsynets dokumentarprogrammer. Gjennomsnitt i 2000.

Den P2-produserte radiodokumentaren 'Kosher og koteletter' gikk til topps i Prix Italia i 2000.

NRK Storting, NRKs nye digitale radiokanal, overførte "alt fra Løvebakken direkte".

timer med sportssendinger på fjernsynet. Det var NRK1 som var den store sportskanalen, med 713 timer, mens NRK2 sendte 38 timer sport. I tillegg til de rene sportssendingene inngikk sporten som et fast innslag i en del av nyhetsprogrammene, deriblant 'Dagsrevyen'.

Sommer-OL

Sendingene:

NRK sendte 178 timer fra Sommer-OL i Sydney, Australia. Arrangementet gikk av stabelen fra 15. september til 1. oktober. På grunn av tidsforskjellen foregikk hovedtyngden av øvelsene om natten norsk tid. De fleste øvelsene ble imidlertid sendt i opptak på dagtid, det vil si med start klokka 06:25 i OL-studio. Disse morgensendingene tok for seg dagens og nattens øvelser (lokal tid) direkte og i sammendrag, variert med studioseanser, gjester, reportasjer og nyhetsoppdateringer. NRK1 sendte også OL-studio på kveldstid, med start klokka 19:30. Her var det noe mer vekt på det underholdningsmessige, med korte sammendrag, reportasjestoff, alternative gjester og konkurranser som seerne kunne delta i.

Bruk av OL- sendingene

OL-sendingene ble i gjennomsnitt fulgt av 274.000 seere. Den mest sette øvelsen var spyd for kvinner, der Trine Hattestad vant OL-gull. 852.000 seere så Hattestads vinnerkast, som fant sted på en lørdag formiddag. Markedsandelen var på hele 95 prosent. OL-studio samme kveld hadde 912.000 seere, den høyeste seernoteringen blant OL-sendingene.

Fotball-EM

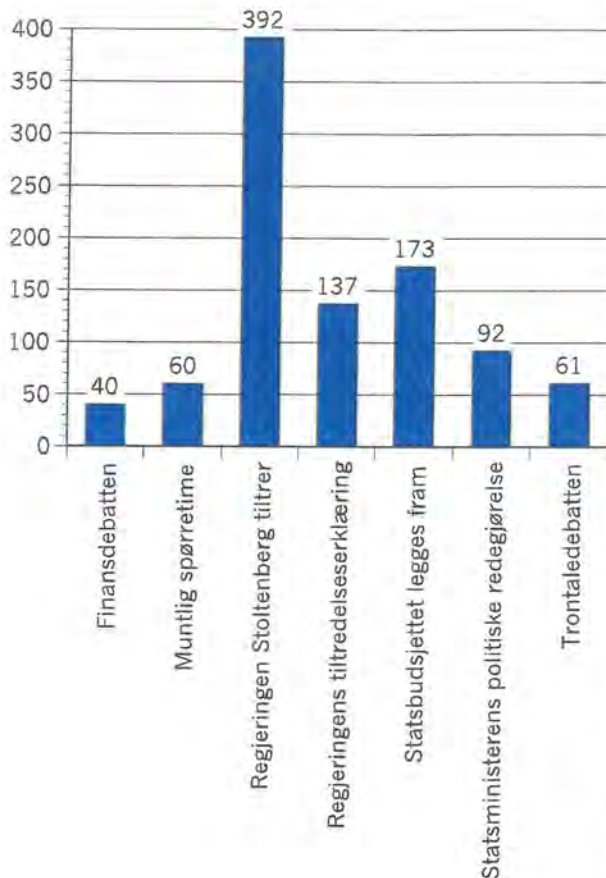
Sendingene:

Fotball-EM for menn foregikk i Belgia og Nederland mellom 10. juni og 2. juli. NRK sendte til sammen 24 timer fra dette mesterskapet, deriblant to av Norges tre kamper, én semifinale og finalen.

Bruk:

De kampene NRK sendte fra Fotball-EM hadde hele 1,15 millioner seere i gjennomsnitt. Når vi i tillegg vet at tidligere undersøkelser har vist at seingen ute av hjemmet er betydelig i forbindelse med slike arrangementer, så blir det reelle tallet enda større.

Ikke uventet var det Norges kamper som var de mest sette. Oppgjøret mot Spania samlet 1,5



Antall tusen seere som var innom NRKs overføringer fra Stortinget. Gjennomsnitt for 2000.

millioner personer foran TV-skjermene. Aller mest sett var Norges kamp mot Jugoslavia. Hele

2 millioner nordmenn så Norge tape kampen 0-1. Finalen mellom Frankrike og Italia hadde 1,47 millioner seere og var den tredje mest sette kampen i Fotball-EM.

TV2, NRK og Fotball-EM:

TV2 sendte også kamper fra Fotball-EM, deriblant én semifinale og Norges avslutningskamp i puljespillet (det vil si Norges siste kamp). TV2 og NRK sendte forskjellige kamper.

Kampene på NRK hadde som nevnt 1,15 millioner seere i gjennomsnitt, mens TV2s kamper hadde et gjennomsnitt for sine sendte kamper på 705 000 seere. Det betyr at i gjennomsnitt så drøyt 400 000 flere seere på NRKs kamper. Den mest sette kampen på TV2, Norges spennende avslutningskamp i gruppespillet, mot Slovenia, ble sett av 1,36 millioner nordmenn. Selv om dette var et meget høyt tall, så var det betydelig lavere enn Norges kamper på NRK – de hadde som nevnt henholdsvis 2 og 1,5 millioner seere.

Annen sport

TV-sportsåret 2000 bestod av mye mer enn Sommer-OL og Fotball-EM. NRK hadde flere sendinger fra store nasjonale og internasjonale begivenheter.

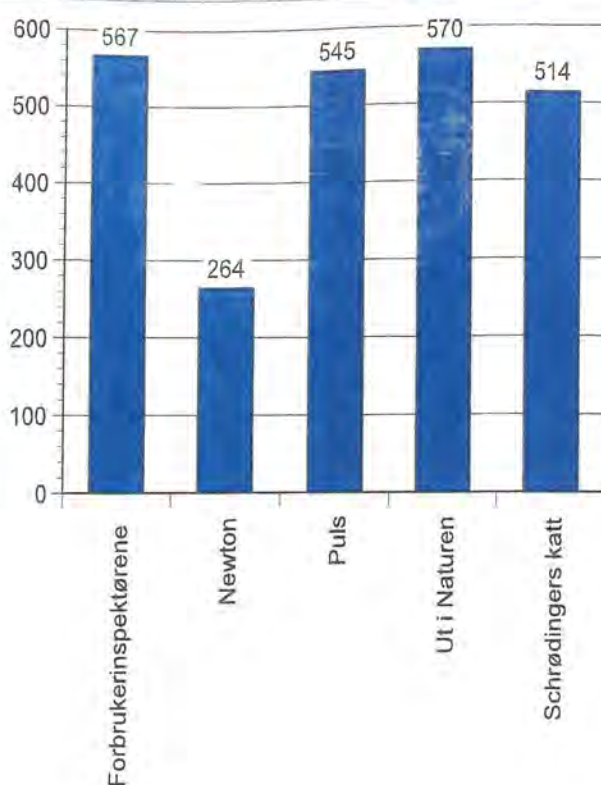
Internasjonalt:

NRK hadde i 2000 egne sendinger fra verdensmesterskapet i skiskyting, skiflyving, innebandy og ishockey. NRK sendte også fra europamesterskapet i rallycross. I tillegg til dette kunne man i 2000 finne TV-sendinger fra internasjonale begivenheter innen fotball (landskamper, europacup og engelske tippekamper), sprangridning, snøbrett, parkorientering, hopp, langrenn, Formel 1, friidrett og boksing.

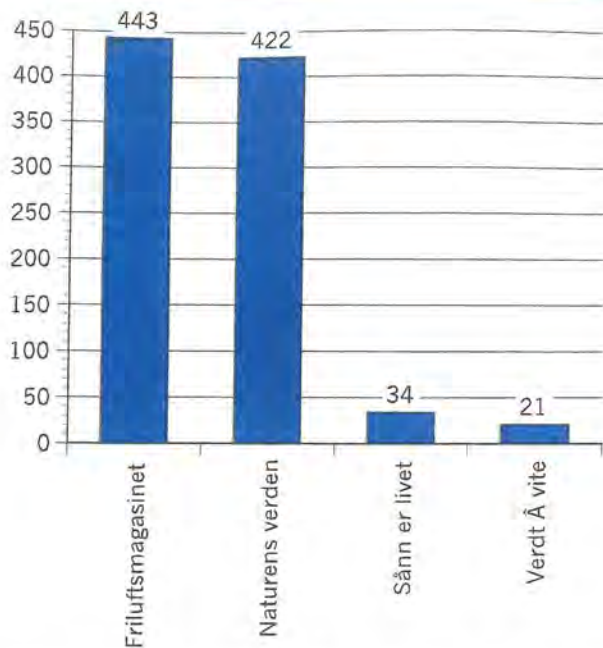
Nasjonalt:

NRK hadde sendinger fra norgesmesterskapet i skiskyting, ski, rally, innebandy, hopp, friidrett, fotball og bandy. I tillegg viste NRK landskytterstevnet. NRK sendte også fra Paralympics i Sydney, i alt 11 20-minutters sendinger. Fem av disse gikk på NRK2. Sendingene hadde nokså lave seertall, med et gjennomsnitt på 127 000. Bare én av sendingene gikk imidlertid i prime time. Denne hadde til gjengjeld mye høyere seertall – 522 000.

Fotball-EM var den klare vinneren med hensyn til rating i år 2000. Alle de ti første plassene på

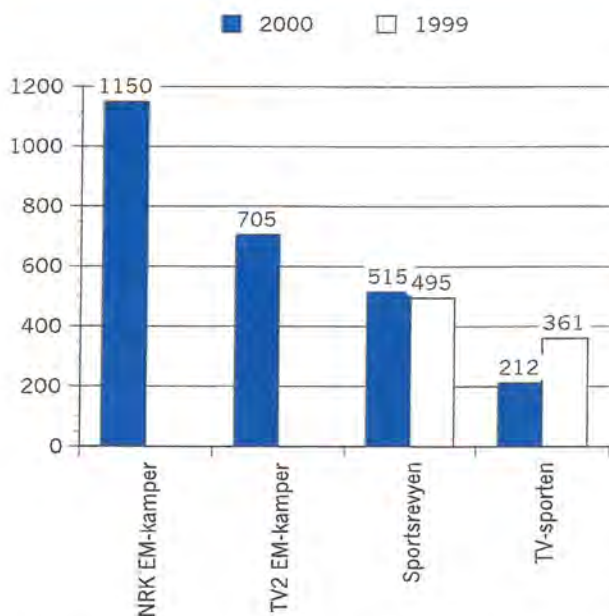


Antall tusen seere på NRK Fjernsynets fakta- og vitenskapsprogrammer. Gjennomsnitt for 2000.



Antall tusen lyttere på NRK Radios fakta- og vitenskapsprogrammer. Gjennomsnitt i 2000.

Det mest sette sportsprogrammet på NRK i 2000 var Norges kamp mot Jugoslavia i Fotball-EM. Hele 2 millioner nordmenn så Norge tape kampen 0-1.



Antall tusen seere på Fotball-EM samt NRK1s faste sportssendinger. Gjennomsnitt for 2000 og 1999.

'mest sett'-lista var kamper fra dette mesterskapet. Det mest sette sportsprogrammet i NRK, utenom Fotball-EM, var cupfinalen i fotball mellom Odd og Viking. Litt over én million seere så denne kampen. Det mest sette idrettsarrangementet utenom fotball, var herrestafetten i VM i skiskyting, som ble fulgt av 917 000 personer.

I 2000 var det to faste sportsprogrammer på TV: 'TV-Sporten' gikk på hverdager mellom 18:30 og 18:40 og hadde i gjennomsnitt 212 000 seere. Dette er 149 000 færre enn i 1999, men da gikk en del av sendingene i prime time, noe som innebærer langt større seerskarer.

'Sportsrevyen' har i mange år gått på søndager. Det gjorde den også i 2000. Starttidspunktene for programmet varierte mellom 19:30, 19:45 og 21:00. Den gjennomsnittlige publikumsmassen var på 515 000 seere, en økning på 26 000 i forhold til 1999.

Radio

'Radiosporten' gikk alle hverdager på P1 klokka 07:50 i 2000. Den daglige oppslutningen var på 450 000 personer. I tillegg ble en del sportsarrangementer overført i P1. Det var til sammen 285 timer med sport på P1 i 2000. Dette utgjorde fire prosent av kanalens sendetid.

Internett

NRK hadde i 2000 egne sportssider på www.nrk.no. På disse sidene kunne man finne siste nytt fra sportsverdenen. Man kunne også klikke seg inn og finne opplysninger om de enkelte idrettene, i tillegg til å søke i arkivet. En del av sendingene lå også ute som enten video- eller radiofiler, slik at man kunne velge når man ville se eller høre dem. Oversikt over de kommende sendingene var også å finne på disse sidene.

Publikums vurdering

92 prosent av Norges befolkning mente at NRK oppfylte sin forpliktelse om å formidle nyheter og informasjon godt. Dette er en nedgang på 3 prosentpoeng fra 1999. 28 prosent av befolkningen mente NRK1 hadde de beste debattprogrammene, mot 27 prosent i 1999. 40 prosent mente derimot at det var TV2 som hadde de beste programmene i denne kategorien. NRK var imidlertid foretrukket når det gjaldt nyheter og sport. Henholdsvis 46 og 42 prosent av publikum syntes NRK1 hadde bedre nyhets- og sportsprogrammer enn TV2 (33 og 19 prosent).

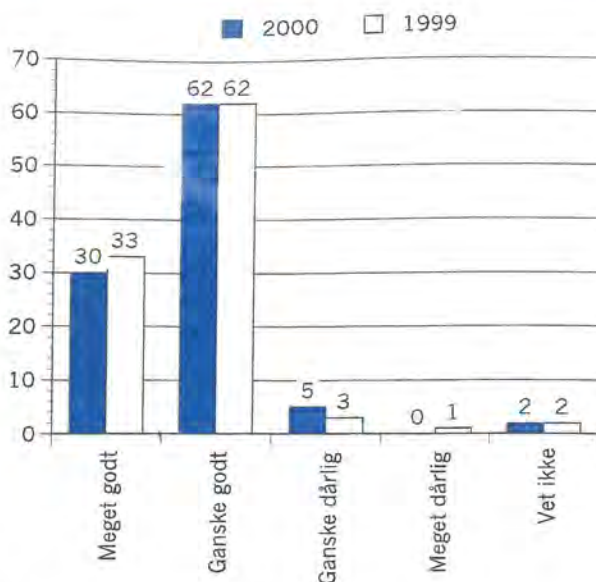
Konklusjon

Kapittelet viser at NRK hadde et mangfoldig nyhets- og informasjonstilbud både i de ulike radio- og TV-kanalene, på Tekst-TV og på Internett. Nytt i 2000 var at mobiltelefonen ble en distribusjonskanal for nyheter. Publikum fikk også mulighet til å sende tekstmeldinger direkte til programmene.

NRK hadde en rekke nyhets-sendinger for mindretall og spesielle grupper: døve og hørselshemmede, ulike språklige minoriteter, befolkningen i lokalsamfunn og nordmenn i utlandet. I tillegg sendte Petre nyheter spesielt rettet mot ungdom.

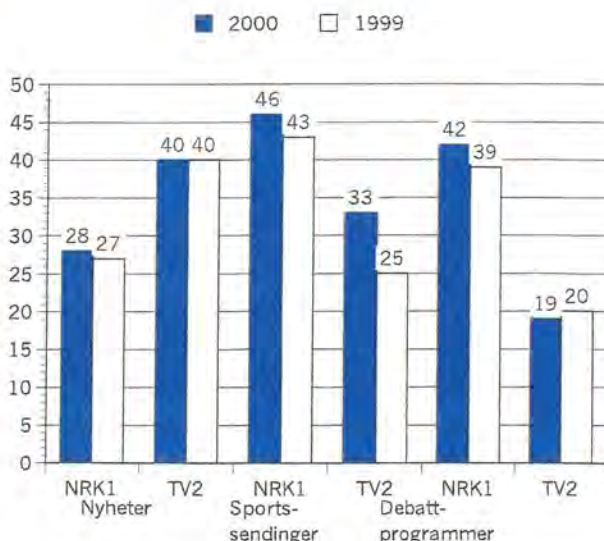
NRK hadde større publikum på sine hovednyhets-sendinger enn konkurrerende radio og TV-kanaler. Det viste seg også at publikum var svært godt fornøyd med nyhets-sendingene til NRK. Også i år registrerte vi at publikum foretrakk å se kongens og statsministerens tale på NRK, selv om programmene gikk samtidig på TV2. Tallene for TV2 var imidlertid økende. Vi registrerte videre at publikum mente TV2 hadde bedre debattprogrammer enn NRK.

NRKs nyhets- og informasjonsprogrammer har utvilsomt en viktig funksjon for demokratiet. Med den sterke posisjonen NRK har, blir det imidlertid avgjørende hvordan NRK velger ut og behandler de ulike sakene. Er NRK saklig og upartisk og legges hovedvekten på det vesentlige? Dette har vi foreløpig ikke undersøkelser på. Men det er utvilsomt et faresignal at et stort mindretall av befolkningen (25 prosent) mente NRK lyktes dårlig med å være upartisk og upåvirket.



"Hvordan synes du NRK oppfyller sin forpliktelse om å formidle nyheter og informasjon"? Prosentandel som svarte de ulike kategoriene i 2000. Sammenligning med 1999.

NRK Fjernsyn hadde sendinger fra norgesmesterskapene i skiskyting, ski, rally, innebandy, hopp, friidrett, fotball og bandy. I tillegg viste NRK landskytterstevnet.



Prosentandel som mente kanalen hadde de beste programmene i denne programkategorien.

KAPITTEL 3

Kultur og underholdning i NRK

...støtte, skape og utvikle norsk kultur, kunst og underholdning.

NRKs tilbud av kunst, kultur og underholdning

NRK skal på den ene siden skape og utvikle norsk kultur, kunst og underholdning. På den andre siden skal NRK støtte det eksisterende kulturlivet i Norge. NRKs mandat medfører altså både en rolle som selvstendig kulturprodusent og en rolle som medspiller på andre kulturarenaer enn den egne programproduksjonen.

Kultur og underholdning i fjernsynet

Både brede, allmenne programmer og nisje-programmer ble produsert av NRKs kulturavdeling i 2000. Kultur- og musikkavdelingen i NRK Fjernsyn var ansvarlig for 582 timer (265 timer reprise), mot 611 timer (278 timer reprise) i 1999.

Fjernsynet sendte til sammen 312 timer rene musikkprogrammer. Tilsvarende tall for 1999 var 424 timer. I 2000 var 167 timer "seriøs musikk", en økning på 28 timer fra 1999. Lørdagsunderholdningstilbudet på NRK1 ble motprogrammert av 'Hovedscenen' på NRK2. Her ble publikum tatt med til musikalske scener rundt om i verden, eksempelvis opera- og ballettforestillinger. 'Hovedscenen' sendte også dokumentarfilmer, konserter og kulturportretter relatert til musikk.

I tillegg til musikkprogrammene, sendte NRK Fjernsynet 308 timer andre kulturprogrammer i 2000. Tilsvarende tall for 1999 var 427 timer. 141 timer ble sendt på NRK1, og 167 timer på NRK2. Det ble i tillegg sendt 39 timer kultur-/medienyheter i begge kanaler.

66 timer var litteraturprogrammer og 68 timer 'film og teater'. 'Filmredaksjonen', 'Bokbadet' og 'Kulturuke', alle NRK1, presenterte aktuelle temaer innenfor film og litteratur, temaer som appellerte til en bred målgruppe. Andre programmer tok opp mer eksperimentelle sider ved norsk kulturliv. Programserien 'Kunst nå' (NRK1) tok opp ulike temaer, fra moteindustriens innflytelse på samtidskunst, til kunst av politisk art.

NRKs kulturtilbud dekket både norske og internasjonale forhold, med kulturimpulser fra ulike deler av verden. I tillegg til den nevnte egenproduksjonen sendte fjernsynet en rekke innkjøpte

Lørdagsunderholdningsprogrammene på NRK1 ble sett av 918 000 personer i gjennomsnitt, en økning på nesten 100 000 seere fra 1999.

'Detektimen' hadde en liten nedgang i antall seere i 2000, til 503 000 seere i gjennomsnitt.

kulturprogrammer, blant annet den EBU-produerte serien om Europas kulturbyer 2000, og 'Profil'-serien, hvor kulturpersonligheter fra hele verden ble portrettert.

Det ble sendt 661 timer underholdning i fjernsynet i 2000. Dette utgjorde 8 prosent av den totale sendetiden for fjernsynet, og var en økning på 141 timer fra 1999.

Underholdningstilbudet var først og fremst plassert på NRK1 i beste sendetid i helgene. Kanalen sendte totalt 502 timer underholdningsprogrammer. Dette var både bredt anlagte og kjente programmer som 'Den store klassefesten', 'Først og sist' med Fredrik Skavlan, 'Tore på Sporet' og 'Beat for Beat', og nye satsinger som 'Ditt livs sjanse', en kunnskapslek med store pengepremier. Mer eksperimentelle underholdningsprogrammer var i større grad plassert på hverdagens, som for eksempel humorprogrammet 'Bla Bla' med Anne Cath. Hærland, som gikk på torsdager, og Robert Stoltenbergs serier 'Cobacabana' (våren) og 'Cafe' (høsten), som begge gikk på onsdager kl. 22.30.

I NRK2 ble det sendt 159 timer underholdningsprogrammer, hovedsakelig repriser.

I oktober startet NRK2 sendinger i ekte wide-screen i digital distribusjon. Det er i hovedsak spillefilmer som er blitt overført i dette bredformatet, men også egenproduksjon, dramaserier, dokumentarer og konsertopptak er overført i wide-screen.

Kultur og underholdning i radioen

I 2000 ble det til sammen sendt 1 027 timer kulturprogrammer på NRK radio. 1 016 timer gikk på P2, mens P1 sendte 11 timer. Temamessig fordelte P2s kulturprogrammer seg slik: 492 timer 'musikk', 82 timer 'film/teater' og 442 timer 'kunst, kultur og medier'. P2 hadde en bred musikkprofil innenfor 'seriøs musikk', og sendte alt fra tidligmusikk til samtidsmusikk. P2s 'Jungeltelegraf' ga innblikk i aktuell verdensmusikk ("world music"). Kanalen sendte også daglige aktualitetsprogrammer som 'Kulturnytt' og 'Kulturbeitet', og en rekke kulturprogrammer om temaer som ikke falt inn under aktualitetsdefinisjonen. Petre sendte for øvrig kulturprogrammet 'Kaliber', som ble kåret til årets beste radioprogram av nettavisen Panorama.

Radiokanalene sendte til sammen 3 357 timer underholdning, hvorav 1 179 timer ble sendt på P1, 136 timer på P2 og 2 042 timer på Petre. Underholdningsprogrammene utgjorde 15 prosent av sendetiden i radioen. Bred underholdning, som 'Herreavdelingen' og 'Seinkveld', var plassert på P1, mens Petre serverte ung og eksperimen-

tell humor ('Karate', 'Holger Nielsens metode'). Det ukentlige satireprogrammet 'Hallo i Uken' på P2 var også en viktig del av underholdningstilbudet på radio.

NRKs samarbeid med andre kulturinstitusjoner

NRK skal også fungere som en støttespiller for det øvrige norske kulturlivet. Denne delen av mandatet ble i 2000 ivaretatt blant annet ved innleing av et betydelig antall norske skuespillere, musikere og andre typer artister til NRKs egenproduksjoner. I tillegg sysselsatte Kringkastingsorkesteret, "Radioteateret" og NRK Drama mange kulturutøvere. NRK gjenspeiler videre hvert år virksomheten ved de største teaterinstitusjonene i Norge gjennom å sende opptak fra rundt fem norske teateroppsetninger. I 2000 sendte NRK blant annet Nationaltheatrets oppsetning 'Den Stundesløse', og jubileumsforestillingen 'Teatret i Bergen i 150' fra Den Nationale Scene. NRK samarbeidet også med en rekke selvstendige produksjonsselskaper som leverte programmer til både fjernsyn og radio.

I tillegg sendte NRK gjennom hele 2000 programmer fra ulike kulturarrangementer, musikkfestivaler og festspill. NRK har senderettighetene til norske filharmoniske orkestre, og P2 overførte en rekke av disse konsertene. P1 var på sin side en viktig støttespiller på bluesfestivalen Norwegian Wood og bidro til økt blest om arrangementet. Petre støttet også i 2000 musikkfestivalene By:larm og Quart, og satte rett før jul i gang prosjektet 'Urørt', hvor nye norske band kunne sende inn demoer og vinne platekontrakt. Vinnerne i 2000 var gruppene Spoonfull og Tennis, som begge fikk sjansen til å spille på By:larm 2001.

Bruken av NRKs kultur- og underholdningstilbud

Fjernsynets kultur og underholdning

Underholdning i fjernsynet

NRK1 fortsatte i 2000 å være Norges ledende TV-kanal på lørdagsunderholdning. Lørdagsunderholdningsprogrammene ble sett av gjennomsnittlig 918 000 personer, en økning på nesten 100 000 seere fra 1999.

Både 'Den store klassefesten', 'Showtalk' og 'Tore på Sporet' hadde over én million seere i snitt og markedsandeler på over 70 prosent. På det meste så over 1,4 millioner nordmenn på 'Den

store klassefesten'. Dette var et program hvor to skoleklasser konkurrerte mot hverandre, representert med hver sin kjendis. Politikere, skuespillere, forfattere og andre kjente nordmenn stilte opp til stor glede for programleder Dan Børge Akerø og publikum. En undersøkelse av publikumsmassen til 'Den store klassefesten' fra vårsesongen 2000 viste at det var noen flere menn enn kvinner som fulgte programmet, mens aldersfordelingen var relativt jevn i gruppene 30–39, 40–49 og 50–59 år. Den største enkeltgruppen var imidlertid de over 60 år, hvor markedsandelen var på over 80 prosent.

De engelske seriene 'Allo Allo' og 'Hjartet på rette staden', begge sendt på lørdagskveldene, oppnådde henholdsvis 637 000 og 714 000 seere i gjennomsnitt. Våren 2000 hadde NRK1 også stor suksess med å utvide helgeunderholdningen ved å plassere spørreprogrammet 'Ditt Livs sjanse' på torsdager. Programmet oppnådde 869 000 seere i snitt, noe som er svært høyt for denne dagen.

I 2000 var det i snitt 636 000 seere som fulgte fredagsunderholdningsprogrammene i beste sendetid på NRK1. Dette er en liten nedgang fra 1999 (682 000). Fredager var 'Først og Sist' med Fredrik Skavlan mest sett, med 857 000 seere i gjennomsnitt. Dette var en økning på nærmere 130 000 seere sammenlignet med 1999. 'Ditt livs sjanse' ble sendt på fredagene på høsten 2000, og hadde et snitt på 818 000 seere. 'OJ - en utstrakt hånd' hadde nærmere 670 000 seere i gjennomsnitt, mens Ivar Dyrhaugs musikalske spørrelek 'Beat for beat - tone for tone' ble sett av 652 000 hver gang.

Et av de nye fredagsunderholdningsprogrammene var 'Forandring Fryder'. Dette var et program hvor naboer skulle innrede hverandres boliger, med litt hjelp fra programleder Hilde Hummelvoll og kyndige håndverkere. Konseptet er opprinnelig engelsk og har hatt stor suksess i en rekke europeiske land. Også i Norge oppnådde programmet høye seertall, med 706 000 seere i gjennomsnitt. Kanskje ikke så overraskende når nesten 30 prosent av den norske befolkningen opplyser å være meget interessert i å pusse opp, mens 20 prosent brukte mer enn 10.000 kroner på å pusse opp boligen sin forrige år.

'Detektimen' hadde en liten nedgang i antall seere i 2000, til 503 000 seere i gjennomsnitt.

'Norge rundt' hadde i snitt 613 000 seere da det ble sendt på fredager i 2000. I september 2000 ble programmet flyttet til søndager, og fikk dermed lavere seertall (466 000 i gjennomsnitt). I desember ble imidlertid programmet flyttet tilbake til fredager igjen.

Kultur i fjernsynet

Programmet 'Kulturuke' med Anne Grosvold på NRK1 ble sendt på søndager 22.30 på våren 2000. Programmet var delt i to deler, med 'Kveldsnytt' i midten. I gjennomsnitt fulgte 223 000 seere første del, mens 157 000 så andre del. TV2 sendte på dette tidspunktet søndagsfilmer, som våren 2000 hadde et snitt på 492 000 seere. På høsten fortsatte Anne Grosvold å lede kulturprogrammet 'Grosvold', som gikk på NRK1 på tirsdagskveldene samtidig med nye episoder av TV2s svært populære komiserie 'Venner for livet' (648 000 seere). 'Grosvold' hadde i gjennomsnitt 329 000 seere, mens 'Kunst nå', som i november overtok denne sendeflatten, i gjennomsnitt hadde 238 000 seere.

En NRK2-nysatsing i 2000 var egne kultur- og medienyheter, som en del av det daglige nyhetsmagasinet 'Nyhetsblikk'. Disse kvarterslange bolkene hadde i snitt 50 000 seere.

NRK2 sendte også i 2000 den innkjøpte dokumentarserien 'Profil'. Denne gikk våren på søndager kl. 20.00, og på høsten på torsdager 22.45. I gjennomsnitt hadde serien 32 000 seere på søndagene, og 34 000 på torsdagene. Litteraturprogrammet 'Bokbadet' overtok på høsten 'Profils' sendetid på søndager, og oppnådde 41 000 seere i gjennomsnitt. Reprisene på NRK1 ble sett av 107 000. Kultursatsingen 'Hovedscenen' ble videreført også i 2000. Omtrent 24 000 seere så i gjennomsnitt på NRK2 i 'Hovedscenens' sendetid i 2000.

Det klart mest sette programmet innen kategorien kunst, kultur, medier på NRK1 i 2000 var '3X Bremnes'.

Programmet, som ble sendt tirsdag 6. januar og i reprise mandag 17. april, handlet om de tre Bremnes-søsknene, som alle er musikere. Begge ganger fulgte over en halv million nordmenn programmet. Med en bredere definisjon var det mest sette kulturprogrammet på NRK1 'Eurosang 2000', med over 1,3 millioner seere.

Fjernsynsdrama

Også i 2000 sendte NRK et rikt utvalg av drama-serier, både egenproduserte og innkjøpte. Flere store nysatsinger innen egenproduksjoner oppnådde gode seertall og høstet anerkjennelse i fagtunge miljøer. For eksempel fikk Bjørn Sundquist Amanda-prisen 2000 for beste mannlige skuespiller for sin hovedrolle i krimserien 'Sejer - se deg ikke tilbake'. Serien oppnådde 577 000 seere i gjennomsnitt på NRK1.

Rundt 390 000 fikk høsten 2000 med seg dramatikken i 'Fire høytider', en serie om nære, etiske

problemstillinger. De selvstendige episodene i serien ble vist på filmfestivaler rundt i Europa. «Bryllupet» ble vist på Berlin-festivalen og Prix Europa, «Konfirmasjonen» i Prix Italia, «Dåpen» i Barcelona og «Begravelsen» i Reims. «Bryllupet» ble også laget i en spillefilmversjon som hadde kinopremiere i april 2000. Mads Ousdal ble Amanda-nominert for sin hovedrolle i filmen, og vant prisen som Årets debutant.

'Soria Moria', som ble sendt på NRK1 søndagskveldene, oppnådde 320 000 seere i gjennomsnitt. Serien 'Sofies Verden' hadde i gjennomsnitt 360 000 seere torsdager høsten 2000, mens 158 000 fulgte reprisene på søndag ettermiddag.

NRK Drama tok i bruk ny teknologi når det gjaldt egenprodusert drama. Animasjonsserien 'To trøtte typer' var et samarbeidsprosjekt mellom flere aktører. Serien var basert på Christopher Nielsens tegneserie med samme navn, og tok i bruk ny digital teknologi for å skape liv i figurene Odd og Geir. Serien ble sendt kl. 23.20 onsdag kveld og hadde i snitt 148 000 seere. 'To trøtte typer' var også blant Panoramas "5 på topp" over årets beste TV-program, en kåring som for øvrig NRKs programserie 'U' vant.

Det klart mest sette programmet innen kategorien kunst, kultur, medier på NRK1 i 2000 var '3X Bremnes', med over en halv million seere.

Kultur og underholdning i NRK Radio

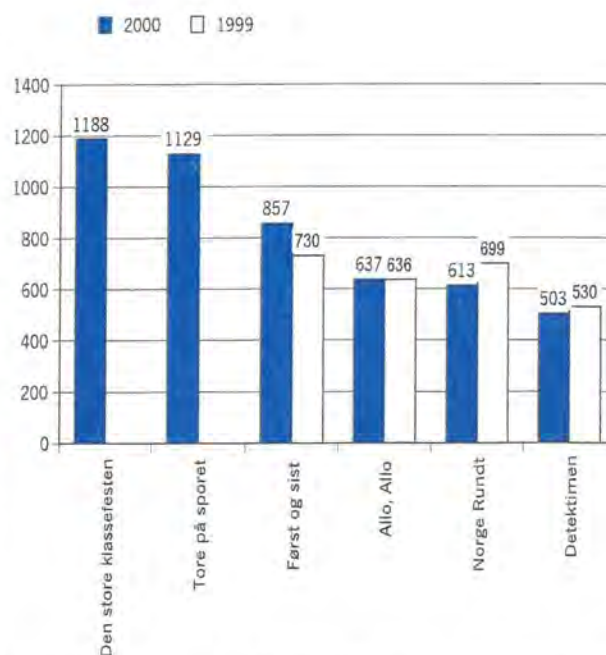
Kulturprogrammene

I presentasjonen av kulturtilbudet på radio fokuserer vi også i år på bruken av 'Radioteatret', samt enkelte programmer i P1, P2 og Petre. De tre kanalenes musikkflater får i tillegg en egen omtale.

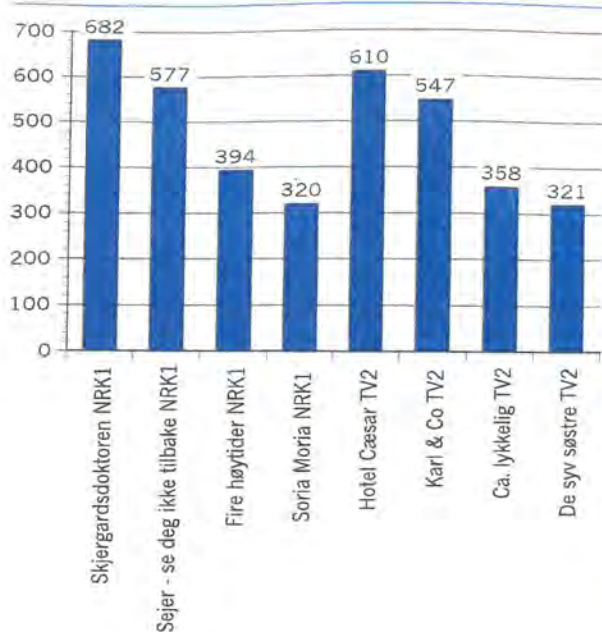
I 2000 ble det produsert 14 nye hørespill i 'Radioteatret'.

Disse utgjorde 28 sendinger inkludert repriser. 39 utenlandske produksjoner ble sendt, til sammen utgjorde disse 113 sendinger med repriser. I 'P2-teatret' ble det overveiende sendt avsluttede norske og utenlandske stykker, fra klassikere som Ibsens 'Vildanden' til ny norsk dramatik som 'Blikkflyten' av Torhild Brekke. Sistnevnte vant 2. pris i Prix Italia 2000, i kategorien radiodrama. Den nyskapende radio-operaen 'Bokken Lasson – sensibel suksess', også den sendt i 'P2-teatret', vant for øvrig 1. pris i kategorien musikk i samme konkurranse.

I gjennomsnitt hørte 12 000 på 'P2-teatret's sendinger på mandagskveldene. 'Barneteatret' var

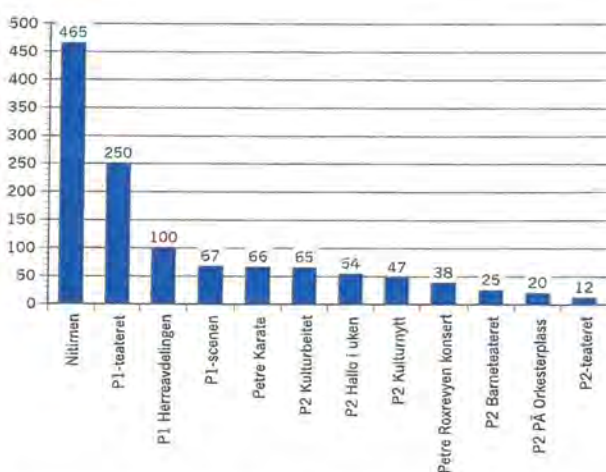


Antall tusen seere på NRK Fjernsynets underholdningsprogrammer. Gjennomsnitt for 2000 og 1999.



Antall tusen seere på utvalgte dramaserier i NRK1 og TV2. Gjennomsnitt i 2000.

I 2000 ble det produsert 14 nye hørespill i 'Radioteatret'.



Antall tusen lyttere på NRK Radios kultur- og underholdningsprogrammer. Gjennomsnitt i 2000.

både en del av 'Lørdagsbarnetimen' på P2, som hadde rundt 30 000 lyttere, og av 'Snerk' på samme kanal på søndager (20 000 lyttere). På P1 var det over 250 000 lyttere hver lørdag som hørte på krimføljetongene i 'P1-teatret', mens 70 000 fulgte reprisene på torsdagskveldene.

'Kulturnytt', som er en del av P2s nyhetsmorgen, hadde i 2000 en daglig oppslutning på nærmere 47 000 lyttere. Kanalens daglige kulturmagasin 'Kulturbeilet/Herfra til halv ti' hadde i gjennomsnitt 65 000 lyttere.

Petres 'Kaliber', som gikk på hverdags-ettermiddagene i 2000, tok opp populærkulturelle emner. Programmet hadde nærmere 110 000 lyttere hver dag, og ble for øvrig kåret til årets beste radioprogram av bladet Panoramas lesere.

Musikkflatene

Både P1, P2 og Petre sendte i 2000 kveldsflater hvor musikk var hovedtema. Disse flatene inneholdt rene musikkendinger samt programmer hvor musikken ble vurdert og analysert.

På P1 kunne man hver kveld høre 'Musikkrevyen', hvor ny norsk og utenlandsk melodios, 'voksen' pop og rock ble presentert. Gjennomsnittlig 150 000 lyttere hørte på dette programmet. I tillegg sendte P1 hver fredag kveld live-konsert i 'P1-scenen'. Her kunne lytterne blant annet høre opp-tak fra de festivalene P1 hadde deltatt på (67 000 lyttere i gjennomsnitt).

P2s 'Orkesterplass' ble sendt tirsdag-fredag kl. 19.25 – 21.30. Nesten 20 000 lyttere fulgte disse overføringene av norske og utenlandske klassiske konsert. Annenhver onsdag ble denne kveldsflaten tredelt, i 'Popkontrollen' (populærmusikkmagasin), 'Musikkantikk' (tidligmusikkmagasin) og 'Musikk i brennpunktet' (samtidsmusikkmagasin). Denne tredelte onsdagsflaten hadde om lag 23 000 lyttere hver gang.

Petre sendte det yngre og mer eksperimentelle musikkmagasinet 'Roxrevyen' mandag –torsdag, kl. 20-23. Denne flaten hadde i gjennomsnitt 48 000 lyttere. På søndager kl. 21-24 ble det sendt rock- og popkonsert med norske og utenlandske band i 'Roxrevyen konsert' (38 000 lyttere). Både 'Roxrevyen' og 'Roxrevyen konsert' var for øvrig blant de fem beste radioprogrammene i 2000 i Panoramas kåring.

Underholdning

Mange av NRK Radios programmer faller inn under kategorien underholdning. P2s ukentlige satireprogram 'Hallo i uken' fortsatte også i 2000 å harselere over hendelser og personer i det norske samfunnet. Nærmere 55 000 lyttere hørte hver

uke på Are Kalvø og co, en økning på 15 000 lyttere fra 1999. 'Herreavdelingen' på P1 ble sendt tirsdag kveld, og hadde 100 000 lyttere i snitt. På Petre var det 66 000 lyttere som hver formiddag fulgte gutta i 'Karate' på nye humoristiske even-tyr. P1 var også i 2000 kanalen med langt flest humor- og underholdningsinnslag, eksempelvis i programmene 'Nitimen' og 'Seinkveld'. 'Nitimen' hadde i 2000 nærmere en halv million lyttere hver dag.

'Nitimen' hadde i 2000 nærmere en halv million lyttere hver dag.

NRKs filmtilbud

I en undersøkelse om kulturinteresse høsten 2000 svarte 14 prosent av de spurte at de hadde vært på kino i løpet av de siste 14 dagene, mens 25 prosent hadde vært på kino i løpet av detsiste halvåret. Men selv om nordmenn ofte går på kino, er det store skjvheter i kinopublikummets aldersfordeling. Som diagrammet viser går man sjeldnere og sjeldnere på kino jo eldre man blir. De yngre aldersgruppene går svært ofte på kino, mens blant de som er over 60 år er det hele 27 prosent som aldri går på kino.

Kinofilmene når altså ikke fram til alle aldersgrupper. Filmtilbudet på NRK er derimot like tilgjengelig for alle grupper i befolkningen, fordi 98 prosent har fjernsyn og alle disse kan ta inn NRK1, mens 80 prosent kan ta inn NRK2. Film er i tillegg en av de mest populære programtypene på TV. 25 prosent av befolkningen oppgir å være 'meget interessert' i å se enten komi-, action-, spennings- eller familiefilmer på fjernsyn.

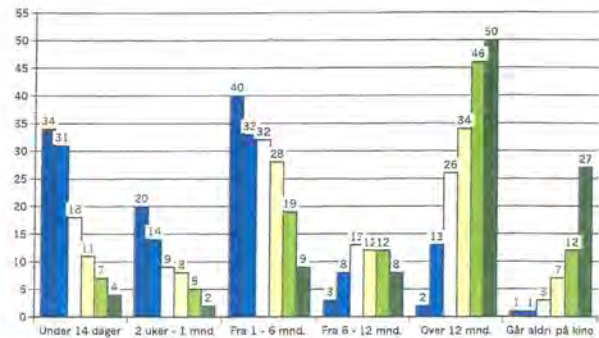
I den forbindelse har vi sett nærmere på det samlede filmtilbudet på NRKs kanaler. Vi ønsket å se hvordan NRK plasserte seg i forhold til de andre norske TV-kanalene, og om filmtilbudet virkelig ble brukt av hele befolkningen. Filmtilbudet eksemplifiserer også hvordan en populær programtype kan brukes både til å tiltrekke seere og til å tilfredsstille NRKs mangfoldsmandat.

Filmtilbudet

NRK2 profilerte seg i 2000 som en filmkanal, ved å sende en spillefilm hver dag kl. 21, utenom lørdagene. Til sammen i 2000 sendte NRK2 258 filmer i beste sendetid, en økning på 134 filmer sammenlignet med 1999, mens NRK1 sendte 81 filmer. Til og med P2 sendte spillefilmer, i sommer-serien 'Film på radio'. I seks uker kunne lytterne høre klassiske filmer som 'Gaslight' og 'Laura', og i gjennomsnitt hørte 57 000 personer på dette tilbudet.

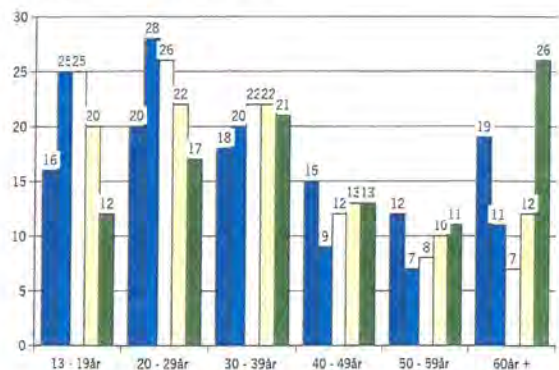
Filmtilbudet på NRK hadde stor bredde både med hensyn til genrer og nasjonalitet. En undersøkelse av NRK2-filmenes opphavsland i perio-

■ 13 - 19 år ■ 20 - 29 år □ 30 - 39 år □ 40 - 49 år ■ 50 - 59 år ■ 60 år+

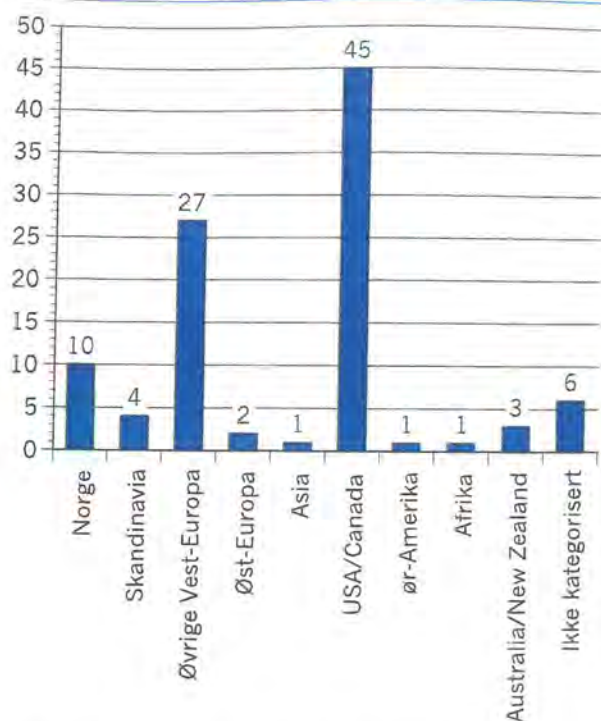


Aldersfordelingen blant NRK2s filmpublikum. Tall i prosent.

■ Samtildfilmer/serier □ Actionfilmer/serier ■ Familiefilmer/serier
■ Komediefilmer/serier □ Spenningsfilmer/serier

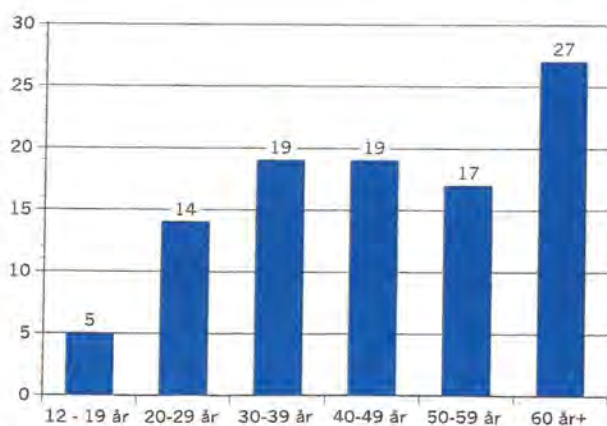


Prosentvis aldersfordeling blant dem som oppga å være "meget interessert" i å se de forskjellige filmtypene på fjernsyn.



NRK Fjernsynets filmtilbud i 2000. Prosentvis fordeling av opphavsland.

I P2s sommerserier 'Film på radio' kunne lytterne høre klassiske filmer som 'Gaslight' og 'Laura'.



"Hvor lenge siden er det du var på kino?" Prosentvis aldersfordeling innenfor de forskjellige svar-kategoriene.

den januar - september 2000 viste at hele 22 land var representert. Godt over halvparten av filmene kom fra andre land enn USA. 12 prosent av filmene var norske, og seerne ble også tilbudt filmer fra land som Mali, Island, Hong Kong og Tunisia, land man ikke ofte ser filmer fra på TV. For eksempel var de fleste filmene både på TV2 og TV3 i samme periode amerikanske.

Videre hadde hver ukedag sin særskilte genreprofil på NRK2. Søndager og mandager fikk man nyere populære filmer, fra den amerikanske action-filmen 'Dødelig Våpen' med Mel Gibson, til det italienske historiske dramaet 'Farinelli'. Tirsdager ble det sendt årgangsklassikere innenfor alt fra western til musicals, mens onsdager var forbeholdt nye og gamle norske filmer, som Arne Skouens 'Nødlanding'. Fredager var kulturfilm-kveld, hvor det ble vist smalere filmer fra inn- og utland, for eksempel den japanske 'D.A.N.G.A.N. Runner'.

Bruken av filmtilbudet

I gjennomsnitt var det 81 000 seere som fulgte filmene på NRK2 i 2000. Mandag var dagen med flest seere (127 000 i gjennomsnitt). Den mest sette filmen på NRK2 i 2000 var for øvrig nettopp 'Dødelig Våpen', med 296 000 seere. Til sammenligning var den mest sette filmen på TV3 i samme periode 'Tomorrow Never Dies' med 424 000 seere, mens 'Politiskolen' var den mest sette filmen på TVNorge med 355 000 seere.

Totalt sett hadde NRK2s filmpublikum i 2000 en forholdsvis bred aldersprofil. Den største aldersgruppen var imidlertid de over 60 år, med 27 prosent, noe som viser at filmtilbudet på NRK når fram også til de som ikke går så mye på kino. Færrest seere var det i gruppen 12-19 år.

Til sammenligning var 44 prosent av TV2s filmpublikum mellom 30 og 50 år. 16 prosent var over 60 år. Også blant TV3s filmpublikum var det størst konsentrasjon i de yngre aldersgruppene.

Søndags- og mandagsflatene på NRK2 hadde høyest seertall blant yngre seere, mens tirsdags- og onsdagsfilmene særlig appellerte til de over 45 år. Dette var nok en følge av disse flatenes tidligere nevnte genreprofiler. Det var videre flere menn enn kvinner som benyttet seg av filmtilbudet på NRK2, og kanalen hadde også noe høyere rating blant seere med høy utdanning og blant byboere.

Kjennskap til NRKs kulturtilbud

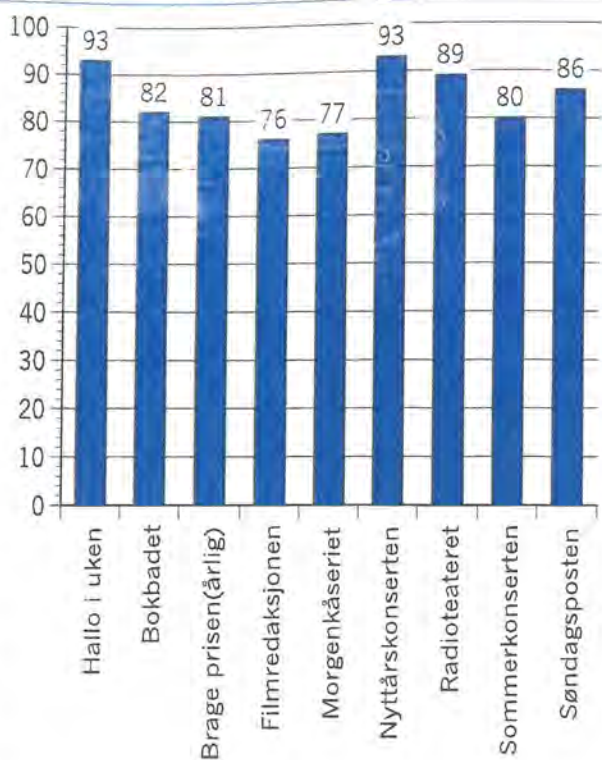
NRK ønsket i 2000 å finne ut hva publikum visste om NRKs kulturprogrammer. Tidlig på høsten 2000 ble det derfor sendt ut spørreskjemaer til kulturinteresserte personer i kommunene Halden, Brumundal, Molde og Hammerfest.

Respondentene ble bedt om å svare på spørsmål relatert til NRKs kulturprogrammer, både på radio og fjernsyn. Kulturprogrammene sendes i første rekke på NRK2 og P2. NRK2 hadde i 2000 en markedsandel på 2,8 prosent, mens P2 hadde en daglig oppslutning på rundt 6 prosent (236 000 lyttere en gjennomsnittlig dag). Det er viktig å merke seg at denne undersøkelsen ikke var representativ, og resultatene vil i beste fall bare gi en pekepinn på kjennskapen til NRKs kulturprogrammer.

Av de kulturprogrammene som ble sendt jevnlig i radio eller fjernsyn i 2000, var det programmet 'Hallo i uken' flest hadde kjennskap til, tett etterfulgt av 'Radioteateret'. På fjernsyn var det mest kjente programmet 'Bokbadet'.

Av de kulturprogrammene som ble sendt jevnlig i radio eller fjernsyn i 2000, var 'Hallo i uken' og 'Bokbadet' best kjent blant de spurte.

På den andre siden av skalaen – mindre kjente programmer – befant seg P2-programmer som sendes i flater som ikke har det store publikummet i utgangspunktet. 'Musikkteateret', sendt én lørdag i måneden fra klokken 1905 til 2030, 'Popkontrollen' som ble sendt hver onsdag fra 1930 til 2000 og i reprise på søndagene klokken 2330, samt 'Rapsodi', sendt tirsdag, onsdag og torsdag kl 1405 til 1430 var blant de minst kjente programmene blant de som svarte på denne undersøkelsen.



Kjennskap til NRKs kulturprogrammer. Prosentandel av de spurte som hadde kjennskap til det aktuelle programmet.

Publikums vurdering

64 prosent av Norges befolkning mente NRK oppfylte målsetningen om å underholde, en nedgang på 2 prosentpoeng i forhold til 1999.

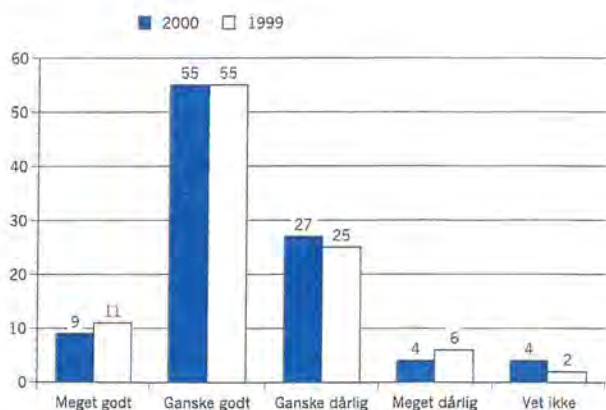
58 prosent mente NRK1 var best på norske underholdningsprogrammer, 18 prosent mente TV2 hadde de beste norske underholdningsprogrammer, mens 11 prosent mente utsagnet passet på begge kanaler.

72 prosent av befolkningen mente NRK oppfylte forpliktelsen om å formidle norsk kultur godt. I 1999 var det tilsvarende tallet 79 prosent.

72 prosent av befolkningen mente NRK oppfylte forpliktelsen om å formidle norsk kultur godt.

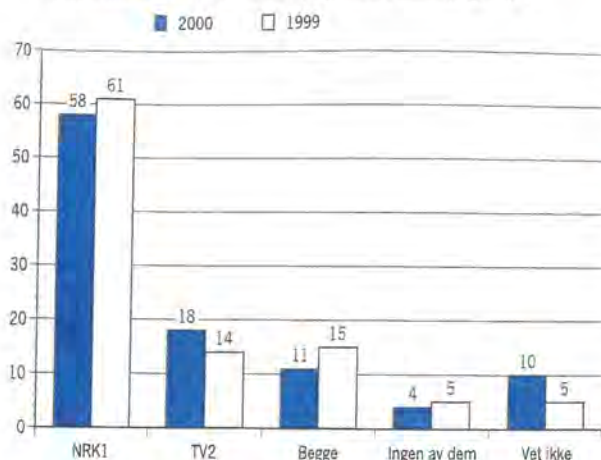
59 prosent av befolkningen mente NRK Radio sendte interessante kulturprogrammer, med hovedvekt på P1 og P2 (28 og 26 prosent). 50 prosent mente NRK Radio sendte gode underholdningsprogrammer, først og fremst P1 og Petre (25 og 18 prosent), mens 54 prosent mente NRK Radio sendte den musikken de likte, da med hovedvekt på P1 og Petre.

Hvordan synes du NRK oppfyller sin målsetning om å underholde folk?



"Hvordan synes du NRK oppfyller sin målsetning om å underholde folk?" Prosentandel som svarte de ulike kategoriene.

Andelen som sier kanalen har de beste programmene i denne programtypen



Prosentandel av de spurte som mente kanalen hadde de beste programmene innenfor denne programkategorien.

Samtlige kategorier økte eller holdt seg stabile i forhold til 1999. Petre var i 2000 best likt blant de yngre (15-29 år). 50 prosent av målgruppen mente kanalen sendte musikk de likte.

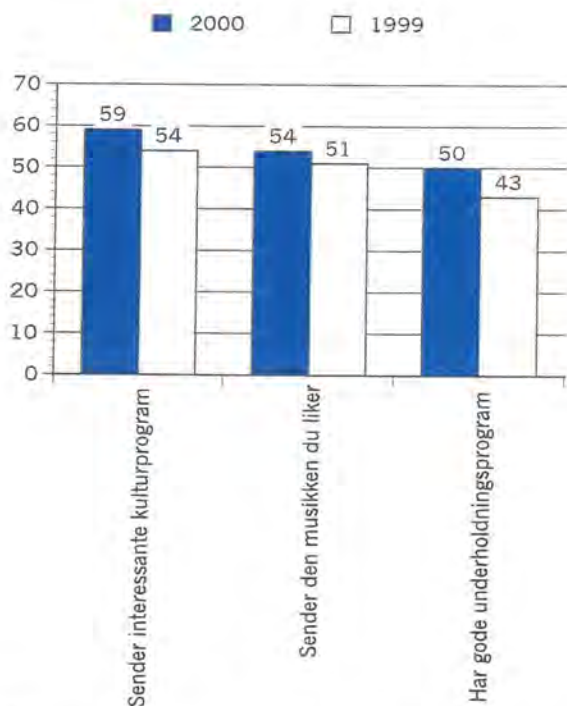
Konklusjon

NRK leverte også i 2000 et bredt kultur- og underholdningstilbud, og støttet norsk kultur gjennom samarbeid med kunstnere og artister, innkjøp av ulike tilbud og overføring av en rekke kulturarrangementer.

Undersøkelser av NRKs filmtilbud tyder på et vesentlig større mangfold både i opphavsland og i genrer enn det vi finner på konkurrerende kanaler. Videre fant vi at NRKs filmtilbud nådde de aldersgruppene som sjelden går på kino. Publikums oppfatning var imidlertid at TV2 hadde de beste filmene.

Ser vi på publikumstallene, var NRK ledende når det gjaldt norsk underholdning. Dette gjenspeilet seg også i holdningsundersøkelsene der publikum ga uttrykk for at NRK var bedre enn konkurrentene når det gjaldt norsk underholdning og norske serier. Flertallet mente at NRK lyktes godt med å formidle norsk kultur, og de som lyttet på P2 mente denne kanalen sender interessante kulturprogrammer. Vår lille undersøkelse blant kulturinteresserte personer, tyder imidlertid på at kulturtilbudet kan være for dårlig kjent i befolkningen.

Andelen som synes beskrivelsen passer på NRK Radio



Prosentandel av de spurte som syntes beskrivelsen passet på NRK Radio.

KAPITTEL 4

Undervisning og livssyn i NRK

...legge vekt på programtilbudets allmenndannende karakter, og formidle livssynsprogrammer og religiøse programmer.

Undervisning

Fjernsyn

NRK Fjernsynet sendte i alt 189 timer undervisningsprogrammer i 2000, hvilket var 2,4 prosent av programtilbudet. Det tilsvarende tallet i 1999 var 3 prosent. 119 av undervisningstimene gikk på NRK1, mens NRK2 sendte 71 timer.

Programmene behandlet en rekke temaer: Musikk, teater, litteratur, bildende kunst, matlaging, helse/kosthold, medisin, naturvitenskap, geografi, natur, samfunnsvitenskap, samfunnsspørsmål, historie, språk (tysk og fransk), politikk, miljø, skole/universitet/utdanning og religion.

Nedenfor er noen av de mest omfattende programseriene:

Man fikk franskundervisning i 'Parlez francais', som ble vist mandag formiddag på NRK1 og mandag ettermiddag på NRK2. I gjennomsnitt så 14 000 personer dette programmet. Tysk kunne man lære i 'Das ist Deutschland', som ble sendt på mandager – på formiddagene på NRK1 og ettermiddagene på NRK2. Programmet hadde i gjennomsnitt 16 000 seere.

I 'Columbus', som ble sendt på dagtid mandager, NRK1, kunne man lære om bruken av tema- og prosjektarbeid på ulike nivåer i skoleverket. Serien hadde i gjennomsnitt 23 000 seere.

Undervisning innenfor naturfagene fikk man i 'Eksperimentikon', der en på dagtid mandager på NRK1 og NRK2, kunne få større innsikt i fysikk, kjemi og biologi. 24 000 så i gjennomsnitt disse programmene.

'Goaikanasat Norgga dáiddahistorjjás' var samiske undervisningsprogrammer og gikk mandag formiddag på NRK1. Programmene hadde i gjennomsnitt 17 000 seere.

Det mest sette undervisningsprogrammet i 2000 var 'Langs Numedalslågen'. Ett enkeltprogram i denne serien hadde 612 000 seere. Det skal legges til at dette programmet også var det eneste av undervisningsprogrammene som gikk i prime time. Serien hadde for øvrig et gjennomsnitt på 114 000 seere. Selv om det mest sette enkeltprogrammet naturlig nok trekker gjennom-

snittet mye opp, så oppnådde også de andre programmene i denne serien relativt gode seertall, med 50 – 60 000 seere.

Radio

Radioens undervisningsprogrammer ble også i 2000 sendt i P2. I alt ble det sendt 181 timer, noe som tilsvarte 2 prosent av kanalens sendetid. Mange av programmene var språkundervisning. I tillegg ble det sendt undervisningsprogrammer innenfor områder som reiseliv, læring og utvikling.

Hver mandag, tirsdag og torsdag ble det sendt språkkurs kl. 13.00-13.30. Her kunne man blant annet lære fransk ('Franc au fil'), gresk ('Kalimera!') og italiensk ('Buongiorno Italia').

Disse programmene ble i gjennomsnitt fulgt av 20 000 personer. Programmet 'Språkteigen', sendt på søndager, fokuserte på det norske språket og tok opp temaer som språkhistorie og dialektutvikling, i tillegg til generell språkdebatt. I gjennomsnitt lyttet 35 000 personer til 'Språkteigen'. 'Ut i verden' var et reisemagasin som ble sendt på lørdager, med 46 000 lyttere i gjennomsnitt.

'P2-akademiet' holdt publikum oppdatert innen vitenskap og forskning innenfor en rekke fagfelt. Programserien, som hadde form som foredrag, og som også kunne bestilles som hefter, hadde i gjennomsnitt 22 000 lyttere på onsdag formiddag. Nesten 10 000 fulgte reprisene samme kveld. 'På Tavla!' gikk tirsdager høsten 2000. Serien tok blant annet opp temaer som skoletretthet og lærevansker, i tillegg til generell debatt om læring og utvikling.

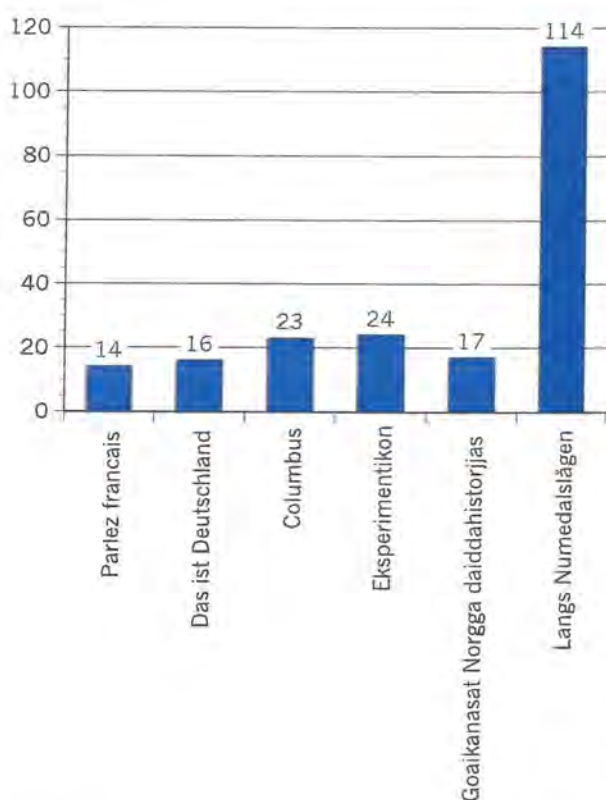
Religiøse programmer

NRK sendte i 2000 100 timer med fjernsynsprogrammer innenfor kategorien religion/livssyn. Det var NRK1 som stod for den klare overvekten med 90 timer. Av disse 90 timene var nesten halvparten gudstjenester (38 timer). Det var i alt 19 sendinger – til sammen 10 timer – innenfor religion og livssyn på NRK2, hvorav flesteparten var undervisningsprogrammer. På NRK radio ble det til sammen sendt 320 timer religion/livsfilosofi, hvorav 155 timer på P1 og 165 timer på P2. 93 timer var kristne andakter og gudstjenester.

Fjernsyn

Det ble overført 72 gudstjenester på NRK1, alt fra tradisjonelle via minne- til festgudstjenester. Gudstjenestene ble overført fra hele landet, og minoritetsgrupper fikk også et eget tilbud. For

På P2 kunne man i 2000 blant annet lære fransk, gresk og italiensk.



Antall tusen seere på NRK Fjernsyns- undervisningsprogrammer. Gjennomsnitt i 2000.

Det ble overført 72 gudstjenester på NRK1 i 2000.

eksempel overførte NRK både samiske gudstjenester og gudstjenester for hørselshemmede. 'Gudstjenesten', som gikk søndag formiddag på NRK1, hadde i gjennomsnitt 54 000 seere.

55 prosent av seerne var over 60 år. I programserien 'Halleluja', som gikk om kvelden, og etter hvert om ettermiddagen, på søndager på NRK1, møtte programleder Kjell Erik Moen personer som snakket om sine livserfaringer og knyttet dette til trosspørsmål. 245 000 seere så i gjennomsnitt dette programmet. Gjennomsnittet for perioden programmet gikk på kveldstid var 341 000 seere.

En undersøkelse med fokus på dem over 70 år og deres seing på religiøse programmer viste at 'Halleluja' var Norges i særklasse mest sette religiøse program i 2000. De fem første, og syv av de ti mest sette religiøse programmene i denne aldersgruppa var 'Halleluja'-programmer. 30 prosent av dem over 70 år så det mest sette enkeltprogrammet 'Halleluja'. Når det gjelder den samme aldersgruppen, oppga 31 prosent at de var interesserte i kirke/religion. Det er interessant at tallene for 'Halleluja'-seingen og interessen for kirke/religion samsvarer i så stor grad, selv om man ikke uten videre kan si at "alle" som er interesserte i religion/kirke så på disse religiøse programmene. 'Brobyggerne' gikk på NRK1 og var en programserie på åtte programmer der åtte personer med like mange livssyn var samlet på en gård. Der fikk de både bygget en bro og brynet sine livssyn gjennom dialog med de andre deltakerne og programleder Kjell Erik Moen. Serien, som gikk i juli og august, hadde i gjennomsnitt 134 000 seere. Ni prosent av dem over 60 år så i gjennomsnitt på disse programmene. 'Samtalar om tru og liv' gikk på NRK1 klokka 22:30 på søndager. Programleder Arild Sondre Sekse møtte seks personer som alle – på ulike måter – hadde et forhold til Gud. Disse samtalen samlet i gjennomsnitt 232 000 personer. Igjen var det mest seing blant de eldste. 16 prosent av alle over 60 år så i gjennomsnitt på dette programmet. 'Deilig er julen - fire reisende forteller': En serber, en vietnameser, en gresk-ortodoks og en tater var med i disse programmene, som gikk fire søndagskvelder i desember på NRK1. De fire fortalte om sine ulike erfaringer med – og tilknytninger til – Norge og norsk jul. Programmet hadde i gjennomsnitt 234 000 seere. I gruppen over 60 år så i gjennomsnitt 12 prosent på 'Deilig er julen...'. 'Jeg tror, jeg tviler': I denne finske produksjonen, som ble sendt på NRK1, møtte vi en jøde, en protestant og en katolikk som fortalte om hvordan det var å være religiøs i møtet med det moderne samfunnet. Programmet hadde i gjennomsnitt 20 000

seere, men at programmet ikke fikk flere seere kan skyldes at det ble sendt mandager på dagtid.

Radio

Av religionstilbud på radio i 2000 var disse faste programpostene å finne på P1: 'Andakten', som gikk om morgenen alle hverdager, 'Gudstjenesten' på søndager, 'Det skjedde i de dager', som gikk på lørdagsmorgenene, 'På kirkebakken', som gikk to ganger på søndager, og 'Salmer til alle tider', som gikk søndag kveld. På P2 ble 'Åpenbaringer', et program om kristne myter, sendt på dagtid onsdager, samt lørdag formiddag. I tillegg gikk livssynsprogrammet 'verdibørsen' tidlig på lørdagene, samt søndag kveld, på P2.

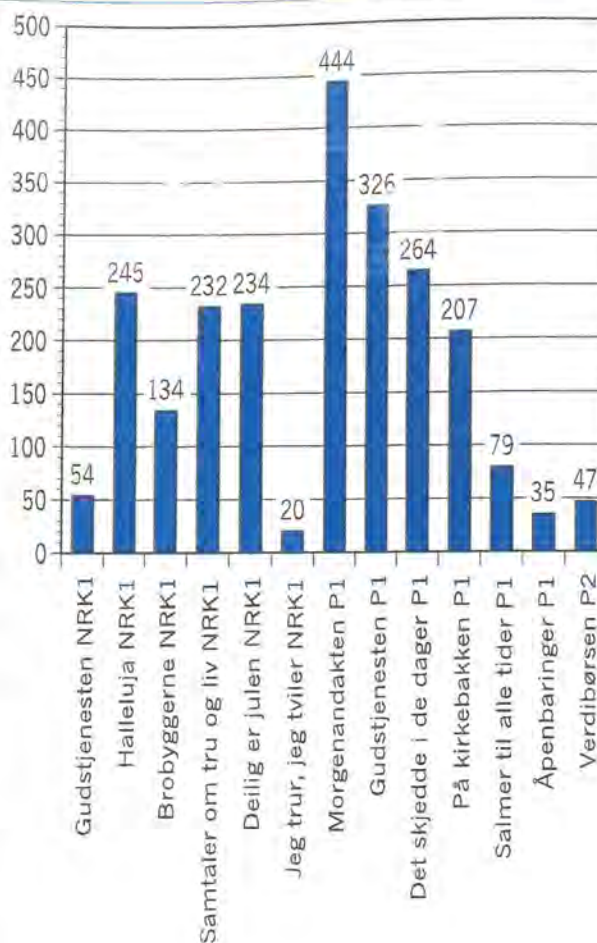
Målt i oppslutning var 'Morgenandakten' det mest populære radioprogrammet innenfor religion og livssyn i 2000. Programmet hadde i gjennomsnitt 444 000 lyttere. I gruppen 'over 60 år' var det en daglig oppslutning på 26,2 prosent.

Målt i oppslutning var 'Morgenandakten' det mest populære radioprogrammet innenfor religion og livssyn i 2000, med 444 000 lyttere i gjennomsnitt. I gruppen 'over 60 år' var det en daglig oppslutning på 26,2 prosent.

'Gudstjenestene' hadde i gjennomsnitt en oppslutning på 326 000 lyttere. Også her var oppslutningen blant dem over 60 år høy. I gjennomsnitt hørte 20,2 prosent i denne gruppa på radiogudstjenesten. Programmet 'Det skjedde i de dager', som gikk lørdager klokka 07:45, hadde i gjennomsnitt en oppslutning på 264 000 personer. 'På kirkebakken' (på dagtid) hadde en gjennomsnittlig oppslutning på 207 000 lyttere. 'Salmer til alle tider' hadde i gjennomsnitt 79 000 lyttere, mens 35 000 lyttet på 'Åpenbaringer' (lørdager). Livssynsprogrammet 'Verdibørsen', som var det eneste av programmene innenfor religion/livssyn som gikk på P2, hadde i gjennomsnitt 47 000 lyttere.

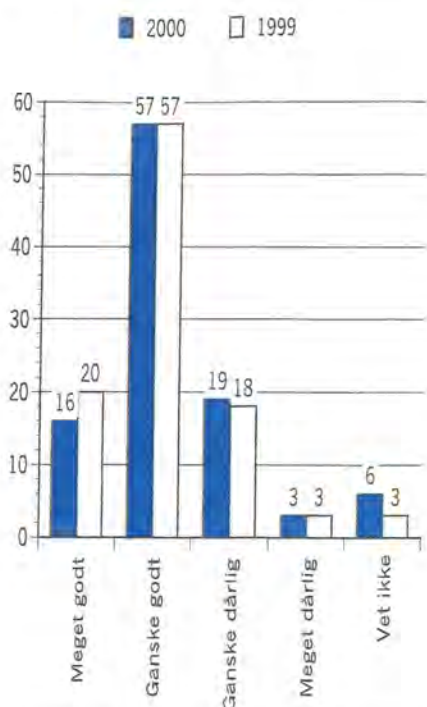
Internett

NRK hadde i 2000 egne religions- og livssynssider på www.nrk.no. Her fant man lenker til ulike livssynsorganisasjoner, samt utfyllende informasjon om programmer som "Brobyggerne", "Gud og Kvarmann", "Andakten", "Gudstjenesten", og "På kirkebakken". Det var mulig å finne alt fra tekster til julesanger via gjengivelse av andakter til hele programmer på Internett.



Antall tusen seere/lyttere på NRKs religion- og livssynsprogrammer. Gjennomsnitt i 2000.

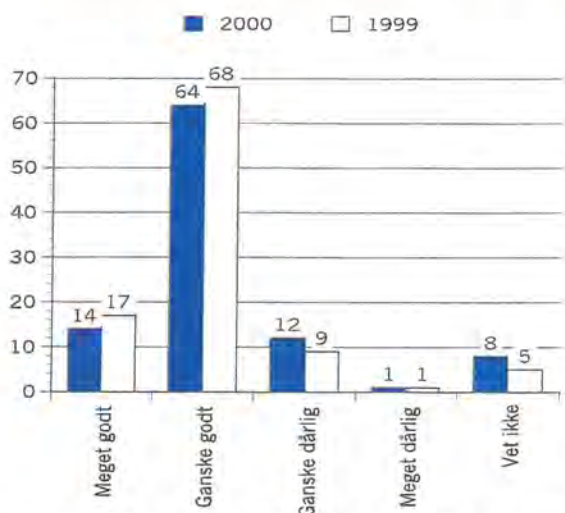
Hvordan synes du NRK oppfyller sin målsetning om å bidra til at vi får kjennskap til hvordan folk rundt i Norge har det



"Hvordan synes du NRK oppfyller sin målsetning om å bidra til at vi får kjennskap til hvordan folk rundt i Norge har det"? Prosentandelen som svarte de ulike kategoriene.

I 2000 fikk barna egne sider på NRK.no, 'Magi'-sidene.

Å bidra til å øke den generelle kunnskapen hos folk flest



"Hvordan synes du NRK oppfyller sin målsetting om å bidra til å øke den generelle kunnskapen hos folk flest"? Prosentandelen som svarte de ulike kategoriene.

Publikums vurdering

73 prosent av Norges befolkning mente NRK oppfylte sin målsetning om å formidle "kjennskap til hvordan folk i Norge har det". Dette var en nedgang på 4 prosentpoeng fra 1999. 78 prosent av befolkningen mente NRK oppfylte sin målsetning om å "øke den generelle kunnskapen hos folk flest" godt, en nedgang på 7 prosentpoeng fra 1999. Det må likevel understrekes at dette ikke er en entydig dreining mot en negativ oppfatning, fordi andelen som ikke svarer eller ikke vet også har økt, med 3 prosentpoeng.

Konklusjon

Store deler av NRKs programtilbud har en allmenndannende karakter. Vi har imidlertid valgt å fokusere spesielt på undervisningsprogrammene i denne sammenhengen. Programmene dekket et bredt spekter av temaer. Med egne hjemmesider på Internett og lenker videre til aktuell tilleggsinformasjon, ga programmene gode muligheter for ytterligere fordykning.

Interessen for religion er mest utbredt i den eldste delen av befolkningen. Våre analyser tyder på at NRKs religiøse programmer når godt ut til denne interessegruppen.

Publikum har ikke vurdert de religiøse programmene i NRK spesielt. Når det gjelder det allmenndannende kravet, mente flertallet at NRK lyktes godt med å sende programmer som øker den generelle kunnskapen blant folk flest, og med å sende programmer som øker kunnskapen om hvordan folk i Norge har det.

KAPITTEL 5

Barn og unge i NRK

...produsere og formidle kvalitetsprogram for barn og ungdom.

NRKs tilbud av barne- og ungdomsprogrammer

NRK Fjernsynet sendte 440 timer barneprogrammer i 2000. Dette er en nedgang på 31 timer sammenlignet med 1999. Barne- og ungdomsprogrammene utgjorde 10 prosent av den totale sendetiden i fjernsynet.

Barneprogrammene

Hver kveld kl. 18 sendte NRK1 "Barne-TV" hvor vi blant annet møtte "sjefen over alle sjefer", Asgeir i 'Fritt Fram'. Dette programmet ble sendt hver fredag. 'Fia i filmhuset' var et program produsert av NRK Troms. Her møtte barna Fia, som puslet i huset sitt og viste filmer.

Lørdagsmorgenene møtte barna Bowler og de andre i 'Kykelikokos'. Temaer som ble tatt opp i denne serien var blant annet miljøvern og u-hjelp. Barna kunne også sende inn innslag om seg selv eller foreslå temaer som skulle tas opp. På søndagsmorgenene var det Q-Jon og vennene hans som troppet opp.

Årets julekalender var 'Amalies Jul', som var en suksess både i 1995 og i 1998. Programserien gjentok bragden i 2000, og nytt av året var barnas mulighet til å komme i kontakt med programskaperne via internett, blant annet ved å sende inn tegninger. Resultatet var at tre av NRK.nos fem mest besøkte nettadresser i uke 52 var 'Amalies Jul'. Ved slutten av året hadde 11 500 tegninger kommet inn.

Radioen sendte 364 timer barneprogrammer i 2000, en økning på 18 timer fra 1999. Alle barneprogrammene ble sendt på P2, og utgjorde 4 prosent av P2 sendetid. 'Barnetimen for de minste', 'Snerk', 'Pysj og pute' og 'Lørdagsbarnetimen' utgjorde tilbudet til de yngste barna. For de eldre barna sendte NRK Radio 'NRQ', 'Ti i Skuddet' og 'VG-lista', alle på Petre..

Nytt for 2000 var at barna fikk sine egne sider på NRK.no, Magi-sidene.

Her kunne man finne lenker til populære programmer som 'Etter Skoletid', 'Amalies Jul' og 'Fritt Fram', og delta i forskjellige aktiviteter og konkur-

ranser knyttet til disse. Magi-sidene fungerer også som en startportal for unge nettbukere, og tar opp temaer som spenner videre enn NRKs egne programmer.

Ungdomsprogrammene

Både på radio, på TV og på internett kom NRK med nye tilbud til ungdommene. I august tok NRK opp kampen med de kommersielle kanalene med den nye radiokanalen mPetre, beregnet på de yngre unge. Musikken på mPetre var hovedsakelig trance og beatorientert pop.

NRK Fjernsynet sendte til sammen 332 timer ungdomsprogrammer i 2000, en nedgang på 31 timer sammenlignet med 1999. Fredag ettermiddag sendte NRK1 nysatsingen 'Trigger', et talkshow for ungdom. 'Trigger' erstattet 'Go Elg', og var i likhet med dette programmet direkteendt. Imidlertid var mye annerledes i 'Trigger', fordi man ønsket å nå en eldre målgruppe. For eksempel var det en roligere stil i studio, og i stedet for direkte kontakt via telefon kunne seerne kommunisere med studio via tekstmeldinger (SMS) eller e-post.

TV-programmet 'Reser' erstattet 'Midt i Smørøyet' høsten 2000. Her reiste programlederne Stian og Stine rundt i Norge og møtte ungdommer på deres hjemmebane, og tok opp alt fra kjærlighetssorg til moter. Programmets originale form, hvor blant annet publikum selv fikk bestemme mye av innholdet, gjorde at det fikk en svært god mottagelse i målgruppen. Andre egenproduserte TV-programmer rettet mot yngre mennesker var 'U-redaksjonen' hver torsdag og 'VG-lista topp 20' på fredager. Denne målgruppen hadde også i 2000 sitt eget fakta- og vitenskapsprogram, 'Newton'.

I tillegg opprettet NRK nettportalen Upunkt, hvis oppgave er å være et samlested for NRKs ungdomsproduksjon på internett og mobil. Upunkt er organisert etter fire hovedtemaer: musikk, film, kropp og humor.

De som hadde WAP-telefon kunne abonnere på de siste nyhetene fra disse temaene, i tillegg til at de kunne laste ned ringetoner og logoer. Det var også en rekke abonnement- og chat-tjenester tilgjengelig for vanlige mobiltelefoner. For eksempel kunne man abonnere på filmanmeldelser, eller chatte med programledere i NRKs ungdomsprogrammer. I tillegg tilbød Upunkt den unike tjenesten 'Urørt', hvor alle norske band som ikke er plukket opp av noe plateselskap kunne presentere musikken sin.

I 2000 opprettet NRK nettportalen Upunkt, hvis oppgave er å være et samlested for NRKs ungdomsproduksjon på Internett og

Bruk av NRKs tilbud blant barn

Fjernsyn og 3-11 åringer

Den vanlige definisjonen av barn i NRK-sammenheng er '3-11 år'. I 12-års-alderen får man i stor grad 'voksne' seervaner, og det gir derfor mindre mening å snakke om barneprogrammer for dem som er 12 år og eldre.

Ved utgangen av 2000 var det 547 000 barn i alderen 3-11 år i Norge.

Seertid

I 2000 så barn i gjennomsnitt 95 minutter fjernsyn daglig. Dette er en økning på 17 minutter fra fjoråret, fra 78 minutter daglig. Jevnt over økte alle kanaler, bare TVNorge holdt seg stabilt i aldersgruppen. Forklaringen på denne økningen ligger blant annet i at det i 2000 for første gang også ble registrert seeing på eventuelle bi-apparater i husholdningen.

Markedsandeler

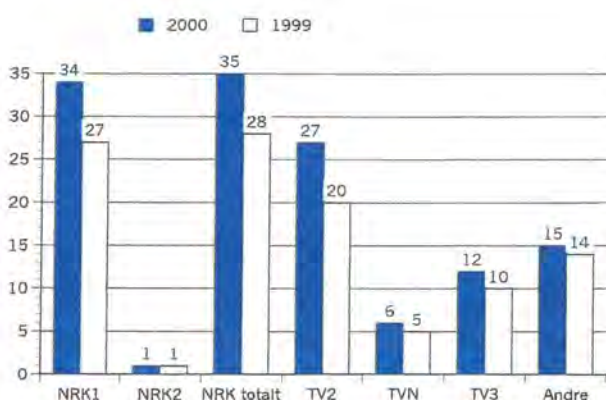
Hele døgnet

NRK1 hadde en markedsandel på 36 prosent i hele døgnet i aldersgruppen 3-11 år.

Dette er samme nivå som i 1999, og gjorde NRK1 til den største kanalen i denne aldersgruppen. TV2 på sin side økte markedsandelen fra 25 til 29 prosent. TVNorge og TV3 holdt seg stabilt fra 1999, på henholdsvis 6 og 13 prosent, mens 'Andre kanaler' fikk redusert sin markedsandel fra 19 til 16 prosent i 2000. Inkludert i 'Andre kanaler' var blant annet Fox Kids som hadde en markedsandel på litt under 6 prosent i hele døgnet i aldersgruppen 3-11 år.

Morgenflaten i helgene

I helgene sendte både NRK1, TV2 og TV3 barneprogram om morgenen. NRK1 sendte barneprogram mellom klokken 08.00 og 10.00, det samme gjorde TV2. I aldersgruppen 3 – 11 år skilte det bare 1 prosentpoeng i markedsandel i NRK1s favør på lørdager og søndager. NRK1 hadde i 2000 en markedsandel på 43 prosent, mens TV2 hadde 42 prosent. TV3 sendte barneprogram mellom kl 07.00 og 10.00 lørdager og søndager og i dette tretimersintervallet hadde kanalen en markeds-



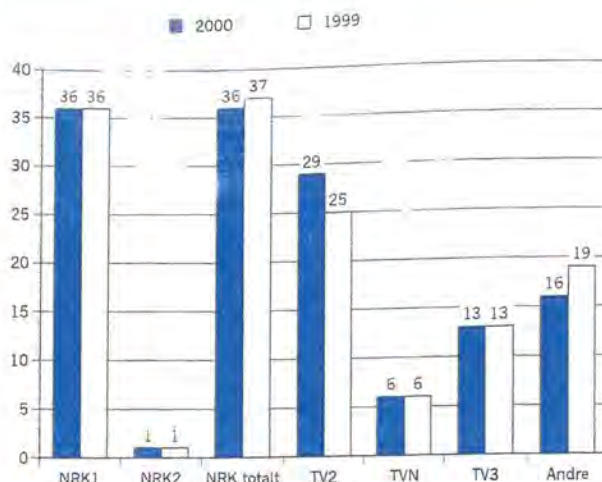
Seertid 2000 og 1999 i aldersgruppen 3-11 år. Antall minutter brukt per kanal daglig.

andel på noe over 16 prosent i snitt. Ser vi på TV3s markedsandel mellom klokken 07.00 og 08.00 hadde kanalen en markedsandel på rundt 50 prosent, mens markedsandelen mellom klokken 08.00 og 10.00 lå på rundt 13 prosent.

Barne-TV flaten

I Barne-TV-flaten 18.00 til 18.30 hadde NRK1 i 2000 en markedsandel blant 3-11-åringene på 89 prosent.

Tilsvarende tall for 1999 var 80 prosent. TV2 var den største kanalen blant de resterende med en markedsandel på 4 prosent i Barne-TV-flaten. Kanalen sendte australske og svenske serier i denne flaten. TVNorge og TV3, som henholdsvis sendte nyheter og 'Ricki Lake', hadde markedsandeler på 1,5 og 2 prosent. 'Andre kanaler' hadde i Barne-TV's sendeflate en markedsandel på litt over 3 prosent blant 3-11-åringene.



Kanalenes markedsandeler i aldersgruppen 3-11 år, hele døgnet. Gjennomsnitt 2000 og 1999.

Populære programmer

Det mest populære enkeltprogrammet blant 3-11-åringene i 2000, uansett kanal, var 'Plipp, Plopp og Plomma' som ble sendt på NRK1 23. desember. Nærmere 56 prosent av alle barn så dette programmet, det vil si 306 000 barn. Programmet hadde en markedsandel blant 3-11-åringene på 98 prosent.

De 20 mest sette programmene blant 3-11-åringene i 2000 var alle 'Barne-TV'-programmer på NRK1. Serien 'Amalies Jul' hadde 7 episoder blant de 20 mest sette programmene.

Andre kanaler

TV3: Av TV3s mest sette program i aldersgruppen 3-11 år var det to programserier som dominerte, 'Robinsonekspedisjonen' og 'Fangene på fortet 2000', begge med en gjennomsnittlig rating på 7 prosent. Det mest sette programmet var 'Robinsonekspedisjonen' fra 5. november, som ble fulgt av 16 prosent av 3-11-åringene. Først på 39. plass kom det et barneprogram, 'Barnetreer'n: Life with Louie'.

TV2: 'Vazelina hjulkalender' den 23. desember var det mest sette programmet i denne aldersgruppen på TV2. Nesten 37 prosent av alle 3-11-åringene (200 000) fulgte dette programmet. 'Vazelina hjulkalender' innehadde 11 av de 20 mest sette

NRK1 hadde en markedsandel på 36 prosent i hele døgnet i aldersgruppen 3-11 år.

I Barne-TV-flaten 18.00 til 18.30 hadde NRK1 en markedsandel blant 3-11-åringene på 89 prosent.

programmene på TV2 i denne aldersgruppen, mens 'Barnas TV 2: Pokémon' hadde resten av plassene.

TVNorge: Det mest sette programmet på TVNorge i denne aldersgruppen i 2000 var filmen '101 dalmatinere' som gikk 1. juledag. 8 prosent av alle barn i aldersgruppen 3-11 år (44 000) så filmen. Øvrige programmer på kanalens '20 på topp' var 'Villa Medusa' og håndballkamper.

Radio

Oppslutning generelt

En egen undersøkelse av 3-8-åringers radiovaner blir gjort annethvert år. Undersøkelsen ble gjennomført i 1998 og i 2000. Resultatene fra 2000 viser en økning i radiolyttingen i denne aldersgruppen, og økningen gjelder alle kanaler. Noe av økningen kan skyldes sesongmessige variasjoner. 31 prosent av barna hadde lyttet til P1 i løpet av siste uke (23 prosent i 1998), 16 prosent hadde lyttet til P2 (mot 9 prosent i 1998) og 19 prosent hadde lyttet til Petre (14 prosent i 1998). P4 var den kanalen flest barn hadde vært innom den siste uken. 47 prosent av barna oppga å ha lyttet mot 31 prosent i 1998.

I gjennomsnitt lyttet 23 prosent av 3-8-åringene på P4 en vanlig dag, 14 prosent lyttet på P1 og lokalradio og 6 prosent lyttet på Petre.

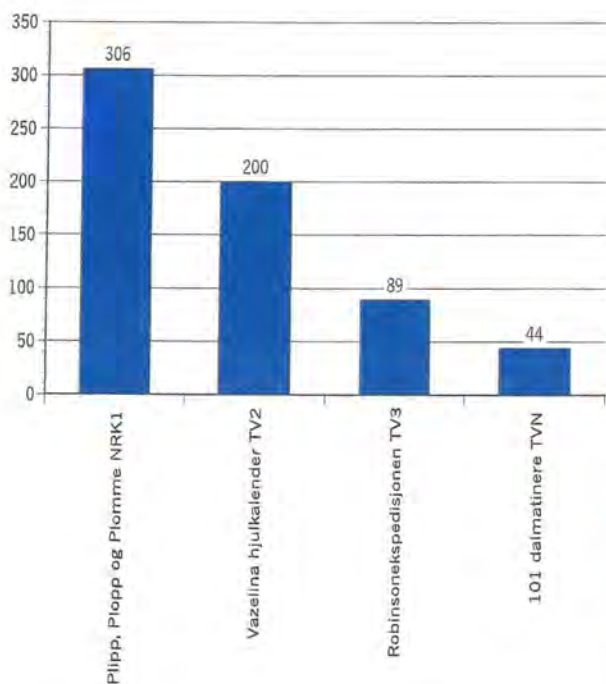
Barneprogrammene

'Barnetimen for de minste' på P2 hadde en ukentlig dekning på 2 prosent blant 3-8-åringene for morgensendingen, og 3 prosent for reprisen om kvelden. Dette er stabile tall i forhold til 1998.

'Lørdagsbarnetimen' på P2 kl. 17 hadde en månedlig dekning på 5 prosent i målgruppen, det vil si en økning på 3 prosentpoeng fra 1998. Også 'Pysj og pute' (lørdag og søndag morgen) hadde en liten økning i oppslutningen, mens 'Snerk' på søndager holdt seg stabil på 1 prosent fra 1998.

Bruk av NRKs tilbud blant ungdom

'Ungdom' blir i NRK-sammenheng definert som aldersgruppen 12-19 år. I Norge var det i underkant av 430 000 12-19-åringer i 2000.



Kanalenes mest sette programmer i 2000 blant 3-11-åringene. Antall tusen seere i aldersgruppen.

Fjernsyn og 12-19-åringene

Seertid

I 2000 så 12-19-åringene i gjennomsnitt 114 minutter fjernsyn hver dag.

Dette var en økning på 25 minutter fra 1999. En viktig forklaring kan være at nye seermålinger bedre fanger opp seing på fjernsynsapparat nr. to i husholdningen. 12-19-åringene så imidlertid lite på TV i forhold til resten av befolkningen. Sammenlignet med andre aldersgrupper, er det bare barn som så mindre på fjernsyn i 2000.

12-19-åringene så i gjennomsnitt 22 minutter daglig på NRK1 og 2 minutter daglig på NRK2. TV2 var imidlertid kanalen de brukte mest tid på, 37 minutter daglig. Tilsvarende tall for TVNorge og TV3 var 20 og 18 minutter.

Markedsandeler

Målt i markedsandeler var TV2 den største kanalen blant 12-19-åringene, med 33 prosent. Til sammenlikning hadde NRK1 en markedsandel på 19 prosent i dette alderssegmentet. TVNorge hadde 18 prosent, TV3 hadde 16 prosent mens 'Andre kanaler' hadde en markedsandel på 13 prosent.

Populære programmer

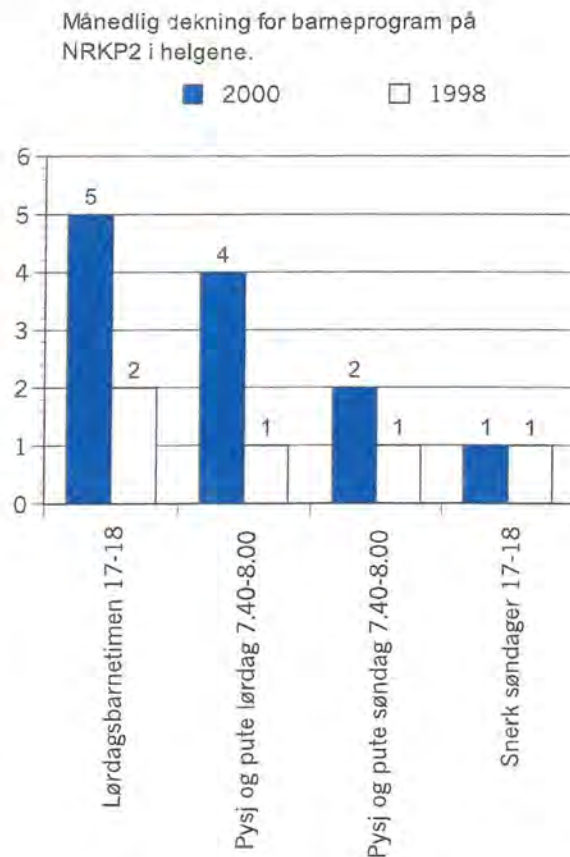
NRK1: Kampen mellom Norge og Jugoslavia i Fotball-EM var det mest sette programmet på NRK1 i aldersgruppen 12 - 19 år. Kampen ble sett av rundt 41 prosent (176 000) av denne gruppen. 'EuroSong 2000' var det nest mest sette programmet med 34 prosent (144 000) av 12-19-åringene, mens julefilmen 'Tre nøtter til Askepott' kom på tredje plass med 33 prosent (139 000). Det fjerde mest sette programmet var EM-kampen mellom Norge og Spania med 28 prosent (120 000) av denne aldersgruppen. 'Donald Duck og vennene hans' kom på femteplass med 27 prosent av alle 12-19-åringene (117 000).

'Reser', som startet opp i slutten av oktober og tok over etter 'Smørøyet', hadde større barn og ungdom som målgruppe (10 til 14 år). I gjennomsnitt så 10 prosent (43 000) i aldersgruppen 12-19 år programmet, mens 'Smørøyet' som ble sendt på våren, hadde en gjennomsnittlig rating på 12 prosent i dette alderssegmentet.

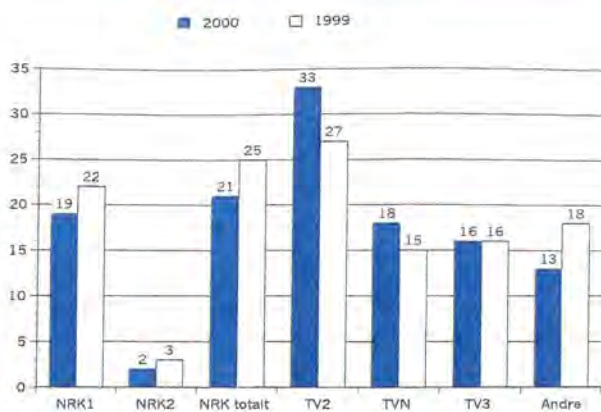
NRK1s nye ungdomsprogram 'Trigger', som gikk på fredager, hadde en gjennomsnittlig rating på 4 prosent (15 000), og en markedsandel på 23 prosent.

De 20 mest sette programmene blant 3-11-åringene i 2000 var alle 'Barne-TV' programmer på NRK1.

Radiolytting blant 3-8-åringene.

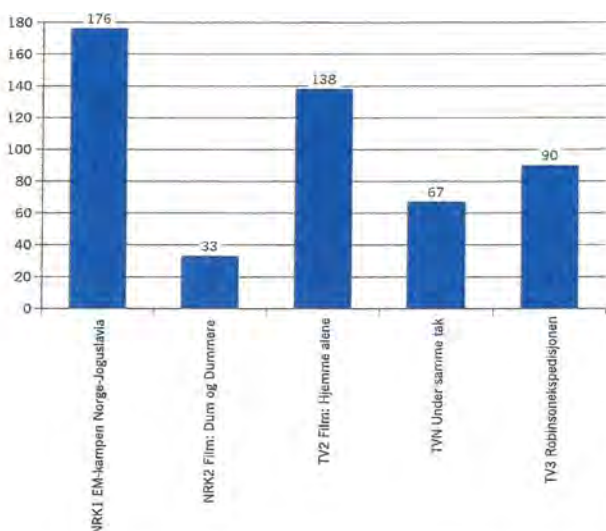


Radiolytting blant 3-8-åringene i 2000. Månedlig dekning for barneprogram på NRK2 i helgene. Sammenlikning med 1998.



Kanalenes markedsandeler i aldersgruppen 12-19 år. Gjennomsnitt for 2000 og 1999.

I 2000 så 12-19 åringene i gjennomsnitt 114 minutter fjernsyn hver dag.



Kanalenes mest sette programmer i 2000 blant 12-19-åringene. Antall tusen seere i aldersgruppen.

NRK2: 12-19-åringene foretrakk spillefilmene på denne kanalen. Av de 10 mest sette programmene var ni filmer, med den amerikanske filmen 'Dum og Dummere' på topp med 8 prosent rating (33 000).

TV2: Det mest sette programmet på TV2 var filmen 'Hjemme alene', som 32 prosent av 12-19-åringene så (138 000). For øvrig dominerte serien 'Ally McBeal' fullstendig i dette alderssegmentet, med syv episoder blant denne gruppens ti mest sette programmer i 2000. Seriene 'Hotel Cæsar' og 'Venner for Livet' var også høyt oppe på listen over de mest sette programmene.

TVNorge: Amerikanske serier som 'Under samme tak', 'USA High' og 'Beverly Hills 90210' dominerte listen over 12-19-åringenes mest sette programmer på denne kanalen. Av egenproduksjoner var 'Villa Medusa' mest populær, med en gjennomsnittlig rating på 6,5 prosent.

TV3: Av de ti mest sette programmene blant 12-19-åringene på TV3 i 2000 var ni episoder fra 'Robinsonekspedisjonen'. Mest sett var finaleepisoden 3. desember, som ble fulgt av 21 prosent (90 000).

Radio

Oppslutning

13-19-åringene bruker radioen mindre enn befolkningen generelt. Imidlertid økte oppslutningen for radio i alt i denne gruppen med 3 prosentpoeng sammenliknet med 1999.

(Se grafikk radio oppslutning 13-19 år)

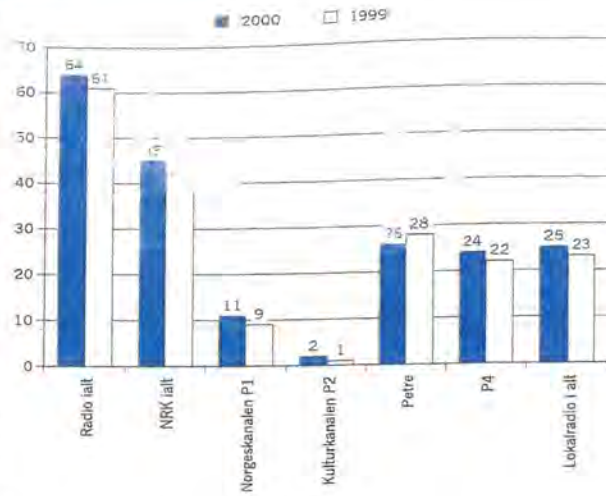
Som figuren viser økte NRK i alt med tre prosentpoeng i denne aldersgruppen i forhold til 1999. Den eneste NRK-kanalen som mistet oppslutning i denne aldersgruppen var Petre, som mistet to prosentpoeng sammenliknet med 1999. I august ble det etablert en ny radiokanal, mPetre, som har 13-19-åringene som målgruppe. mPetre lyktes å opparbeide seg en dekning på 4 prosent blant 9-19-åringene i sitt dekningsområde i løpet av de to første månedene kanalen var på lufta. Dette ble også gjenspeilet i den totale oppslutningen om NRK Radio.

Når det gjelder de andre radiokanalene, økte alle i forhold til 1999. Den største radiokanalen i dette alderssegmentet i 2000 var fortsatt Petre, med en daglig oppslutning på 26 prosent i aldersgruppen. På plassene etter Petre fulgte P4 og P1, med henholdsvis 25 og 11 prosent. Ra-

dio1 hadde på landsbasis en daglig oppslutning blant 13-19-åringene på 10 prosent.

Populære programmer

'Holger Niensens metode', som gikk fra kl. 06.00 til 09.00 på hverdager, hadde i snitt en oppslutning på over 3 prosent. I aldersgruppen 13-19 år var oppslutningen noe over 6 prosent. Av andre programmer kan nevnes 'Karate', 'Mamarazzi', 'NRQ' og 'Kaliber'. For disse programmene lå oppslutningen i befolkningen generelt mellom 2 og 3 prosent, mens i alderssegmentet 13-19 år lå oppslutningen mellom 4 og 8 prosent. I tillegg hadde Petre egne nyheter tilpasset kanalens målgruppe; 'Petre-13' og 'Petre-16'. For nyhetssendingene lå oppslutningen i befolkningen generelt rundt 2 prosent, mens blant 13-19-åringene lå oppslutningen for 'Petre-13' på 3 prosent og for 'Petre-16' rundt 5 prosent.



Radiokanalenes daglige oppslutning blant 13-19-åringene. Gjennomsnitt i 2000.

Publikums vurdering

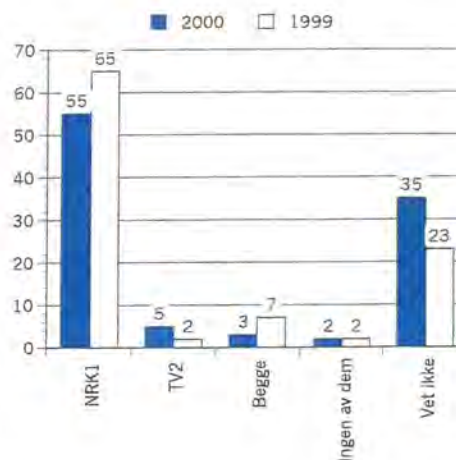
55 prosent av Norges befolkning over 12 år mente NRK1 hadde de beste barneprogrammene i 2000. I 1999 var det tilsvarende tallet 65 prosent. Oppfatningen om at TV2 har de beste barneprogrammene økte fra 2 til 5 prosent i 7 prosent mente i 2000 at utsagnet "har de beste barneprogrammene" passet på begge kanaler, mot 3 prosent i 1999. 35 prosent hadde ingen mening eller svarte ikke på spørsmålet, en økning på 12 prosentpoeng fra 1999.

NRK1 var den enkeltkanalen som skåret høyest når det gjelder utsagnet "har de beste ungdomsprogrammene", med 27 prosent preferanse i befolkningen, det samme som i 1999. TV2 opplevde på sin side en nedgang fra 27 til 23 prosent i 2000. Andelen som ikke svarte eller ikke hadde noen mening om spørsmålet økte med 12 prosentpoeng sammenlignet med 1999, til 35 prosent.

Konklusjon

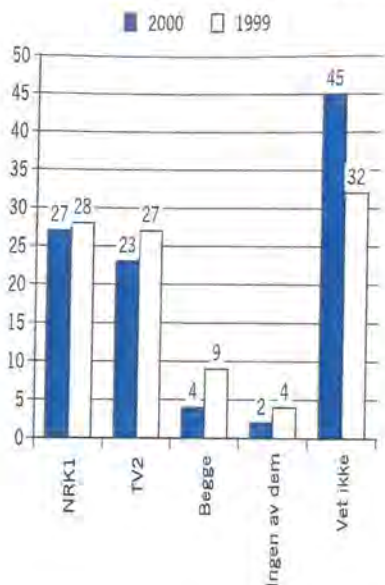
NRKs tilbud til barn og unge hadde et stort genre-mangfold. I tillegg til drama og underholdning, ble det tatt opp temaer som miljøvern, u-hjelp, en rekke temaer fra vitenskap og det ble fokusert på hvordan ungdom i ulike deler av landet har det. På Petre fikk ungdom sine egne nyhetssendinger og det mest aktuelle innenfor pop og rock. Barna fikk sine egne hjemmesider på NRK.no, og tilbudene via mobiltelefon økte.

Andelen som svarte at kanalen hadde de beste barneprogrammene



Prosentandelen som svarte at kanalen hadde de beste ungdomsprogrammene i 2000.

Andelen som svarte at kanalen hadde de beste ungdomsprogrammene



Prosentandelen som svarte at kanalen hadde de beste barneprogrammene i 2000.

Fjernsynsseingen økte både blant barn og ungdom i 2000. Blant ungdom var det også en økning i radiolyttingen. Petre mistet imidlertid noen lyttere. Det virker som disse kan ha blitt fanget opp av det nye radiotilbudet mPetre. Petre var allikevel den største radiokanalen blant ungdom i Norge. Ungdommene foretrakk derimot i større grad TV2s enn NRKs TV-tilbud. Målt i markedsandeler kom NRK på andreplass blant de norske TV-kanalene.

Barne-TV sto fremdeles sterkt og NRK1 var den største kanalen blant de minste barna. TV2 var imidlertid i framgang blant barna.

Barn og unge er en svært attraktiv målgruppe for de kommersielle kanalene. De mest populære programmene i denne gruppen var amerikanske serier og filmer og såkalt 'virkelighets-TV' som 'Robinsonekspedisjonen' og 'Villa Medusa'. De sistnevnte var også populære programmer blant de yngste barna.

Flertallet av befolkningen mener fortsatt at NRK lykkes godt med å formidle kvalitetsprogram for barn og unge. Vi registrerte imidlertid en nedgang her, som kan ha å gjøre med at det blir stadig vanskeligere for folk å ha oversikt over NRKs totale tilbud. Det tyder på at oppgaven med å informere om programtilbudet og programpolitikken blir en stadig viktigere oppgave.

KAPITTEL 6

Språk og etnisitet i NRK

...fremme bruk og respekt for det norske språk og tilse at de to målformene er representert med minst 25 prosent av verbalsendingene i radio og fjernsyn og i NRKs informasjonsvirksomhet

...bidra til å sikre og utvikle samisk språk og kultur

...sende programmer for etniske og språklige minoriteter

Bakgrunn

De tre siste punktene i NRKs mandatbeskrivelse setter på ulike måter krav til bruken av språk i NRKs sendinger. I radio og fjernsyn er den muntlige formidlingsformen fremtredende. Den måten mediene, iberegnet NRK, bruker språket på, har stor betydning for den øvrige språkutviklingen i landet. Det andre avsnittet i dette kapitlet tar for seg målformstatistikken i 2000.

Samiske radio- og fjernsynsprogrammer har i økende grad blitt en del av den samiske kulturen, og gjennom NRKs samiske produksjoner ble språket og kulturen til den samiske delen av befolkningen kjent også utenfor de samiske miljøene. Det tredje avsnittet omhandler de samiske sendingene.

Gjennom teksting og simultanoversetting av programmer, og gjennom daglige nyheter på tegnspråk, fikk hørselshemmede også i 2000 et eget tilbud i NRK. Dette var et viktig punkt i NRKs støtting av demokratiet, også for mindretall og spesielle grupper.

NRKs sendinger på andre språk, rettet mot nordmenn med minoritetsbakgrunn og flyktninger, inngikk også som en del av NRKs mål om allsidighet. Det fjerde avsnittet i dette kapitlet tar for seg tilbudet til de hørselshemmede, samt de flerkulturelle sendingene.

Å måle seing blant minoriteter

Å måle seing blant fremmedspråklige og minoritetsgrupper fortjener noen metodiske kommentarer. TV-Meterdataene gir oss liten informasjon om disse gruppernes TV-seing, for det første fordi de i liten grad er representert i TV-Meterpanelet, for det andre er ikke paneldeltagernes etniske bakgrunn kjent. I tillegg er undersøkelser i fremmedspråklige miljøer svært krevende oppgaver for norske institutter, først og fremst på

grunn av de språklige barrierene. Det at fremmedspråklige flyktninger og innvandrere med minoritetsbakgrunn i liten grad er representert i TV-Meter-panelet, blir et problem ved programmer som retter seg spesielt mot disse seerne. Antageligvis er det derfor større mørketall i disse gruppene for programmer som 'Migranytt' og 'Migrapolis' enn det er for andre programmer på NRK.

Den generelle seingen blant nordmenn er likevel interessant fordi 'Migrapolis' formidler viktig kunnskap om det flerkulturelle Norge. Likeledes får alle innblikk i samisk språk og kultur gjennom de samiske innslagene på NRK Fjernsyn. Gjennom seingen på NRKs programmer for hørselshemmede, kan NRK være med på å gjøre tegnspråk kjent. Derfor viser vi til seertallene for disse programmene, selv om vi antar at det er store mørketall i målgruppene.

Målform i sendingene

Nynorskprosenten bygger i 2000 på alle NRKs programmer, med unntak av programmene fra Distrikts- og Nyhetsdivisjonens avdelinger. Dette skyldtes omlegging av den elektroniske registreringen av programopplysninger. Tallene for 2000 er derfor ufullstendige, og således ikke direkte sammenlignbare med tidligere år.

Radio

Nynorskprosenten i radioen i 2000 var 15 prosent i P1, 14 prosent i P2 og 26 prosent i Petre.

Tilsvarende tall for 1999 var henholdsvis 20, 19 og 24 prosent (tall hentet fra årsrapporten).

Fjernsynet

Nynorskprosenten i fjernsynet var 17 prosent. Ser vi på kanalene hver for seg hadde NRK1 en nynorskprosent på 16 og NRK2 en nynorskprosent på 19. Tilsvarende tall for 1999 var 12 og 20 prosent.

Samiske sendinger

Tilbudet

NRK Sàmi Radio leverte innslag og programmer til både NRK Radio og Fjernsyn i 2000.

Sàmi Radio produserte totalt 1 684 timer radio i 2000.

Såmi Radio produserte totalt 1 684 timer radio i 2000.

Av disse var 1 537 timer regionale sendinger, 126 timer gikk i P2 og 22 timer i P1. I 1999 produserte de 1 637 timer. Såmi Radioens digitale radiokanal sendte 2 424 timer.

NRK Såmi Radio produserte 48 timer fjernsyn i 2000, mot 38 timer i 1999. Programmene i 2000 inkluderte 'Samisk Barne TV' (24 timer), 'Samisk Magasin' (19 timer), 'Skolefjernsyn' (3 timer), 'Nordnytt' (1 time), 'Morgennytt' (0,5 timer) og 17 mai-sending (0,5 timer).

Bruken av de samiske sendingene

Det samiske barneTV-programmet 'Mánáid-TV' ble sendt på mandager gjennom hele året, med reiser på søndag formiddag. I gjennomsnitt så 85 000 seere over 3 år på programmet, hvorav 28 000 var barn mellom 3-11 år. Nyhets- og informasjonsprogrammet 'Samisk magasin', sendt søndag ettermiddag, hadde i gjennomsnitt 59 000 seere. Andre programmer på samisk var 'Sápmelas Oaivil – Samisk synsvinkel' (55 000 seere), og 'CSV – Samisk månedsmagasin' (34 000 seere).

På radio hadde NRK to faste programposter på samisk. P2 sendte 'Såmi Radio' alle hverdager kl. 13.30, hvor man fikk nyheter på samisk og annet aktuelt stoff. Programmet hadde i gjennomsnitt 19 000 lyttere, omtrent det samme som i 1999. 'Rapport fra Sameland' gikk på P1 hver søndag kveld kl. 22.30 og hadde i gjennomsnitt 64 000 lyttere.

NRK Troms hadde ukentlige sendinger på finsk for kvener i Nord-Troms og Finnmark.

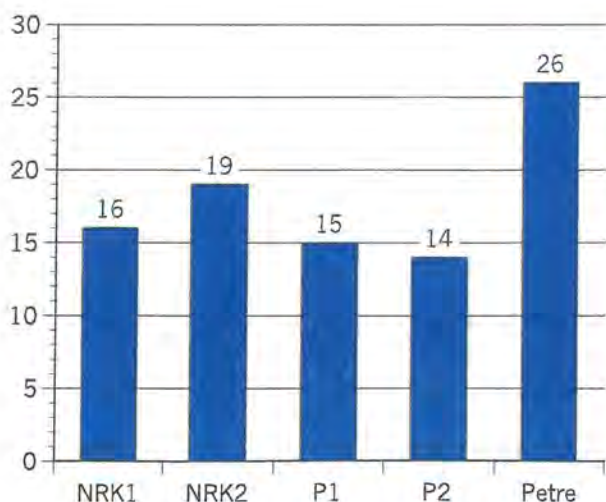
Språklige og etniske minoriteter

Hørselshemmede

Gjennom Tekst-TV side 777 og åpen teksting av hele programmer var det mulig for hørselshemmede å følge store deler av NRKs tilbud i 2000. I alt 56,8 prosent av NRK Fjernsyns programtilbud var teksten i 2000.

Den 14. september åpnet NRK en ny tegnspråktjeneste i digitalt format over satellitt, NRK1 Tegnspråk.

Tegnspråktolkingen er også tilgjengelig i kabelnett som har startet digital overføring. Det var fast tolking av NRK1s programtilbud innenfor tidsrommet 18.00 til 20.00 på hverdager, og noe mer vekslende tidsrom i helgene. Så langt vi kjenner til er NRK den første kringkaster i Europa som har startet slik tolking ved hjelp av digital



Nynorskandelen i NRKs kanaler i 2000. Tall i prosent.

overføringsteknikk, og NRK antas også å være blant de første på verdensbasis.

Det egne programtilbudet til hørselshemmede i fjernsynet utgjorde 30 timer i 2000. "Nyheter på tegnspråk" var egenprodusert og ble sendt alle hverdager 17.55-18.00. I gjennomsnitt så 91 000 nordmenn på dette programmet, en økning på 20 000 seere fra 1999.

De resterende programmene for hørselshemmede var produsert av Døves Video. "Tegntitten" var et barneprogram som ble sendt to ganger i måneden. Programmet hadde 72 000 seere over 3 år i gjennomsnitt, hvorav 21 000 var barn mellom 3-11 år. "Tegnkult" var rettet mot ungdom, og tok opp samfunnsspørsmål. Programmet ble sendt en gang hver måned, og hadde i gjennomsnitt 59 000 seere over 12 år. Informasjons- og kulturprogrammet 'Tegnsatt', sendt to ganger i måneden, ble i gjennomsnitt fulgt av 57 000 personer.

Den 14. september åpnet NRK en ny tegnspråktjeneste i digitalt format over satellitt, NRK1 Tegnspråk.

Migranytt og Migrapolis

Migranytt

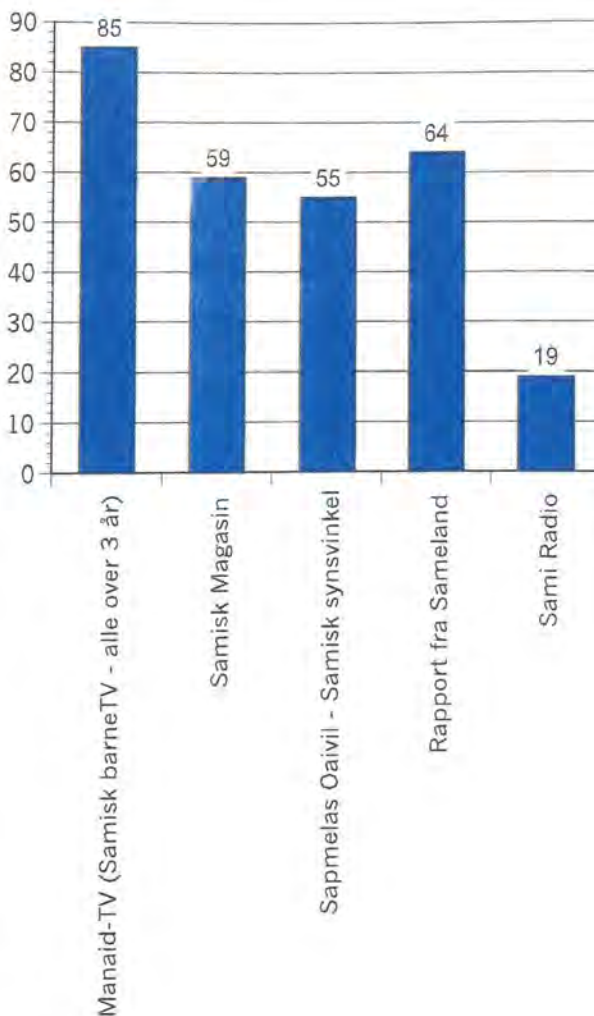
NRK Fjernsyn har siden april 1998 sendt ukentlige nyheter på urdu, vietnamesisk, somali og bosnisk/serbisk/kroatisk. Disse nyhetssendingene har fått tittelen 'Migranytt' og produseres av NRK Østlandssendingen. 'Migranytt' speilet det daglige nyhetsbildet og presenterte viktige saker fra den siste uka. I tillegg til fire-fem saker som var felles for de fire språkgruppene, tok programmet opp to-tre saker hentet fra det enkelte minoritetsmiljøet.

I 2000 ble det produsert 41 'Migranytt'-sendinger. Programmene var på 15 minutter, og ble sendt på NRK2 på fredager, med reprise på NRK1 etterfølgende lørdag formiddag.

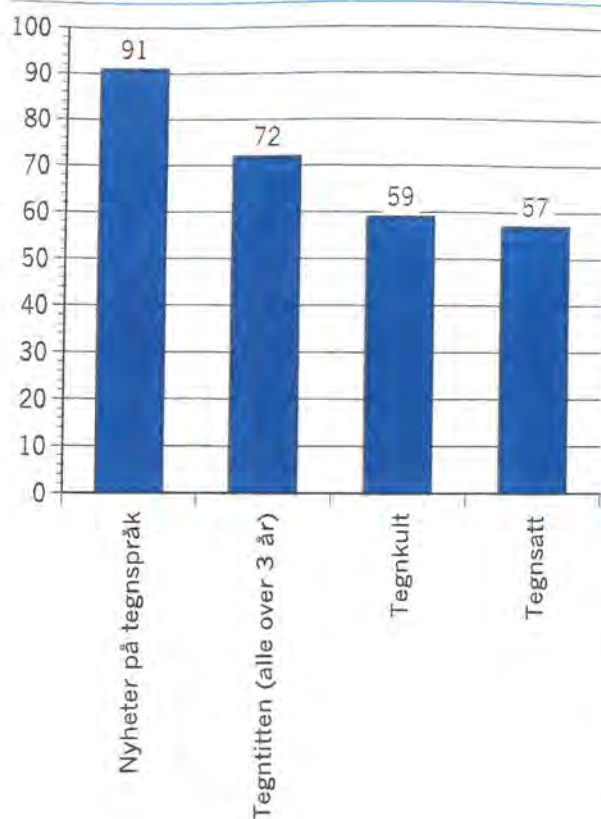
Gjennomsnittlige seertall, inklusive replisen på NRK1, var 31 000.

Migrapolis

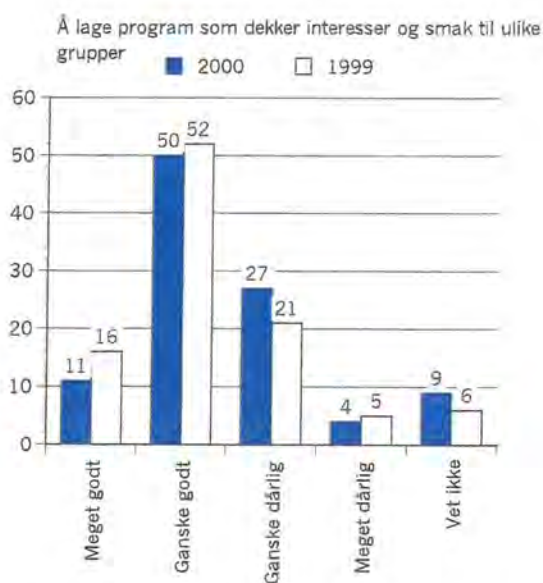
'Migrapolis' var et aktuelt fjernsynsprogram som våren 2000 ble sendt på NRK2 på fredager. På høsten gikk programmet på torsdager, med reprise på NRK1 etterfølgende lørdag eller mandag formiddag. Programmet var utformet som et urbant magasin med flerkulturelt tilsnitt, hvor man tok opp samfunnsaktuelle temaer som blandings-ekteskap, diskriminering og gjengkriminalitet, i tillegg til kulturstoff, trender, mat og opplevelser, alt med fokus på åpenhet og mangfold. Programleder Carolina Maira Johansen og en rekke av



Antall tusen seere/lyttere på NRKs samiske sendinger. Gjennomsnitt i 2000.



Antall tusen seere på NRKs tilbud til døve og hørselshemmede. Gjennomsnitt i 2000.



"Hvordan synes du NRK oppfyller sin målsetting om å lage programmer som dekker interesser og smak til ulike grupper?" Prosentandelen som svarte de ulike kategoriene. Sammenligning med 1999.

programskaperne hadde selv en flerkulturell bakgrunn.

Til sammen ble det sendt 40 'Migrapolis'-programmer på NRK2, og 62 repriser på NRK1 (flere programmer ble sendt i repriser to ganger). Programmet hadde i gjennomsnitt 67 000 seere, medregnet reprisen på NRK1.

I tillegg til å formidle informasjon og inntrykk fra det flerkulturelle Norge i det ukentlige TV-programmet, tilbød 'Migrapolis' tjenesten 'Migra-lenk' på sine internettsider. Her kunne man klikke seg videre til en rekke nasjonale og internasjonale organisasjoner, blant annet til tyrkiske, indiske og iranske nettportaler.

Publikums vurdering

I 2000 mente 61 prosent av Norges befolkning at NRK oppfylte målsetningen om å lage programmer som dekker interesser og smak til ulike grupper godt. I 1999 var det 68 prosent som mente dette.

31 prosent mente NRK oppfylte denne målsetningen dårlig, tilsvarende tall for 1999 var 26 prosent.

Konklusjon

Mandatet pålegger NRK å fremme bruk og respekt for det norske språk. Samtidig skal NRK bidra til å utvikle samisk språk og kultur og sende programmer for etniske og språklige minoriteter. Som det framgår av kapittelet, omfattet Sámi Radios programmer et variert tilbud. Kvenene i Nord-Troms og Finnmark fikk et ukentlig tilbud på finsk. Nyhetssendingene på urdu, somali, bosnisk/serbisk/kroatisk og vietnamesisk var et tilbud til en vesentlig del av de språklige minoritetene i Norge.

Tilbudet til døve og hørselshemmede omfattet sendinger på tegnspråk og teksting av en stor del av fjernsynets tilbud.

I tillegg til å være et tilbud for de nevnte gruppene, bidrar NRKs sendinger til at minoritetsgruppene jevnlig er i mediebildet og slik sett får større oppmerksomhet. "Migrapolis" var et flerkulturelt program på norsk. Dette programmet gir et nyansert bilde av de flerkulturelle miljøene i Norge. Til dette programmet og til de lokale nyhetssendingene har NRK rekruttert flerkulturelle medarbeidere. Enkelte av dem har gitt uttrykk for at de gjennom denne jobben kan bli positive forbilder for ungdom i sitt miljø.

Konkretisering av mandatet

Vi har konkretisert mandatet slik at vi ved å analysere a) programtilbudet, b) publikums bruk av tilbudet og c) publikums holdninger til NRKs tilbud, samlet kan gi et bilde av NRK som allmennkringkaster. I framstillingen har vi hele tiden NRKs ansvar overfor den enkelte borger i fokus.

Mandatets §1 stiller krav til NRK på et meget generelt nivå. Nedenfor knytter vi derfor noen kommentarer til hvordan vi forstår *ytrings- og informasjonsfriheten, de demokratiske grunnverdier og de grunnleggende menneskerettigheter* i denne sammenheng:

NRKs fremming av ytrings- og informasjonsfriheten henger sammen med:

- Den enkeltes rett til fritt å søke kunnskap hvor han/hun vil.
- Den enkeltes rett til å få relevant kunnskap.
- Kringkasterens evne til å gi relevant kunnskap.
- Den enkeltes rett til å ytre seg.
- Kringkasterens redaksjonelle frihet.

Vi belyser dette ved å se på:

- NRKs mangfold og bredde i programtilbudet
- Den enkeltes bruk av ulike radio- og fjernsynstilbud.
- Den enkeltes mulighet til tilsvar.
- Den enkeltes oppfatning av programtilbudet når det gjelder tilbudets bredde/mangfold/allsidighet, vesentlighet og uavhengighet.

Denne forståelsen av ytrings- og informasjonsfriheten blir særlig belyst i kapittel 1, som gir det generelle bildet av NRK i 2000. Når det gjelder den enkeltes mulighet til å ytre seg og få informasjon, finnes det også elementer i kapittel 2, som omhandler NRKs tilbud av nyheter, fakta, kommentarer og debatt om samfunnsspørsmål.

NRKs fremming av de demokratiske grunnverdier forstår vi i denne sammenheng slik:

- ...at den enkelte gis mulighet til å sette seg inn i ulike samfunnsspørsmål.
- ...at publikum oppfatter de ulike samfunnsspørsmålene som relevante for seg.
- ...at det kringkastes et mangfoldig tilbud av nyheter, fakta, kommentarer og debatt om samfunnsspørsmål, også for mindretall og spesielle grupper (jfr §2 i mandatbeskrivelsen).

Vi belyser dette ved å se på:

- NRKs tilbud av informasjonsprogram generelt
- NRKs tilbud til ulike mindretall spesielt
- Den enkeltes bruk av dette tilbudet
- Den enkeltes oppfatning av NRKs tilbud når det gjelder å lykkes med å formidle nyheter og

informasjon, fremme debatt og engasjement, være troverdig/upartisk/upåvirket og pålitelig, være samfunnskritisk, være viktig, være engasjerende og ha gode nyheter, debatt- og dokumentarprogrammer.

Slik tolket er de demokratiske grunnverdiene særlig belyst i kapittel 2. Vi har også elementer av temaet i kapittel 6, som blant annet omhandler NRKs tilbud til samer og til etniske og språklige minoriteter.

En del av hensynet til menneskerettighetene er ivarettatt av punktene om ytrings- og informasjonsfriheten og demokratiske grunnverdier. Menneskerettighetene omfatter i tillegg rettigheter som retten til å ha en nasjonalitet, religionsfrihet, rett til hvile og fritid/rekreasjon, rett til utdanning, rett til å delta i samfunnets kulturelle, til å kunne glede seg over kunst og bli delaktig i vitenskapelig framgang og fordelene av denne. Barn har rett til særlig omsorg og pleie.

Slik vi ser det fremmer NRK de grunnleggende menneskerettighetene ved å:

- ta vitenskapelig/teknologisk framgang i bruk til beste for den enkelte.
- la den enkelte få tilgang til det vesentlige innenfor samfunnets kunst/kulturliv
- la den enkelte få tilgang til det vesentlige innenfor vitenskap og åndsliv
- la den enkelte få tilgang til underholdning og atspredelse
- la den enkelte få tilgang til religionsutøvelse og åndelig vekst
- la den enkelte få tilgang til lærdom
- gi den enkelte mulighet til å utvikle norsk språk
- utvikle et godt tilbud for barn og unge

Vi belyser dette ved å se på NRKs tilbud når det gjelder:

- NRK Tekst-tv og Internett (www.nrk.no).
- kunst, kultur og underholdning.
- vitenskap, åndsliv og lærdom.
- det religiøse og åndelige.
- bruk av norsk språk.
- barn og ungdom.

For alle punktene vil det være naturlig å kombinere beskrivelsen av tilbudet med analyse av publikums bruk og oppfatning av tilbudet. Disse temaene er behandlet i kapittel 3, 4, 5 og 6.

Programtilbudet skal preges av allsidighet, upartiskhet, saklighet og skal legge vekt på det vesentlige.

- Vi belyser dette slik:
- Allsidighet oppfatter vi i denne sammenhengen som sammenfallende med det vi har definert som mangfold og blir belyst på samme måte
 - Upartiskhet og saklighet blir belyst ved publikums oppfatninger av sin tillit til NRK og publikums oppfatning av NRK som troverdig, upartisk og upåvirket.
 - Å legge vekt på det vesentlige forstår vi slik at det stoffutvalget NRK gjør for å belyse et område skal være slik at formidlingen av temaet blir like innsiktsfull som om alle detaljer var presentert. Vi belyser dette ved å se på genre og mangfold.

Begreper for måling av fjernsynsseing

Vi bruker gjerne flere begreper for å måle fjernsynsseingen i Norge. Men de tre viktigste målene på et overordnet nivå er "dekning", "seerminutter" og "markedsandeler".

Dekning forteller hvor mange (prosent eller tusener) som er innom fjernsyn i en gitt periode, for eksempel et døgn.

Seerminutter sier noe om hvor lenge befolkningen ser på TV i en gitt periode, mens markedsandeler forteller hvordan all seingen blir fordelt i prosent på de forskjellige kanalene.

Distribusjonen til kanalene har selvfølgelig noe å si for hvor mange seere i tusen en kanal kan ha, men det normale i et totalperspektiv er å se på seertall i forhold til alle som kan ta inn NRK1. Dette kaller vi riksuniverset eller nasjonalt univers.

Fjernsynsseingen har i 2000 forandret seg noe mer i forhold til 1999, enn i forhold til foregående år. Et sentralt poeng man må ta med seg er at kontrakten for de offisielle tv-metermålingene gikk fra MMI til Norsk Gallup fra 1.1 2000. Den tekniske metoden ble endret fra frekvensmåling på fjernsynet til "picture matching", (sammenligning av bildet på tv-skjermen som måles med bildet man har i en database), utvalget ble økt fra 500 husstander med over 1000 personer til 1000 husstander med over 2000 personer i panelet. Mest viktig i overgangen er likevel at Norsk Gallup registrerer noe mer seing enn MMI gjorde, særlig blant de yngre seerne. Trolig er dette p.g.a. kombinasjonen av et nyere panel og bedre måling av seing på fjernsynsapparat nummer to og tre i husstanden. Dette er gjerne apparater som står på barnas rom.

Begreper for måling av radiolytting

Vi bruker ulike begreper for å måle radiolytting i Norge. "Oppslutning" forteller oss hvor mange personer som har lyttet på radio i løpet av en dag. "Lyttetiden" forteller oss hvor lenge en person har lyttet i løpet av en dag. Et tredje mål som brukes er "markedsandel", det sier oss hvor stor andel av lyttetiden de ulike kanalene har.

Oppslutning er det sentrale begrepet for å kartlegge radiolytting. En lytter har "sluttet opp om" en kanal dersom hun har lyttet mer enn 2 min til kanalen. Daglig oppslutning angir dermed andelen av befolkningen som i løpet av dagen har lyttet mer enn 2 minutter til en radiokanal.

Datagrunnlaget

Data er hentet fra følgende undersøkelser:

Norsk Gallup TVMeterpanel

Undersøkelsen leverer elektronisk registrering av fjernsynsseing i et panel på 1000 husstander. Undersøkelsen er et samarbeid mellom NRK, TV2, TVNorge, TV3, Viasat og Metropol. Feltarbeidet ble i 2000 utført av Norsk Gallup Institutt A/S.

Norsk Gallup Radiundersøkelsen

Dette er en intervjuundersøkelse som leverer 60 000 intervju i året. En del av undersøkelsen er knyttet til Forbruker & Media-undersøkelsen som i tillegg gir data om annen mediebruk og en rekke andre forhold. Undersøkelsen er et samarbeid mellom NRK, P4, Norsk Lokalradioforbund og Radio1-gruppen. Feltarbeidet utføres av Norsk Gallup Institutt A/S.

Norsk Gallup WEB-Topp, 4. kvartal 2000

Gjennomføres som telefonintervjuer hvert kvartal for norske aviser tilsluttet NAL og andre som har inngått spesiell avtale, deriblant NRK.

Seerundersøkelse for NRKs Tekst-TV, oktober 2000

Undersøkelsen foretas med jevne mellomrom av Norsk Gallup Institutt A/S på oppdrag fra NRK. Formålet er å kartlegge tilgang til Tekst-TV, ukentlig dekning for Tekst-TV kanaler og bruk av Tekst-TV.

NRKs programstatistikk

NRKs programtilbud registreres og klassifiseres. Informasjonen analyseres i NRK Forskningen.

NRKs profilundersøkelser

I disse undersøkelsene gir respondentene sin vurdering av kanalene og programtypene for radio og fjernsyn. For fjernsynet omfatter undersøkelsen NRK1 sammenlignet med TV2. For radio omfatter undersøkelsen alle kanaler.