



NRK

NRK i 2002



NRK i 2002

Utgitt av NRK

Markeds- og kommunikasjonsavdelingen

0340 Oslo • Telefon: 23 04 70 00 • nrk.no • info@nrk.no

NRK i 2002 på nett www6.nrk.no/informasjon/2002/nrk2002_ny.pdf

Foto s.5 Knut Fjeldstad/Scanpix, s.6 Erik Johansen/Scanpix, s.9 Knut Falch/Scanpix, s.10 NRK, s.11 Anne Liv Ekroll, s.12 Stein Bjørge, s.14 Anne Liv Ekroll, s.15 Anne Liv Ekroll, s.16 NRK, s.17 Heiko Junge/Scanpix, s.18 Erik Johansen/Scanpix, s.19 Ole Kaland, s.21 NRK, s.24 Lise Åserud/Scanpix, s.26 Ole Kaland, s.27 Per Fronth, s.29 Sandrew Metronome, s.30 Ole Kaland, Per Heimly, s.31 Knut Bry, s.32 Erik Poppe, Elisabeth Næss, s.33 Gustave Doré, s.34 NRK, s.35 Morten F. Holm, s.36 Ole Kaland, s.37 Ole Kaland, s.38 Simon Diaz Compagnet, s.39 Cathrine Dillner Hagen, s.40 Jostein Nyfløtt, s.46 Anne Liv Ekroll, s.51 Anne Liv Ekroll, s. 52 NRK, s.54 Anne Liv Ekroll, s.55 Erlend Aas/Scanpix, s.56 Anne Liv Ekroll, s.58 Dag Thorenfeldt, s.63 Kevin Lamarque/Scanpix

Trykk Teamtrykk/Allkopi

Form Jan Neste Design

Forord

Allmennkringkasterregnskapet skal være et tilbakeblikk på og en redegjørelse for hvordan NRK har skjøttet sitt allmennkringkastermandat. Styrets arbeid består i denne sammenheng av å trekke opp de overordnede strategiske linjer. Mangfold i programtilbudet og troverdighet i presentasjonen er blant de omdømmeverdier som er staket ut som avgjørende for NRK.

Oppfyllelse av oppdraget krever en effektiv drift og en oversiktlig og trygg økonomi. Styret har lagt vekt på at NRK i ett og alt må fremstå som veldrevet. Derfor har vi også tatt med en presentasjon av de økonomiske hovedtall i årets allmennkringkasterregnskap. På vegne av styret vil jeg takke NRK-medarbeiderne og administrasjonen som har bidratt til det flotte resultatet som her presenteres.



Anne Carine Tanum
Styreleder

NRK som allmennkringkaster i 2002	7	Stor og mangfoldig	41
Oppsummering	8	Horisontalt mangfold	42
Troverdig og viktig	13	NRK – Noe for alle. Alltid	42
NRKs nyhetsdekning	15	Programprofil radio	43
<i>Dagsnytt</i> og <i>Dagsrevyen</i>	15	NRK P1	43
Befolkningens førstevalg	16	NRK P2	43
Utenriksdekningen	16	NRK Petre	44
NRK Alltid nyheter	16	Programprofil fjernsyn	44
NRK setter dagsorden	16	NRK1	44
Publikums oppfatning av nyhets- og faktadekningen	19	NRK2	45
Sportstilbudet	19	Fjernsynsmarkedet 2002	45
Distriktssendingene – lokal tilstedeværelse	20	NRK1 – den største allmennkringkasterkanalen i Norden	47
Økende oppslutning om distriktssendingene	20	Sendetimer fjernsyn	47
Identitetsproblematikk og omorganisering	21	Radiomarkedet 2002	48
Publikums oppfatning av NRK som viktig	22	Sendetimer radio	48
Kvalitetssikring av tilbudet	22	Lytternes dom	48
Programhåndboka	22	Sjangermangfold og sjangerbredde	49
Nettbasert læring	23	Språket er det grunnleggende	49
PFU/SMF – saker og dommer	23	Tilbud til spesielle målgrupper	50
Evaluerings og tilbakemelding	23	Barne-TV	50
Publikums oppfatning av NRK som troverdig	23	Ungdomsprogrammer på fjernsyn: Flermedialt fokus	51
Underholdende og utfordrende	25	NRK Petre og mPetre	51
NRK som kulturformidler	27	NRK som aktør innen ung kultur: By:larm og Urørt	51
NRK setter dagsorden innenfor kultur	27	Tilbud til den samiske befolkningen	52
NRK som aktør i kulturlivet	27	Tilbud til etniske minoriteter	52
<i>Norge – et lydrike</i>	27	Tilbud til hørselshemmede	53
Kringkastingsorkesteret	27	Publikums oppfatning av NRK som mangfoldig	53
Film	28	Tekst-TV	53
Underholdningstilbudet i fjernsyn og radio	30	NRK.no	54
Drama i 2002	32	Viktig og veldrevet	57
<i>Radioteateret</i>	33	Økonomisk resultat	59
Nyskapende	33	Hovedtall for NRKs virksomhet i 2002	59
<i>Lesekunst</i>	33	Lisens og salg	59
<i>Styrk live</i>	34	Bedriftskultur	60
Kyllingen – skandale og effektiv mediekritikk	35	Endring av organisasjonen	60
<i>Borettslaget</i>	36	Hva synes publikum?	60
Interaktivitet og tilbud utenfor ordinær kringkastingstid	36	Nye utfordringer	61
Hva syntes publikum?	39	English summary	62

Allmennkringkasting som visjon

I en stadig mer fragmentert og konkurranseutsatt mediehverdag er allmennkringkasting viktigere enn noen gang. Troverdighet og mangfold er kjernepunkter i NRKs virksomhet. Publikum skal være trygge på at det de ser, hører og leser hos oss er pålitelig, saklig og upartisk. Samtidig skal vårt tilbud favne vidt og ha noe å tilby alle. Dette er en krevende oppgave, som betinger at NRK programsetter tilbud som favner langt videre enn de kommersielle aktører finner interessant.

NRK blir fra tid til annen beskyldt for å ha blitt mer kommersielle - ja, vi har profesjonalisert vår virksomhet og bruker til tider samme teknikker som kommersielle aktører for å fremme vårt programtilbud. Programtilbudet og innholdet er imidlertid tuftet på kravene til allmennkringkasting som er uttrykt i våre vedtekter og NRKs tradisjon. NRKs visjon og virksomhetsidé er å fremme allmennkringkasting gjennom å informere, utvikle, utfordre og underholde publikum i Norge, ikke å generere avkastning til annonsører og eiere.

Et tilbakeblikk på 2002 viser at NRK har lyktes med å oppfylle vårt oppdrag som allmennkringkaster og vår visjon om å være «Noe for alle. Alltid». NRK har i 2002 økt vår satsing på egenproduksjoner,



NRKs programtilbud, og i løpet av en uke benyttet praktisk talt hele befolkningen seg av NRKs programmer, enten i radio eller i fjernsyn.

NRK er lisensfinansiert og denne finansieringsformen gjør det mulig for NRK å opprettholde et bredt og uavhengig programtilbud. Samtidig er det ekstra viktig at publikum føler at de får valuta for lisenspengene når de ser og hører våre programmer. NRK arbeider kontinuerlig med å utnytte ressursene bedre, blant annet gjennom å redusere kostnadene knyttet til administrasjon og infrastruktur.

Vi bestreber oss på å frigjøre ressursene til den programskapende delen av virksomheten. Takket være medarbeidernes sterke engasjement og innsats har NRK for andre året på rad oppnådd balanse mellom inntekter og utgifter. Resultatet er et

drama og barne- og ungdomsprogrammer og vi ser en økt oppslutning om våre kanaler. Om lag 80 prosent av befolkningen var daglig innom

viktig bidrag for å underbygge NRK som en veldrevet mediebedrift.

Profilundersøkelsen for 2002 viser at NRK har en meget sterk posisjon i den norske befolkningen. NRK oppfattes som troverdig, mangfoldig og viktig av en stor majoritet av befolkningen. På spørsmålet 'synes du NRK virker som en veldrevet bedrift' økte andelen som var enig, fra 48 til 58 prosent, noe som tyder på at NRKs omstillingsprosess har blitt oppfattet positivt av omverdenen. Likeledes økte andelen som oppfatter NRK som nyskapende klart fra året før.

NRK holder stø kurs i et urolig farvann. Vi skal være et viktig landemerke og oppfylle våre programforpliktelser med stor troverdighet i den norske mediehverdagen. Samtidig skal vi ha et kontinuerlig fokus på innovasjon og nyskaping. I takt med tiden skal vi evne å fornye oss og skape medietilbud som engasjerer nye generasjoner og er tilpasset nye brukermønstre og medieplattformer.

A handwritten signature in blue ink, reading 'John G. Bernander'. The signature is stylized and fluid, with the first letters being larger and more prominent.

John G. Bernander
Kringkastingssjef



Vinter-OL i Salt Lake City ble en av NRKs store seersuksesser i 2002, med dramattikk både i og utenfor skiløypene. Her blir vinneren av jaktstarten, den senere dopingtatte Johan Mühlegg, intervjuet av NRKs Dag Erik Pedersen. Thomas Alsgaard kom på plassen etter Mühlegg.

NRK som allmennkringkaster i 2002



Oppsummering

NRK markerte seg også i 2002 med en meget sterk posisjon i den norske befolkning. De fleste fant noe av interesse i NRKs omfattende tilbud på radio, fjernsyn, Internett og Tekst-TV. Daglig var rundt 80 prosent av befolkningen innom NRK. I løpet av uken hadde nesten alle vært innom.

Programtilbudet var variert og mangfoldig og inneholdt tilbud rett og også mot mindretall og spesielle grupper, som barn, hørselshemmede og språklige minoriteter. At NRK hadde et mangfoldig program-

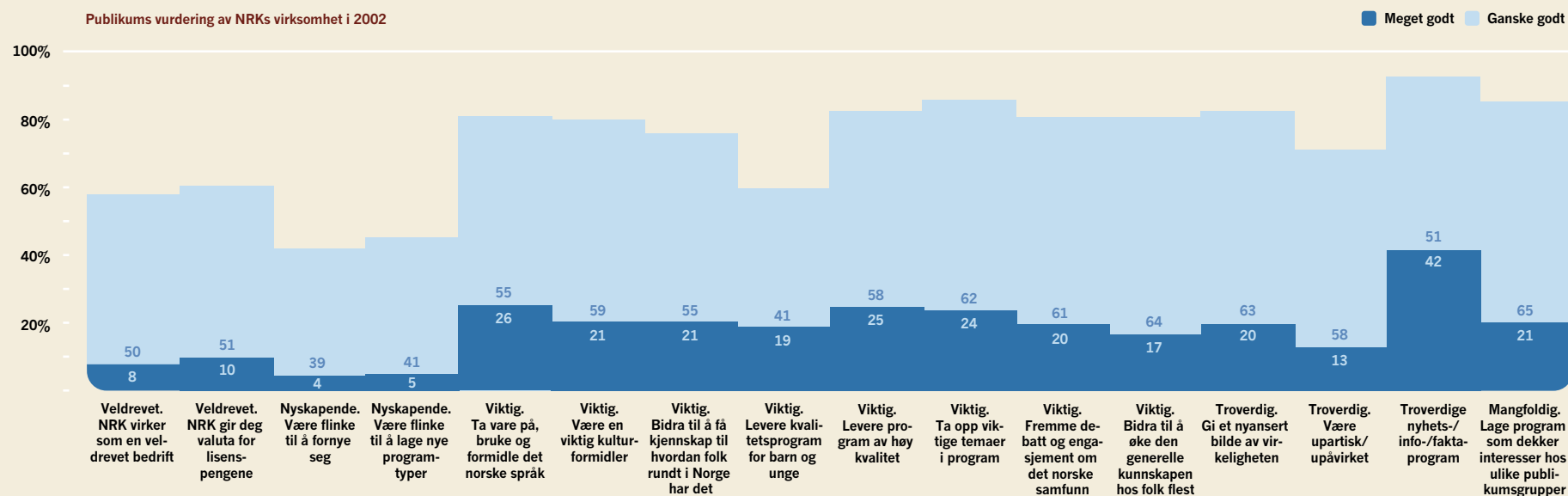
tilbud var en oppfatning befolkningen delte. Det kom til uttrykk gjennom at 86 prosent mente NRK lykkes godt med å lage programmer som dekker interesser hos ulike publikumsgrupper.

Til tross for at konkurransen om publikums oppmerksomhet blir stadig hardere, var NRKs tilbud det mest brukte både på radio og fjernsyn.

42,2 prosent av all fjernsynsseing i Norge i 2002 var seing på NRK. Setter vi NRK inn i en nordisk sammenheng, står NRK1 i en særstilling. Ingen andre lisensfinansierte allmenkringkasterkanaler hadde så stor andel av fjernsynsseingen.

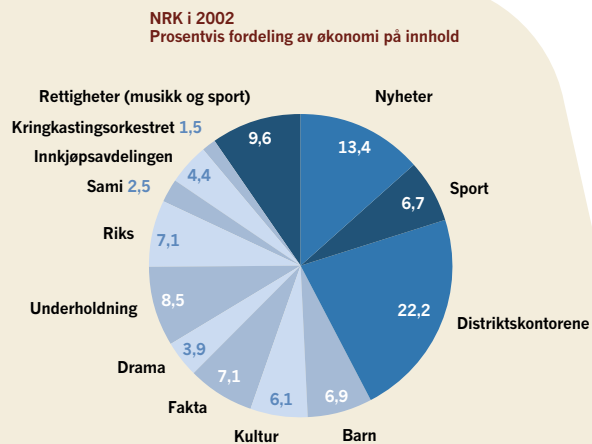
I 2002 økte NRK1 bredden i sitt nedslagsfelt ved å øke oppslutningen spesielt blant barn og yngre aldersgrupper. NRK2 hadde et noe yngre publikum enn NRK 1.

50 prosent av befolkningen var innom NRK Radio en gjennomsnittlig dag, det var en økning på 2 prosentpoeng sammenlignet med året før. Med sin tydelige distriktsprofil i beste sendetid befestet NRK P1 sin posisjon som landets største radiokanal. NRK P2 hadde et trofast, og økende, publikum, med sterk preferanse for nyheter, kultur og analyse. NRK Petre holdt sin posisjon i en svært konkurranseutsatt og flyktig målgruppe. I 2002 var over



en tredel av sendetiden på fjernsyn og en firedel av sendetiden i radio nyheter- og faktaprogrammer. NRKs nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer har høy troverdighet i befolkningen. 93 prosent var av denne oppfatningen.

Ved spesielle begivenheter og satsinger er det særlig tydelig hvordan Internett har fått en viktig nyhetsfunksjon. NRK.no opplevde flere løft i løpet av året, for eksempel ved de olympiske lekene i februar og prinsessebryllupet i mai. Også på Tekst-TV var – som tidligere år – nyheter det mest populære tilbudet. Totalt var 2,2 millioner ukentlig innom NRK Tekst-TV.



Distriktskontorenes betydning for folks hverdag er synlig i økende lytter- og seertall de siste årene, til tross for stadig sterkere konkurranse over hele landet. I 2002 så 920 000 personer distriktssendingene på NRK1, mens 1,3 millioner daglig hørte på NRK P1s distriktssendinger. Disse sendingene oppleves som viktige for folk flest. 76 prosent av befolkningen mener NRK bidrar til at de får kunnskap om hvordan folk rundt i Norge har det.

NRK var i fjor som tidligere år den største formidler av direkte sendte sportsbegivenheter og markerte seg sterkt på kultursiden. Det ble sendt mange egne dramaproduksjoner og det var et stort sjangermangfold både i radio og fjernsyn. Norsk virkelighet og identitet var viktige ingredienser i NRKs egenproduserte dramasatsinger på fjernsyn. *Radioteatret* hadde 31 premieresendinger, og satset særlig på nyskrevet norsk dramatik og på nytolkninger av Henrik Ibsen. På hverdager sendte NRK2 et variert filmtilbud, mens NRK1 sendte nattkino sent lørdag kveld.

NRK hadde et bredt tilbud av overføringer fra aktuelle kulturbegivenheter, et stort og mangfoldig musikktilbud og daglige programmer som dekket religion, etikk, filosofi og kultur. 80 prosent av publikum mente NRK lyktes med å være en viktig kulturformidler.

Barn og ungdom fikk et utvidet tilbud i 2002. NRK1 utvidet *Barne-TV* med 10 minutter hver kveld og NRK2 startet et



Radioteatret satset på nytolkninger av Henrik Ibsens dramatik. *Fruen fra havet* var en av nyproduksjonene. Regissør Else Barratt-Due til venstre sammen med hovedrolle-innehaver Gørild Mauseth.

nytt tilbud utenfor vanlig sendetid rettet mot yngre seere: *Svisj*, hvor seerne kunne stemme frem musikkvideoer og chatte, og *mPetre-TV*, hvor direkte sendt radio også ble kringkastet på fjernsynsskjermen, samtidig som publikum kunne chatte med programlederne.

NRK lykkes i stor grad i sin målsetting om å være viktig. Det betyr blant annet at NRK fyller sin funksjon som lim i det norske samfunnet gjennom nyhets-, fakta-,

Et veldig godt år for NRK

livssyns-, kultur- og underholdningsprogrammer for alle generasjoner. I årets profilundersøkelse oppnådde NRK svært høye tall på de spørsmålene som berører disse områdene:

86 prosent mener NRK tar opp viktige temaer i sine programmer; 83 prosent synes NRK leverer programmer av høy kvalitet; 81 prosent mener NRK bidrar til å øke den generelle kunnskapen hos folk flest, fremmer debatt og engasjement om det norske samfunn og tar vare på, bruker og formidler det norske språket.

Et veldrevet NRK

For mediebedriften NRK ble fjoråret et godt år, med gode seer- og lyttertall i hele landet, økte inntekter og en kostnads-kontroll som viser balanse mellom inntekter og utgifter.

NRK oppnådde for 2002 et overskudd på 3,5 millioner kroner. Av de samlede inntektene (3 384 mill. kroner) kom ca. 180 mill. kroner eller 5,7 prosent fra kommersielle aktiviteter. Utviklingen var positiv i 2002. Målet er å nå 10 prosent i 2006.

Dette er andre året på rad at NRK oppnår balanse mellom inntekter og utgifter, i tråd med NRKs langsiktige målsetting. Resultatet er et viktig bidrag for å underbygge NRK som en veldrevet mediebedrift.

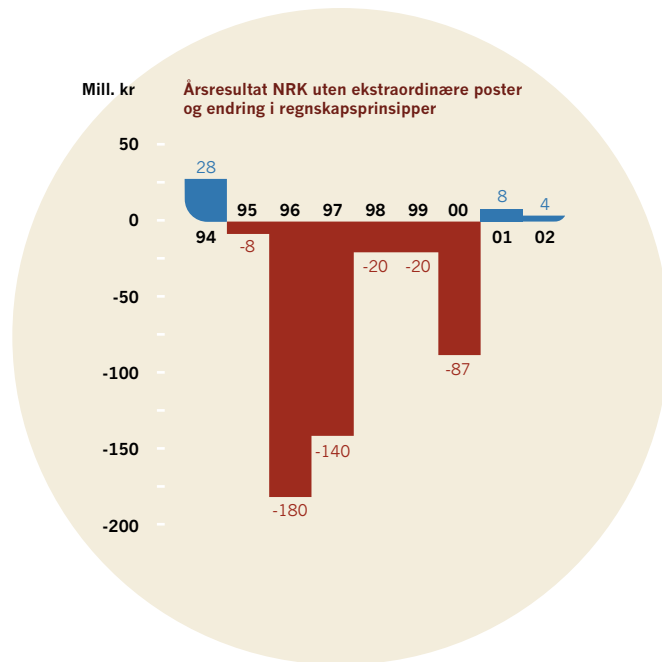
NRK arbeider kontinuerlig for å utnytte ressursene bedre, blant annet gjennom å redusere kostnadene knyttet til administrasjon og infrastruktur. Vi bestreber oss på å frigjøre ressurser til den programskapende delen av virksomheten og utnytte våre ressurser bedre. En analyse av utviklingen de siste 10 årene viser at sendekostnadene for fjernsyn er redusert fra kr 400 000 per time til kr 240 000 per time, og for radio er sendekostnadene per time redusert fra kr 28 000 til kr 17 000.

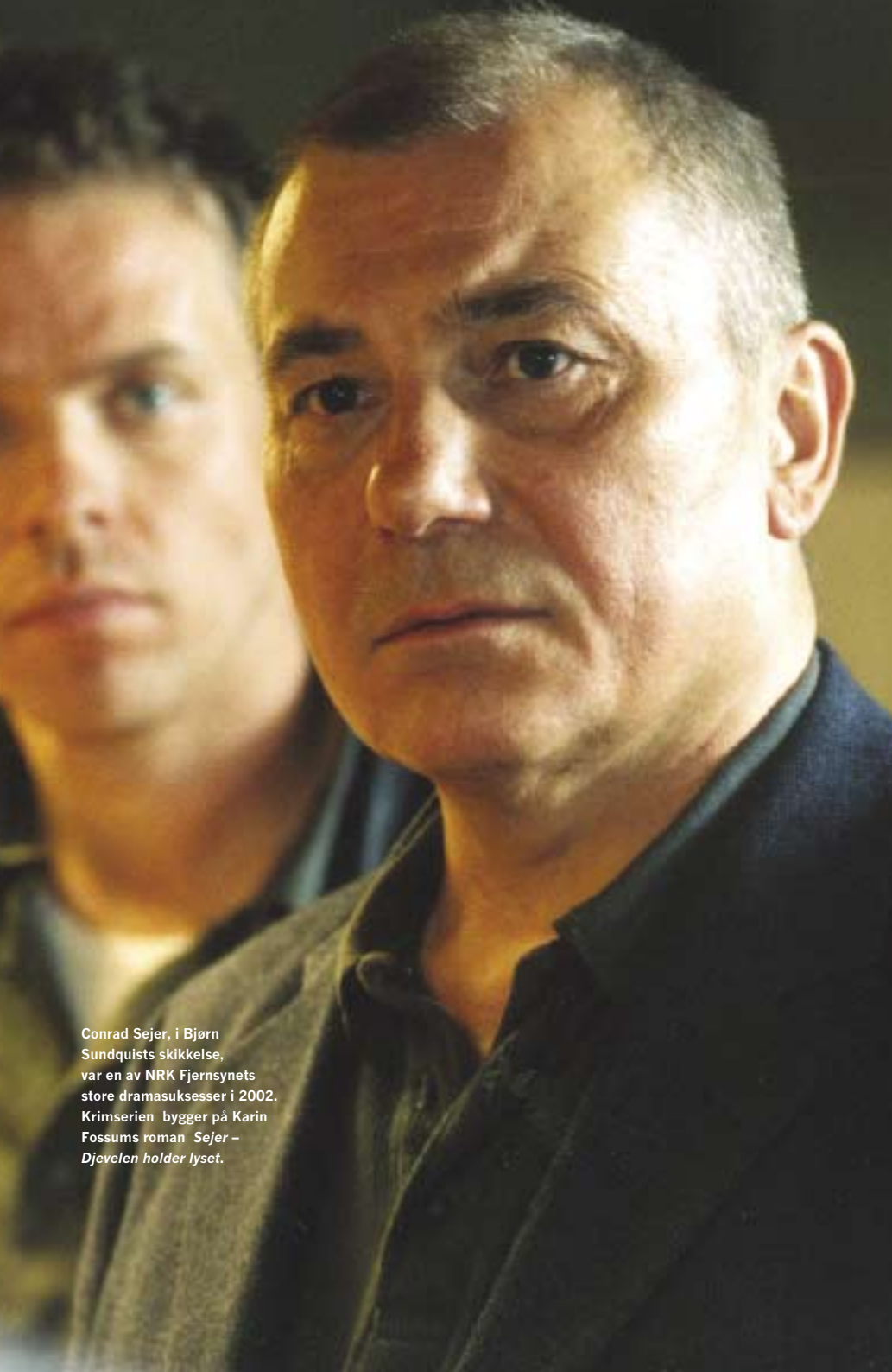


Et direktesendt og interaktivt talkshow om livssyn var en av nyskapningene. Styrk F. Trondsen var programleder for *Styrk live*, som hadde sendinger i begge fjernsynskanaler.

Publikums oppfatning av NRK

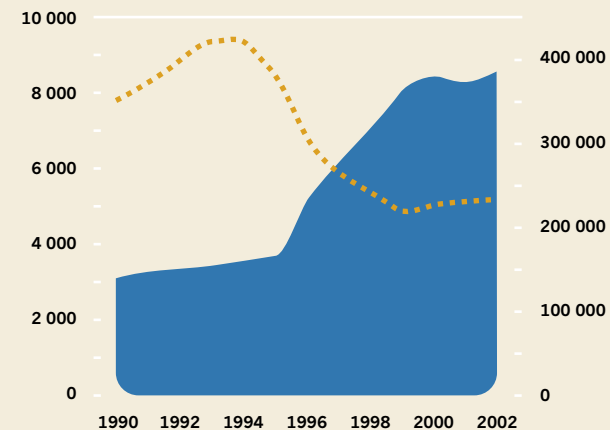
På spørsmålet 'synes du NRK virker som en veldrevet bedrift', økte andelen som var enig, fra 48 til 58 prosent, noe som kan tyde på at NRKs omstillingsprosess har blitt oppfattet positivt av omverdenen. Likeledes økte andelen som oppfatter NRK som nyskapende, med 4 prosentpoeng. Andelen som oppfatter NRK som 'mangfoldig', økte også med 4 prosentpoeng, mens 'viktig' økte med 2 prosentpoeng. Publikums oppfatning av NRK som troverdig holdt seg stabil.





Conrad Sejer, i Bjørn Sundquists skikkelse, var en av NRK Fjernsynets store dramasuksesser i 2002. Krimserien bygger på Karin Fossums roman *Sejer – Djevelen holder lyset*.

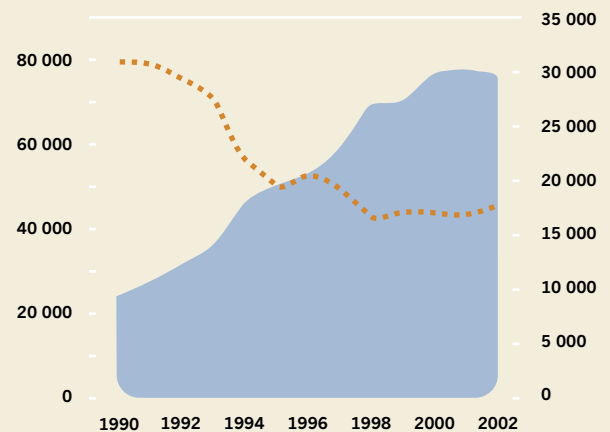
Sendetimer og kostnader, Fjernsyn



Inkluderer: NRK1, NRK2, Regionale sendinger

■ Sendetimer Fjernsyn
 ●●●●● Kostnader pr time

Sendetimer og kostnader, Radio



Inkluderer: P1, P2, Petre, Regionale sendinger, Sámi Radio, Alltid Klassisk, Alltid Nyheter, mPetre, Europakanalen, Metro

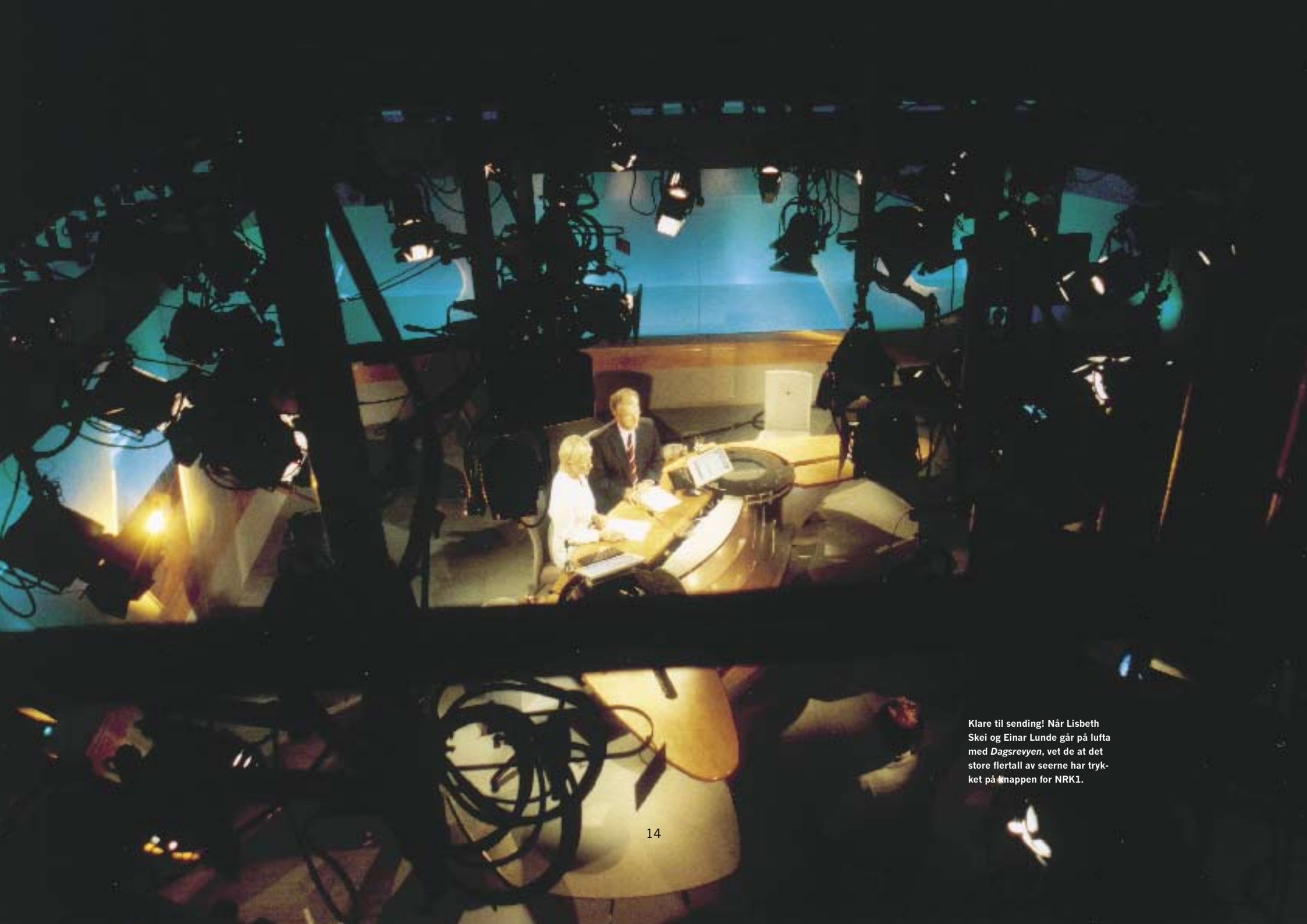
■ Sendetimer Radio
 ●●●●● Kostnader pr time



Høstens dramatiske budsjettforhandlinger i Stortinget ble fulgt intenst. Her er forhandlingslederne for Arbeiderpartiet og Høyre, Hill-Marta Solberg og Jan Tore Sanner, omringet av mediefolk.



Troverdig og viktig



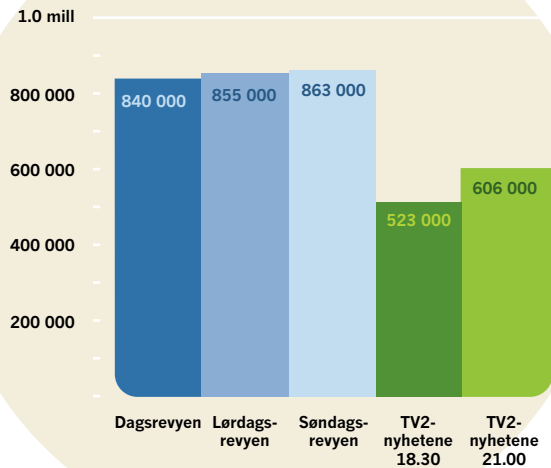
Klare til sending! Når Lisbeth Skei og Einar Lunde går på lufta med *Dagsrevyen*, vet de at det store flertall av seerne har trykket på knappen for NRK1.

Allmennkringkasteren NRK må bli oppfattet som viktig og troverdig hos et flertall av publikum. Vi skal gi folk den informasjon som er vesentlig i deres lokalmiljø, i Norge og i verden utenfor. NRKs tilbud skal gjøre det lettere for folk å skille det vesentlige fra det uvesentlige og bidra til forståelse av det som skjer.

NRKs nyhetsdekning

Nyhetsinteressen står sterkt i Norge. Over 90 prosent av befolkningen oppgir å være interessert i nyheter fra inn- og utland eller eget distrikt. Nyheter og informasjon dekker en betydelig del av sendetiden både i radio og fjernsyn. Over en tredel av sendetiden på fjernsyn og en firedel av sende-

Nyhetsmeldinger på fjernsyn.
Gjennomsnittlig antall tusen seere på NRK1s og TV2s hovednyhetsmeldinger i 2002



tiden i radio var nyheter og faktaprogrammer. NRKs nyhetstilbud når daglig hele befolkningen, i en eller annen form.

NRK er landets største nyhetsorganisasjon, og står i en særstilling når det gjelder nyhets- og informasjonsformidling i Norge. De ansatte i Distrikts- og nyhetsdivisjonen produserer daglig nyheter for radio, fjernsyn, Internett, Tekst-TV, mobiltelefon, lomme-PC og WAP. Det betyr at NRKs nyhetsformidling har en sentral plass i det norske samfunnet.

Dagsnytt og Dagsrevyen

Radiokanalene har et stabilt publikum for sine *Dagsnytt*-sendinger gjennom hele døgnet. Hver time sender NRK P1, NRK P2 og NRK Petre nyhetsbulletiner som samler opp til 600 000 lyttere (tall for morgensendingene kl. 07.30 og 08.00).

35 prosent av befolkningen over 9 år er innom en av NRK P1s *Dagsnytt*-sendinger en vanlig hverdag – det vil si 1,4 millioner personer. Mest hørt er 7.30- og 8.00-sendingene, med 484 000 lyttere i gjennomsnitt (en økning på nesten 15 000 lyttere fra året før). I tillegg har radiolytterne et 24-timers nyhetstilbud i NRK Alltid nyheter. NRK Radio tilbyr også mer målgruppe-rettete nyheter: NRK Petre har egne nyhetssendinger for Petre-lytterne (målgruppe 15-35 år). Daglig var 13 prosent av målgruppen innom en av Petre-nyhetenes sendinger.



Prinsesse Märtha Louise og forfatteren Ari Behn satte seg ned til et langt intervju med NRKs Bjørn Stuevold før bryllupet i Nidarosdomen 24. mai. Overføringen av bryllupet var blant de mest sette NRK-programmene i 2002.

Tross radioens sterke stilling oppleves fjernsynet i dag som det viktigste av alle nyhetsmedier. Også i 2002 beholdt *Dagsrevyen* sin posisjon som det viktigste og største nyhetsprogrammet i Norge. I gjennomsnitt så 840 000 personer *Dagsrevyen* en vanlig dag i 2002. Hele 63 av sendingene hadde over én million seere i snitt, mot 38 i 2001. Når *Dagsrevyen* sendes er omkring 70 prosent av all fjernsynsseing i Norge konsentrert om dette programmet.

[Les mer om nyhetsdekningen i NRK](#)



Bruk av moderne teknologi gjør nyhetsformidlingen raskere og mer effektiv. NRKs korrespondenter står i første rekke i denne utviklingen. Her er Europa-korrespondent Arnt Stefansen i Brussel. Stefansen står selv for både opptak og redigering, iblant også for overspillingen av det ferdige produkt hjem til Norge.

Befolkningens førstevalg

NRKs nyhetstilbud er utvilsomt befolkningens førstevalg ved store begivenheter. Norge fikk oppleve nok et bryllup i kongehuset i 2002 – denne gangen mellom prinsesse Märtha Louise og forfatteren Ari Behn i Nidarosdomen 24. mai. På det meste fulgte 1,36 millioner seere bryllupet på NRK1.

En ny trend i NRKs nyhetsdekning i 2002 var den grundige dekningen av viktige og store rettssaker som Orderud-saken og Baneheia-drapene. Utstrakt bruk av kvalifiserte kommentatorer og journalister som samarbeidet på tvers av mediene,

skapte en ny type NRK-journalistikk på rettssaks-/krimområdet. Da dommen falt i Orderud-saken 21. mars, valgte 479 000 seere å følge utviklingen på NRK1. [Les mer om Orderudsaken på NRK.no](#)

Under den store brannen i Trondheim 7. desember, var det NRK1 folk søkte til – 469 000 personer så på den ekstra nyhetssendingen kl. 16. I en slik sak ser man også hvordan NRKs distriktsorganisasjon, som har nærhet til kildene og gode lokalkunnskaper, gir rask og troverdig informasjon som publikum vet de kan stole på. NRK Trøndelags nettsider opplevde en massiv økning i uke 49. Antall ukentlige sidevisninger gikk opp fra et gjennomsnitt på ca. 35 000 til over 220 000 sidevisninger den uka det brant.

Nyhetsmagasiner som *Dagsnytt 18*, *Her og nå* og *Ukeslutt* i radio og de to nyskapingene *RedaksjonEN* og *Standpunkt* på NRK1 ga bakgrunn og bragte kommentarer og debatt.

Utenriksdekningen

Det omfattende korrespondentnettet står sentralt i dekningen av utenriksnyheter. NRK har korrespondenter i Washington, Buenos Aires, Cape Town, Beijing, Moskva, Amman, Brussel og Stockholm. I tillegg er det en reporter i London og en som deler sin tid mellom Madrid og Berlin. Samtlige ti medarbeidere dekker både radio, fjernsyn og Internett. Utenriksredaksjonen bidrar til den løpende nyhetsdekningen i radio og fjernsyn, men

har også spesialsendinger for sitt stoff, for eksempel den daglige oppsummeringen *Verden i dag* på NRK P2 07.10 – 07.20, og magasinprogrammet *URIX* fredager 19.30 på NRK2. [Les mer om NRKs korrespondenter](#)

NRK Alltid nyheter

24-timerskanalen som kan høres i flere tettbefolkede områder av landet, gir kontinuerlig nyhetsoppdatering, reprise av nyhetsmagasiner og sender lyden av *Dagsrevyen* direkte. Om kvelden og natten formidler NRK Alltid nyheter den engelskspråklige nyhetskanalen BBC World Service.

NRK setter dagsorden

NRK skal være tydelig i nyhetsbildet. Vi skal både sette dagsorden og være tilstede der det viktige skjer. I 2002 markerte NRK seg for eksempel sterkt i samfunnsdebatten gjennom *Brennpunkt*-programmene om henholdsvis Mullah Krekar og Mehamnulykken. Begge disse sakene satte dagsorden og ble fulgt opp bredt i nyhetssendinger både i radio og fjernsyn. Programmet om Mehamnulykken var et resultat av samarbeid mellom *Brennpunkt*-redaksjonen på Marienlyst og distriktskontoret i Finnmark. Programmet førte til at det blir nedsatt en ny granskingskommisjon av Stortinget og saken ble også tatt opp i det britiske parlamentet.



BRENNPUNKT

Samferdselsminister Torild Skogholm
besluttet at flyulykken i Mehamn i 1982
skal granskes på nytt.

Bakgrunnen var opplysninger som
kom frem i et dokumentarprogram i
NRK Brennpunkt i november.

NRKs sendinger fra vinter-OL var de mest sette av alle fjernsynsprogrammer i Norge i 2002



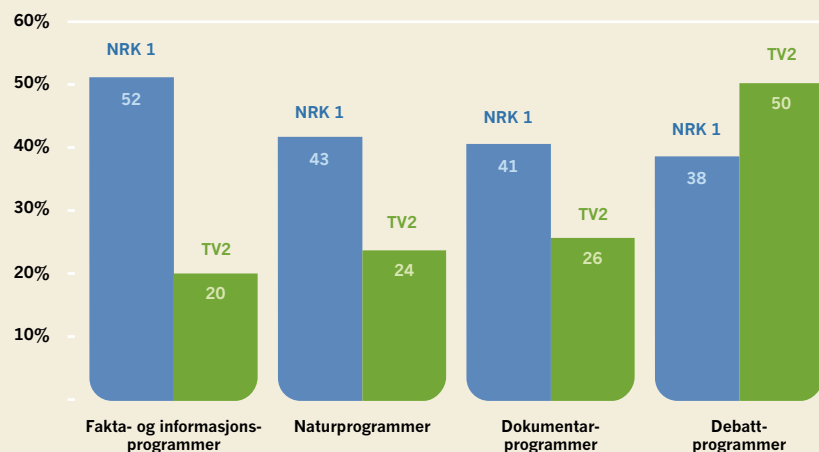
Skistafetter blir nesten alltid dramatiske og trekker derfor mange seere og lyttere. Her beseierer Thomas Alsgaard italieneren Cristian Zorzi og sikrer Norge OL-gull.

Publikums oppfatning av nyhets- og faktadekningen

NRKs grundige nyhetsdekning fra inn- og utland blir satt pris på av publikum. I årets Profilundersøkelse scoret NRK høyest både på fjernsyn og i radio. 54 prosent av de spurte oppga at de synes NRK1 har de beste nyhetssendingene på fjernsyn, mens i radio mener 42 prosent at det er NRK P1 som er best.

NRK Fjernsyn kommer godt ut av Profilundersøkelsen når det gjelder hva publikum synes om 'fakta- og informasjonsprogrammer'. 52 prosent mener NRK1 har de beste programmene innenfor denne sjangeren. Dårligst kommer NRK1 ut av det i debatter, der 50 prosent mener det er TV2 som har de beste programmene.

Profilundersøkelsen 2002: Hvilken fjernsynskanal har de beste...



For radio ble ikke tilsvarende spørsmål stilt. Ett spørsmål dreide seg om samme tema: 'Hvilken radiokanal har de beste samfunns- og debattprogrammene'? Her kom NRK P1 best ut med 28 prosent, mens P4 fikk 21 prosent.

Sportstilbudet

NRK Sport beholdt også i 2002 sin posisjon som Norges største formidler av direkte-sendte sportsbegivenheter. På NRK1 og NRK2 ble det sendt til sammen 815 timer sport. I tillegg til de ordinære sportssendingene, ble sportens plass i fjernsynsnyhetene utvidet. For første gang var NRK Sport på plass med egen bolk i *Dagsrevyen*, *Siste nytt 21* og *Kveldsnytt 360* dager i året. NRK Radios sportskanal, NRK P1, sendte



Cupfinalen på Ullevål er ikke bare det som foregår på gressmatta. Folkeliv og reaksjoner på tribunene er en viktig del av helhetsbildet som NRKs medarbeidere fanger opp.

235 timer sport i 2002, og radioens tre basiskanaler hadde egne sportssendinger i forbindelse med nyhetene om morgenen. NRK P1 direktesendte også i 2002 all landslagsfotball for menn.

Den største sportsbegivenheten i 2002 var utvilsomt de olympiske vinterlekene i Salt Lake City. Den norske befolkningens interesse for vintersport ble svært tydelig ved at åtte av de ti mest sette fjernsynsprogrammene i 2002, uansett kanal, var NRK-overførte OL-sendinger. Mest sett var langrennsstafett for menn, 4 X 10 km, med 1,6 millioner seere.

[Les mer om NRK Sporten](#)

I gjennomsnitt hadde alle NRK1s OL-programmer over en halv million seere. Den store seerinteressen førte til at NRK1 var i en egen klasse i fjernsynsmarkedet i denne perioden – kanalen hadde 56,4 prosent markedsandel for hele døgnet og 61,3 prosent andel i prime time.

Økningen i rettighetskostnader førte til at NRK og TV2 overlot et flertall av kampene i fotball-VM 2002 til Canal Digital. Dette medførte at NRK for første gang gjennomførte en fullstendig leveranse til en annen kanal. NRK Sport (i samarbeid med NRK Ressurser) leverte 64 kamper fra verdensmesterskapet i fotball i Japan og Korea – til Canal Digital i Norge, Sverige og Danmark. Alt ble tilrettelagt og kommentert fra studio 1 på Marienlyst.

53 prosent av de spurte i Profilundersøkelsen mente NRK1 har de beste sportssendingene. TV2 kom på andre-plass med 21 prosent. Også NRKs sportskanal på radio – NRK P1 – kom best ut av radiokanalene, med 27 prosent som syntes kanalen har de beste sportssendingene. På andre plass kom P4, med 18 prosent.

Distriktssendingene – lokal tilstedeværelse

I 2002 skapte endringene i NRKs distriktsorganisering debatt i mediene. Det sterke engasjementet i diskusjonen viste hvor viktige distriktssendingene er i politisk sammenheng, men først og fremst hvor viktige de er i folks hverdag.

Distriktsorganisasjonen har 735 medarbeidere 48 steder i landet. NRK1 sender regionale nyheter to ganger om dagen (hverdager 18.40 og 20.55). Sendingene går i reprise på dagtid fra tirsdag til fredag. NRK P1 sender 5 timer distriktsprogrammer daglig på hverdager og en halv time på lørdager. Distriktskontorene produserer også en rekke innslag til riksnyhhetene, og fra mandag til torsdag kveld oppsummeres distriktsnyheter fra hele landet i *Norge i dag* på NRK1. Distriktskontorene leverer også de fleste innslagene til *Norge Rundt*, et av NRK1s lengstlevende og mest sette programmer, med 687 000 seere i gjennomsnitt i 2002.

Økende opplutning om distriktssendingene

Distriktskontorenes betydning for folks hverdag er synlig i økende lytter- og seertall de siste årene, til tross for stadig sterkere konkurranse over hele landet. I 2002 så hver fjerde nordmann daglig distriktssendingene på NRK1 (920 000 personer), mens 1,3 millioner daglig hørte på NRK P1s distriktssendinger.

Årstell for DK-programmer

Det er også NRK P1 som kommer best ut i Profilundersøkelsen i forhold til lokale nyheter: 48 prosent av befolkningen synes NRK P1 er best på å 'formidle informasjon fra ditt distrikt'. Lokalradio utenfor NRK oppnådde 19 prosent.

Sogn og Fjordane og de tre nordligste fylkene er 'distriktssendingfylkene' fremfor noen. Både distriktsradio- og -fjernsynssendingene oppnår svært høye publikumstall her. Sogn og Fjordane er også det fylket hvor interessen for lokale nyheter er aller sterkest. 87 prosent av innbyggerne sier de er 'meget interessert' i lokalnyheter i en eller annen form.

Fylkene rundt Oslofjorden (Buskerud, Østfold, Vestfold, Oslo/Akershus) har lavest opplutning om distriktssendingene. Men også i dette svært konkurranseutsatte området opplevde NRKs distriktssendinger en økning i 2002. [Les mer om undersøkelsen.](#)

NRKs distriktskontorer spiller livet i landet både i sin daglige nyhetsformidling, i ukentlige oppsummeringer og i større produksjoner.





Telemark



Trøndelag



Finnmark



Møre og Romsdal



Sogn og Fjordane



Troms



Buskerud



Vestfold



Nordland



Østfold



Hedmark og Oppland

Identitetsproblematikk og omorganisering

Nyere undersøkelser har vist at det ikke lenger er fylkesgrensene som nødvendigvis skaper felles identitet og holdninger. En hovedutfordring for NRKs distriktsvirksomhet er at den må tilpasses ikke bare nye former for identitet og fellesskap, men også den økte mobiliteten i samfunnet, ny teknologi og hardere konkurranse.

På bakgrunn av dette ble distriktskontorene i Hedmark og Oppland slått sammen til ett distriktskontor med felles ledelse, administrasjon og delvis felles sendinger i august 2002. Det samme skjedde med de to distriktskontorene i Trøndelag. I alle fylker ble det opprettholdt separate nyhetssendinger i radio. Sammenslåingen ble evaluert etter et halvt år, og oppslutningen om både radio- og fjernsynssendingene har økt noe mer her det siste halvåret enn for distriktssendingene på landsbasis.

På den annen side kan lokale forskjeller føre til motsatte konklusjoner. Derfor fikk Østfold sine egne fjernsynssendinger fra høsten 2002. Fra samme tidspunkt fikk Nordland sin egen fem minutters nyhetssending på fjernsyn på kveldstid.

Endringer på distriktskontorene – solid oppslutning om sendingene

Publikums oppfatning av NRK som viktig

NRK lykkes i stor grad i sin målsetting om å være viktig. Det betyr blant annet at NRK fyller sin funksjon som lim i det norske samfunnet gjennom nyhets-, fakta-, livssyns-, kultur- og underholdningsprogrammer for alle generasjoner. I årets Profilundersøkelse oppnådde NRK svært høye tall på de spørsmålene som berører disse områdene:

86 prosent mente NRK tar opp viktige temaer i sine programmer; 83 prosent syntes NRK leverer programmer av høy kvalitet; 81 prosent mente NRK bidrar til å øke den

generelle kunnskapen hos folk flest, fremmer debatt og engasjement om det norske samfunn og tar vare på, bruker og formidler det norske språket. 80 prosent av publikum var enige i at NRK lykkes i å være en viktig kulturformidler, mens 76 prosent mente NRK bidrar til at de får kunnskap om hvordan folk rundt i Norge har det.

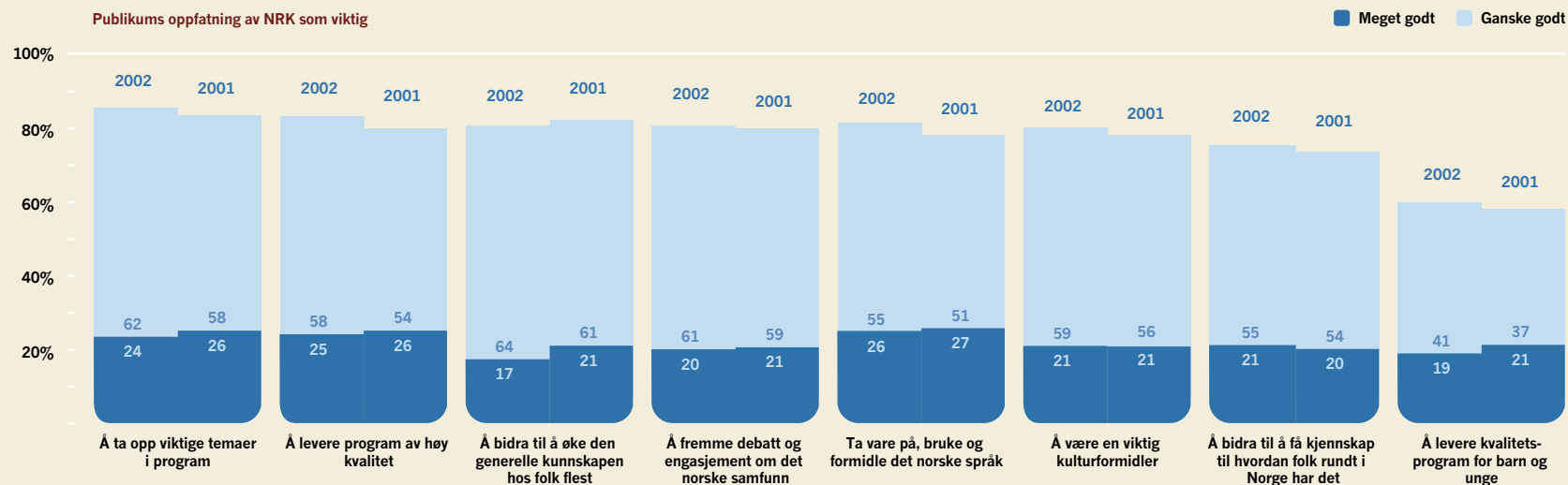
Kvalitetssikring av tilbudet

Publikum skal være trygge på at det de ser, hører og leser i NRK er sannferdig, saklig og upartisk, at vi gjennom vår journalistikk belyser relevante forhold ved de saker som tas opp, og at NRKs programmer er blitt

til gjennom redelige arbeidsmetoder der presse-etiske hensyn er ivaretatt. NRK må også være garantist for kritisk og uavhengig journalistikk overfor alle makt- og interessegrupper i samfunnet.

Programhåndboka

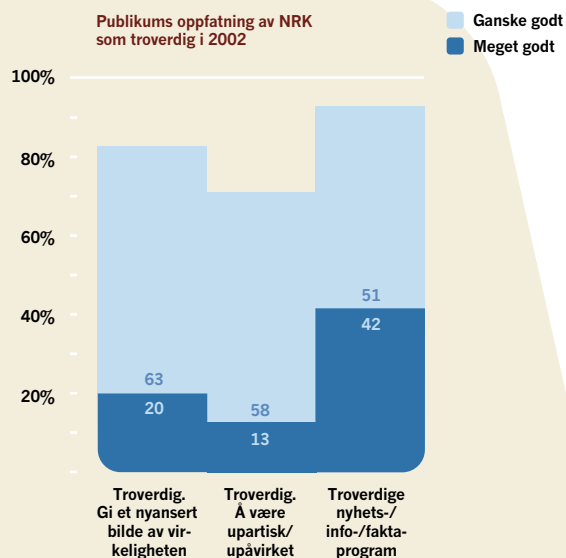
NRK har en egen programhåndbok, med etiske retningslinjer for programproduksjon og for medarbeidere. Programhåndboka ble ajourført og revidert på oppdrag av kringkastingssjefen i 2002, fordi dette ikke bare dreier seg om et internt regelverk, men også om å følge med i den løpende presse-etiske debatten.



Den nye programhåndboka skal gjøre det enklere både å forholde seg til regelverket og å praktisere det.

Nettbasert læring

Tillit og troverdighet avhenger ikke bare av bakenforliggende retningslinjer. Også selve utførelsen av produktet skal være slik at publikum føler at de kan stole på NRK. Som et ledd i denne kvalitetssikringsprosessen utviklet Nyhetsdivisjonen i 2002 et nettbasert læringsopplegg for radioens korte nyhetssendinger (bulletiner). En så kort nyhetssending må være forståelig, viktig og interessevekkende. Bulletinen må



hente det beste fra talespråket og skriftspråket.

PFU/SMF – saker og dommer

NRKs ansatte skal oppfattes som troverdige i sin opptreden både i forhold til kilder og offentligheten. Åpen og konsistent kommunikasjon er nødvendig for å skape troverdighet.

Pressens Faglige Utvalg (PFU) er pressens etiske selvdømmeordning, etablert og opprettet av Norsk Presseforbund. Statens medieforvaltning (SMF) er et forvaltningsorgan for allmenne mediespørsmål under Kultur- og kirke departementet. I NRKs målsetting om å levere produkter av høy kvalitet, er forholdet til PFU og SMF et viktig punkt. Målsettingen er at NRK skal få medhold i saker som klages inn til Statens Medieforvaltning og medhold i et overveiende flertall av de saker som klages inn for PFU. PFU behandlet i 2002 i alt 11 klager mot NRK. I ni tilfeller fikk NRK medhold, i to tilfeller fikk klageren medhold.

SMF tok opp sju konkrete saker med NRK i 2002, og fant i to av tilfellene at NRK hadde brutt kringkastingslovens regler. Begge tilfeller gjaldt reglene for sponing. NRK og NRK Aktivums kommersielle aktiviteter knyttet til adventseriene *Jul i Blåfjell* og *Jul på Månetoppen* var gjenstand for mye oppmerksomhet i 2002. SMF gikk grundig gjennom denne saken i 2002, og fant ingen kritikkverdige forhold.

Evaluering og tilbakemelding

NRK har også andre kritiske blikk rettet mot seg. Kringkastingrådet, Allmennkringkastingrådet, Kristelig Kringkastingslag, alle distriktskontorenes programråd og publikumssenteret i Mo i Rana gir jevnlig tilbakemelding på programvirksomheten. Alle innspill blir vurdert seriøst og er viktige for det kontinuerlige arbeidet med å forbedre tilbudet.

Publikums oppfatning av NRK som troverdig

NRK lykkes i stor grad med sitt mål om å bli oppfattet som troverdig. I NRKs årlige Profilundersøkelse sier hele 93 prosent av befolkningen av de mener NRK sender troverdige nyhets-, informasjons- og faktaprogrammer. 83 prosent mener NRK lykkes med å gi et nyansert bilde av virkeligheten, og 71 prosent mener NRK er upartisk og upåvirket.

Etikk, kvalitet og troverdighet blir satt i system

2002 var et suksessår uten like for NRKs underholdningsavdeling



Kjersti Holmen, Anne-Kat Hærland, Marit Åslein og Hege Schøyen: muntre damer som fikk smilene og latteren frem hos fjernsynsseerne.



Underholdende og utfordrende

Kulturformidler – men også kulturaktør



Under «lyddusjer» på Oslo S. kunne folk oppleve en symfoni av lyder fra hele Norge – med bidrag fra NRKs distriktskontorer.

NRK som kulturformidler

NRK er en vesentlig kulturformidler og skal i sin virksomhet være forankret i norsk virkelighet og identitet.

NRK setter dagsorden innenfor kultur

NRK setter dagsorden innenfor kultur ved å formidle kunst og kulturuttrykk som ikke kommer frem i de kommersielle kanalene. NRK er alene om å formidle trender og tendenser innenfor områdene billedkunst, dokumentar/kortfilm, litteratur, dans/performance, ny norsk musikk, tegneserier m.m. i ukentlige fjernsynsprogrammer som *Hovedscenen*, *Profil*, *Safari* og *Stereo* og i mange radioprogrammer i NRK P2.

NRK er også i første rekke når det gjelder nyhetsdekning av kunst- og kulturlivet.

[Les mer om kulturformidlingen i NRK](#)

NRK som aktør i kulturlivet

NRK er ikke bare kulturformidler, men også kulturaktør på egne premisser, gjennom direkte deltagelse i flere kunst- og kulturprosjekter.

Norge – et lydrike

I et av de mest omfattende prosjektene i 2002, *Norge – et lydrike*, stod Distriktskontorene sentralt. I dette unike samarbeidsprosjektet mellom NRK og NOTAM (Norsk nettverk for teknologi, akustikk og



53 musikere i Kringkastingsorkesteret (KORK) ble portrettert av hver sin fotograf. Resultatet ble boka «KORK». Joakim Nordin (slagverk) var blant dem som ble foreviget.

musikk), fikk hvert distriktskontor og NRK Sámi Radio i oppgave å finne frem til et sted med lyd karakteristisk for det enkelte fylket. Lydeksempler var alt fra kufjøs (Sogn og Fjordane), via veikryss med jernbaneovergang (Buskerud), til fiskehavna i Ålesund (Møre og Romsdal). Hele verket ble fremført på Ultimafestivalen 2. oktober kl. 21.00 og overført i programmet *Lydkunst i brennpunktet* på NRK P2. Kunstverket kunne også oppleves på Oslo Sentralstasjon under hele Ultimafestivalen, i 18 lyddusjer. *Norge – et lydrike* ble videre lansert internasjonalt gjennom EBU's ARS ACUSTICA – et nettverk for utveksling av radiokunst-produksjoner. Verket ble også invitert til å delta på MAGMA – Nordiske Musikkdager i Berlin.

[Les mer om Norge – et lydrike](#)

Kringkastingsorkesteret

Kringkastingsorkesteret har en sentral plass i norsk musikkliv. Som en levende kunstformidler er orkesteret med på å markere og utvikle NRKs egenart som allmennkringkaster med spesielt ansvar for den skapende norske virkeligheten. Orkesteret har nå fått en spesiell utfordring ved at det skal finansiere deler av sin egen virksomhet gjennom tilbud rettet mot markedet utenfor NRK.

Lyttere og seere verdsetter NRKs satsing på kultur. I Profilundersøkelsen svarte 44 prosent at NRK1 har de beste kulturprogrammene på fjernsyn, mens NRK2 kom på andreplass med 14 prosent. Når det gjaldt radio kom NRK P1 og NRK P2 svært likt ut – med henholdsvis 21 og 20 prosent som mener kanalen har de beste kulturprogrammene. [Les mer om KORK](#)



Niern i NRK2: Tu Ridi, Fire Down Below, Conspiracy theory, Blow up, The Postman, Les Misérables, First Strike, Midnight in the Garden of Good and Evil, Calamity Jane, Joe's Apartment, Taxi, Mr Nice Guy, The Wedding Singer, Klute, Sommersby, Jooyooso Seubkyuksagyom, Lethal Weapon,



Ben Hur



The Matrix

16:9



Rush Hour, Cat on a hot tin roof, Mother night, Peppermint candy, The Terminator, Waking Ned, Life and Times of Judge Roy Bean, Blackout Effect, Va dove ti porta il cuore, Raw Deal, Addicted to Love, Arsenic and Old Lace, Still Breathing, Halvveis til Haugesund, Dödslockan, Wilde, Death in Venice, Portraits Chinois, På lykke og fromme, Gridlock'd, Eraser, Citizen Kane, The Confession, Knockin' on Heaven's Door, Mimic, U.S. Marshals, Ungen, The Big Heist, Haut les Coeurs!, Dark City, Wag the Dog, Exit, Renaissance Man, En avoir (ou pas), Arlington Road, Boogie Nights, Family Business, La Voleuse de Saint Lubin, Sphere, Skulle det dukke opp flere lik er det bare å ringe, Call of the Wild, Hana-Bi, Diva, Star Wars 1 - The Phantom Menace, Døden er et kjærtegn, Trick, The Filth and the Fury, Star Wars IV - A New Hope, Suffløsen, Blodveien, Wrongfully Accused, Seitsman Lauhua Tundralita, Star Wars V - The Empire Strikes Back, The Wings of the Dove, Venner, Purgatory, Lucky People Center International, Star Wars VI - The Return of the Jedi, The Long Kiss Goodnight, Kon-Tiki, Left Luggage, Dance me to my song, Liar/Deceiver, Mars Attacks!, Dagny, Wilbur Falls, Henry Fool, The Glimmer Man, Lock - Stock & Two Smoking Barrels, Die bitteren Tränen der Petra von Kant, Rosetta, Noll tolerans, Leaving Las Vegas, Mean Streets, Niagara – Niagara, Unagi, Dogwoman: The Legend of Dogwoman, Operasjon Løvsprett, Belle de Jour, Foyle's War, Ta'm e guilass, Mulholland Falls, Rounders, Le charme discret de la bourgeoisie, Vegas Vacation, Les Ordres, Lone Star, Affliction, Cet obscur objet du désir, The Crying Game, Wara Mandel, Criminal Intent - Gang Related, My Name is Joe, Being There, Keep the Aspedistra Flying, Happy together, Brigade Spéciale-La septime victime, Deconstructing Harry, Ikiru, The Proposition, Rosie, You're Dead, Space Jam, Across the Wide Missouri, Ghosts of Mississippi, Different for girls, Young Guns, Blackout, Marx Brothers: Go West, Broken English, In the Company of Men, Young Guns 2, Smykketyven, Lady Killer, Under Heaven, Va dove ti porta il cuore,

God Forgives – I Don't, Hustruer, Dial M for Murder, Zelda, Tic tac, Lo chiamavano Trinit?, Hustruer - ti år etter, Round Midnight, Burning Bridges, Englar alheimsins, Continuavano a chiamarlo Trinita, Elskere, Broder Gabrielsen, Glengarry Glen Ross, Qaamarngup Uummataa, A Genius -Two Partners and a Dope, North, Det store varpet, Married 2 Malcolm, Bleeder, Amsterdamed, Amistad, Kvinnens plass, Career Girls, Guantanamera, Besatt, Pleasantville, Savnet siden mandag, Lost in Space, O que'isso - companheiro, The Hitcher, Good Will Hunting, Kjøere Maren, Going all the Way, Carne tremula, Three Days of the Condor, Elisabet I, Kronprinsen, Flawless, Solas, Batman, SOS, De dødes tjern, Simply Irresistible, Los amantes del círculo polar, Copland, Batman & Robin, Rebel without a cause, Six Degrees of Separation, In den Tag hinein, Heat, The Whole Nine Yards, East of Eden, He Got Game, Nachtgestalten, Most Wanted, Tin Cup, Giant, Palookaville, Otomo, Blade, Legends of the Fall, Rhapsody in Blue, The Associate, Dayereh, Fallen, Entrapment, The Maltese Falcon, Lulu on the Bridge, El mismo amor - la misma lluvia, G.I. Jane, Sliding Doors, Dark Passage, The Fisher King, Posutoman Burusu, Halloween, Absolute Power, Without Limits, Full metal jacket, Eyes Wide Shut, Lolita, Return to Paradise, A vendre, Copycat, Martha - Meet Frank - Daniel and Laurence, The Time Machine, The General, Duze Zwierze, Ögat, La vita bella, La ciociara, Une chance sur deux, Express-express, Une femme piégée, Fredrikssons fabrikk - the movie, Father of the Bride, Look Who's Talking!, Witman Fiúk, Fight Club, Tomten år far till alla barnen, American History X, Under Siege 1, Tillsammans, Happiness, Under Siege 2, The Matrix, David Copperfield, The end of violence, Lethal Weapon 3, The Nightmare before Christmas, Bør Børson jr., The real Howard Spitz, Marius & Jeannette, Dogwoman: Dead Dog Walking, Ben Hur, Asterix et Obelix contre César.

Film

NRK2 har blitt NRKs filmkanal, og sender en spillefilm kl. 21.00 de fleste ukedager. I 2002 sendte NRK2 258 spillefilmer i beste sendetid, mens NRK1 sendte 51 filmer i 'nattkinoen' sent lørdag kveld. 68 av NRK2s filmer og 5 serier ble sendt i bredformatet 16:9, noe som gir et tilnærmet kinoformat på fjernsynsskjermen. Mest sett av alle NRK2-filmene i 2002 var Stanley Kubricks kontroversielle *Eyes Wide Shut*, som med 300 000 seere er det mest sette programmet noensinne på NRK2 (utenom sport).

Begrepet *Nier'n* har etter hvert blitt godt innarbeidet. I Profilundersøkelsen for 2002 sier 20 prosent at 'NRK2 har de beste filmene', en økning på 5 prosentpoeng fra året før.

[Les mer om film i NRK](#)

16:9

Niern: Nicole Kidman
og Tom Cruise i
«Eyes Wide Shut»
skapte seerstorm på
NRK2 i november.



Underholdningstilbudet i fjernsyn og radio

NRKs helgeunderholdning er svært viktig for NRK og var i 2002 en stor suksess, da NRK1 på nytt var hele Norges førstevalg i helgene, og fortsatte å styrke sin posisjon gjennom året. Høsten 2002 hadde den egenproduserte fredagsunderholdningen (*Beat for Beat*, *Nytt på Nytt*, *Først og Sist*) sin beste sesong noensinne. Men de store vinnerne i 2002 var utvilsomt *Hodejegerne*, som ble fulgt av 1,2 millioner seere i gjennomsnitt (hele året) og *Tore på sporet*, som var lørdagssuksessen i høstsesongen. I 2002 var 81 prosent av underholdningsprogrammene på NRK1 egenproduserte. I Profilundersøkelsen mente hele 69 prosent

Tande-P hadde nok en gang suksess som lørdagsunderholder – med *Hodejegerne*.



av de spurte at NRK1 har de beste norske underholdningsprogrammene på fjernsyn – en økning på 7 prosentpoeng fra året før.

I radio fortsatte NRK P1 å tilby brede underholdningsprogrammer som *Nitimen*, *HumorXtra* og *Herreavdelingen*. *Nitimen* hadde nærmere en halv million lyttere daglig også i 2002. NRK P2 sto for den litt smalere underholdningen, med satireprogrammet *Hallo i uken*, som har et trofast publikum på rundt 65 000 lyttere.

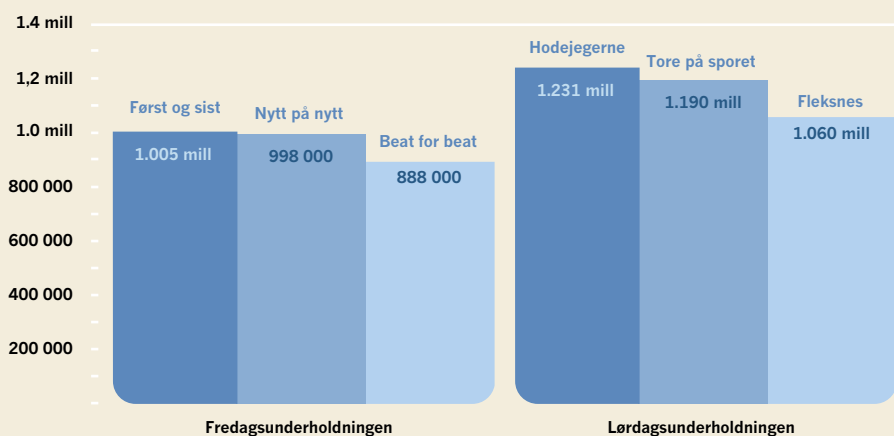


Slagferdige, kvikke, frekke og overraskende publikumsfavoritter: Anne-Kat. Hærland, Jon Almaas og Knut Nærum i *Nytt på nytt*.

I NRKs underholdningstilbud skal det også være plass til det smale og mer eksperimentelle. Et eksempel på dette er humorprogrammene i sen prime time på NRK1, som *Sofa King Stupid*, *Melonas*, *Åpen post* og *Borettslaget*.

[Les mer om underholdningstilbudet i NRK](#)

Helgeunderholdningen på NRK1. Gjennomsnittlige seertall i 2002.



«NRK1 har de beste underholdningsprogrammene på fjernsyn»



Melonas: Skjevt og spøkefullt blikk på dagens samfunn, ikke minst fra et ungt kvinneperspektiv: Kristin Skogheim, Stine Buer og Pernille Sørensen.

Drama i 2002

Norsk virkelighet og identitet var viktige ingredienser i NRKs egenproduserte stor-satsinger innenfor drama i 2002. En rekke sider av samtidig norsk virkelighet ble belyst og formidlet i flere dramaserier. I *Brigaden* fulgte vi et røykdykkerlag ved en brannstasjon gjennom 26 episoder.

Roger Kurlands roman *Lekestue* var en av årets store kritikkersuksesser i 1997.

NRK Dramas serie på åtte episoder var basert på boka. *Lekestue* handler først og fremst om en kameratgjeng i Oslo og deres hverdag, men fokuserte samtidig på hvordan mange barn blir oppdratt – eller snarere oppbevart – i vår tid.

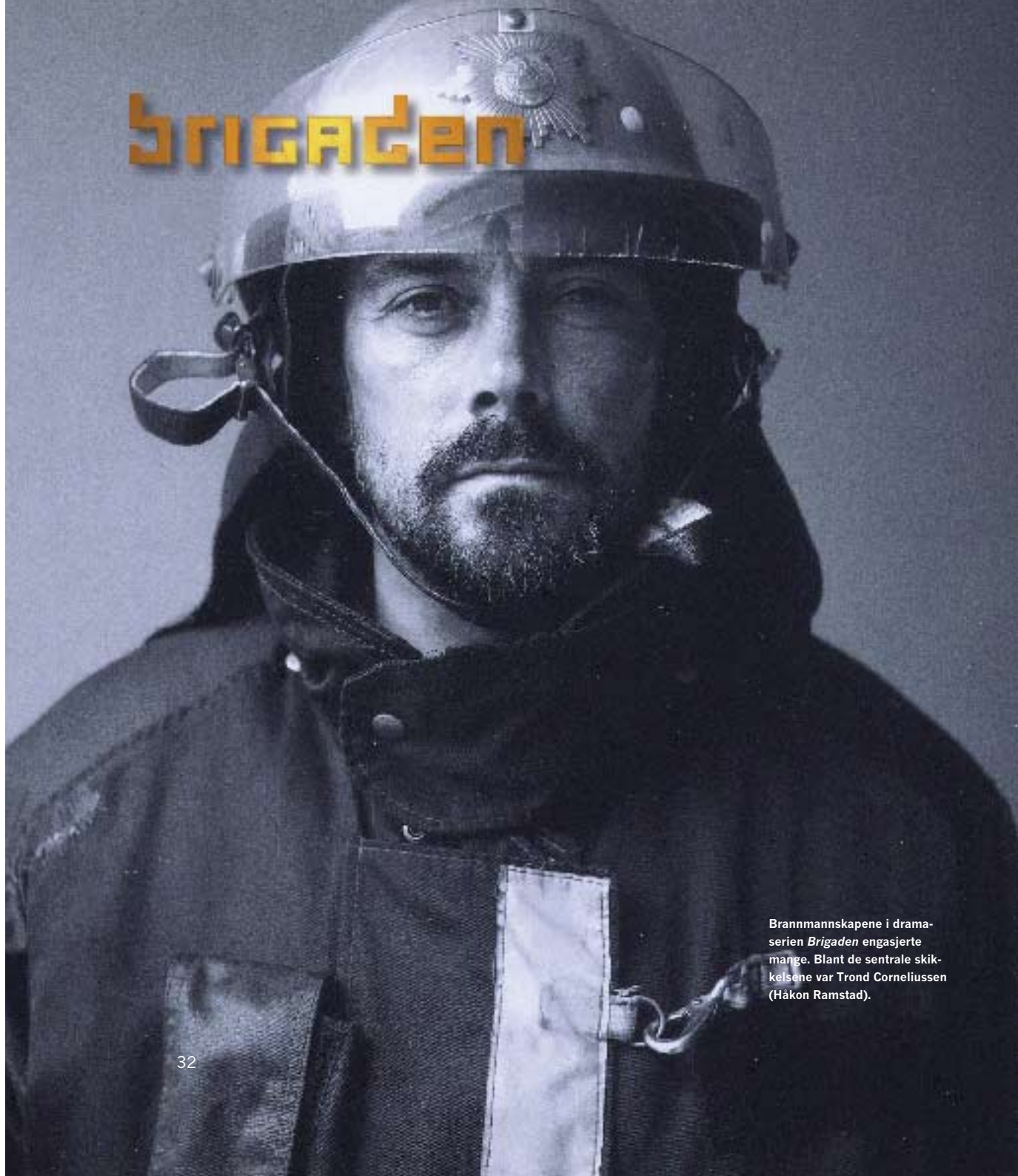
Det ble også et gjensyn med Conrad Sejer, i filmatiseringen av

Karin Fossums *Sejer – Djevelen holder lyset*. Krimserien hadde 571 000 seere i snitt, og fikk strålende kritikker: «Serien er nok et bevis på at for tiden skjer de beste og mest spennende ting på fjernsynet», skrev Dagsavisens kulturredaktør Brita Møystad Engseth etter seriens premiere i november 2002. [Les artikkelen i Dagsavisen.no](#)

I Profilundersøkelsen svarte 31 prosent at NRK1 hadde de beste norske seriene, mens 30 prosent mente TV2 var best. Når det gjaldt utenlandske serier, kom TV2 klart best ut, med 36 prosent, mot NRK1s 12 prosent.



Nicolai Cleve Broch hadde en stor rolle i NRKs dramatisering av Roger Kurlands roman *Lekestue*.



Brannmannskapene i drama-serien *Brigaden* engasjerte mange. Blant de sentrale skikkelsene var Trond Corneliussen (Håkon Ramstad).

Radioteatret

Radioteatret hadde dette året 31 premieresendinger, fordelt på P2-teatret, *Krimseriene* på NRK P1 og *Barnehørespill*.

Radioteatret satset særlig på nyskrevet norsk dramatikk og på nytolkninger av Henrik Ibsens dramatikk. I 2002 var 24 av premieresendingene nyskrevne norske, innbefattet to Jon Fosse-produksjoner, «Sonen» og «Liv».

Nyskapende

NRK-programmene må hele tiden utvikles både i form og innhold slik at det blir mulig å nå alle målgrupper. Samtidig har NRK klare forpliktelser både når det gjelder å utvikle norsk kultur, kunst og underholdning. Her er noen eksempler på at ansvaret for allmennkringkasting lar seg kombinere med nyskapende programformer:

Lesekunst

Det har lenge vært et stort behov for å gjøre den kunnskapen som finnes på universitetene, tilgjengelig for folk flest. NRK tok initiativet til et nærmere samarbeid. Man startet med å vurdere hvilke fagområder som kunne egne seg som radio- og fjernsynsprogrammer samtidig som det kunne knyttes interaktive undervisningsopplegg til dem. Første valg ble ikke særlig vanskelig. Nordmenn er et lesende folkeferd. Litteraturvitenskap er et område som både har stor publikumsappell og som er

Anna Akhmatova, Aristofanes, Ingeborg Bachmann, Mikhail Bakhtin, Honoré de Balzac, Roland Barthes, Charles Baudelaire, Monroe C. Beardsley, Samuel Beckett, Walter Benjamin, William Blake, Karen Blixen, Harold Bloom, Giovanni Boccaccio, Nicolas Boileau, Emily Brontë, Elizabeth Barrett Browning, Catull, Paul Celan, Miguel de Cervantes, Geoffrey Chaucer, Samuel Coleridge, Beatrice de Die, Dante, Emily Dickinson, Wilhelm Dilthey, John Donne, Fjodor Dostojevskij, T. S. Eliot, Paul Eluard, Dorothe Engelbretsdatter, William Faulkner, Shoshana Felman, Henry Fielding, Gustave Flaubert, Gérard Genette, Johann Wolfgang von Goethe, Stephen J. Greenblatt, Luís de Góngora, Homer, Horats, Friedrich Hölderlin, Henrik Ibsen, Wolfgang Iser, Rolf Jacobsen, James Joyce, Franz Kafka, John Keats, Julia Kristeva, Louise Labé, Lukas, Georg Lukács, Stéphane Mallarmé, Guy de Maupassant, John Milton, Molière, Michel de Montaigne, Toni Morrison, Friedrich Nietzsche, Flannery O'Connor, Sigbjørn Obstfelder, Ovid, Francesco Petrarca, Pindar, Sylvia Plath, Ezra Pound, Aleksandr Pusjkin, Jean Racine, Paul Ricœur, Jean-Pierre Richard, Rainer Maria Rilke, Pierre de Ronsard, Charles-Augustin Sainte-Beuve, Sappho, Friedrich Schiller, William Shakespeare, Richard Brinsley Sheridan, Philip Sidney, Sofokles, Madame de Sévigné, Edith Södergran, Theokrit, Dylan Thomas, Jane Tompkins, Anton Tsjekov, Vergil, Paul Verlaine, François de Voltaire, Henrik Wergeland, Walt Whitman, Virginia Woolf, William Wordsworth, Æsop

Lesekunst var et samarbeid mellom NRK og universitetene om litteraturvitenskap.





Styrk F. Tronsen tok i bruk SMS og chat i livssynsserien *Styrk live*. Når over ett tusen tekstmeldinger kommer inn i løpet av ett program, forteller det at både programmet og SMS har en misjon.

Det går an å være både
nyskapende, kontroversiell
– og populær

relativt lett å formidle. Samtidig er dette et populært fagområde med mange studenter på universitetene.

Resultatet ble et tredelt opplegg for fjernsyn, radio og Internett, i alt 16 radio-programmer og 10 fjernsynsprogrammer, alle med lenker til utdypende stoff på Internett. Radioen tok for seg den teoretiske delen med temaer som blant annet diskuterte hvorfor moderne litteratur oppleves som vanskelig å forstå, forholdet mellom litteratur og psykoanalyse, og hva som egentlig skjer når vi leser. Fjernsyns-

programmene baserte seg på en god del arkivstoff som for eksempel *Fjernsynsteatrets* oppsetning av Kong Ødipus, Fedra og Mannen fra la Mancha. Det ble produsert en rekke små tablåer for å illustrere tanker, stemninger og replikker fra sentrale litterære verk opp gjennom århundrene.

Universitetene opplevde dette eksperimentet som banebrytende. Det var første gang de fire universitetene gikk sammen om et felles pensumtilbud. For første gang fikk studenter i alle aldre mulighet til å forberede seg til en universitetseksamen uansett hvor i landet de bor. Hele undervisningsopplegget ligger ute på Internett, og kommunikasjonen mellom studenter og universitetslærere foregår via nettet.

Radioprogrammene hadde i gjennomsnitt rundt 20 000 lyttere per program. Fjernsynsprogrammene hadde 113 000 seere. 30 studenter meldte seg på studie-tilbudet, 16 meldte seg opp til eksamen.

Styrk live

Det hører til sjeldenhetene at NRKs livssynsprogrammer presenteres som direktesendt talkshow. Programmet tok opp et bredt spekter av problemstillinger: moral, helse, bredelse ved bønn, samliv på tvers av tro, liv etter døden, for å nevne noen. Publikum deltok aktivt i programmene med innspill og personlige opplevelser.

[Les mer om Styrk live](#)

Programmet gikk på begge fjernsynskanaler, hovedsendingen på NRK1 og fortsettelsen – nachspillet – på NRK2. De to programdelene hadde henholdsvis 225 000 og 15 000 seere i gjennomsnitt.

Før, under og etter sending var det mulig å sende SMS-meldinger, chatte og stille spørsmål til en ung prest. Denne tjenesten ble mye brukt – på det meste kom det inn over 1 000 tekstmeldinger per program – noe som viser at det er mulig å engasjere ungdom i livssyn, så lenge det gjøres gjennom de riktige kanalene.

Kyllingen – skandale og effektiv mediekritikk

Midt under TV2s direkte nyhetssending i forbindelse med Torbjørn Jaglands sykdom i januar 2002, brøt Bård Tufte Johansen inn i sendingen iført et knallgult kyllingkostyme. Selvsagt ble det skandale. Kringkastingssjefen beklaget overfor TV2.

Det varte imidlertid ikke lenge før kritikken i avisene rettet seg mot Bernander, som ble beskyldt for å ha falt sine egne i ryggen. «Medienes selvbeskyttende ryggmargsrefleks er gammelt nytt, men stadig en hindring for en fri og åpen samfunnsdebatt,» skrev Knut Faldbakken i en artikkel i Dagbladet.

[Les artikkelen i Dagbladet.no](#)

Kyllingen selv bøyd hodet og beklaget, men la til at hensikten hadde vært å fokusere på medienes dobbeltmoral. «Først plager man noen til de



Kyllingen (Bård Tufte Johansen) fra *Åpen Post* ble et begrep etter direkteuttaket i TV2s nyhetssending, noe som ga støtet til en dyptpløyende mediedebatt.

stuper, så står man ved sykesenga og snakker medfølende om hvor hardt vedkommende er blitt plaget. Vi er komikere, ikke politiske kommentatorer, og derfor gjorde vi det på denne måten» skrev Tufte Johansen på hjemmesiden til *Åpen Post*.

Kyllingen startet en debatt om nyhetsjournalistikk som toppet seg med Tønnesaken senere på året.

NRK har tradisjon for å tøyne grenser i sine satireprogrammer, noe programmet *Hallo i uken* er et eksempel på. Der er det som regel politikere og andre samfunns-topper som får unngjelde.

Borettslaget

At en og samme person skriver manus og spiller alle rollene i en dramaserie, hører til sjeldenhetene. I *Borettslaget* spilte Robert Stoltenberg de ulike karakterene Narvestad, Yngve, Linda Johansen, Kuram, Ali, Piirka m.fl. som raskt ble populære kjendiser. NRK fikk imidlertid problemer med Piirkas språkbruk. Lærere og foreldre mente at han lærte barn å banne.

Førstegangssendingene ble lagt utenfor prime time, kl. 22.30. I gjennomsnitt fulgte 969 000 personer serien. Dette er et svært høyt seertall for et program som sendes på dette tidspunktet. Mens *Borettslaget* gikk, hadde NRK1 to tredeler av all fjernsynsseing i Norge.

Interaktivitet og tilbud utenfor ordinær kringkastingstid

Gjennom interaktivitet kan publikum gi sine innspill direkte både før, under og etter programmene via tekstmeldinger (SMS), på Internett, på telefon, eller ved annen bruk av ny teknologi. Spørsmål, kommentarer, avstemninger og konkurranser er de mest brukte formene.

NRK lanserte flere forsøk med slike tjenester i fjor. Det viktigste var det fjernsynet i Bergen som stod for. Programmet *Pokerfjes* gir publikum mulighet til å være med å måle seg mot de som deltar i programmet. En forutsetning for å være med er at man enten bruker mobiltelefon (SMS) eller Canal Digitals hjemmestyr (set-top-

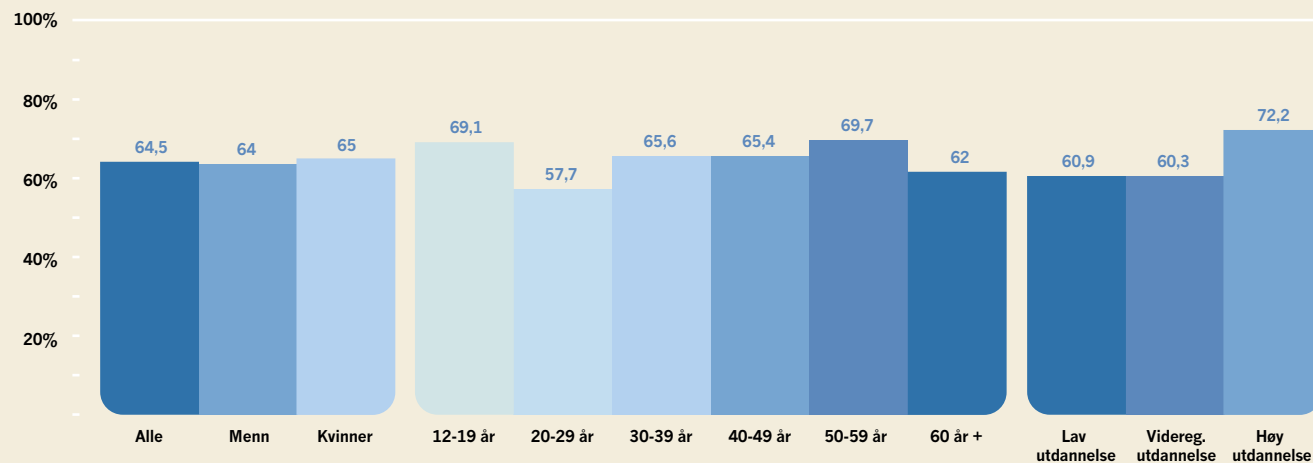
boks). Med dette utstyret kan man spille ved hjelp av fjernkontrollen.

Les mer om *Pokerfjes*

I bredbåndspiloten *Livsstil* fortsatte sendingene *Puls*, *FBI* og *Barmeny* på NRK.no og bredbåndsportalen etter at de ordinære sendingene var slutt. Her kunne publikum følge med på en tilleggssending med programleder og ekspert. De kunne chatte og bredbåndbrukerne kunne i tillegg sende inn spørsmål til studio. Det var stor aktivitet på chatten, og publikum sendte inn mange relevante spørsmål til programmene.

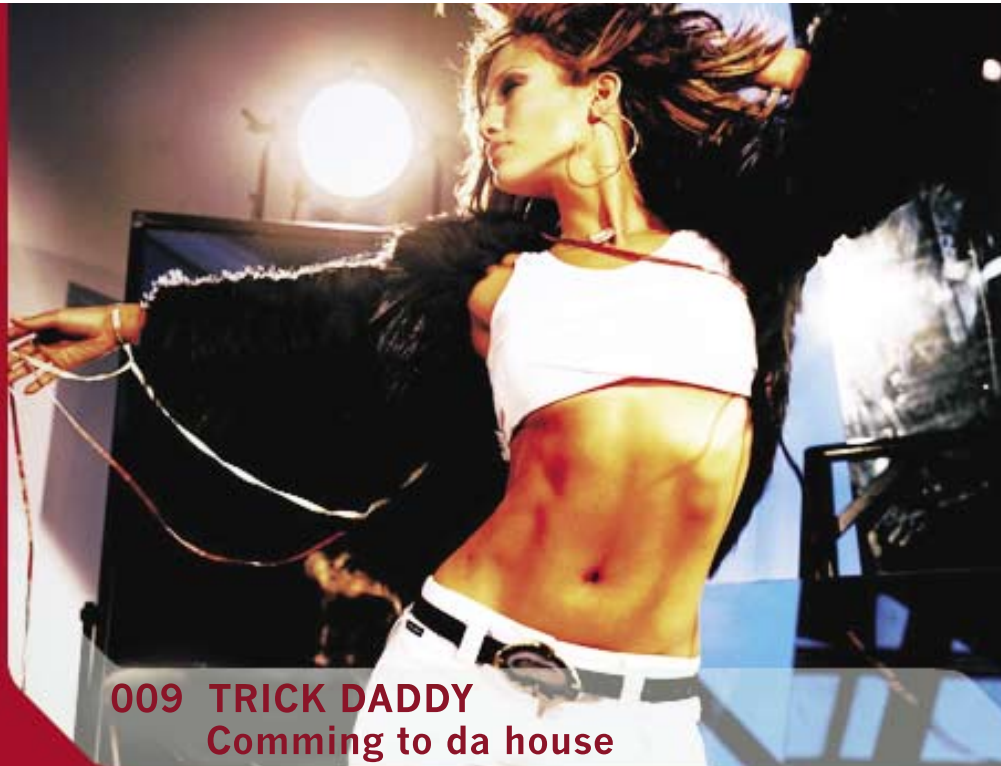
I bredbåndspiloten *Nyheter* og *Sport* testet NRK ut responsen på SMS. Sendingen ga stor respons. Det var direkte

Borettslaget våren 2002 – Markedsandeler





Vaktmester Roy Narvestad var en av de mange folkekjære skikkelsene som Robert Stoltenberg fremstilte i *Borettslaget*. Sjelden er en underholdningsserie blitt så enstemmig entusiastisk mottatt av publikum og kritikere.



009 TRICK DADDY
Comming to da house

- 124 24% Shakira. Objection
- 002 18% Royksopp, Remind me
- 453 10% Robbie Williams, Feel
- 123 09% U2, One
- 122 07% Faith No More

For å stemme på video
send V <nummer> til 2008
SMS koster 5 kr.

<nina>
Kan ikke alle stemme
på Robbie!!

<roy28>
Hei, ønsker alle en god
Helg. hilser til alle kjentfolk

<anonym>
Er det noen som vet
hva den siste singelen
til klovner i kamp?

<hurralars>
Skjer det noe ikveld?
Er hjemme og er syk :(

Svisj benytter den tiden som NRK2 ikke har ordinære sendinger på. Her gir NRK et musikkvideotilbud som seerne kan påvirke innholdet av direkte gjennom interaktivitet.

SVISJ

122 Faith No More
Easy

444 ERIC SERI
React

02:23:20

Are og Odin har skapt sin egen høyst uhøytidelige stil på NRK Petre. De har vært med på å gi NRKs ungdomsprogrammer på radio godt skussmål: 64 prosent mener tilbudet er nyskapende.



sammenheng mellom varsel på SMS og økt bruk av tjenesten. Erfaringene fra dette forsøket viser at nyhetsvarsler om aktuelle temaer øker interaktivitet og oppleves som positivt blant brukerne.

Svisj er et rent musikkvideoprogram som sendes utenom den ordinære sendetiden på NRK2. Redaksjonen velger ut et rullerende utvalg av musikkvideoer som publikum kan stemme på. Hver dag kommer dagens nykommer inn på listen. Den videoen som har fått gjennomsnittlig lavest skår de siste syv dagene blir strøket. Redaksjonen legger vekt på å fremme norske artister i sitt valg av nykommere. Markedsandelene for NRK2 økte i alders-

gruppene 12-19 år og 20-29 år. Særlig kraftig var økningen på hverdager mellom 9.00 og 18.00. Den sterkeste konkurrenten MTV tapte markedsandeler i flaten og lå på 2 prosent blant dem mellom 12 og 29 år, mens NRK2 lå på 4-5 prosent.

mPetre TV er et annet program utenom vanlig sendetid på NRK2. Programmet er en blanding av radio, fjernsyn, Internett og mobil interaktivitet. Det sendes direkte natt til lørdag og natt til søndag og inneholder musikkvideoer, partyrapporter og SMS-hilsener.

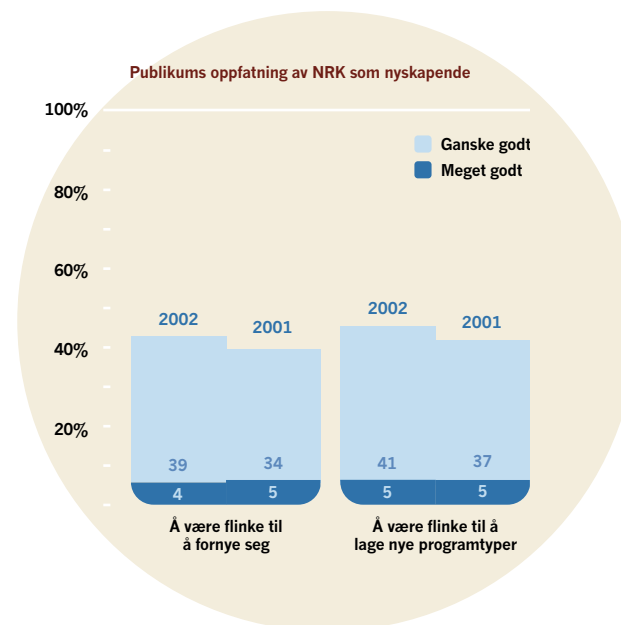
En populær interaktiv tjeneste er også nyhetsbrevene som mange programmer sender til sitt publikum. Via nettsidene er

det mulig å bli abonnent og få daglige eller ukentlige oppdateringer om hva som skjer. Programskaperne får ofte interessante og nyttige innspill fra publikum gjennom denne direkte kontakten.

Hva syntes publikum?

46 prosent mener at NRK er flink til å utvikle nye programtyper og 43 prosent mener at NRK har evne til å fornye seg. For begge områdene er dette en fremgang på 4 prosentpoeng sammenlignet med året før.

Ny teknologi gir nye programtilbud



Fotograf Steinar Lote på oppdrag for *Ut i Naturen* sommeren 2002. På Dyrhaugstind har han lagt store deler av Jotunheimen for sine føtter. Programmet fra denne turen satte ny seerrekord for *Ut i Naturen*.





Stor og mangfoldig

For at NRK skal oppfylle forpliktelsene som allmennkringkaster må programtilbudet nå ut til alle, 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 har en dekning på 84 prosent. NRK P1 har 100 prosent dekning, mens NRK P2 og NRK Petre har henholdsvis 99 og 96 prosent.

I løpet av en vanlig dag i 2002 var om lag 80 prosent av befolkningen innom NRKs programtilbud, enten fjernsyn, radio eller Internett, og i løpet av en hel uke var

så å si hele befolkningen (98 prosent) innom ett av NRKs tilbud. Det betyr at alle grupper i befolkningen nås av NRKs tilbud.

61 prosent av befolkningen var hver dag innom NRK Fjernsynets tilbud, en økning på 2 prosentpoeng fra året før. 50 prosent av befolkningen var daglig innom et eller annet tilbud fra NRK Radio, også det en økning på 2 prosentpoeng fra 2001.

Når NRK kan vise til så positive tall, er en av årsakene at det egenproduserte innholdet ofte seirer over innkjøpte internasjonale suksesser, og at det norske blir foretrukket for utenlandskjøpte serier.

Horisontalt mangfold

NRK gjennomførte høsten 2002 i samarbeid med Norsk Gallup en stor undersøkelse med vekt på NRKs radiokanaler. En av flere konklusjoner i denne undersøkelsen var at det var bred enighet om at allmennkringkasting, slik folk forstår det, er ensbetydende med det såkalte horisontale mangfold. Det vil i korthet si at kravet om mangfold skal innfris ved at man på et gitt tidspunkt skal kunne finne noe for enhver smak. Videre viste undersøkelsen at folk mener at NRK Radio oppfyller allmennkringkastermandatet. NRK Radio ble oppfattet som «Noe for alle alltid».

NRK – Noe for alle. Alltid

Et eksempel på at man på et bestemt klokkeslett fant noe for enhver smak:

**Torsdag 31. januar 2002,
klokka 18.10:**

NRK1: *Lillys butikk.*

Egenprodusert barne-TV, der vi fikk møte Lilly, som drev en liten butikk i byen. Mange kunder var innom i løpet av dagen.

NRK2: *FBI.*

Fem forbrukerinspektører avslørte jukset og gjorde deg til en smartere forbruker. Reprisesending fra NRK1 dagen før.

NRK P1: *Balsam.*

Mye musikk, men innimellom også mye øregodt. Kjærlighet, onkel- og tante-stoff.

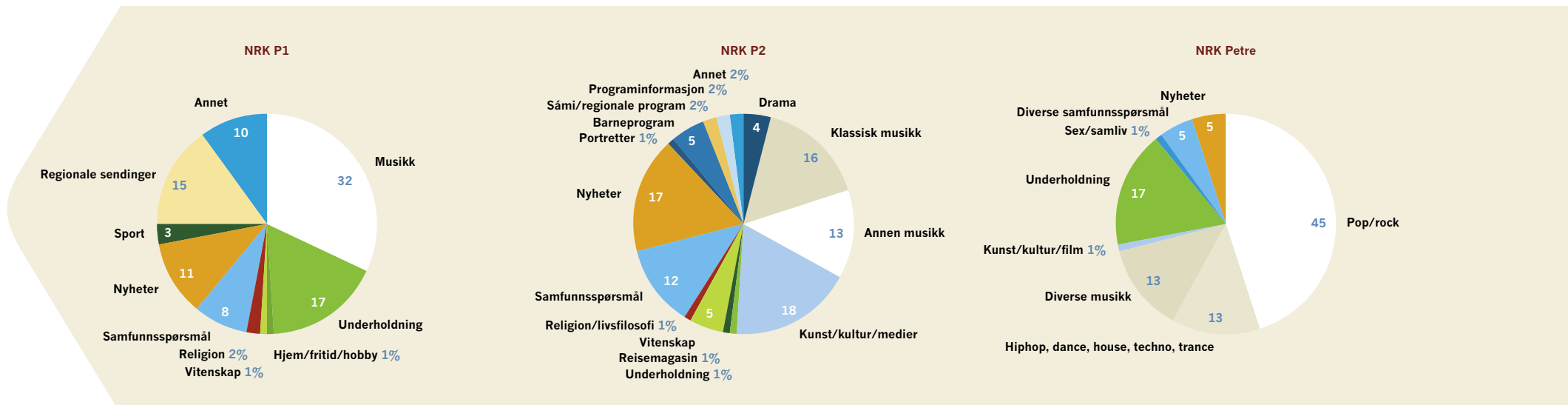
NRK P2: *Dagsnytt Atten.*

Debattprogram med dagsaktuelle saker.

NRK Petre: *Junta.*

Radioprogram for tenåringer.

NRKs tilbud når frem til
– og blir brukt av
– nesten alle i Norge



NRK P2 og NRK Petres profiler er utarbeidet på bakgrunn av timene fra 06.00 til 24.00, mens NRK P1s profil er basert på hele døgnet.

Programprofil radio

NRK P1

NRK P1 sendte 8 760 timer programmer i 2002. Programprofilen var bred, og kanalen henvendte seg til voksne lyttere over hele landet. Musikk utgjorde om lag 30 prosent av sendetiden i NRK P1. Kanalen var også den norske radiokanalen som sendte mest musikk av norsk opprinnelse (40 prosent).

Foruten musikk, var de største programkategoriene i 2002 underholdning, nyheter og regionale sendinger. Dette kommer av at NRK P1 er kanalen for de daglige distriktsprogrammene, og for den brede nyhetsdekningen. Kanalen sender nyheter hver time døgnet rundt, i tillegg til utdypende

nyhetssendinger flere ganger om dagen. Og ved store anledninger og dramatiske hendelser er det NRK P1 som legger om sendingene for å dekke det som skjer.

NRK P1 var også i 2002 radioens store kirkerom med overføring av gudstjenester, daglige andakter, aktuelle livssynsprogrammer og egne programmer for religiøs musikk. Kanalen sendte også en rekke programmer innenfor kategoriene samfunnsspørsmål, sport og vitenskap.

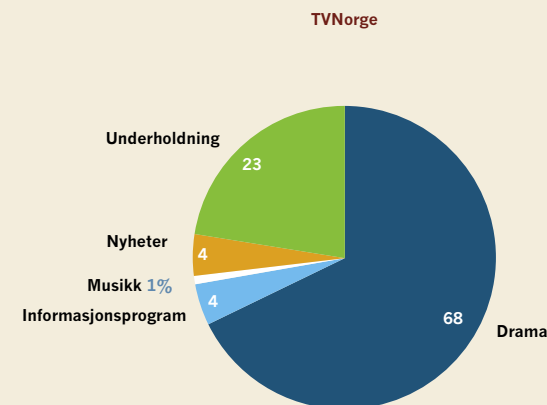
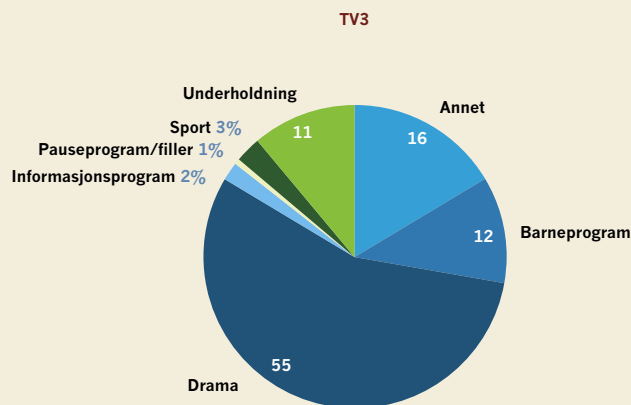
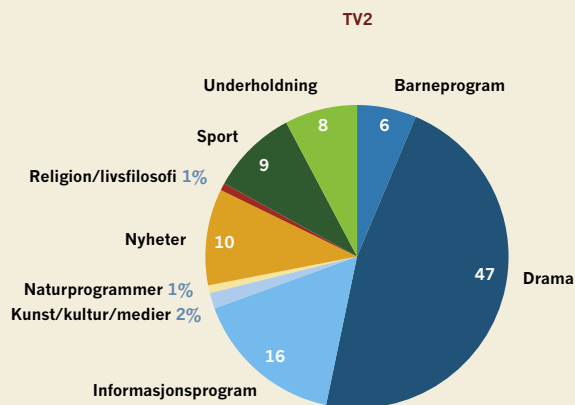
NRK P2

NRK P2 sendte 24 timer i døgnet hver dag i 2002, til sammen 8 760 timer programmer. Timene fra midnatt til kl. seks om

morgenen var klassisk natradio – *Notturmo* – i samsending med NRK Alltid klassisk.

NRK P2 skal først og fremst være en fordypnings- og opplevelseskanal for det kultur- og samfunnsinteresserte publikum, men det er likevel en målsetting at NRK P2 til enhver tid har flere programflater som favner vidt, med bred appell.

Kanalen fokuserer på formidling av kunnskap, kultur, musikk, nyheter og ulike interessefelt, noe som gjenspeiler seg i programprofilen. Den er mer preget av enkeltprogrammene enn NRK P1 og Petre er. De største programkategoriene i 2002 var kunst/kultur/medier, klassisk musikk, annen musikk, nyheter og samfunnsspørsmål. Men også vitenskap, drama,



barneprogram, religion/livsfilosofi, underholdning, samiske sendinger og reiseprogrammer var representert på NRK P2.

NRK Petre

NRK Petre sendte 6 570 timer programmer i 2002. I tillegg til dette gikk NRK Petre i samsending med NRK P1 om natten. NRK Petre er først og fremst en musikk kanal for ungdom. Musikk utgjorde i 2002 om lag 70 prosent av sendetiden på kanalen. 26 prosent av sendetiden på NRK Petre i 2002 var viet spesialprogrammer om til dels svært smale musikksjangre, et tilbud kanalen er alene om.

Mesteparten av den øvrige musikken som ble spilt på kanalen i 2002 var klassi-

fisert som pop/rock, et repertoar som i liten grad var å finne på andre kanaler. En vesentlig del av dette var ny og nyskapende norsk musikk. I 2002 var mer enn 30 prosent av musikken i beste sendetid på kanalen norsk.

De innholdsmessige bærebjelkene på NRK Petre var – i tillegg til musikk – humor og journalistikk. I denne sammenheng (se kakediagrammet) er dette i stor grad klassifisert som underholdning. Humoren på NRK Petre har brodd og setter dagsorden for ungdom – slik har det vært fra starten, med *Irma 1000* via Kristopher Schaus *Forfallsprosjekt* til dagens *Are og Odin*, som fornyer norsk humor. Kanalen prioriterer i langt større grad enn konkurrentene på

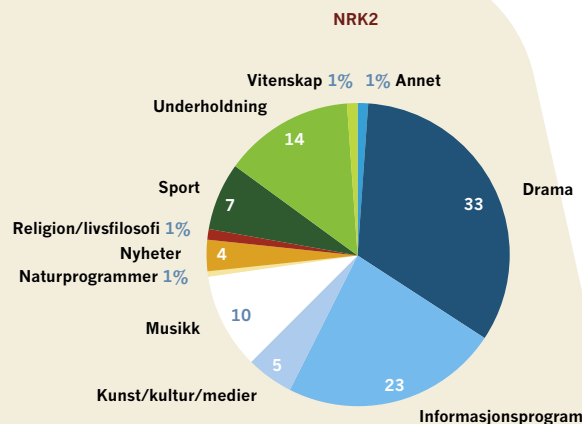
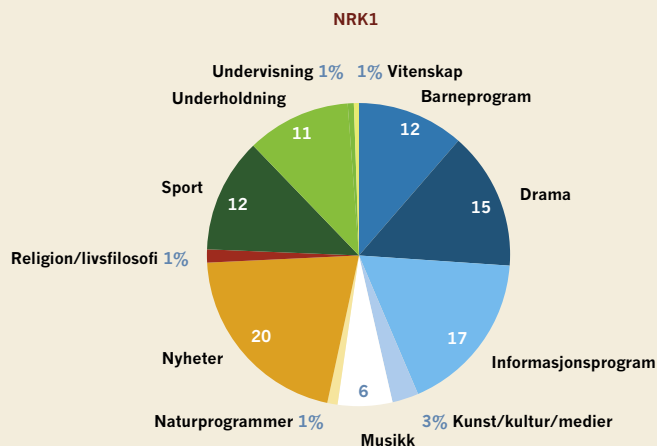
ungdomsmarkedet kulturjournalistikk, egne nyheter og samfunnsspørsmål.

Programprofil fjernsyn

NRK1

NRK1 sendte i 2002 5 074 timer riksprogrammer.

Vi ser at de største kategoriene i 2002 var nyheter, informasjonsprogrammer, drama, sport, barne-TV og underholdning. Seks kategorier hadde en andel på mer enn ti prosent av kanalens totale sendetid. Dette svarer til målet om at NRK1 skal ivareta den brede allmennkringkastingsprofilen på fjernsyn. Den skal favne vidt og blant annet gi det beste norske tilbudet for barn. Den skal



avspeile norsk kultur og levemåte og skal ha hele landets befolkning som sitt nedslagsfelt og dermed sørge for at hele landet reflekteres i programtilbudet. Kanalen skal dessuten være landets viktigste og grundigste formidler av nyheter og sport.

NRK1 skal stå som garantist for kvalitet i sitt programtilbud og være blant de ledende på utvikling av nye programformater.

I dette ligger blant annet at det i NRK1s nasjonale profil er en forpliktelse til å bevare norsk språk og kultur i en konkurranseutsatt tid der det utenlandske og fremmedspråklige stadig vokser seg sterkere.

NRK2

NRK2 sendte i 2002 2 468 timer med riksprogrammer. I tillegg ble det eksperimentert med en ny type interaktiv sending utenom ordinær programsendetid (*Svisj*). Kanalen retter seg til den nysgjerrige og aktive fjernsynsbruker, der interaktivitet er en viktig ingrediens. NRK2 har som spesialoppdrag å rette seg til unge voksne (20-40 år), til de kulturinteresserte (med vekt på film og helgetilbud) og til de interaktive. Dette gjenspeilet seg også i programprofilen. I NRKs to-kanalsystem er NRK2 en nr. 2-kanal og skal bevisst tilby programmer som er annerledes enn de som til enhver tid sendes på NRK1. NRK2 skal derfor også utfylle NRK1 og vil dermed være mindre og smalere. Til gjengjeld kan

NRK2 tillate seg å gå dypere i materien enn moderkanalen.

Fjernsynsmarkedet 2002

2002 var et godt år for NRK Fjernsyn, med de sterkeste markedsandelene siden 1998. NRK1 hadde en markedsandel på 39,2 prosent, mens NRK2 hadde 3,0 prosent. Til sammen utgjorde dette 42,2 prosent av all fjernsynsseing i Norge, en oppgang på 1,2 prosentpoeng fra året før. TV2 økte sin markedsandel med 0,8 prosentpoeng, til 32,2 prosent. TVNorge og TV3 mistet henholdsvis 0,5 og 0,7 prosentpoeng og endte på 9,6 og 6 prosent markedsandel, mens «Andre kanaler» økte noe, fra 9,5 til 9,9 prosent andel.

I 2002 økte NRK1 bredden i sitt nedslagsfelt ved å styrke seg spesielt blant barn og yngre aldersgrupper. Kanalen befestet også sin posisjon som landets største fjernsynskanal blant barn og i aldersgrupper over 40 år, begge kjønn og alle utdanningsgrupper. NRK2 hadde sine største markedsandeler blant seere mellom 20 og 40 år, samt 40-49-åringene.

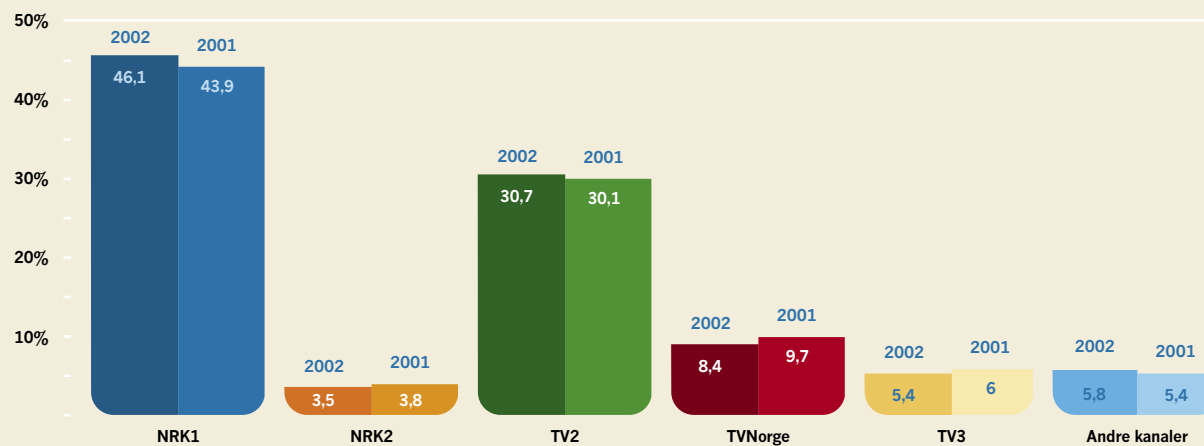
Årstall for TV

I prime time – det vil si mellom kl. 19.00 og 23.00 – økte NRK1 enda mer. Kanalen hadde hele 46,1 prosent av seingen i tidsrommet, altså nesten halvparten av all fjernsynsseing. Dette var en økning på 2,2 prosentpoeng fra 2001. En av årsakene til økningen var den omfattende



Programleder Anne Sandvik Lindmo i *Store Studio* presenterte – med glimt i øyet – et kultur-talkshow som tok opp mange forskjellige kulturuttrykk og trender.

Fjernsynskanalenes markedsandeler i beste sendetid



endringen av prime time-sendeskjemaet som NRK1 foretok høsten 2001. Med en miks av nyheter, hverdagsunderholdning, fakta og nye debattprogrammer viste det nye skjemaet seg å være svært vellykket. Den nye underholdningsflaten 19.55, hvor blant annet *Borettslaget*, *Forandring fryder* og *Sydenliv* ble sendt, hadde for eksempel 659 000 seere i snitt høsten 2002. Også faktaflaten 19.30 (*FBI*, *Puls*, *Ut i naturen*, *Schrödingers katt*) hadde sitt beste år noensinne i 2002, med 589 000 seere i snitt.

NRK Fjernsyns sterke posisjon er også synlig i at NRK1 er den kanalen befolkningen liker best. I årets Profilundersøkelse sier 41 prosent av de spurte at de liker NRK1 best. 2 prosent liker NRK2 best, mens TV2 fikk 36 prosent. NRK1 scoret også høyest på

spørsmålet 'hvilken fjernsynskanal har de beste programlederne': 43 prosent mener det er NRK1, mens 34 prosent sier TV2. Og på spørsmålet 'hvilken fjernsynskanal har du størst tillit til' er forskjellen enda større: 59 prosent av befolkningen har størst tillit til NRK1, 20 prosent til TV2. I alt sier 68 prosent av befolkningen at de er 'meget eller ganske tilfreds' med det totale fjernsynstilbudet fra NRK1, mens 40 prosent er tilfreds med NRK2s tilbud.

NRK1 – den største allmennkringkasterkanalen i Norden

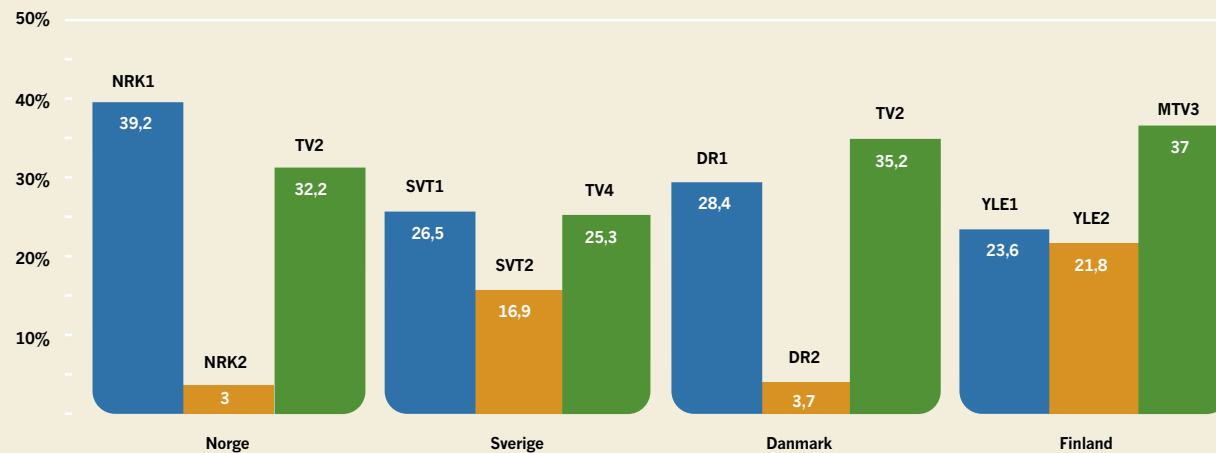
NRK1 er ikke bare den største fjernsynskanalen i Norge. Setter vi NRK inn i en nordisk sammenheng, står NRK1 i en særstilling. Ingen andre lisensfinansierte

allmennkringkasterkanaler har så stor andel av fjernsynsseingen, eller har så stort forsprang på de reklamefinansierte konkurrentene.

Sendetimer fjernsyn

I 2002 sendte NRK Fjernsyn til sammen 7 886 timer. NRK1 sendte 5 074 timer, av dette var 65 prosent egenprodusert. NRK2 sendte 2 812 timer (inkludert *Svisj*), hvorav 53,5 prosent var egenprodusert. NRK1 sendte 77 timer regionale sendinger i ni (ti etter 1. september) fjernsynsregioner – dette utgjorde til sammen 718 timer fjernsyn, produsert av de ulike distriktskontorene.

Markedsandeler 2002 for de nordiske allmennkringkasterkanalene og deres største konkurrenter



2002 var det beste året for NRK Fjernsyn på lenge

Radiomarkedet 2002

Den daglige dekningen for radio totalt en gjennomsnittsdag i 2002 var på 68 prosent, en økning på 3 prosentpoeng fra året før. NRK Radio økte med 2 prosentpoeng til 50 prosent. For enkeltkanalene var tallene som følger: NRK P1 35,7 prosent, NRK P2 6,8 prosent og NRK Petre 8,7 prosent. Til sammenligning hadde P4 24,9 prosent daglig dekning, og lokalradio i alt 14,3 prosent.

Dette gjør NRK P1 til Norges største radiokanal. P1-lytterne er også de som brukte mest tid på 'sin' kanal i 2002 – de lyttet i gjennomsnitt tre timer og fem minutter på NRK P1 daglig.

NRK Radios markedsandeler gikk imidlertid litt ned fra året før – en nedgang på 1,3 prosentpoeng til 58,4 prosent. Dette

skyldes at befolkningen 'zappet' mer enn tidligere og tilbrakte færre minutter på én radiokanal. Det var NRK P1 og NRK Petre som sto for nedgangen i markedsandeler (henholdsvis 47 og 6,2 prosent mot 47,5 og 7,2 prosent andel i 2001), mens NRK P2 økte med 0,3 prosentpoeng til 4,6 prosent markedsandel. [Årstall for radio](#)

Sendetimer radio

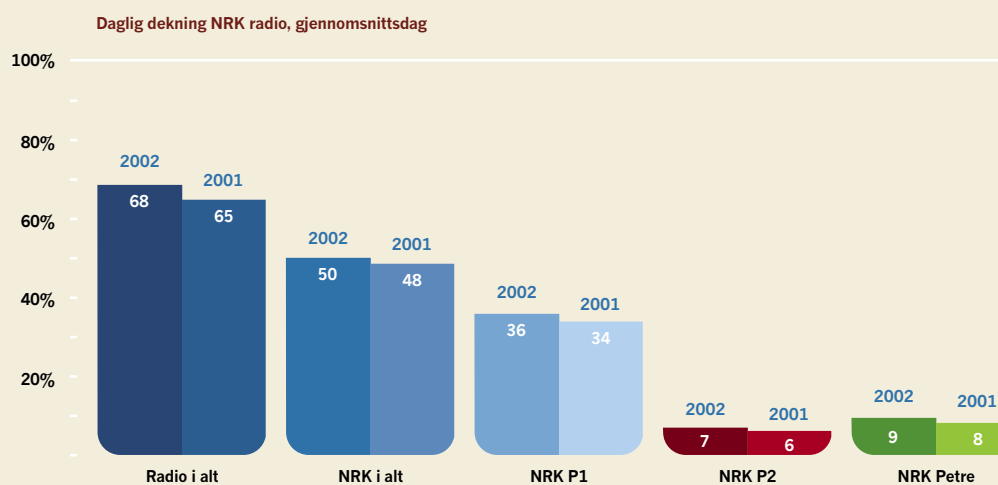
NRK Radio sendte totalt 22 817 timer fordelt på de tre basiskanalene: NRK P1 sendte 7 487 timer (ekskl. regionale sendinger), NRK P2 8 760 timer (inkl. samiske sendinger), og NRK Petre 6 570 timer. I tillegg kom de regionale sendingene (tilsammen 20 364 timer fordelt på 17 distriktskontorer, og 1 459 timer produ-

sert av Sámi Radio), og sendingene på NRK mPetre, NRK Alltid nyheter, NRK Alltid klassisk, NRK Stortinget og NRK Europakanalen, til sammen 31 755 timer. Så å si alle NRK Radios sendinger var egenproduserte.

Lytternes dom

NRK P1 scoret høyest på spørsmålet: 'hvilken radiokanal liker du best', med 32 prosent, mens P4 kom på andreplass, med 28 prosent. NRK P1 er også kanalen folk har størst tillit til, med 39 prosent. P4 scoret høyest på spørsmålet 'hvilken radiokanal har de beste programleiderne', med 27 prosent. Her var NRK P1 på andreplass, med 20 prosent. [språkregler](#) og [lenker til andre nyttige steder på Internett](#).

NRK P1
var den best likte
radiokanalen



Kringkasting



Ekstra Bladet

Vi følger redaksjonen i en av Danmarks store aviser.

Film/kino



Stanley Kubrick – et liv i bilder

Hvem var han egentlig?

Teater



«Katta» vår – Chat Noir 90 år

Om dette teaterets spennende historie.

Musikk



Profil: Billie Holiday

Et møte med blues-sangerinnen fremfor noen.

Litteratur



I bokhylla: Tarjei Vesaas

Vi drar ut for å få vite mer om Tarjei Vesaas.

Bildekunst



Ung, vakker og begavet

Om kvinner, menn, sex og kunst i surrealismen.

Arkitektur



Bibliotheca Alexandrina

Et bygg som kan få den samme betydningen som operaen i Sydney.

NRK1 har et bredt kulturtilbud, noe denne oversikten illustrerer. NRK2 har sine egne programmer i denne kategorien, med magasinet *Stereo* som det mest profilerte (mandager til torsdager i beste sendetid).

Sjangermangfold og sjangerbredde

NRK tilbyr seerne et stort sjangermangfold: nyheter, sport, underholdning, vitenskap, kultur, musikk etc. er representert. I tillegg har NRK satt seg som mål å ha et variert tilbud også innenfor de ulike sjangrene – det vil si sjangerbredde. Ser vi på kunst, kultur og medier, sendte NRK i tillegg til de faste programpostene *Safari* og *Stereo*, som tok for seg kunst og kultur i bred skala, en rekke enkeltprogrammer innenfor kunst/kultur/medier-undergruppene film, litteratur, arkitektur, teater, bildende kunst, musikk.

Språket er det grunnleggende

Godt språk styrker NRK i kampen om lytternes og seernes oppmerksomhet. Dårlig språk gjør programmene fattigere, godt språk gjør dem rikere. Lyd og bilde er slett ikke NRKs eneste arena: godt språk er viktig på Tekst-TV, Internett, og ikke minst i teksting av fjernsynsprogrammer. Uansett medium kreves det høy bevissthet og aktivt arbeid for å bære NRKs posisjon som språklig forvalter. Det kreves også stort mot og åpenhet både for å gi og ta imot språklige råd kolleger imellom. Men det er nødvendig.

NRK skal ta vare på, bruke og formidle det norske og det samiske språket. NRK har eget språkutvalg og språkkontakter i alle avdelinger, og språkreglene ble revidert september 2002.

NRK har også revitalisert sin interne språkpris – den skal gå til en medarbeider som har gjort en spesiell innsats for godt språk i NRK. For å skaffe oss mer kunnskap om hvordan vi bruker språket, er det opprettet inntil tre hovedfagsstipendier, hvert på 7 500 kr. Språkutvalget har også tatt i bruk NRKs intranett mer aktivt, og samlet språkbrev, oppslagsverk,

NRK har også som oppgave å avspeile mangfoldet i norsk talemål, slik at publikum kan kjenne igjen sitt eget språk, deriblant en viss andel programmer på nynorsk. I 2002 var nynorskprosentandelen i NRK1 på 10,2 prosent, og i NRK2 på 15,8 prosent. NRK P1 hadde 19 prosent nynorsk, NRK P2 15 prosent og NRK Petre 27 prosent.

NRKs distriktsorganisasjon står sentralt i planene om å etablere et nynorsk kompetansesenter i Førde.

Distriktssendingene gjør også utstrakt bruk av lokale dialekter i sendingene. At NRKs språkrøkt også blir lagt merke til utenfor huset, ble tydelig i 2002 da *Nytt på nytt*-programleder Jon Almaas fikk

Riksmålsforbundets pris «for bruk av fremragende språk i radio og fjernsyn».

Tilbud til spesielle målgrupper

Barne-TV

Barne-TV på NRK1 er et tradisjonsrikt og populært tilbud, med svært høye markedsandeler i målgruppene, særlig blant de yngste barna. I 2002 utvidet NRK1 sitt tilbud til barn med 10 minutter hver kveld. Blant 3-6-åringene og 7-11-åringene oppnådde *Barne-TV* henholdsvis 96,8 og 83,9 prosent markedsandeler (mot 96,2 og 78,4 prosent året før).

Årets julekalender på NRK1 var den nye serien *Jul på Månetoppen*. Dette er en

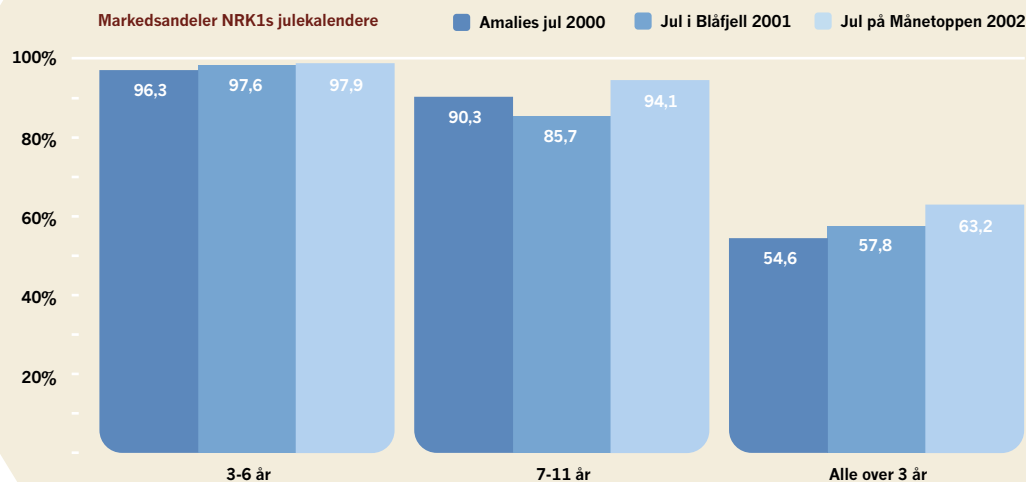
fortsettelse av den populære *Jul i Blåfjell*, og den nye serien fikk både god omtale og svært gode seertall. I *Månetopp*-serien ble det skapt et spennende, men trygt univers hvor barna føler seg hjemme. I 24 episoder fulgte vi blånissene og rødnessene og deres liv i Blåfjell og på Tuftegården.

I tillegg til fjernsynsserien ble det også lagt ned mye arbeid i en egen nettsatsing. Her ble det tatt mer hensyn enn tidligere til de yngste nettbrukerne, med mer bruk av bilder og ikoner og litt mindre tekst. Her kunne barn gå inn og tegne, spille spill, sende postkort og finne en ny overraskelse hver dag. Den bevisste nettsatsingen førte til at [barn/magi-sidene på NRK.no](http://barn/magi-sidene.på.NRK.no) mer enn tidoblet antall sidevisninger fra uke 48 til 49 2002 (fra 124 932 til 1 648 398).

NRK1 kom klart best ut i Profilundersøkelsen på spørsmålet om hvilken fjernsynskanal som har de beste barneprogrammene. 55 prosent svarte NRK1, en økning på 4 prosentpoeng fra året før.

Ungdomsprogrammer på fjernsyn: Flermedialt fokus

NRK har et tilbud til ungdom på alle plattformer. Foruten egne fjernsynsprogrammer som *Etter skoletid*, *Trigger* og *VG-lista Topp 20*, startet NRK i 2002 opp et tilbud utenfor vanlig sendetid på NRK2, rettet mot yngre seere: *Svisj*, hvor seerne kunne stemme frem musikkvideoer og chatte, og *mPetre-TV*, hvor direkte-sendt radio også ble





NRK1s førjulstilbud til de yngste, Jul på Månetoppen, oppnådde uvanlig høye markedsandeler. Her er «Jentungen» (Ulrikke Hansen Døvingen) og «Storm» (Frank Jørstad). Tilleggstilbudet på NRKs nettsider var også veldig populært. Salget av lisensprodukter knyttet til serien vakte debatt.

kastet på fjernsynsskjermen samtidig som publikum kunne chatte med programlederne.

NRK Petre og mPetre

Radiokanalene NRK Petre og mPetre retter seg mot yngre lyttere – og treffer målgruppene godt. NRK Petre har en målsetting om å være den viktigste kanalen for ungdom i Norge. Med en daglig oppslutning på 22 prosent blant 20-29-åringene

har kanalen en meget sterk posisjon i unge nordmenns dagligliv.

mPetre, som retter seg mot de litt yngre unge, skal være blant landets mest nyskapende kanaler innenfor interaktivitet, sound og avvikling. Den hit-baserte musikkkanalen ble startet høsten 2000 og har på kort tid oppnådd en svært høy oppslutning i sin målgruppe. 24 prosent av 13-19-åringene i mPetres distribusjonsområde hørte daglig på kanalen i 2002.

NRK som aktør innen ung kultur: By:larm og Urørt

NRK Petre står bak en rekke tiltak som bidrar til å sette søkelys på og heve nivået innenfor kulturuttrykk som opptar ungdom. Et eksempel er NRK Petres rolle i musikkfestivalen By:larm, både som medarrangør og som formidler av festivalen. I 2002 laget NRK.no egne nettsider viet til By:larm. Her lå intervjuer, konsertomtaler og reportasjer, i tillegg til lyd og videoklipp fra de mange radio- og fjernsynsprogrammene som sendte live fra By:larm (*Kaliber, Stereo, MusikkMisjonen, Lydverket* m.fl.).

NRK Petre arrangerte også demokonkurransen Urørt, hvor unge, ukjente band sendte inn demoer. De 14 beste bandene fikk spille under nettopp By:larm i Trondheim.

<http://nrk.no/upunkt/>

Når det gjelder hva publikum syntes om NRKs tilbud til ungdom i 2002, delte NRK1 teten med TV2 på spørsmålet: «Hvilken fjernsynskanal har de beste ungdomsprogrammene?» 19 prosent mente NRK1, mens 18 prosent svarte TV2.

Tilbud til den samiske befolkningen

NRK Sámi Radio er en egen divisjon i NRK, og holder til i Karasjok. NRK Sámi Radio sendte totalt 1 665 timer radio i 2002. Av disse var 1 459 timer regionale sendinger, 184 timer rikssendinger i NRK P2, og 22 timer rikssendinger i NRK P1. NRK Sámi Radios digitale radiokanal sendte 2 066,5 timer i 2002.

Sendingene på samisk distribueres på NRK P2-nettet nord for Salten i egne flater: Kl. 07-09 og 14-17.30 på hverdager, og kl.18-19 i helgene. I tillegg kan interesserte bosatt i Oslo-området høre sendingene på egen frekvens (90,1) i samme tidsrom. NRK P1 sendte en ukentlig oppsummering av samesendingene i *Rapport fra Sameland*, søndager 22.30. Disse programmene hadde 60 000 lyttere i gjennomsnitt i 2002.

Høsten 2001 startet NRK Sámi Radio egne samiske fjernsynsnyheter i samarbeid med svensk fjernsyn, SVT Sápmi, i Kiruna. Daglig kunne hele Sverige og Norge se samiske nyheter i *Oddasat* kl. 17.00.

Daglige fjernsynsnyheter
på samisk over hele
Nordkalotten

I januar 2002 ble også Finland med i dette samarbeidet. I 2002 hadde disse sendingene et gjennomsnittlig seertall på 52 000 personer i Norge, mens sendingene ble fulgt av 66 000 seere i Sverige. Til sammen produserte Sámi Radio 68 timer fjernsyn i 2002, blant annet *Barne-TV*, dokumentarer og innslag til riksprogrammer.

Mer om Sámi Radio.

NRK Sámi Radio vant prisen for beste dokumentar under Barents Filmfestival i Sverige høsten 2002. Og nylig ble Sámi Radios Johs. Kalvemo hedret med en spesialpris under filmfestivalen «Skábmagovat» i Finland. Dette er en filmfestival for urfolkens filmskapere og Kalvemo fikk prisen for lang tids arbeid med samisk film.

Tilbud til etniske minoriteter

Det ukentlige fjernsynsprogrammet *Migrapolis* viser møtene mellom ulike kulturer i det moderne Norge. Redaksjonen vil at *Migrapolis* både skal bidra til å fjerne fordommer, stille spørsmål og fremkalle latter. *Migrapolis* hadde 195 000 seere i gjennomsnitt søndag kveld på NRK1, og 33 000 torsdag kveld på NRK2.

I tillegg sendte NRK Alltid nyheter *Migranytt*, 15 minutter lange nyhetssendinger på bosnisk, somali, urdu og vietnamesisk, hver fredag kl. 19.30.

NRK Østlandssendingen, som lager *Migrapolis*, er stolt over å være den redaksjonen som har størst innslag av personer med minoritetsbakgrunn. Redaksjonen



Barne-TV på samisk: Sara Margrethe Oskal og Elle Sára Oskal Gaup var programledere for serien *Sikk Sakk Sikkelistit*.

består for tiden av journalister og fotografer med bakgrunn fra Norge, Pakistan, Vietnam, Sri Lanka, Tyrkia, USA og Chile.

Østlandssendingen har også laget en språklig «svarteliste» til hjelp for journalister som forholder seg til et flerkulturelt samfunn, en liste som er tilgjengelig for alle interesserte på [Migrapolis' hjemmesider](#). NRK Radio tilbyr også nyheter til den kvenske minoriteten i Norge. Sendingene, som er på finsk og produseres av NRK Troms, går på NRK P2 i Finnmark, Troms og deler av Nordland hver onsdag.

Godt humør er ett av våpnene som disse *Migrapolis*-medarbeiderne bruker i sitt arbeid for å fjerne fordommer. Med sin bakgrunn fra mange etniske og kulturelle miljøer har de gode forutsetninger for utføre en slik oppgave.



Fra venstre: Hung Ba Mai, Marianne Mikkelsen, Anniken Mihle, Thanh-Tam Ngo, Carolina Maira Johansen, Lotten Christiansen, Karyn Bennet-Lund, Noman Mubashir, Rajan Chelliah.

Tilbud til hørselshemmede

I Norge er det 600 000 hørselshemmede. De får flere egne tilbud fra NRK. I 2002 var 59 prosent av det totale fjernsynstilbudet teksten enten ved åpen teksting eller gjennom side 777 på Tekst-TV.

NRK har også en egen digital fjernsynskanal for de døve, NRK1 Tegnspråk, som tolker en del av NRK1s sendinger. Det er i hovedsak *Barne-TV*, sport og faktaprogrammer innenfor tidsrommet 18.00-20.00 som blir tolket, i tillegg til noen nyhetsprogrammer. Kanalen overfører bilde av tegnspråktolken til en egen fjernsynsmottaker plassert ved siden av hoved-

apparatet, eller man kan benytte såkalt 'bilde i bilde'-funksjon med mulighet for å velge inn to fjernsynskanaler på samme skjerm.

[Les mer om mulighetene](#)

NRK1 sendte også egne programmer rettet mot døve og hørselshemmede i 2002 (*Nyheter på Tegnspråk*, *Tegntitten*, *Tegnkult* og *Tegnsatt*). Det mest sette av disse var *Nyheter på Tegnspråk*, med 91 000 seere i gjennomsnitt.

For tiden pågår forskning på flere typer 'tale til tekst'-systemer. Det er imidlertid for tidlig å si noe sikkert om når et slikt system er klart på norsk.

Publikums oppfatning av NRK som mangfoldig

Profilundersøkelsen viser at 86 prosent av Norges befolkning var fornøyde med mangfoldet i NRK Fjernsyn i 2002. Det var en økning med fire prosentpoeng sammenlignet med 2001.

Tekst-TV

88 prosent av befolkningen hadde tilgang til NRK1s Tekst-TV i 2002. Tilsvarende tall for NRK2 var 63 prosent. Ukentlig benyttet 2,2 millioner nordmenn seg av tilbudet på NRK1. De mest populære områdene på NRK1s Tekst-TV var – som tidligere år – innenriksnyheter (1,7 millioner brukere i løpet av en uke), utenriksnyheter (1,5 millioner), sportsnyheter og – resultater (1,2 millioner), programinformasjon for fjernsyn (1,2 millioner) og distriktsnyheter (840 000 ukentlige brukere). Av distriktssidene var det Østlandssendingen, Rogaland og Hordaland som var best besøkt.

Tekst-TV har for øvrig 20-års jubileum i 2003. Tjenesten, som opprinnelig var tiltenkt døve og hørselshemmede, har nådd et stort publikum. Faktisk har Tekst-TV aldri hatt større oppslutning enn i dag, og fortsetter å øke, selv i disse Internett-tider. Medarbeiderne i Tekst-TV er derfor NRKs digitale frontsoldater. Tekst-TV er Norges mest brukte tekstmedium etter VG.

[Les mer om Tekst-TV](#)

NRK.no

NRK.no var i 2002 det åttende mest besøkte nettstedet i Norge og var hele året blant de nettstedene som økte mest på Gallups månedlige oversikter.

NRKs nettsted opplevde en sterk økning i antall besøk, både i sidevisninger og unike besøkende, spesielt i de siste månedene av året. Antall sidevisninger ble fordoblet i 2002 i forhold til året før – fra 69 492 339 til 128 223 403. I løpet av desember 2002 var 832 000 unike brukere innom NRK.no, en økning på over 340 000 brukere i forhold til samme måned i 2001.

Ved spesielle begivenheter og satsinger er det særlig tydelig hvordan Internett har fått en viktig nyhetsfunksjon. NRK.no

opplevde flere løft i løpet av året, for eksempel ved de olympiske lekene i februar, prinsessebryllupet i mai, og ved fremleggningen av skattelistene om høsten.

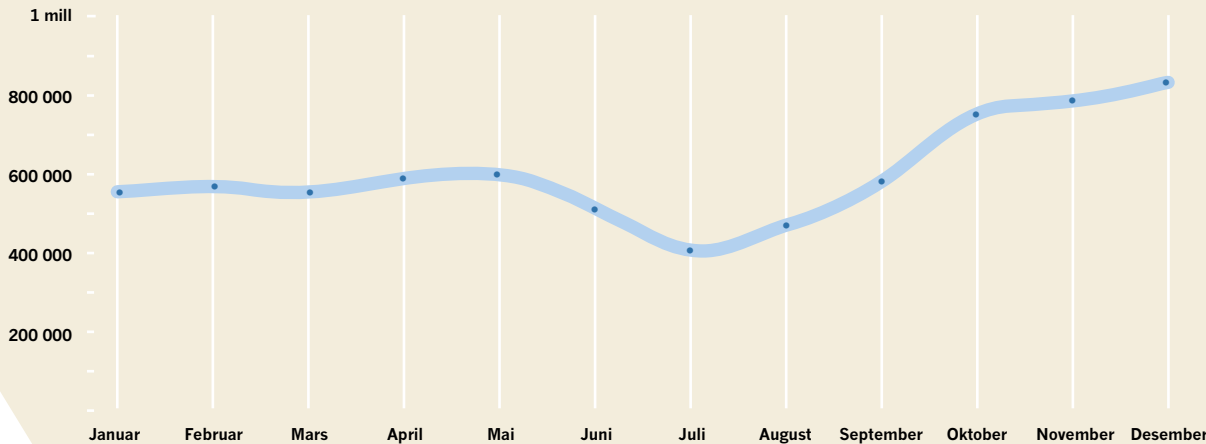
NRK.no er også blitt viktig for programskaperne, både av enkeltprogrammer og serier. Her kan publikum få forhånds- og tilleggsinformasjoner eller selv forsøke å påvirke innholdet gjennom å si sin mening, blant annet om fakta- og underholdningsprogrammer.

Fordobling av besøkene på NRKs nettsider

NRK.no tilbyr spesialsider ved store begivenheter, som her ved prinsessebryllupet i 2002. Spesialsidene utdyper og gir mer bakgrunn enn det radio- og fjersynstilbudet gir plass til.



NRK.no 2002: Månedlig utvikling i antall unike brukere





RSKT E-POST MOBIL BETING

Seneste Nyhet
KONSTANINJA OG DEN NYE KONGEN

Seneste Nyhet
KONSTANINJA OG DEN NYE KONGEN

NRK LITRATURK FJERN TV RADIO

GRUUNN: **NER OM PRINSESSERULLUPET**
NYRULLUPET - SE TV-NYHEDEN
Hva er det som har gjort prinsesse Mette-Marie til prinsesse?
SE NYHEDEN
SE NYHEDEN PÅ SE-ET-ET
SE NYHEDEN
SE NYHEDEN

Konstansinjas og kongens
Hvordan er prinsessen til Mette og Ari

Et stort reisebrev om kongehuset
Kongens reise til Danmark
Hvordan er prinsessen til Mette og Ari
Hvordan er prinsessen til Mette og Ari

MÄRTHA OG ARI SOM DE BAKGRUNN
Hva er det som har gjort prinsessen til Mette og Ari?
SE NYHEDEN

SKAL SKRIVE BOK OM KONGEN
Hva er det som har gjort prinsessen til Mette og Ari?
SE NYHEDEN

KONGEN OG PRINSESSERULLUPET
Hva er det som har gjort prinsessen til Mette og Ari?
SE NYHEDEN

ET BILDE AV
Hva er det som har gjort prinsessen til Mette og Ari?
SE NYHEDEN



Urskiven på Radiohuset på Marienlyst har vært et landemerke og vist riktig tid i mange år. Nå minner den også om at NRK er en moderne, døgnkontinuerlig mediebedrift der det produseres og kringkastes 24 timer i døgnet for å tilfredsstille lisensbetalernes ønsker og behov.



Viktig og veldrevet



autofil

www.autofil.no

Entusiasten Jan Erik Larssen har med programmet *Autofil* skapt en ny måte å rapportere om biler og trafikk på. Suksessen er også blitt et trykt månedsmagasin i samarbeid med et eksternt forlag. Dette er i tråd med NRKs bestrebelser på å ta vare på de verdiene som skapes i programproduksjonen.

Økonomisk resultat

NRK oppnådde for 2002 et overskudd på 3,5 millioner kroner. Dette er andre året på rad at NRK oppnår balanse mellom inntekter og utgifter, i tråd med NRKs langsiktige målsetting. Hele NRKs organisasjon har gjennom 2002 utvist god kostnadskontroll, samtidig som inntektene fra kringkastingsavgiften har hatt en positiv utvikling.

Resultatet er et viktig bidrag for å underbygge NRK som en veldrevet mediebedrift.

NRK arbeider fortsatt for å utnytte ressursene bedre, blant annet gjennom å redusere kostnadene knyttet til administrasjon og infrastruktur, for å kunne øke ressursbruken i den programskapende delen av virksomheten.

Av de samlede inntektene kom ca. 180 mill. kroner eller 5,7 prosent fra kommersielle aktiviteter. Utviklingen var positiv i 2002. Målet er å nå 10 prosent i 2006.

Kringkastingsavgiften var i 2002 1 775 kroner. For 2003 er kringkastingsavgiften fastsatt til 1 850 kroner. NRK er fra 1. januar 2003 registrert i merverdiavgiftssystemet, noe som innebærer full økonomisk likestilling mellom kjøp av eksterne og interne tjenester.

NRK har økonomien under kontroll

Hovedtall for NRKs virksomhet i 2002:

Samlede inntekter: **3.384 mill. kr.**

Samlede kostnader: **3.380 mill. kr.**

Kostnader knyttet direkte til programvirksomhet: **2.750 mill. kr.**

Egenkapital: **1.432 mill. kr.**

Antall faste ansatte per 31.12.02: **3.387**

Antall oppdragstakere per 31.12.02: **359**

Antall betalere av kringkastingsavgift: **1.755.000**

Lisens og salg

NRK finansieres gjennom lisens og salgsinntekter. Programtilbudet i radio og fjernsyn skal være reklamefritt. Imidlertid er sponning tillatt i disse mediene i tilknytning til kultur- og idrettsprogrammer, da med klare regler og begrensninger i bruken av sponsorplakater.

Lisensnivået fastsettes av Stortinget. Salgsinntektene oppnås både gjennom salg av ressurser som ledig sendetid, studiokapasitet, etc., og salg av produkter lisensiert i forhold til programmer og rettigheter. Gjennom det første oppfyller NRK målet om best mulig ressursutnyttelse og effektiv drift, gjennom det andre sørger NRK for å ivareta de verdiene selskapet er med på å skape.

Ett eksempel på dette er NRK2-programmet *Autofil*, som også er blitt et trykt månedsmagasin i samarbeid med eksterne aktører. Andre eksempler er salgssuksessen omkring videoen m.m. i tilknytning til *Borettslaget*, og lisensprodukter i forbindelse med den større barne- og ungdoms-satsningen *Jul på Månetoppen*. NRK mener det er bedre at verdiene av programmene blir i NRK enn at de tilfaller andre bedrifter. Salgsvirksomheten er skilt ut som et eget datterselskap, NRK Aktivum. For å bevare høy troverdighet som allmenkringkaster må NRK stå helt fritt i forhold til det redaksjonelle innholdet.



Bedriftskultur

Det ble i 2002 lagt ned et betydelig arbeid på å utvikle NRKs bedriftskultur. For å oppnå et godt omdømme som allmennkringkaster må NRK dyrke frem interne verdier som gjør dette mulig. Det er viktig å være resultatbevisst. Her ble det utviklet systemer for å måle resultater i forhold til målsettinger, og det ble arbeidet med å kvalitetssikre interne arbeidsprosesser. Det ble lagt vekt på åpenhet både i forhold til impulser fra samfunnet rundt oss og i kommunikasjonen mellom ledere og medarbeidere internt. Det

ble oppmuntret til dristighet som er viktig både når det gjelder å prøve ut nye elementer i programproduksjonen, når det gjelder å drive kritisk journalistikk og når det gjelder å prøve ut ny teknologi, nye arbeidsmetoder og nye organisasjonsformer. For å kunne gi publikum programmer som betyr noe, ble det fokusert på verdien av engasjerte ledere og medarbeidere. Det ble lagt vekt på å skape større forståelse for at alle medarbeidere har et helhetlig ansvar for bedriften. Da blir redelighet viktig både i forhold til publikum, kilder, arbeidsmetoder og i samhandling mellom kolleger.

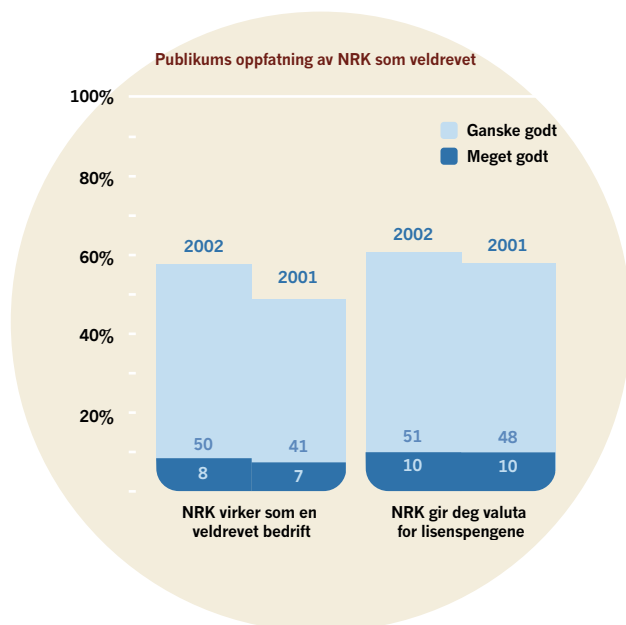
Til tross for at store organisasjonsendringer alltid medfører en viss uro og frustrasjon, var medarbeiderne stort sett fornøyde med NRK som arbeidsplass. I en organisasjonsundersøkelse oppga 83 prosent av arbeidsstokken at de var stolte av NRK og 78 prosent sa at de gledet seg til å gå på jobb.

Hva synes publikum?

Publikums inntrykk av NRK som bedrift forbedret seg i fjor. 58 prosent mente at NRK virket som en veldrevet bedrift med god økonomistyring, bedriftskultur og ledelse. Dette er en fremgang på 10 prosentpoeng sammenlignet med året før. Også når det gjelder publikums inntrykk av om NRK gir valuta for lisenspengene var det en viss fremgang. 61 prosent mente de fikk god valuta for lisenspengene. Det er en økning på 3 prosentpoeng sammenlignet med året før.

Endring av organisasjonen

En kreativ organisasjon må være i kontinuerlig utvikling. Ny teknologi og endringer i samfunnet påvirker både NRKs måte å arbeide på og publikums behov og forventninger. Gamle strukturer brytes opp og nye skapes. Det ble i 2002 utviklet nye systemer for intern mobilitet og arbeidet med å motivere medarbeiderne til fleksibilitet. Distriktsdivisjonen startet arbeidet med å gå fra fylkeskontorer til regionkontorer. Hensikten er å overføre ressurser fra administrasjon til journalistikk. Hedmark/Oppland og Nord/Sør-Trøndelag var først ute. Det var knyttet stor spenning til hvordan publikum ville reagere. Hovedinntrykket er at lyttingen på sendingene er stabil eller svakt økende etter omleggingen.



Nye utfordringer

I den digitale medie verdenen vil allmennkringkasting bli viktigere enn noen gang. Oppgaven for NRK blir fortsatt å gi et bredt kvalitetstilbud til alle, til en rimelig pris og på en enkel måte. NRK må være konkurransedyktig med en kombinasjon av godt redigerte kanaler og tilbud til smale grupper. Nye medier utfyller og bygger opp under kjernetilbudet. NRK tar sikte på å forsvare sin sterke stilling som kringkaster med tilbud både på basiskanaler, tematiske kanaler og interaktive tjenester.

For radioen er målet å opprettholde lyttingen til en solid allmennradio i tre kanaler.

For fjernsynet er utfordringen å opprettholde og styrke seernes oppslutning om NRK som landets største og vesentligste kringkaster og den viktigste nasjonale fjernsynsprodusenten.

Konkurransen om oppmerksomheten på Internett er hard. NRK har en unik bredde og dybde i sitt innhold på Internett. Videreutvikling av tilgjengeligheten til alt stoffet, tydelig profilering og sterkere markedsføring er viktige elementer i å fortsette arbeidet for å bli et av Norges mest besøkte nettstedet.

Skal NRK beholde en ledende posisjon i det norske mediemarkedet og oppfylle sitt oppdrag som allmennkringkaster, vil institusjonen i årene fremover ha behov for at

inntektene øker utover prisstigningen. NRK trenger tilstrekkelig frihetsgrad når det gjelder finansiering, slik at det i tillegg til oppfyllingen av allmennkringkasteransvaret kan utvikles nye tilbud som publikum ønsker, i form av markedsbaserte, kommersielle tjenester.

En stor oppgave, som dagens inntektsgrunnlag ikke gir anledning til, er digitaliseringen av NRKs arkiv. Det blir anslått at en engangskostnad på ca. 200 mill. kr. må til for å digitalisere det som er nasjonens minnebok i lyd og bilde gjennom 70 år. Med dagens ressurstilgang er det grunn til å frykte at viktige deler av dette materialet kan gå tapt før det blir mulig å digitalisere det og gjøre det tilgjengelig for forskere og allmennhet.

NRK fortsatte i 2002 en strategigjennomgang med sikte på å definere målsettinger gjennom en bred deltagelse i hele NRKs organisasjon. NRK har sammen med TV2 i 2002 opprettet et selskap, Norges Televisjon AS, som har søkt om konsesjon for å drive et digitalt bakkenett i Norge. For NRK er etablering av et digitalt bakkenett avgjørende for å sikre NRKs posisjon som allmennkringkaster. Videre vil dette styrke NRKs distriktsdekning og bedre dekingen av NRK2. Av økonomiske hensyn er det viktig for selskapene at det analoge bakkenettet slås av så raskt som mulig.

English Summary

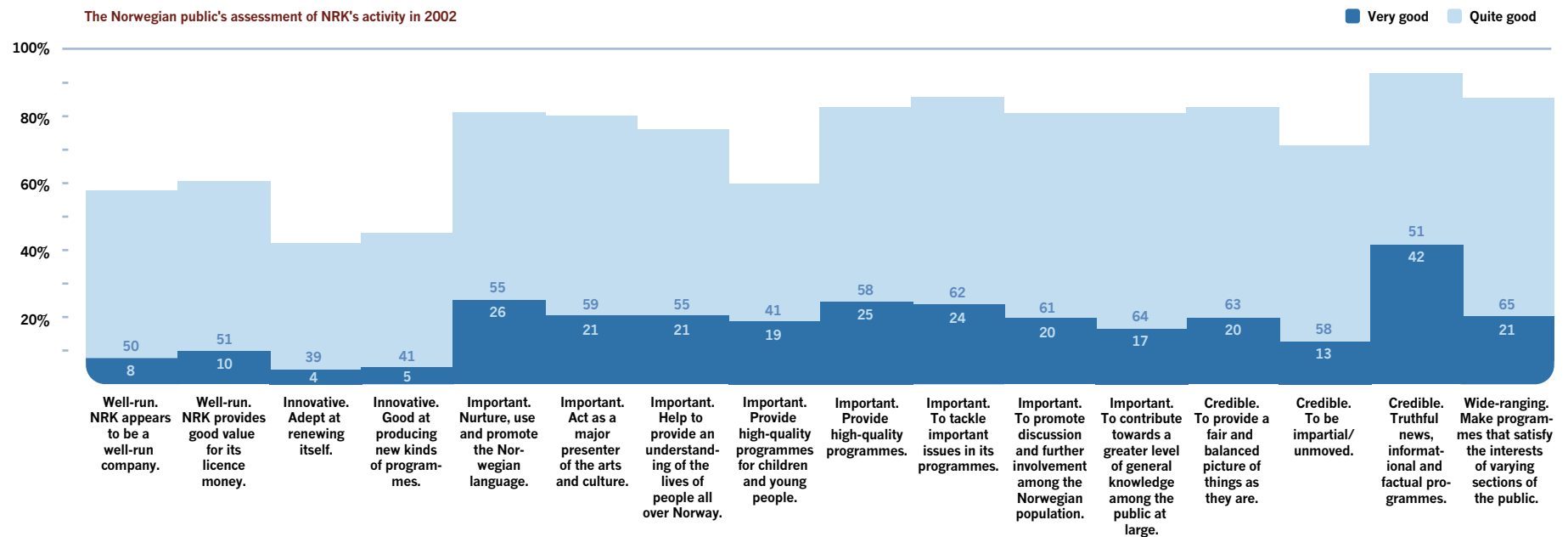
As in previous years, in 2002 the Norwegian Broadcasting Corporation (NRK) upheld the high reputation it has long enjoyed among the Norwegian population as a provider of quality broadcasting. Most people found something to interest them in NRK's wide choice of radio and television programmes, Internet pages and teletext items. Every day some 80 per cent of the population watched or listened to one or more of NRK's television or radio

programmes, and in the course of a week almost every Norwegian made use of the facilities on offer.

Not only were the Corporation's programmes many and varied, they also made provision for such minority and specialized sections of the population as children, people with impaired hearing, and linguistic minorities. The opinion that NRK offered a broad array of programmes was widespread, as is evidenced by the fact that 86 per cent of the public were of the opinion that NRK had been highly success-

ful in making and presenting programmes designed to satisfy a wide range of interests.

Although competition to attract viewers and listeners is growing keener all the time, NRK's programmes, both radio and television, remained most in demand. 42.4 per cent of all television viewing in Norway was concentrated on NRK. Viewed in a Nordic context, NRK1 occupies an exceptionally favourable position: no other licence-financed public broadcasting channel in Scandinavia could boast such



a large share of television viewers. In 2002 NRK1 expanded its range of viewers by paying greater attention to the needs of children and young people. NRK2 viewers tended to be younger than those of NRK1.

On an average day, 50 per cent of the population listened to an NRK radio programme – up 2 per cent on the year before. With its prime-time emphasis on the regions, NRK P1 further consolidated its position as Norway’s most popular radio channel. NRK P2 retained its many regular listeners, whose numbers are

rising; they are mostly people with a strong preference for news, the Arts and analytical reviews. NRK Petre (P3) likewise successfully defended its strong position in a highly competitive field and among what may be termed a fluid target group.

In 2002 more than one-third of television broadcasting time and one-fourth of radio broadcasting time was devoted to news and factual programmes. NRK’s news, informational and documentary programmes enjoy a high level of credibility among the general public, 93 per cent of whom expressed faith in their veracity.

In regard to special events and other important happenings the Internet clearly plays an important role as a source of news. NRK.no received a number of major boosts in the course of the year, two of them being provided by the Olympic Games in February and the wedding of Norway’s Princess Märtha Louise in May. Furthermore, as in previous years, NRK teletext again provided ample evidence of its popularity, attracting more than 2.2 million users a week.

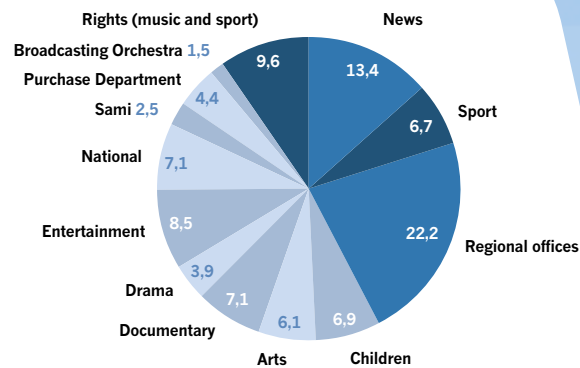
The importance of NRK’s regional offices in people’s daily lives is attested to by the year’s listening and viewing figures, which have risen steadily in recent years despite ever stronger nationwide competition. In the course of the year no fewer than 920 000 people watched NRK1’s regional programmes and 1.3 million lis-



tened daily to NRK P1’s regional broadcasts. Most people say they deem these regional programmes to be of considerable importance. 76 per cent of the population are of the opinion that NRK affords them a valued insight into the lives of people all over Norway.

Last year, as in earlier years, NRK was the prime presenter of live radio and television sports broadcasts. NRK was much to the fore in the Arts, too, and itself produced a varied range of radio and television plays. Norwegian national identity and the real life of the Norwegian people featured largely in NRK’s own television plays. *Radioteatret (Radio Theatre)* premiered 31 plays, emphasis being placed on new Norwegian productions and new interpretations of Henrik Ibsen’s dramas. On

NRK in 2002
Percentage breakdown in finances by content



weekdays NRK2 presented a wide variety of feature films, while on Saturdays NRK1 regularly showed late-night films.

NRK offered a broad range of topical cultural events, a large and varied array of music programmes, and daily programmes devoted to religious subjects, ethics, philosophy and cultural trends. 80 per cent of the population thought that NRK had achieved its purpose as a presenter of the Arts and culture.

Children and young people were increasingly catered for in 2002. NRK1, for example, extended its Children's Hour television programme by 10 minutes each evening, while NRK2 introduced a new programme outside regular viewing hours for young adults. Titled *Svisj*, it invited its young viewers to vote for the music videos they wished to see and to chat. In another such programme, *mPetre-TV*, live radio broadcasts were also heard on television, and members of the public were enabled to converse with the programme's presenters.

To a great extent NRK achieved its aim of playing an important role in the lives of the Norwegian people. This means, among other things, that the Corporation acts as a common bond in Norwegian society through the medium of its multi-generational news, informational, religious, Arts and entertainment programmes. In the year's 'Profile Poll' NRK scored highly in the following fields:

86 per cent of those polled were of the opinion that NRK tackles important issues in its programmes; 83 per cent thought it provided programmes of a high standard; and 81 per cent believed that NRK helps to raise the level of general knowledge in the population at large, encourages debate and involvement in Norwegian society, and nurtures, makes proper use of and promotes the Norwegian language.

A well-run broadcasting corporation

For NRK, media enterprise that it is, last year was a good year, it being marked nationwide by high viewing and listening figures, increased revenue, and cost cuts that resulted in a sound balance between income and expenditure.

In 2002 NRK returned a surplus of NOK 3.5 million. Of the Corporation's total income of NOK 384 million, some NOK 180 million – 5.7 per cent – stemmed from commercial activities; this is a positive development. The aim is to attain a figure of 10 per cent in 2006. For the second year running NRK achieved a balance between income and expenditure, which was in line with its long-term aim. This result represents an important contribution towards making NRK a smooth-running media enterprise. The Corporation is constantly engaged in making better use of available resources, among other things

by cutting administrative and infrastructural costs. We are endeavouring to free resources which can then be channelled into the programme-making part of the Corporation's activity, and to make better use of our resources altogether. A review of developments over the last ten years reveals that television broadcasting costs have been reduced from NOK 400 000 an hour to NOK 240 000 an hour; in the case of radio, broadcasting costs have been reduced from NOK 28 000 an hour to NOK 17 000.

Public opinion of NRK

Asked whether they thought NRK was a well-run undertaking, a greater percentage of the people polled – 58 per cent, as opposed to 48 before – said that it was. This suggests that NRK's ongoing policy of all-round renewal was positively perceived by the public at large. Similarly, the percentage of people who looked upon NRK as innovative rose by 4 percentage points.

The percentage of people who thought NRK was wide-ranging, also rose by 4 percentage points, while «important» rose by 2 points. The public's opinion of NRK as credible remained stable.

NRK1

NRK2

NRK P1

NRK P2

NRK PE3RE

NRK mPE3RE.

NRK ALLTID NYHETER

NRK ALLTID KLASSISK

NRK.no

