



NRK

NRK i 2001

The background is a solid blue color with a faint, semi-transparent image of a magnifying glass. The magnifying glass is positioned on the right side of the page, with its lens centered over the text. Inside the lens, there is a document with several blue arrows pointing to the left. The text 'NRK i 2001' is written in white, sans-serif font within the magnifying glass's lens.

NRK i 2001

NRK som allmennkringkaster i 2001	5	Drama i radio	35
Oppsummering	6	Det kulturinteresserte publikum	35
		Niveanatt	35
Viktig og veldrevet	9	Noe for alle. Alltid	37
NRK – landets største nyhetsorganisasjon	11	Stor og mangfoldig	38
Dagsnytt og Dagsrevyen	11	Fjernsynsmarkedet 2001	38
Sport	11	Radiomarkedet 2001	39
Det kongelige bryllup	12	Hvordan måler man fjernsynsseing og radiolytting?	39
Stortingsvalget	15	NRK.no	40
11. september	16	Tekst-TV	40
Kunnskap og informasjon	18	NRKs mangfold	41
		Fjernsyn – sendetid	41
Underholdende og utfordrende	19	Radio – sendetid	41
Underholdning på fjernsyn	20	NRK og de andre fjernsynskanalene	42
Det doble Amanda-showet	23	Egenproduksjon	43
Underholdning i radio	24	Målform	43
Kultur på fjernsyn	25	Publikums oppfatning av NRK som mangfoldig	43
Filmtilbudet/Nier'n på NRK2	26	Viktige målgrupper - tilbud og bruk	43
Musikk	28	Barn	44
Kultur i radio	28	Den samiske befolkning	46
Overføring av kulturbegivenheter	28	Andre etniske grupper	47
Prisutdelingene	29	Hørselshemmede	47
Religion/livssyn	30		
Mat - kultur	30	Nye utfordringer	48
Interaktivitet og nye tjenester	31		
Forfall	32		
Drama på fjernsyn	33		

Noe for alle. Alltid

Visjonen i vårt nye strategidokument er ambisiøs. Den favner vidt, og den skal ha noe å tilby alle - her ligger også utfordringen i allmennkringkasteroppgaven.

NRK skal skape verdier gjennom å informere, utvikle, utfordre og underholde publikum i Norge. Vårt tilbud skal dekke ulike interesser og være tilpasset mange forskjellige målgrupper. **Mangfold** er et viktig stikkord. For å lykkes må vi nå ut til så mange som mulig. Derfor er deler av tilbudet rettet inn mot å opprettholde høye lytter- og seertall. Samtidig må vi ta vare på og foredle de deler av vårt samlede tilbud som retter seg mot de smalere publikumsgrupper.



Det er avgjørende for vår oppgave at publikum oppfatter mediehuset NRK som Norges **viktigste** kringkaster og programprodusent. NRK skal oppleves som en viktig del av folks hverdag. Disse ambisjonene forutsetter at NRK har god kunnskap om den verden vi lever i, er **nyskapende** og våger å eksperimentere med så vel nye programkonsepter som tjenester.

Troverdighet er et kjernepunkt for NRKs virksomhet. Publikum skal være trygge på at det de ser, hører og leser hos oss, er pålitelig, saklig og upartisk. NRK ønsker at publikum skal ha tillit til programmer, produkter, medarbeidere, kort sagt NRK som bedrift.

NRK er lisensfinansiert. Dette gjør det ekstra viktig at publikum skal føle at de får valuta for pengene når de ser og hører våre programmer. For å lykkes må NRK være **veldrevet** og ha høy bevissthet på kvalitet, effektivitet og økonomistyring.

Resultatene fra virksomheten i 2001 viser at vi er på rett vei. I forhold til troverdighet, mangfoldighet og viktighet har NRK et godt omdømme blant folk flest. Vi snudde økonomisk underskudd til overskudd og produserte mange nye og spennende programmer.

NRK arbeider videre med å styrke tilbudet innenfor de rammene Stortinget setter, slik at vi kan stå best mulig rustet til å møte en stadig mer kommersiell og konkurranseutsatt mediehverdag.

[NRKs formålsparagraf](#)

John G. Bernander
Kringkastingssjef



The background of the slide is a blue-tinted image of a hand holding a pen, poised to write on a document. The document has some faint, illegible text and a circular stamp. A semi-transparent blue horizontal bar is positioned across the middle of the image, containing the title text.

NRK som allmennkringkaster i 2001

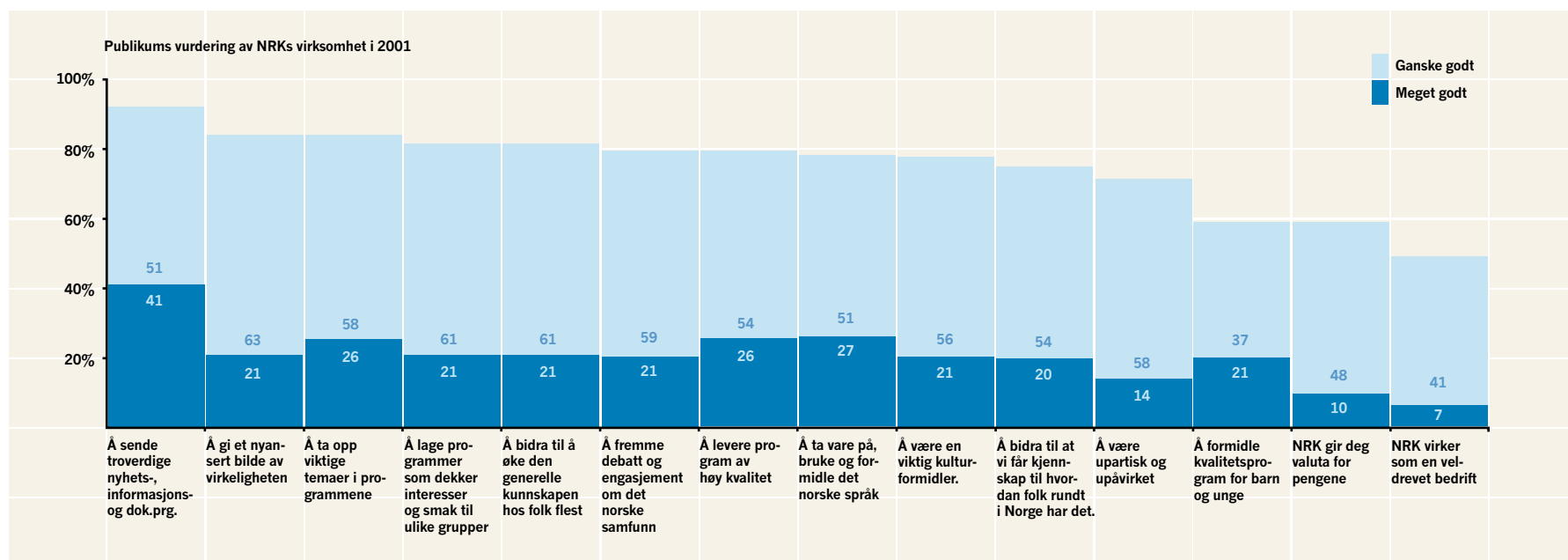
Oppsummering

Et tilbakeblikk på året 2001 viser at NRK var markedsleder både i radio- og fjernsynsmarkedet. NRK var tilstede og ble brukt på alle viktig medieplattformer - radio, fjernsyn, Internett og Tekst-TV. I løpet av en gjennomsnittsdag i fjor var rundt 80 prosent av befolkningen innom ett eller flere av NRKs tilbud. Tilbudet var variert og mangfoldig. Det omfattet mange programmer også for mindretall og spesielle grupper som barn, språklige minoriteter og hørselshemmede.

NRK sto sterkt som kunnskapsformidler både på fjernsyn og i radio. I tillegg kommer tilbudene på Internett og Tekst-TV. Bruken av NRKs tilbud tyder på at det er viktig og har stor betydning for folk flest. Ved store hendelser som stortingsvalget, angrepet på World Trade Center 11. september og Det kongelige bryllup 25. august, markerte publikum tydelig at de foretrekker NRKs sendinger selv når det er tilsvarende tilbud på andre kanaler.

NRK markerte seg særlig sterkt på kultursiden, med mange egne drama-produksjoner og et stort sjangermangfold

både i radio og på fjernsyn. Publikum fikk alt fra Ibsen-oppsetninger til kriminalserier og mer underholdningspregete serier. Lørdag var det tid for opera og ballett i beste sendetid på NRK2. På hverdager ble det sendt et variert filmtilbud. NRK hadde et bredt tilbud av overføringer fra aktuelle kulturbegivenheter, et stort og mangfoldig musikktilbud og daglige programmer som dekket områdene religion, etikk og filosofi. NRK markerte seg også i 2001 med et stort og populært tilbud av norsk underholdning. Underholdningstilbudet inneholdt både de store og folkekjære lørdags-



programmene på fjernsyn og nye, mer eksperimentelle former.

Gjennom denne virksomheten ønsker NRK å bli oppfattet som nyskapende, mangfoldig, troverdig, viktig og veldrevet. Grafen på side 6 gir et bilde av dette fra høsten 2001, da publikum ble spurt om i hvilken grad NRK lever opp til disse idealene.

Generelt ser vi at NRK står sterkt i folks omdømme når det gjelder troverdighet, mangfold og å være viktig i forhold til kultur, språk, kunnskap og engasjement. At NRK kommer forholdsvis lavt ut i forhold til å formidle kvalitetsprogrammer for barn og unge skyldes at mange ikke har en mening om dette. Ser vi derimot på

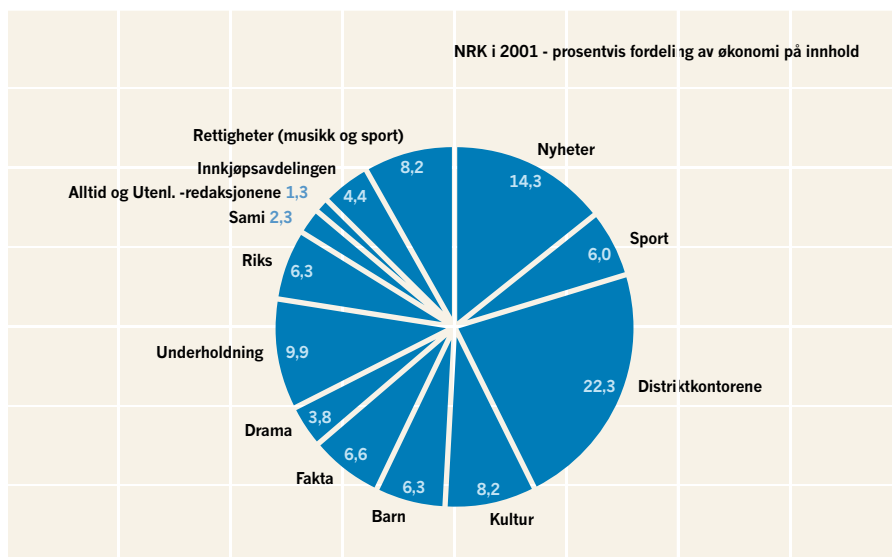
småbarnsforeldrene, mener 80 prosent at NRK lyktes godt på dette området.

NRK kom dårligst ut i forhold til inntrykket av å være nyskapende og å være en veldrevet bedrift. For begrepet nyskapende kan det være snakk om å få bedre fram det som faktisk blir skapt av nye programmer i løpet av året. Det er imidlertid et faktum at en del av NRKs tilbud nødvendigvis *har* et litt tradisjonelt preg. *Dagsrevyen*, *Dagsnytt*, *Nitimen*, *Lørdagsbarnetimen* og *Barne-TV*, for eksempel, har gått under samme tittel og på noenlunde samme tidspunkt år etter år.

Når det gjelder å være en veldrevet bedrift, kan økonomiske problemer og

nedbemanning ha ført til et uheldig inntrykk. I løpet av 2001 ble økonomien rettet kraftig opp. Selskapet var i balanse ved årsskiftet.

NRK har mange kritiske blikk rettet mot seg både fra private og offentlige instanser. Gjennom Kringkastingrådet, Allmennkringkastingrådet, Kristelig Kringkastingslag, 17 distriktsprogramråd og publikumssenteret i Mo i Rana, mottar NRK jevnlig tilbakemelding på vår virksomhet. Disse evalueringene er svært nyttige for NRKs dialog med det norske publikummet. Innspillene blir seriøst vurdert og er viktige i det kontinuerlige arbeidet med å forbedre virksomheten.



Fem kvelder i uka gir NRK fjernsynsseere lokale nyheter fra de ni regionene som landet da blir delt opp i. Her Arild Søndre Sekse i NRK Hordaland.



[Mer om distriktssendingene](#)



Åsne Seierstads
reportasjer fra Afghanistan
engasjerte og sikret
henne Fritt Ord-prisen.





Viktig og veldrevet

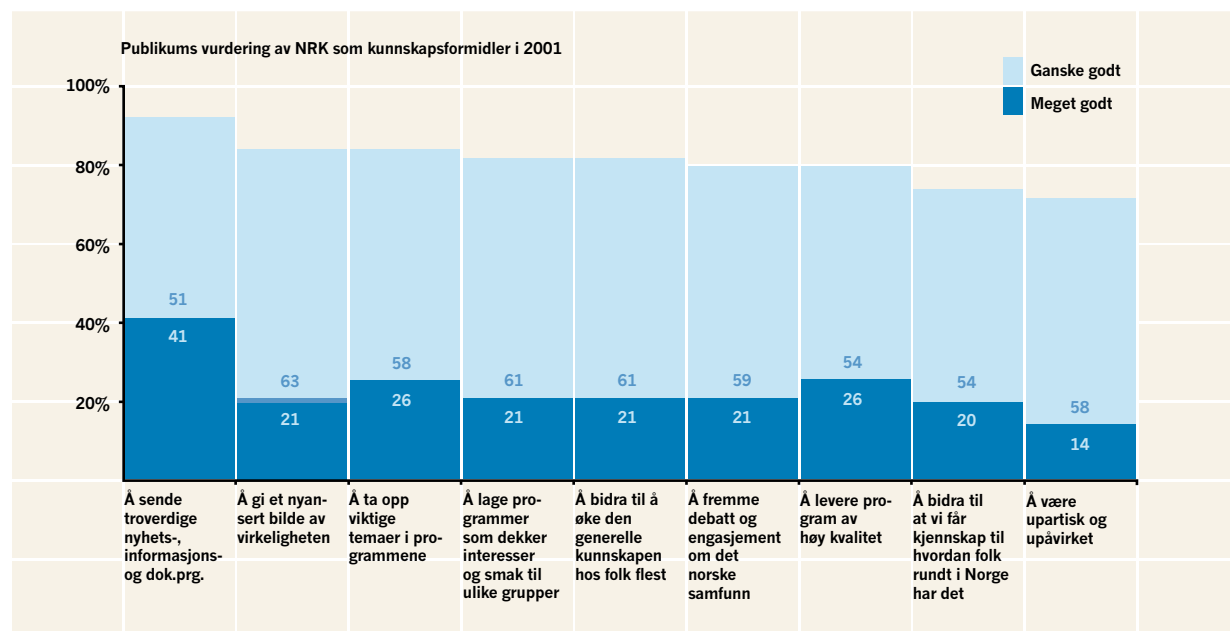
En betydelig del av nordmenns kunnskap om viktige saker i inn- og utland kommer fra NRK. En slik posisjon stiller store krav. Folk må kunne stole på at NRK gir et nyansert og troverdig bilde av virkeligheten. Det må ikke være tvil om at informasjon fra NRK trygt kan legges til grunn for deltakelse i valg og andre viktige aktiviteter i et moderne demokrati. Redaksjonell frihet og uavhengighet er nøkkelord i denne sammenhengen. Tilgjengelighet for alle, utvelging av stoff og

tilrettelegging for ulike grupper er også sentrale begrep.

Gallup undersøker jevnlig publikums oppfatninger av disse spørsmålene. Undersøkelsene viser at folk i stor grad har tillit til NRK som kunnskapsformidler: Sist høst mente 92 prosent at NRK lykkes godt med å sende troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer. 84 prosent syntes at NRK gir et nyansert bilde av virkeligheten og tar opp viktige temaer i programmene. 82 prosent

mente at NRK lager programmer som dekker interesser og smak i ulike grupper og at NRK bidrar til å øke det generelle kunnskapsnivået blant folk flest. 80 prosent mente at NRK fremmer debatt og engasjement om det norske samfunn og at vi lykkes godt med å levere programmer av høy kvalitet. 74 prosent mente NRK bidrar til at vi får kjennskap til hvordan folk rundt i Norge har det, og 72 prosent mente NRK driver upartisk journalistikk.

Med sine 1200 medarbeidere på 50 steder i Norge og 12 i utlandet, er NRKs distrikts- og nyhetsdivisjon landets største nyhetsorganisasjon



NRK: Landets største nyhetsorganisasjon

Nyheter og informasjon dekker en betydelig del av sendetiden både i radio og på fjernsyn. Samlet var over en tredjedel av sendetiden på fjernsyn og en fjerdedel av sendetiden i radio nyheter og informasjon.

Det ligger stor innsats bak dette tilbudet som så tydelig foretrekkes av folk flest. NRK står på mange måter i en særstilling når det gjelder nyhets- og informasjonsformidling i Norge. I distrikts- og nyhetsdivisjonen (NYDI) produseres det nyheter for radio, fjernsyn, Internett, Tekst-TV, mobiltelefon, lomme-PC og WAP. Med en så stor produksjon, er det alltid mindre enn en time til neste sending i nyhetsdivisjonen.

I tillegg til de rene nyhetssendingene produserer distrikts- og nyhetsdivisjonen sportssendingene, nyhetsmagasiner og debattprogrammer.

Dagsnytt og Dagsrevyen

Nyhetsinteressen står sterkt i Norge. Rundt 90 prosent av befolkningen oppgir at de er interessert i nyheter fra inn- og utland eller sitt eget distrikt.

Radiokanalene hadde et trofast publikum for sine *Dagsnytt*sendinger gjennom hele døgnet. De største sendingene var

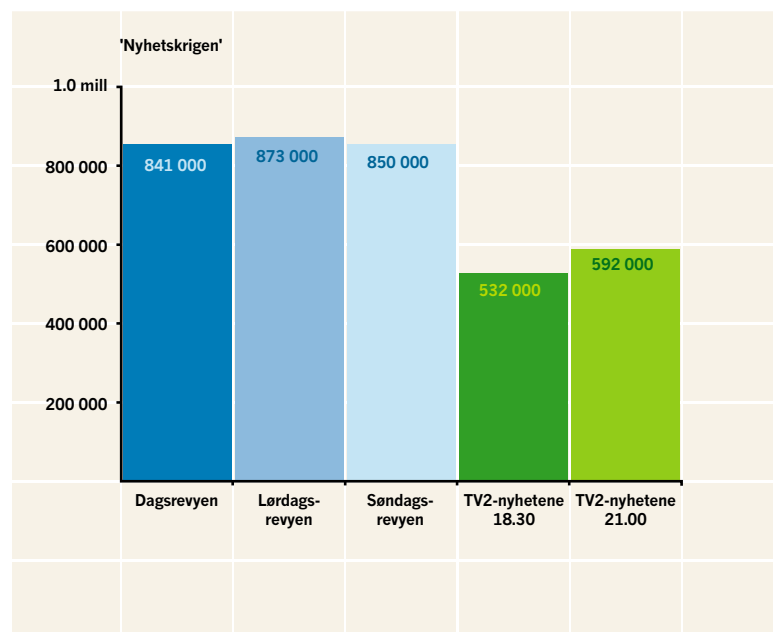
kl. 7.30 og 8.00 på NRK P1. I gjennomsnitt var over 471 000 personer innom disse sendingene. Det er like mange som året før og dobbelt så mange som for tilsvarende nyhetssendinger på P4.

Tross radioens sterke stilling, oppleves fjernsynet i dag som det viktigste av alle nyhetsmedier, særlig blant dem under 40 år. I gjennomsnitt så 841 000 personer *Dagsrevyen* en vanlig dag i 2001. Det er en økning på 10 000 sammenlignet med året før. 38 av sendingene hadde over en milli-

on seere. Når *Dagsrevyen* gikk, var rundt 70 prosent av all fjernsynsseing i Norge konsentrert om dette programmet. Til sammenligning hadde TV2s nyhetssending kl. 21.00 gjennomsnittlig 592 000 seere.

Sport

Ski-VM i Lahti var den store sportsbegivenheten i 2001. Sendingene fra Lahti hadde i gjennomsnitt 509 000 seere. *VM studio* rett etter *Dagsrevyen* samlet størst publikum, 729 000 seere.



Gjennomsnittlig antall tusen seere på NRK1 og TV2s hovednyhetssendinger i 2001



Dagsrevyens presentatører skårer høyt hos publikum når det gjelder troverdighet og profesjonalitet, her representert ved Ingvild Bryn og Einar Lunde.

[Mer om NRK Nyheter](#)

[Mer om NRK sport](#)



Det kongelige bryllup

Kongehuset fikk en ny familie 25. august. I forkant ble det lagt ut mye bryllupsstoff på NRKs hjemmesider, der debatten gikk livlig, og begivenheten preget i høy grad nyhetsbildet både i radio og fjernsyn. Selve vielsen og bryllupsfesten var først og fremst en fjernsynshendelse.

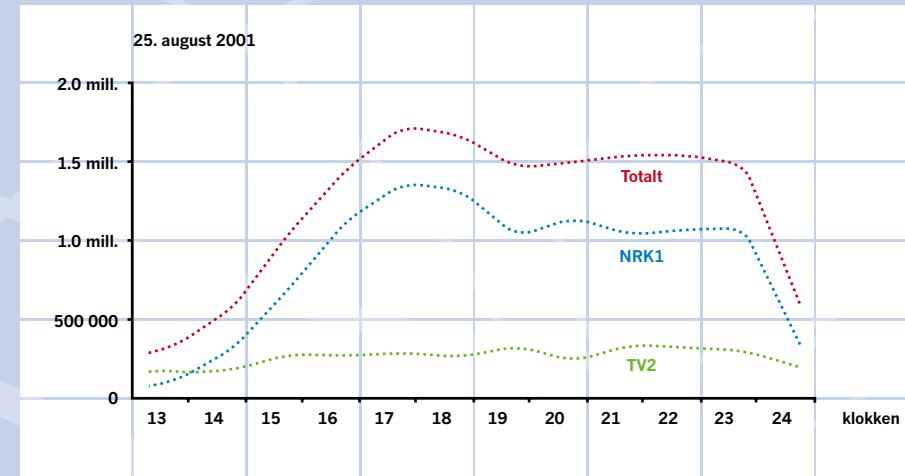
Dekningen var den største fjernsyns-satsingen siden OL på Lillehammer. Opp mot 1,4 millioner seere fulgte vielsen på NRK1, mens i underkant av 300 000 så den på TV2.



Bryllupsfjernsyn: Geir Helljesen, Anne Grosvold og Fredrik Skavlan loset seerne gjennom NRKs maratonsending fra kronprinsbryllupet.



Bryllupsradio: Anne Sandvik Lindmo og Hans-Petter Jacobsen ledet radioens direktesending fra Det kongelige bryllup.



Det kongelige bryllup.
Antall TV-seere fra kl 13.00 til midnatt,
25. august 2001

[Mer om Det kongelige bryllup](#)

[Mer om Kronprinsbryllupet, nyheter](#)



Ved viktige
begivenheter
søker publikum
til NRK

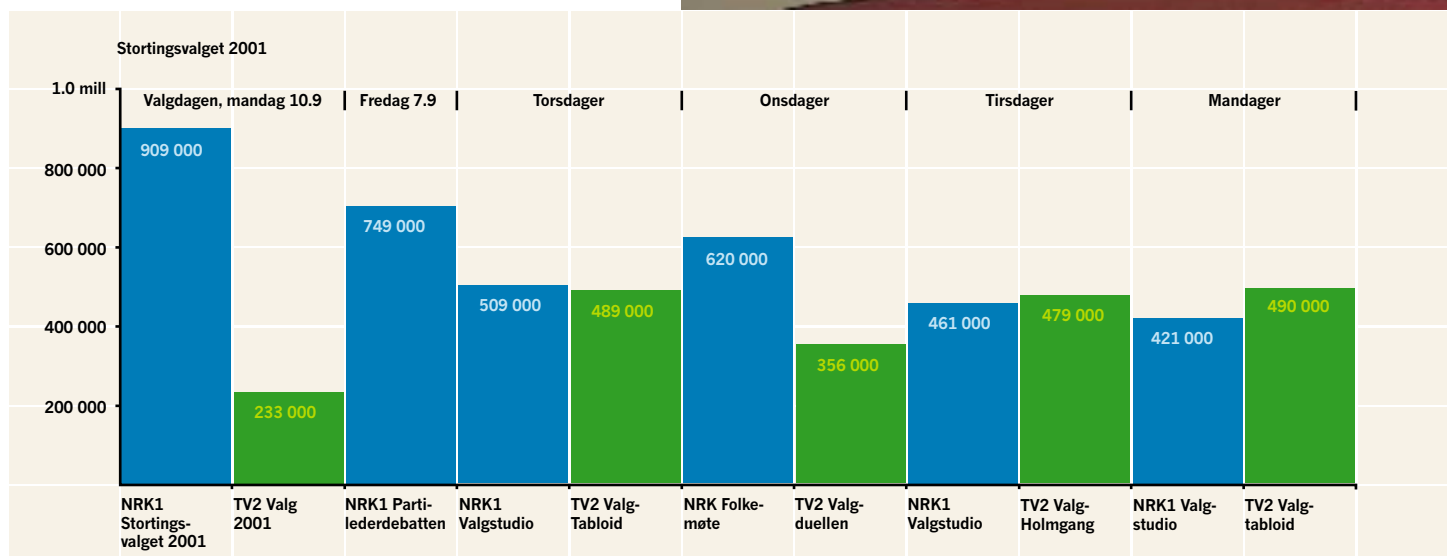


NRKs store valghattstudio og daglige valgsendinger med Kai Sibbern og Lisbeth Skei.

Stortingsvalget

10. september var det stortingsvalg. NRK dekket valgkampen både i radio, på fjernsyn og på Internett. I radio ble valgstoffet dekket i de vanlige nyhetsprogrammene på rikskanalene og på distriktskontorene.

På fjernsyn var det valgstudio på mandager, tirsdager og torsdager, og folkemøter på onsdager. Publikum valgte oftest å følge valgprogrammene på NRK. Dette ble ekstra tydelig på valgdagen da NRK1 hadde 909 000 seere på sin sending mot 233 000 på TV2.



Fra partilederdebatten på NRK. F.v. partileder Thorbjørn Jagland, statsminister Jens Stoltenberg, partileder Jan Petersen, partileder Valgerd S. Haugland, partileder Carl I. Hagen, og partileder Odd Roger Enoksen.

[Mer om Stortingsvalget](#)

Antall tusen seere på NRKs og TV2s valgsendinger høsten 2001



NRKs USA-korrespondent Ole Torp rapporterte direkte fra terrorangrepet på World Trade Center.

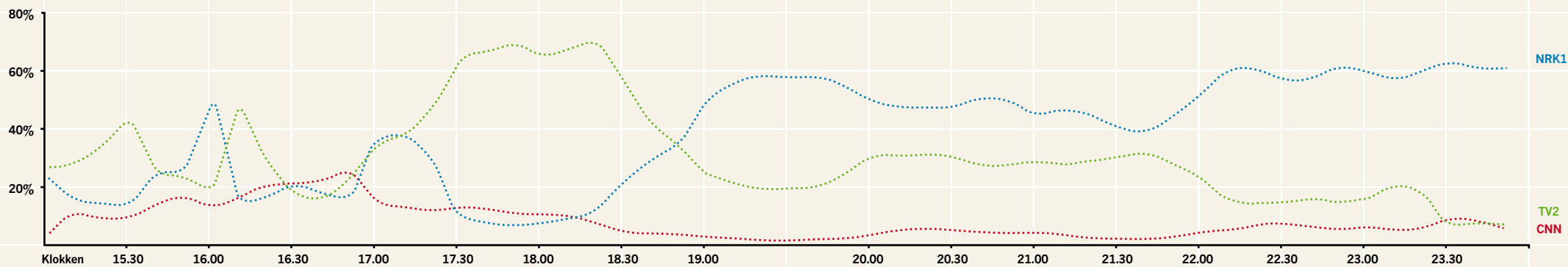
11. september

Stortingsvalget kom likevel helt i skyggen av terrorangrepet på World Trade Center i New York. Dette var i særklasse den mest dramatiske nyhetshendelsen i fjor og ble på mange måter motpolen til det vakre og romantiske bryllupet et par uker tidligere.

Publikum søkte informasjon fra mange kilder. Fram til kl. 17.00 var det uvanlig høy seing både på CNN og BBC. Men igjen så vi at såfremt NRK har sending, er det hit folk i størst grad vender seg.



Terrorangrepet mot USA, 11. september 2001

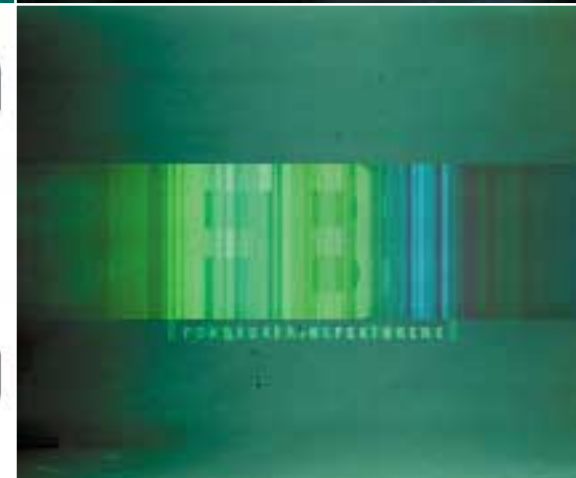
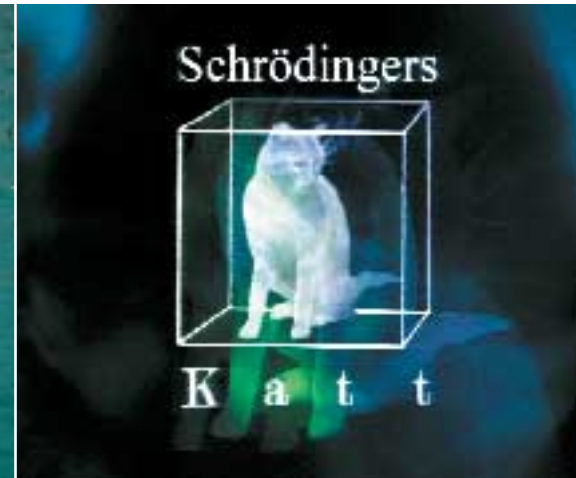


Utviklingen i markedsandeler for de største TV-kanalene under terrorangrepet mot USA 11. september 2001.

Kunnskap og informasjon

I tillegg til de løpende nyhetssendingene spiller informasjonsprogrammene i NRK en viktig rolle i folks hverdag. *Verdibørsen*, *Verdt å vite*, *Radiodokumentaren* og *P2 Akademiet* hadde i gjennomsnitt mellom 15 og 40 000 lyttere. Dette er samme nivå som året før. Foredragene fra *P2 Akademiet* blir for øvrig samlet og gitt ut i bokform.

På fjernsyn hadde faktaprogrammene *Brennpunkt*, *Forbrukerinspektørene*, *Puls*, *Schrödingers Katt* og *Dok 22* mellom 400 000 og 600 000 seere i gjennomsnitt, noe høyere enn året før.





Underholdende og utfordrende

En viktig del av NRKs mandat er å 'støtte, skape og utvikle norsk kultur, kunst og underholdning'. Gjennom et omfattende tilbud på dette området framstår NRK som en sentral kulturformidler og et alternativ til de kommersielle kanalene. NRKs kulturtilbud kjennetegnes i 2001 av mangfoldet – populær- og finkultur, norsk og utenlandsk, bred og smal kunst og kultur.

Sjangrene underholdning, kultur, musikk, drama og religion/livssyn er representert på alle NRKs plattformer – radio, fjernsyn, Internett og Tekst-TV.

Underholdning på fjernsyn

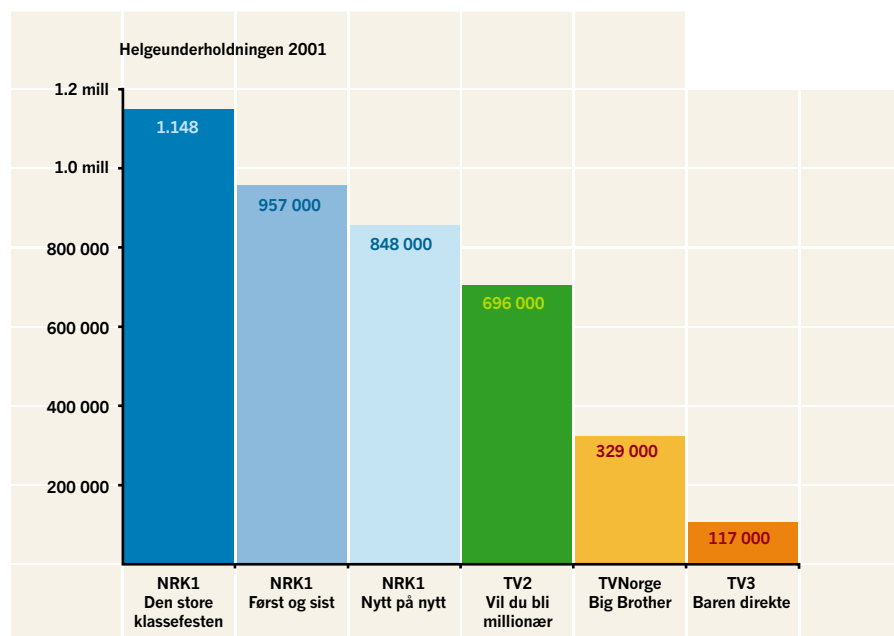
2001 var et suksessår uten like for NRKs underholdningsavdeling. 'Det mangler ikke på slagere når Tordis Aavatsmark setter sammen sendeskjemaet sitt', skrev Kampanje i juni, og ga helgeunderholdningen mye av æren for at NRK igjen styrket sin posisjon i fjernsynsmarkedet. Suksessen ble også gjenspeilet i profilundersøkelsen, hvor 62 prosent av publikum mente at NRK1 hadde de beste norske underholdningsprogrammene i 2001. Dette er en økning på 4 prosentpoeng fra 2000.

Den store klassefesten med Dan Børge Akerø var uslåelig også i 2001, og i snitt

fulgte 1,15 millioner nordmenn hver lørdag to kjendiser i vennlig kamp mot hverandre. Med en slik merittliste var det ikke overraskende at Dan Børge selv ble 'best i klassen' – og ble 'årets programleder' i fjernsynsbransjens egen Oscar-utdeling, Gullruten.

Fredrik Skavlands talkshow *Først og sist* gikk høsten 2001 inn i sin sjette sesong. Fredagsunderholdning av denne typen er noe mange nordmenn foretrekker, og programmet hadde nærmere én million seere i gjennomsnitt hver gang, en økning på 100 000 fra året før. Satireprogrammet *Nytt på nytt* rullet videre inn i sin femte sesong, med stabile seertall opp mot 900 000.

2001 var et suksessår uten like for NRKs underholdningsavdeling



Gjennomsnittlig antall tusen seere på NRK1s helgeunderholdning og på de mest sette underholdningsprogrammene på TV2, TVNorge og TV3 i 2001.



Trond Viggo Torgersen og Ellen Horn var gjester hos Dan Børge Akerø i *Klassefesten* 2001.

[Artikkel i bladet «Kampanje»](#)
[Mer om underholdning på fjernsyn](#)



Programmene Nytt på Nytt med Jon Almaas, Anne-Kat. Hærland og Knut Nærum og Fredrik Skavlans Først og Sist var sikre vinnere på fredagskvelden.





Åpen post traff blink hos de yngre seerne med sin eksperimentelle humor. Motestylisten Yngve Freiholt var også med i programmet.

Helgeunderholdningen bestod ikke bare av talkshow og kjendisgjester. Ivar Dyrhaugs musikalske spørrekonkurranse *Beat for Beat – tone for tone* fortsatte suksessen. Rune Larsen spilte norsk musikk i programmet *Absolutt norsk*, og Toppen Bech viste oss norske herskapshus i *Herskapelig*.

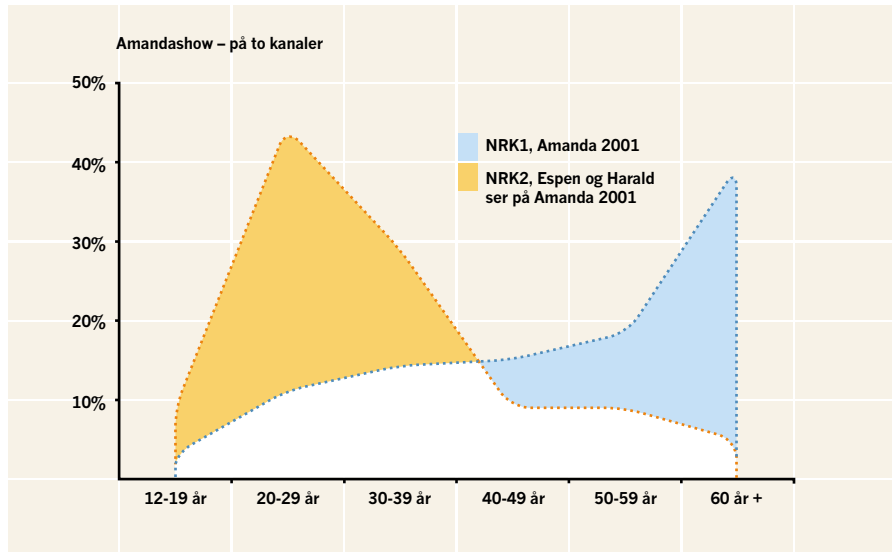
NRKs sterke stilling innen underholdning kan henge sammen med at underholdningstilbudet skiller seg fra konkurrentenes. NRK skal nå hele befolkningen, både eldre og unge seere og lyttere. De mange nyskapende humorprogrammene som blir sendt på NRK Fjernsyn og i NRK Radio har de unge som målgruppe. For eksempel er NRK alene om å satse bredt på egenprodusert satire og mer

eksperimentelle underholdningsformater. Programmer som *Åpen Post* og *Karate tøyser grenser*, eksperimenterer og bruker en ny generasjons språk.

Åpen Post ble sett av 587 000 seere hver gang, og programmet skapte debatt og sterke reaksjoner. Av andre humorprogrammer kan nevnes *De nære ting* med standupkomikeren Dagfinn Lyngbøs refleksjoner over dagligdagse hendelser. Stuntreporter Alex Rosén hadde to programserier i 2001 – *Folk i farta* hvor han møtte spesielle mennesker rundt om i verden, og *Dagen, den er din* hvor han intervjuet profilerte nordmenn. I tillegg sendte NRK1 *Nils og Ronnys TV-cocktail*, *Full Pupp med Adamseplene*, *Café Copacabana* og *Slå på Ring*.

Det doble *Amanda-showet*

Den 31. august fikk publikum som så på NRK1 se *Amanda-showet* som vanlig, mens de som slo på NRK2, fikk se *Espen og Harald sitter og ser på Amanda*. Her satt komikerne Espen Eckbo og Harald Eia i en sofa og kommenterte det direkte sendte *Amanda-showet*. Selv om publikumsmassen var betydelig mindre på NRK2 enn NRK1 – 79 000 seere mot 674 000 seere – var det tydelig at Harald og Espen særlig appellerte til de yngre seerne, mens det mer tradisjonelle *Amanda-showet* hadde flest eldre seere. Gjennom denne eksperimentelle programsettingen nådde NRK1 og NRK2 et nytt publikum.



Jon Almaas ledet *Amanda-showet* i 2001.

NRK er alene om å satse bredt på egenprodusert satire og mer eksperimentelle underholdningsformater

Underholdning i radio

Også i NRKs radiokanaler var det et bredt spekter av underholdnings- og humorprogrammer. I det ukentlige programmet *HumorXtra* hørte over 200 000 lyttere humoristiske godbiter fra NRK P1-uken som gikk.

Nitimen hadde nesten en halv million lyttere daglig

En annen klassiker er NRK P2s satireprogram *Hallo i uken*, som etter 12 år på lufta har opparbeidet en trofast lytter-skare. I 2001 hørte rundt 70 000 lyttere hver uke på dette programmet.



Hallo i uken: Else Michelet og Are Kalvø.

09.00, viktig klokkeslett for over en halv million nordmenn hver dag. Hans-Petter Jacobsen er klar med Nitimen.



Verdens beste radioprogram?

NRK Petre sendte hver ettermiddag humorprogrammet *Karate*, hvor brødrene Schau – og deres mange alter egoer - tok opp viktige og uviktige temaer. Programmet, som hadde 63 000 lyttere i gjennomsnitt, ble i 2001 kåret til årets – og verdens - beste radioprogram i musikkmagasinet *Panorama*. *Karate* er nok et eksempel på eksperimentell humor som slår kraftig an i de unge målgruppene, og som skaper debatt blant de fleste andre.

[Mer om verdens beste radioprogram](#)

[Mer om underholdning i radio](#)



Programmet *Bokbadet* har vakt interesse på nordisk plan. Lars Saabye Christensen, Linn Ullmann og Susan Faludi var blant gjestene i 2001.

[Mer om dette](#)

Dersom publikum får velge, foretrekker de nasjonalt produserte programmer

Kultur på fjernsyn

NRK Fjernsyn sendte i 2001 nærmere 300 timer 'kunst, kultur, medier'. Den store interessen for norsk kultur gjenspeiles i at et program om kulturminnevern samlet 429 000 seere, mens nærmere 400 000 fulgte tre programmer om norske forfattere. Tendensen i de fleste land, ikke bare i Norge, er da også at dersom publikum får velge, foretrekker de nasjonalt produserte programmer.

I den årlige publikumsundersøkelsen kom NRK1 klart best ut når det gjaldt kulturprogrammer – 43 prosent av de

spurte mente kanalen hadde de beste kulturprogrammene. 15 prosent mente NRK2 var best på kultur.

Alt i alt mener 77 prosent av publikum at NRK meget eller ganske godt oppfyller målsetningen om å være en viktig kulturformidler. Mennene er mer positive enn kvinnene (henholdsvis 80 og 75 prosent), og andelen positive til NRK øker også med alder, utdannings- og inntektsnivå.

Blant kulturprogrammene i 2001 kan nevnes *Bokbadet*, hvor Anne Grosvold intervjuet kjente og aktuelle forfattere 'live

on stage' på et utested i Oslo. Samtidskunst, aktualiteter og eksperimentelt kulturliv var gjennomgangstemaer for programserien *Kunst nå*, tirsdager 22.30 på NRK1. NRK2 sendte blant annet *Hovedscenen*, hvor opera og ballett m.m. sto på sendeplanen hver lørdagskveld.

Filmredaksjonen ble sendt på NRK1 etter midnatt på søndager. Men det mest omfattende filmtilbudet hadde NRK2 med *Nier'n*, som har blitt et begrep for filminteresserte.

[Mer om kultur på fjernsyn](#)

Filmtilbudet/*Nier'n* på NRK2

Filmer og serier er publikumsfavoritter. Over halvparten av befolkningen sier de er meget interessert i å se filmer eller serier på fjernsyn. Og NRK kommer denne interessen i møte, gjennom både filmomtaler og filmvisninger. NRK2 har blitt NRKs 'filmkanal', og sender en spillefilm hver dag kl. 21. I 2001 sendte kanalen 244 filmer i beste sendetid, mens NRK1 sendte 49 filmer i 'nattkinoen' lørdag kveld.

51 av NRK2-filmene, og 8 serier, ble i 2001 sendt i formatet 16:9. Det innebærer at de som har digitalt mottakerutstyr kan se filmene i bredformat, i likhet med kinoerretet. NRK2 har eksperimentert med dette i flere år, og Norge har vært et foregangsland.

[Mer om film i NRK2](#)

NRK2 har vært en pionér innen bruk av digital teknologi gjennom å sende en rekke filmer i bredformat



Filmtilbudet på NRK2 bidro sterkt til å øke kanalens markedsandeler. Mest sett av alle filmene i 2001 var den amerikanske actionfilmen *Kapring på åpent hav*, med 277 000 seere og en markedsandel på 17 prosent. Mandagene var den mest besøkte filmdagen, med 119 000 seere i snitt.

Nettopp fordi film er et område som omfattes av så stor interesse fra publikum, er det ideelt som arena for debatt og meningsutveksling. På NRK.no ble det i

2001 opprettet et forum der publikum selv kunne få komme med sine meninger om film, 'Din filmanmeldelse'. Dette forumet kan ses både som et demokratiserende tilbud og en måte å nærme seg publikum på, men har også blitt kritisert for å 'vanne ut filmkritikken som institusjon' (Dagbladet 20.1.02).

[Mer om NRKs filmtilbud](#)

16:9



«The Rock» med Nicolas Cage i widescreen var et av de populære filmtilbudene i Nier'n på NRK2

Musikk

Også i musikktilbudet kommer NRKs mangfold til uttrykk. NRK Fjernsyn overførte tradisjonen tro Nyttårskonserteren fra Wien, fulgt av nærmere 700 000 seere, og Sommerkonserteren fra Holmenkollen. Serien *Du skal danse mye* tok opp mer folkelig dansemusikk, mens serien *Spillerom* satte søkelyset på norsk folkemusikk gjennom tidene, og *VG-lista topp 20* handlet om pop og rock. Det mest sette programmet innen musikk i 2001 var – som hvert år – *Eurosong*-finalen, med over 1,5 millioner seere.

Radiokanalene hadde et svært bredt musikktilbud. I NRK P1 fant man den brede, folkelige musikken, i programmer som *Musikkrevyen* og *Norsktoppen*. NRK P2 sendte programmer om alt fra jazz (*Jazzbasillen*) til tidligmusikk (*Musikkantikk*) og samtidsmusikk (*Musikk i brennpunktet*), mens NRK Petre fokuserte på ulike former for populærmusikk - rock i *Musikkmisjonen*, rap/hiphop i *National Rapshow* og tekno/house i *Tektektimen*. Foruten disse programmene på basiskanalene, har NRK egne nisjekanaler, som NRK Alltid Klassisk og NRK mPetre. NRK bidrar også hvert år til nyskaping innenfor norsk musikkliv gjennom å få fram nye band i NRK Petres årlige Urørt-konkurranse, samt Ukens demo i NRK P1.

[Mer om NRKs musikktilbud](#)

Kultur i radio

Alle NRKs radiokanaler har en bred kulturdekning. Men det er naturlig å framheve [NRK P2, NRKs kulturkanal](#).

NRK P2s tilbud var svært omfattende også i 2001. Hver dag fikk lytterne siste oppdatering innen kulturlivet, gjennom *Kulturnytt* og *Kulturbeitet*. Av spesialprogrammer kan nevnes *Boktilsynet* om litteratur, *Mørkets opplevelser* om film og *Agenda* med en rekke temaer – teater, samtidskunst, skuespillerportretter. I tillegg sendte NRK P2 opplæringsserier i *Verdt å lese*, blant annet 'Halvbroren' av Lars Saabye Christensen. Mer moderne kunst og populærkultur ble dekket i det nye programmet *Radiofront*, delt inn i *Ordfront*, *Popfront* og *Filmfront*.

NRK Petre hadde stor suksess med sitt daglige tre timers lange kulturprogram *Kaliber*, med hovedvekt på aktuell populærkultur. Programmet, som hadde 128 000 lyttere daglig, kom for øvrig på tredje plass i *Panoramas* kåring av årets beste radio-program.

NRK P1 og NRK P2 deler førsteplassen i årets publikumundersøkelse når det gjelder vurderingen av hvilken radiokanal som er best på kultur. Henholdsvis 20 og 19 prosent av publikum mente NRK P1 og NRK P2 sendte de beste kulturprogrammene i radio.



Herborg Kråkevik medvirket i *Verdt å lese* på kulturkanalen P2.

Overføring av kulturbegivenheter

I NRKs mandat ligger det både krav til nyskaping og til støtte av det eksisterende kulturlivet. NRK bruker et stort antall norske skuespillere, musikere og andre artister i sine egenproduksjoner. I tillegg er Kringkastingsorkestret, Radioteatret og NRK Drama en viktig arbeidsplass for mange kulturutøvere.

[Mer om dette](#)

For eksempel produserte NRK Drama i 2001 en nyinnspilling av Henrik Ibsens *Rosmersholm*, med Laila Goody og Bjørn Skagestad i hovedrollene. Stykket ble sendt 15. april og sett av 459 000 personer.



Wenche Foss, Bjørn Skagestad og Laila Goody i sceneoverføringen av Rosmersholm



NRK gjenspeiler også virksomheten ved de største teatrene i Norge gjennom å sende opptak fra flere norske teateroppsetninger. I 2001 var en slik teateroppsetning det mest sette enkeltprogrammet innenfor kulturgenren – stykket *Bønder i Solnedgang* av Hans Rotmo ble sett av 518 000. I tillegg

sendte NRK gjennom hele året programmer fra ulike kulturarrangementer, musikkfestivaler og festspill. NRK P2 overførte en rekke konserter med norske symfoniorkestre, og NRK Petre var en viktig støttespiller både for Quart-festivalen og for 'Bylarm'.



Prisutdelingene

Spellemannsprisen, Amandaprisen, Brageprisen og Komiprisen: NRK markerte seg også i 2001 som en viktig kulturformidler gjennom å produsere og overføre disse sentrale prisutdelingene for musikk, film, litteratur og humor. Slike programmer øker interessen for norsk kultur og underholdning, stimulerer og aktiviserer norsk kulturliv og skaper festivitas.

[Mer om dette](#)



Morgenandakten på NRK P1 hadde 430 000 lyttere hver morgen

I 2001 ble det overført nærmere 40 gudstjenester på NRK1.

Religion/livssyn

Religion- og livssynsprogrammer står sentralt i NRKs programtilbud. *Morgenandakten* på NRK P1 hadde en stabil lytterskare på 430 000 hver morgen. Kanalen overførte også gudstjenester hver søndag, et tilbud som ble fulgt av 300 000 lyttere. Programmet *På kirkebakken* hadde 190 000 lyttere i gjennomsnitt. NRK P2 sendte ukentlig flere programmer med

filosofisk innhold, for eksempel *Verdibørsen* og *Studio Sokrates*.

I 2001 ble det overført 39 gudstjenester fra hele landet på NRK1. Hver gudstjeneste hadde i snitt 73 000 seere. I tillegg ble det søndag kveld sendt to programserier med religiøst innhold – *Gud og kvarmann*, og *Brobyggernes gjestebud* hvor åtte personer med forskjellig religiøs overbevisning møttes til diskusjon.



Mat – kultur

Hver lørdag på NRK P2 inviterte Per Olav Reinton og Esben Hoff lytterne med på en tur inn i *Den globale gane*. I *BarMeny* på NRK1 lagde Lars Barmen tradisjonell norsk mat på nye måter, eller reiste verden rundt og oppdaget andre lands matkultur sammen med seerne. 'The naked chef' Jamie Oliver inviterte seerne hjem på kjøkkenet hvor han disket opp med enkle, velsmakende og lekre retter for travle mennesker. Mat var også underholdning i programmet *Kokkekamp*, hvor to lag kjempet om å lage avansert og god mat ut fra billige råvarer.

Rekord for Barmen

I 2001 fikk 'mat' sine egne sider på NRK.no, med oppskrifter hentet blant annet fra de populære TV-seriene *BarMeny*, *Jamies Kjøkken*, mfl. Matsidene ble raskt svært populære, og i uke 44 hadde Barmens pizzaoppskrifter 29 146 sidevisninger - ny rekord i NRK.no-sammenheng for en enkelt artikkel.

[Mer om mat – kultur](#)

[Mer om religion/livssyn](#)



NRK står i fremste rekke med å utvikle nye interaktive tjenester. Våren 2001 ble det laget en vellykket pilotjeneste for bredbånd.

Interaktivitet og nye tjenester

NRK skal være nyskapende både i innhold og form. Derfor lanserer NRK programtyper der interaktivitet er en del av selve formatet, ikke bare en tjeneste (for eksempel SMS) som er lagt til i etterkant. I 2001 var NRK først i Norge til å lansere full in-

teraktivitet gjennom set-top-boksen, i spørreprogrammet *Verdensmester* på NRK2. Fra den 17. desember kunne seere med Canal Digital-abonnement sitte hjemme i sin egen sofa og måle kunnskaper med deltakerne i studio gjennom fjernkontrollen. Dette er et eksempel på den type fram-

I 2001 var NRK de første i Norge som lanserte full interaktivitet gjennom set-top-boksen, i spørreprogrammet *Verdensmester* på NRK2

tidsrettet fjernsyn som det vil bli mer og mer av framover.

Upunkt.no samlet NRKs tilbud av underholdning og kultur for ungdom på ett sted, og opplevde rekordbesøk i 2001. Nettstedet var et av få som kunne vise til økt trafikk i sommermånedene, noe som kom av samarbeidet med Quart-festivalen, men også gjennom resten av året hadde nettsidene stabil eller økende trafikk. Toppen kom med *Forfall*-prosjektet, da upunktsidene hadde over to millioner treff i løpet av de sju dagene *Forfall* varte. Av andre aktiviteter på upunkt.no kan nevnes debattsider, spill, og redaksjonelle saker med fokus på temaer ungdom er interessert i. I tillegg finner man lenker til alle NRK Petre-programmer, og man kan høre innslag fra NRKs arkiver.

[Mer om upunkt.no](http://Mer.om.upunkt.no)

Kunst, reality-TV eller reinspikka tøys?

I november 2001 flyttet *Karate*-programlederen Kristopher Schau inn i et butikkvindu på Karl Johan. Der utforsket han hvor mye et menneske kunne forfalle i løpet av en uke – et forfall som følge av fastfood, videoseing og totalt fravær av hygiene. *Forfall* var NRKs første 100 prosent multimediale satsing, med daglige sendinger på NRK2, NRK Petre, Internett, SMS og Chat. Og stuntet var en ubetinget suksess, både målt i publikumsoppslutning, og i grad av debatt det skapte.

«Som kunst er dette kanskje det betydeligste jeg har sett»

– Odd Nerdrum, *kitschkunstner*

Forfall-prosjektet ble både opphøyet og slaktet, og definert som alt fra kunst til rent tøy:

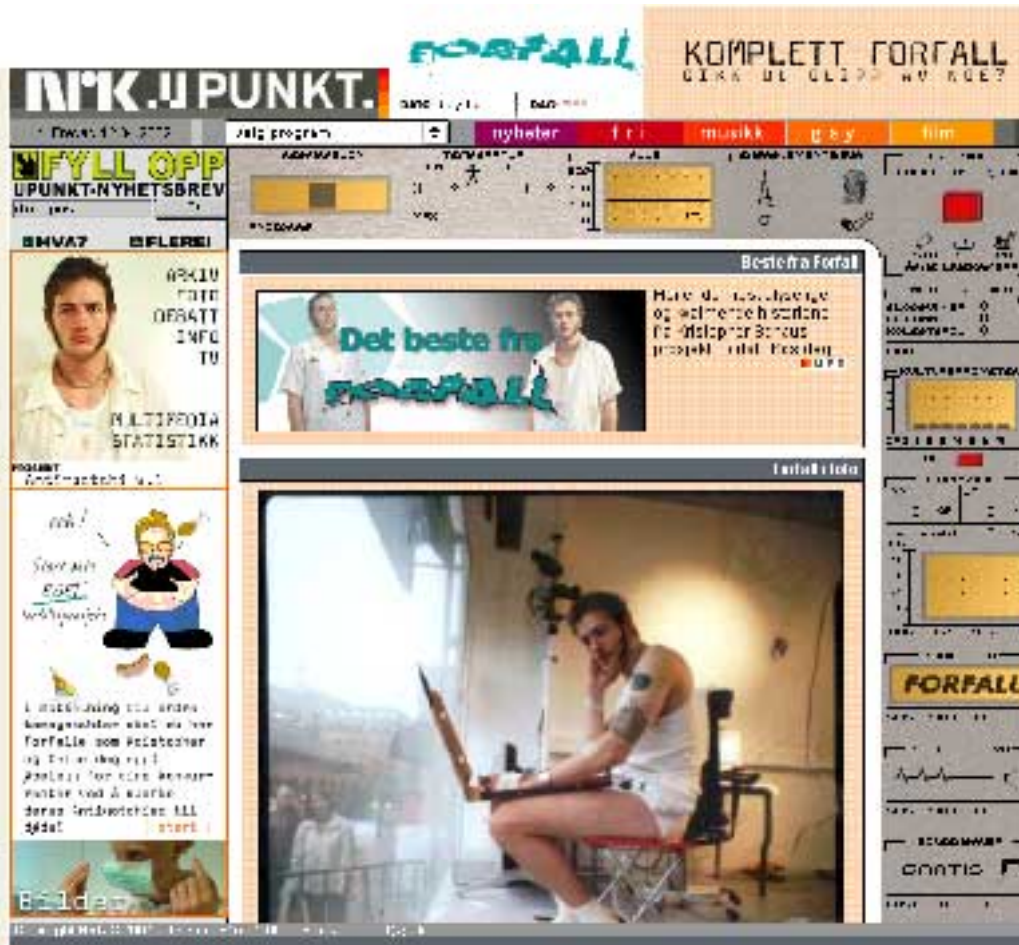
«**Dekonstruktiv performancekunst**»

– Ole Fyrand, *prof. i medisin*

«**Et tåpelig eksperiment**»

– Per Schioldborg, *prof. i psykologi*

Sikkert er det i hvert fall at besøket på NRK.no økte med 20 prosent den uken Schau var i butikkvinduet sitt, og at programmet var blant de 10 mest sette på NRK2, til tross for sent sendetidspunkt. I gjennomsnitt



fulgte 67 000 seere *Forfall*, og over halvparten av seerne var mellom 20 og 40 år.

NRK gjennomførte i 2001 et pilotprosjekt for bredbånd, noe som var svært vellykket. Arbeidet med å lage fullverdig og nyskapende innhold for bredbånd blant annet på NRK.no fortsetter i 2002. I tillegg

inngikk NRK i 2001 strategiske utviklingsavtaler med Netcom og Telenor Mobil for å tilby avanserte mobile multimedia-tjenester. NRK har i dag en ledende posisjon når det gjelder mobilt Internett basert på synergi fra web og Tekst-TV.

[Mer om Forfall-prosjektet](#)

Drama på fjernsyn

Dramaserier har vært en viktig del av NRK Fjernsyns sendeskjema i alle år, og 2001 var intet unntak. Både egenproduserte og innkjøpte serier, brede familieserier og kontroversielle, smale produksjoner fikk plass på NRK1 eller NRK2. NRK ble for øvrig utropt til årets seriemester i 2001, med de fire mest sette dramaseriene i løpet av året [Aftenposten 22.1.02](#). NRK slo dermed tilbake påstandene fra en annen kanal som under store deler av 2001 hadde hevdet at den var Norges seriemester.

To av de mest sette seriene var egenproduserte – *NR. 13*, en humorserie om dagliglivet til Roger og naboene hans i en bygård i Oslo Øst, og familiedramaet om hotellet Soria Moria. *Fredrikssons fabrikk* var en samproduksjon med SVT.

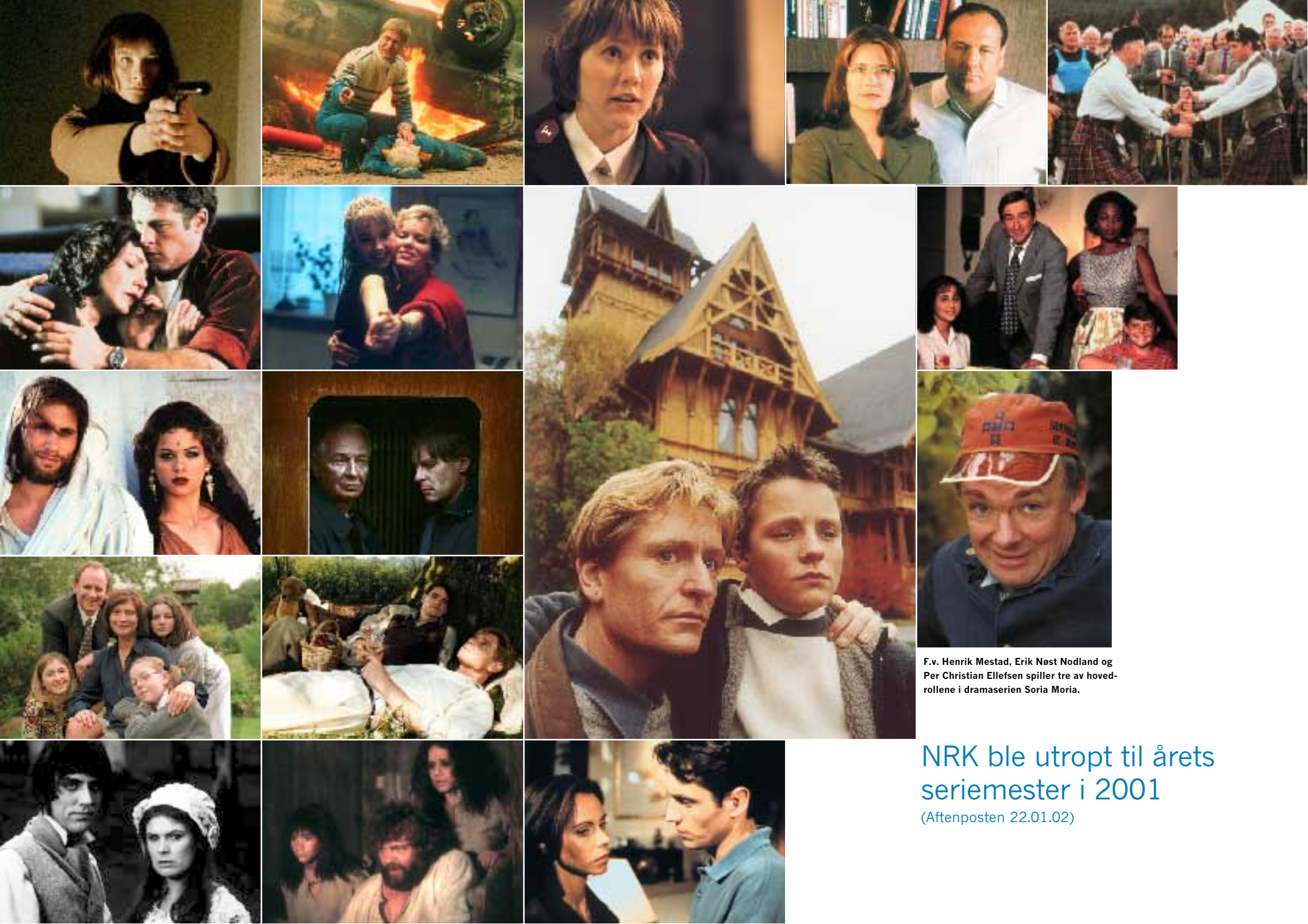
NRK2 skapte debatt gjennom å sende den kontroversielle engelske serien *Skeive Venner*, som skildret homofile miljøer, også med heftige sexscener. Serien ble hyllet av magasinet *Blick* for å bidra til økt aksept av homofile. Andre serier var den mangfoldig Emmy-vinnende mafiaserien *Sopranos* og den svenske *Sanger om kjærligheten*, fire frittstående episoder om romantikk og kjærlighet.

NRK1 og TV2 kom svært likt ut i publikumsundersøkelsen når det gjaldt hvilken TV-kanal som hadde de beste norske seriene i 2001, med henholdsvis 29 og 28 prosent. Dette er på samme nivå som i 2000.



Helge Reiss og
Aud Schønemann
som ekteparet
Skau i *Nr.13*.





F.v. Henrik Mestad, Erik Nøst Nodland og Per Christian Ellefsen spiller tre av hovedrollene i dramaserien Soria Moria.

NRK ble utropt til årets seriemester i 2001

(Aftenposten 22.01.02)

Drama i radio

I 2001 fylte Radioteatret 75 år. Det ble markert på mange vis, med retrospektive utstillinger, utgivelse av boka 'Det usynlige teatret', lydgalleri, ønskerepriser og premierer. Blant årets nye produksjoner var *Niveanatt* og *Hedda Gabler*. Radioteatrets ønskerepriser i NRK P1 søndag ettermiddag ble i snitt fulgt av 230 000 lyttere.

Det kulturinteresserte publikum

Kulturtilbudet er sentralt når NRK skal stå fram som et alternativ til de kommersielle kanalene og som en betydningsfull aktør i norsk kulturliv. NRKs forskningsavdeling startet derfor i 2001 et større prosjekt hvor målet er å kartlegge alle aspekter ved NRK som kulturinstitusjon. Foreløpig har vi kartlagt hvem den kulturinteresserte delen av befolkningen er.

Det viktigste funnet er at denne gruppen langt fra er så homogen som tidligere antatt. For det første spiller alder en stor rolle for hvilke kulturpreferanser, mediemønster og interesser disse personene har. For det andre er det særlig for det yngre alderssegmentet (13 til 39 år) at interessen for kultur synes å påvirke livsstil, meninger, interesser og hobbyer. Denne aldersgruppen var den som skilte seg mest fra tilsvarende aldersgruppe i befolkningen gene-



Niveanatt – litt for aktuelt etter 11. september.

Av og til kan teater bli for aktuelt, og det skjedde med Radioteatrets storsatsing *Niveanatt* av Christopher Grøndahl. Serien, som handlet om terrorisme mot den vestlige verden, ble plutselig for virkelig etter terrorangrepet på World Trade Center, og ble derfor utsatt til slutten av november. Den femten deler lange serien ble sendt i NRK Petre, og man kunne også høre episodene på Upunkt. Serien fikk gjennomgående strålende kritikker for sin tette og virkelighetsnære dramatik, og viser hvordan teater fremdeles kan kommentere samfunnet.

relt. Prosjektet viser også at både seriøse og populære kulturuttrykk er av interesse, og at de kulturinteresserte i tillegg er opptatt av emner som faller inn under en utvidet kulturdefinisjon – som mat, reising og moter.


[Mer om Drama i radio](#)
[Mer om Niveanatt](#)



Grethe Nordberg i rollen som Hedda Gabler i Radioteatret



Radioteatret 75 år:
'Det usynlige teatret' av
Tillman Hartenstein



Jul i Blåfjell var det klart mest sette barneprogrammet blant 3-11 åringene i 2001

A blue-tinted photograph of a road with a dashed white line and a road sign. The road sign is a white diamond-shaped sign with a black border and a black symbol in the center. The background is a blurred view of the road and surrounding landscape.

Noe for alle. Alltid

Stor og mangfoldig

Allmennkringkasting er en viktig forutsetning for ytrings- og informasjonsfrihet, menneskerettigheter, demokrati og kultur. For å oppfylle forpliktelsene på disse områdene, må NRKs tilbud nå ut til alle, og det må kunne bli forstått, satt pris på og brukt av ulike grupper i det norske samfunnet. NRK må med andre ord være stor, målt i daglig bruk, og variert, målt i ulike programkategorier.

NRK1 kan tas inn i hele landet, mens NRK2 når 82 prosent. I tillegg kunne NRK International tas inn via satellitt over hele Europa. 98 prosent av befolkningen tar inn TV2, 86 tar inn TVNorge, TV3 distribueres til 62 prosent og Metropol til 35 prosent

80 prosent av Norges befolkning var daglig innom NRKs programtilbud

av befolkningen. Viasat+ ble lagt ned 31. desember 2001, og ZTV kom i stedet.

NRK P1 hadde i 2001 100 prosent dekning. Tilsvarende tall for NRK P2 og NRK Petre var henholdsvis 99 og 96 prosent. I tillegg hadde de med Internett anledning til å lytte til alle NRKs radio-kanaler gjennom nettradioen. NRK Alltid Nyheter kunne tas inn av 34 prosent i noen utvalgte områder, NRK Alltid Klassisk kunne tas inn i Oslo, Bergen og Trondheim. NRK mPetre kunne tas inn av rundt 34 prosent.

I 2001 var om lag 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. 59 prosent av befolkningen var hver dag innom NRK Fjernsyns tilbud. I løpet av en vanlig uke-dag i 2001 var 48 prosent av den norske befolkning, det vil si 1,9 millioner lyttere, innom ett eller annet tilbud fra NRK Radio.

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

- 36 prosent av befolkningen var innom både NRK Fjernsyn og NRK Radio...
- 26 prosent så på sendingene fra NRK Fjernsyn, men hørte ikke på NRK Radio...
- 15 prosent hørte på sendingene fra NRK Radio....

Fjernsynsmarkedet 2001

I gjennomsnitt var 71 prosent av befolkningen daglig innom fjernsyn i 2001. Nordmenn så i gjennomsnitt 158 minutter på fjernsyn hver dag i 2001.

NRK1 hadde en gjennomsnittlig markedsandel per døgn i 2001 på 38 prosent. NRK2s tilsvarende tall var 3 prosent. TV2, TV3, TVNorge og "Andre kanaler" hadde markedsandeler på henholdsvis 31, 7, 10 og 11 prosent.

I tiden mellom klokka 19 og 23, såkalt *prime time*, var tallene enda bedre for NRKs del. I denne flaten økte NRK1 sin markedsandel med ett prosentpoeng sammenlignet med 2000 til en gjennomsnittlig markedsandel på 44 prosent. NRK2 økte med 0,1 prosentpoeng til 3,8 prosent i denne flaten. TV2 mistet 1,5 prosentpoeng og hadde i gjennomsnitt 30,1 prosent markedsandel i *prime time* i 2001.

TVNorge økte med 1,4 prosentpoeng, mens TV3 mistet 1,1 sammenlignet med 2000.

En vesentlig årsak til forskyvningene i fjernsynsmarkedet i 2001 var TVNorges suksessen *Big Brother*. Dette programmet svekket TV2 og TV3 i langt større grad enn NRK1 og NRK2.

NRK1 var landets største kanal alle dager, bortsett fra tirsdager, der TV2 holdt posisjonen fra 2000. NRK1 klarte imidlertid å vinne "tilbake" mandagen, som sammen med fredagene og lørdagene var NRK1s beste dager.

[Mer om fjernsynsmarkedet 2001](#)

NRK1 hadde sine høyeste markedsandeler blant dem over 40 år. TV2 var størst hos dem som var under 40. NRK1 hadde en noe høyere andel av kvinner i 2001, og når det gjaldt utdanning var det de høyest utdannede som i størst grad foretrakk NRK1. NRK2 hadde en "flatere" alderskurve enn NRK1 med størst andeler blant dem mellom 40 og 49 år. Kanalen var noe mer foretrukket av menn enn kvinner, og stod høyest i kurs blant dem med høy utdanning.

NRK1s sterkeste måneder var januar, februar, mars, august og desember – og bare i oktober og november var TV2 større. Det var for øvrig mye takket være realityserien *Farmen*, og det faktum at det ikke ble sendt sport på NRK1 i helgene i disse to månedene.

NRK1 var landets største kanal alle dager, bortsett fra tirsdager

Radiomarkedet 2001

Den totale daglige dekningen for radio i 2001 hele uken var på 65 prosent. Dette var en nedgang på 1,3 prosentpoeng sammenlignet med 2000.

Når vi ser på markedsandeler, var tallene gode for NRK i 2001. NRK Radio

Hvordan måler man fjernsynsseing og radiolytting?

Når vi snakker om fjernsynsmarkedet, mener vi vanligvis den delen av befolkningen som er over 12 år. Fjernsynsmarkedet består slik sett av 3,7 millioner personer.

Fjernsynsseing måles ved at man i 1 000 representative husstander (som til sammen rommer om lag 2 300 personer), valgt ut av Norsk Gallup, har utplassert måleinstrumenter, såkalte TV-metere. Disse er koplet til alle fjernsynsapparater i husstanden og registrerer all fjernsynsseing. TV-meterundersøkelsen er et samarbeid mellom NRK, TV2, TV3 og TVNorge.

Målingen av radiolytting foregår ved hjelp av telefonintervjuer. Norsk Gallup foretar hvert år om lag 60 000 telefonintervjuer der de spør folk om deres ra-



diolytting. Radioundersøkelsen er et samarbeid mellom alle de store norske radio-kanalene og lokalradiostasjonene.

[Mer om måling av fjernsyn og radiol](#)

NRK Radio hadde totalt en markedsandel på 60 prosent daglig i 2001

økte med nesten ett prosentpoeng sammenlignet med 2000, og hadde totalt en markedsandel på 60 prosent i 2001. NRK Radio hadde en samlet dekning på 48 prosent, en nedgang på 1,8 pp fra 2000. For enkeltkanalene var dekningsstal-

lene som følger: NRK P1 34,1 prosent, NRK P2 5,8 prosent og NRK Petre 8,2 prosent. Til sammenligning hadde P4 en daglig dekning på 22,9 prosent, og lokalradio i alt hadde 12,2 prosent dekning.

[Mer om radiomarkedet 2001](#)

268 000 Internettbrukere var ukentlig innom NRK.no



NRK.no fikk NetMedia Awards 2001 for nettsiden Fotballspesial. NRK.no fikk også Gulltaggen i teknologi-klassen for sin satsing på Jul i Blåfjell.

[mer om nrk.no](http://mer.om.nrk.no)

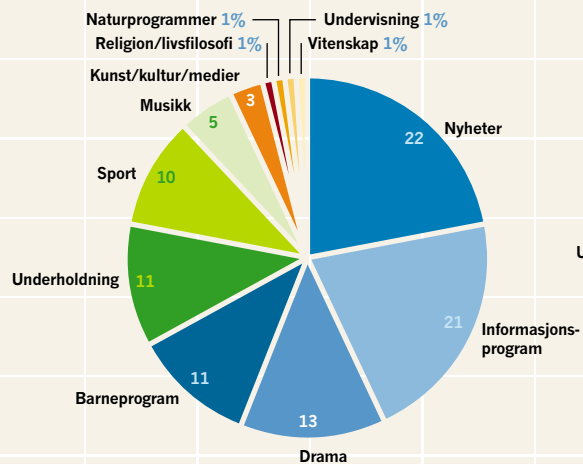
NRK.no

67 prosent av Norges befolkning over 13 år hadde tilgang på Internett i fjerde kvartal 2001. I samme periode var 268 000 internettbrukere ukentlig innom NRK.no. Dette var en økning på 33 000 sammenlignet med tilsvarende periode i 2000. NRK.no gikk samtidig fra en 15. til en niende plass på lista over de mest besøkte nettstedene i Norge.

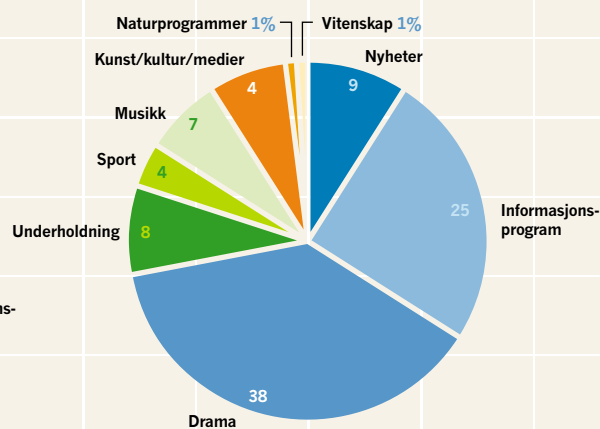
Tekst-TV

86 prosent hadde tilgang til NRKs Tekst-TV i 2001. 57 prosent benyttet dette tilbudet ukentlig. Tilsvarende ukentlige tall for TV2, TV3 og TVNorge var henholdsvis 48, 16 og 19 prosent. De mest populære områdene på NRK (i benyttet rekkefølge) var innenriksnyheter (1,7 millioner brukere i løpet av en uke), utenriksnyheter (1,5 mill.), programinformasjon for fjernsynet (1,4 mill.), sportsnyheter (1,1 mill.), spill, det vil si tipping, lotto og rikstoto (1,1 mill.) og distriktsnyheter (1 mill.).

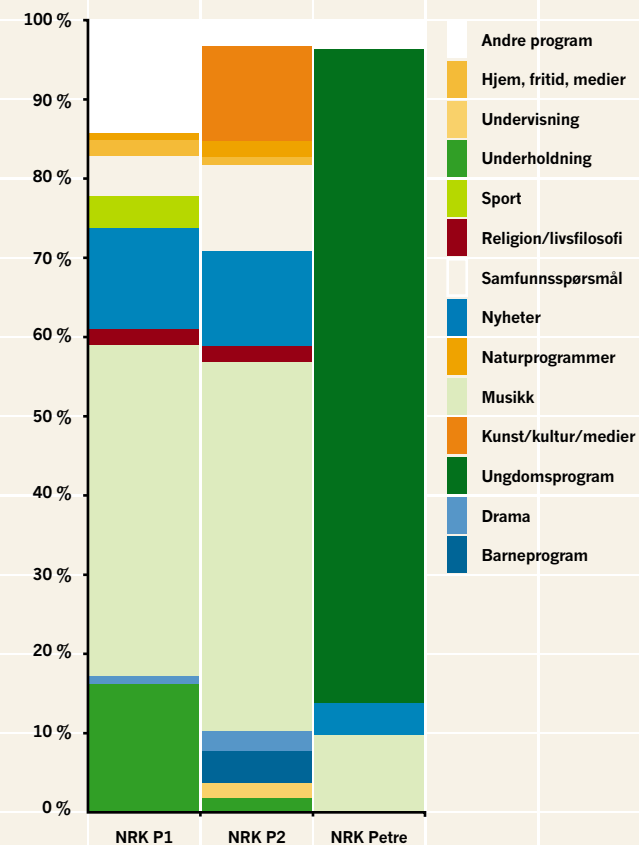
NRK1.
Programkategoriernes andel av den totale sendetiden i 2001.



NRK2.
Programkategoriernes andel av den totale sendetiden i 2001.



NRKs radioprofil 2001.
De ulike programkategoriernes andel av kanalenes totale sendetid



Fjernsyn

NRK1 og NRK2 sendte til sammen 7 529 timer fjernsyn i 2001. I tillegg til dette ble det sendt 709 timer distriktsjernsyn på NRK1, fordelt på 17 distriktskontorer, som sendte nyheter i ni fjernsynsregioner. Også i 2001 hadde NRK et tilbud rettet mot nordmenn i utlandet: NRK International sendte i 2001 4 747 timer. Programmene var hovedsakelig hentet fra NRK1s programmeny.

Radio

NRKs riksdekkende kanaler sendte til sammen 22 786 timer radio i 2001. I tillegg ble det sendt 22 166 timer distriktsradio på NRK P1s sendnett, fordelt på NRKs 17 distriktskontorer.

[Mer om NRKs programprofil i fjernsyn](#)

[Mer om NRKs programprofil i radio](#)



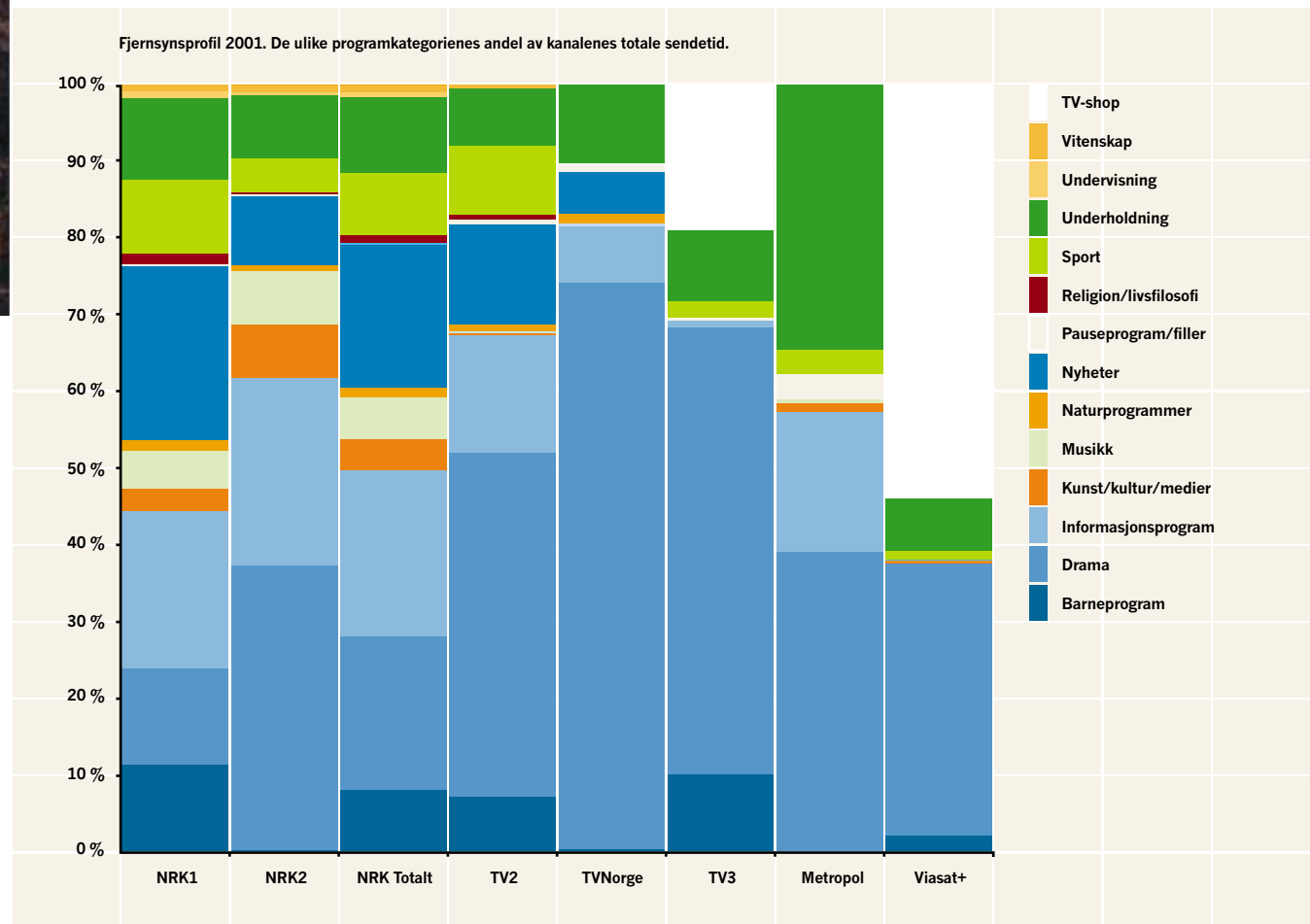
Erik Aasheim og Nina Stensrud Martin var programlederduo i Nyhetsblikk høsten 2001.

NRK og de andre fjernsynskanalerne

En sammenligning viser at NRK generelt – og NRK1 spesielt - var vesentlig mer variert enn de andre fjernsynskanalerne i Norge i 2001.

Den største forskjellen var at de andre kanalene i svært stor grad valgte å sende programmer innenfor kategorien 'drama'. Hos NRKs hovedkonkurrenter utgjorde denne programtypen fra 45 til 74 prosent av sendetiden i 2001. NRK1 og NRK2 hadde til sammen 20 prosent programmer i kategorien 'drama'.

NRK1s mangfold kan kort oppsummeres slik: Av de 12 kategoriene som er med i undersøkelsen, var NRK1 størst (målt i andel av total sendetid) i åtte, og nest størst, bare "slått" av NRK2, i tre. NRK kan altså med god margin sies å være langt mer mangfoldig enn de andre aktørene på fjernsynsmarkedet.



Tallene er hentet fra TV-meterundersøkelsen.

[Flere bakgrunnstall](#)



Stian Barsnes Simonsen og Mari Grydeland var programledere i Reser.



Stine Buer og Jan Erik Larssen var på lag i Beat for beat tone for tone – i september.

Egenproduksjon

Så å si alt som ble sendt i NRKs radiokanaler i 2001, var egenprodusert. 61 prosent av det samlede tilbudet på NRK1 og NRK2 var egenprodusert.

Målform

I 2001 var 12 prosent av tilbudet på NRK1 og 25 prosent av tilbudet på NRK2 på nynorsk. For radiokanalene var tallene som følger: NRK P1 27 prosent, NRK P2 22 prosent og NRK Petre 27 prosent.

Publikums oppfatning av NRK som mangfoldig

NRK skal ha tilbud til alle grupper i Norge og dermed dekke områder og målgrupper som de andre aktørene i markedet ikke har et tilbud til. Synes så publikum at NRK har et mangfoldig tilbud?

I den årlige Profilundersøkelsen i samarbeid med Norsk Gallup, ble folk bedt om å svare på følgende spørsmål: I hvilken grad synes du NRK oppfyller målsetningen om å lage programmer som dekker interesser og smak til *ulike grupper*? 82 prosent svarte at de var godt fornøyd

med NRK på dette området. 13 prosent syntes NRK var dårlige på dette.

NRK opprettet i august 2000 en avdeling som skal håndtere henvendelser fra publikum, med bakgrunn i tanken om at publikum skal kunne ha en regelmessig og systematisk dialog med NRK om programtilbudet og allmennkringkasteroppdraget. Publikumservice-avdelingen, som ligger i Mo i Rana, opplevde en enorm pågang i 2001. Fra rundt 14 000 registrerte henvendelser i 2000, økte antallet til over 48 000 henvendelser i 2001.

Majoriteten av henvendelsene; 40 prosent, var spørsmål om NRKs virksomhet/programinnhold, mens 17 prosent ble registrert som klage eller ros. Fem prosent var forslag til nye programkonsepter eller tips om hva NRK kunne gjøre annerledes i sin programvirksomhet.

[Spørsmål og svar om NRK](#)

Viktige målgrupper – tilbud og bruk

Vi har i kapitlet om mangfold sett at NRK i langt større grad enn sine konkurrenter tok hensyn til smalere grupper i 2001. Dette viser seg gjennom langt større variasjon i programmene – målt i de ulike kategoriernes andel av den totale sendetiden. Men i tillegg til å ha god kategorispredning, har NRK også et helt spesielt ansvar overfor enkelte målgrupper.



600 norske barn var med på å lage UGH! Barnetimeboka 2001. Jo Nesbø (i midten) skrev første kapittel, Mads Ousdal leste boka i Lørdagsbarnetimen, mens Geir Sundstøl stod for det musikalske uttrykket.



H.K.H. Prinsesse Märtha Louise er Prinsessen i Eventyrriket



UHUs utespøkelse – Cumulus (Liv Gulbrandsen).

Barn

NRK1 sendte 586 timer barneprogrammer i 2001, en økning på 75 timer sammenlignet med 2000. Barne-TV gikk også i 2001 alle dager klokka 18.00, med en blanding av egenproduksjon og innkjøp. Populære egenproduksjoner var *Uhu*, *Nå er det nå*, *Fritt fram ("Asgeir")*, *Fias filmeri*, *Lillys butikk* og ikke minst nygamle *Jul i Blåfjell*, som var NRKs julekalenderprogram i 2001. Kjente eksterne produksjoner var *Franklin*, også kalt "verdens koseligste skilpadde",

Mummitrollet og *Pippi Langstrømpe*.

Både lørdags- og søndagsmorgenene ble det vist Barne-TV på NRK1 i to timer fra klokka 08.00.

Når det gjelder de mest sette programmene i kategorien 'barneprogram', så la *Jul i Blåfjell* beslag på de 12 første plassene i aldersgruppen 3-11 år. Og vi må helt ned til 127. plass på lista over de mest sette barneprogrammene for å finne et program som ikke gikk på NRK1 (*Barnas TV2*). 3-11åringene i Norge så til

sammen 92 minutter fjernsyn daglig i 2001. Det var to klare seertopper i løpet av døgnet for denne aldersgruppen. Den største var mellom klokka 18.00 og 18.30, det vil si i Barne-TV-tid på NRK1. Den andre toppen var mellom 19.30 og 20.30 og ble i hovedsak konsentrert rundt TV2-seriene *Hotel Cæsar* og *Farmen*.

[Mer om NRKs barneprogrammer](#)



Den samiske befolkning

Sámi Radio er en egen divisjon i NRK, og holder til i Karasjok. Sameradiosjefen er med i NRKs toppledelse.

Sámi Radio sendte totalt 1621 timer radio i 2001. Av disse var 1429 timer regionale sendinger, 167 timer rikssendinger i NRK P2, og 24 timer rikssendinger i NRK P1. Sámi Radios digitale radiokanal sendte 2517 timer i 2001.

NRK sender egne samesendinger på NRK P2-nettet nord for Salten i egne flater: Fra 07 til 09 og 14 til 17.30 hverdager, og fra klokka 18 til 19 lørdager og søndager. I tillegg kan man høre samesendinger i Oslo på egen frekvens (90,1) i samme tidsrom. På landsbasis hadde de samiske sendingene i gjennomsnitt 15 000 lyttere i 2001.

Sámi Radio produserte totalt 58 timer fjernsyn i 2001, blant annet nyheter, Barne-TV og en serie om samenes historie.

20. august fikk den samiske befolkningen i Norge og Sverige egne nyhetssendinger på fjernsyn

[Mer om Sámi Radio](#)



Berit Nystad – en av de faste programlederne for den felles nordiske nyhetssendingen på samisk.

Oddasat, 10 minutter lange nyhetsprogrammer på samisk, sendt klokka 17 på NRK1, ble i gjennomsnitt sett av 53 000 seere. Sendingene knyttet til sametingsvalget var på det meste oppe i 61 000 seere. Barne-TV på samisk, *Mánáid-TV*, som ble vist på morgenen fra klokka 10 på

søndager, hadde på det meste nærmere 100 000 seere.

Sámi Radio startet i samarbeid med svensk Sámi Radio samiske fjernsynsnyheter 20. august 2001. For første gang fikk den samiske befolkningen i Norge og Sverige sin egen nyhetssending på fjernsyn.



Sara Kristine Eira Lantto presenterer nyheter på samisk.



Migrapolisredaksjonen i NRK Østlandssendingen på jobb. Lydmann Bård Nafstad, fotograf Danila Razin, journalist Karyn de Laine Bennett-Lund (med briller), intervjuobjekt Hadija Hassan.

[Mer om Migrapolis](#)

[Mer om Migranytt](#)

Andre etniske grupper

Migrapolis ble sendt på NRK2 på torsdager klokka 19.30, med reprise på NRK1 på lørdager. Dette er et journalistisk og kritisk samfunnsprogram som setter søkelys på både positive og negative sider ved at Norge har blitt et sammensatt og mer internasjonalt samfunn. *Migrapolis* hadde i gjennomsnitt 160 000 seere på NRK1.

Migranytt var 15 minutter lange nyhets-sendinger om det norske samfunnet og de viktigste internasjonale begivenhetene. *Migranytt* ble i 2001 sendt på NRK2, fredager klokka 17.45, og i reprise på NRK1, lørdager klokka 11.00, hvor det i gjennomsnitt ble

sett av 45 000 seere. Språkene som ble benyttet var bosnisk/kroatisk/serbisk, somali, urdu og vietnamesisk. Programmet har egen nettside med tilbud på nyheter presentert i ovennevnte språk.

Migranytt ble lagt ned 21. desember 2001, men starter opp i radio, enten i NRK P2 eller NRK Alltid Nyheter, i løpet av 2002.

Hørselshemmede

I Norge er det 600 000 hørselshemmede. Disse tar NRK hensyn til gjennom en rekke tilbud. I 2001 var 62 prosent av fjernsynstilbudet tekstet. Det er mulig å få ytterligere tilgang til teksting ved å velge side 777 på

Tekst-TV, og NRK har også en egen kanal for de døvde: NRK1 Tegnspråk, som tolker NRK1s sendinger for døvde seere. Det er i hovedsak Barne-TV, sport og fakta-programmene i tidsrommet 18.00-20.00 som tolkes per i dag. Kanalen overfører bilde av tegnspråktolken til en egen mottaker plassert ved siden av hovedapparatet.

I tillegg til dette hadde NRK egne programmer rettet mot døvde også i 2001. Disse var *Tegntitten*, *Nyheter på tegnspråk*, *Tegnkult* og *Tegnsatt*. Det mest sette av disse var *Nyheter på tegnspråk*, som gikk fra 17.55 til 18.00 på hverdager, med nesten 100 000 seere i gjennomsnitt.

Nye utfordringer

Ett av hovedmålene i NRKs strategi er at vi i årene framover fortsatt skal ha en ledende posisjon i det norske radio- og fjernsynsmarkedet med klar forankring i vår virksomhetsidé som allmennkringkaster. Økt satsing på egenproduksjoner, drama og barne- og ungdomsprogrammer er derfor prioriterte områder for NRK.

Men det blir stadig viktigere at allmennkringkasterbegrepet ikke bare blir knyttet til den tradisjonelle NRK-aktiviteten. NRK må ha god kunnskap om den verden vi lever i, være nyskapende og våge å eksperimentere med nye programkonsepter og tjenester.

I takt med tiden må vi være i stand til å tilby nytt interaktivt innhold som den digitale teknologien gir mulighet til: fordypende informasjon, tilleggstjenester og brukernes direkte medvirkning i programskapingen. NRK skal vise at vi forvalter lisenspengene på en god måte, men samtidig evner å skape medietilbud for nye generasjoner, brukermønstre og medieplattformer. [Mer om digital teknologi](#)

Omslagsillustrasjon Vignett til Melodi Grand Prix 2001 (lyskaster) av Audun Sandvold og Ellen Baumann

Foto s.3 Knut Fjeldstad, s.4 Ole Kaland, s.8 Aleksander Nordahl/Dagbladet

s.12 Anne Liv Ekroll, s.13 Petter Moshus, Espen Sjølingstad Hoen/Scanpix, s.14 Odd Kaldefoss, Anne Liv Ekroll, s.15 Arash A. Nejad, s.16/17 Sean Adair/Reuters/Scanpix
s.21 Arash A Nejad, s.22 Janne Møller-Hansen/Scanpix, s.23 Ole Kaland, s.24 Jens Sølvberg, s.25 Anne Liv Ekroll, Ørn Borgen/Scanpix, s.28 Norsk Film, s.29 Ole Buenget/Nationaltheatret

s.30 Knut Falch/Scanpix, s.32 nr 13: Ole Kaland, s.14 Soria Moria: Ole Kaland, s.35 Trøndelag Teater, s.36 NRK, s.39 Ole Kaland

s.42 Marcel Lelienhof, s.43 Ole Kaland, Anne Liv Ekroll, s.44 Ole Kaland, Anne Liv Ekroll, s.45 Ole Kaland, s.47 Arash A. Nejad

Trykk Teamtrykk/Allkopi

Form Jan Neste Design

Utgitt av NRK, Markeds- og kommunikasjonsavdelingen • 0340 Oslo • Telefon: 23 04 70 00 • nrk.no

NRK1

NRK2

NRK P1

NRK P2

NRK PE3RE

NRK ALLTID NYHETER

NRK ALLTID KLASSISK

NRK.no

