

Opplevelse og innsikt



**Eksterne
produksjoner**



Publisering



Drama



Etikk

FORORD

En moderne møteplass

I fjor høst opplevde vi at NRKs tenåringssatsing «Skam» ble en nasjonal seriesuksess. Dramaserien som gir innblikk i utfordringer og bekymringer hos en venninnegjeng i første klasse på videregående skole, traff ikke bare målgruppen – men folk i alle aldre. Og nettopp «Skam» er et godt eksempel på hvordan NRK nå eksperimenterer for å skape nytt innhold.

Gjennom utvikling av både formater og formidlingsform øker vi kvaliteten på våre programmer. Det norske innholdet – om det er drama, underholdning eller dokumentar – måles nå mot det beste som produseres i verden. Skal vi klare å nå gjennom med det norske innholdet, må vi tilby relevant innhold av høy kvalitet. Vår prisbelønte dramaserie «Kampen om tungtvannet», som ble produsert for NRK av Filmkameratene, er et eksempel på dette. Da serien ble sendt, satte den rekord som den mest sette TV-serie siden man begynte med slike målinger.

Aldri før har vi hatt et så omfattende samarbeid med konkurrentene våre som under fjorårets valgdekning. For å skape engasjement lokalt, inngikk NRK samarbeid med andre lokale og regionale mediehus. Vi ønsker å videreutvikle dette samarbeidet for å gjøre det samlede medietilbudet til publikum bedre.

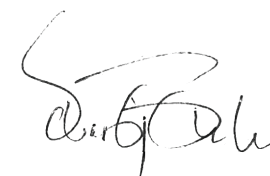
Vi ønsker å være åpne og dele mer – både med andre medier og med publikum. I 2015 inviterte vi ved flere anledninger til dialog i Store studio. Blant annet inviterte vi publikum til det som ble et svært populært møte med alle våre utenrikskorrespondenter. Vi har utvidet vårt korrespondentkorps i en tid der det som skjer ute i verden blir stadig viktigere for det som skjer her hjemme, og nettopp utenriksstoffet har fått mer rom i våre flater.

NRK er også opptatt av mangfold, integrering og den nye flyktningsituasjonen. Vi har nå satt i gang et arbeid for se hvordan vi kan bidra til at grupper som har svake eller ingen norskkunnskaper lettere kan bli inkludert i det norske fellesskapet. Og gjennom en balansert og faktabasert nyhetsdekning skal vi legge til rette for en åpen, opplyst offentlig debatt.

For å klare å være en felles referanse for befolkningen, må vi bruke hele spekteret av sjangere og plattformer. Da må vi være tilstede med godt innhold der folk forventer at vi er. Vi er derfor glade for at Stortinget har samlet seg om rammer som gir et godt grunnlag for en moderne, offentlig allmennkringkaster. NRK kan ta i bruk de plattformer vi ønsker for å nå ut til befolkningen. Dette er avgjørende, for vi kan ikke lenger ta for gitt at alle søker vårt innhold på tradisjonelle plattformer.

Vi har alltid hatt bred oppslutning om allmennkringkastingspolitikken, og det mener jeg er en forutsetning for at vi som sentral samfunnsinstitusjon skal ha stabilitet og kunne gjøre en jobb for hele befolkningen.

Oppsummert mener jeg tre grunnverdier skal bringe NRK inn i fremtiden: Åpenhet, innovasjon og kvalitet. For å ruste oss i møte med en medievirkelighet i konstant endring, må vi være i kontakt med både bransje og publikum, lytte og samarbeide – og være nyskapende. Bare slik klarer NRK å være en viktig møteplass for hele befolkningen inn i fremtiden.



Thor Gjermund Eriksen
kringkastingssjef

STATUS

Mediebildet

Vår mediebruk blir stadig mer fragmentert som en følge av et økende medietilbud. Antall kanaler på TV og radio fortsatte å vokse i 2015, samtidig som tilbudet på nettet ble mer omfattende og tilstede i vår mediehverdag. Fragmenteringen blir ekstra tydelig fordi tradisjonelle medier står sterkt samtidig som vi tar i bruk nye tilbud.

01. NRKs innhold når ut til publikum gjennom mange kanaler. Takket være diskrete tekniske løsninger kan «P3morgen»s programledere nesten ubemerket lage TV samtidig som de er på lufta.
Foto: Jon Ståle Carlsen/NRK





Vi bruker fortsatt mest tid på TV, og radiolyttingen er bemerkelsesverdig stabil. På nett er vi litt mindre på PC og nettbrett, men vi bruker mobilen stadig hyppigere. Billedbaserte sosiale medier som Snapchat og Instagram har for alvor utfordret Facebook, særlig i de yngre aldersgruppene. Syv av ti under 30 år bruker Snapchat daglig, noe som er på nivå med bruken av Facebook. Sistnevnte tjeneste brukes imidlertid i alle aldersgrupper, og får en stadig større og viktigere rolle som et sted der informasjon og kunnskap deles, noe som også gir trafikk til de norske nettstedene.

NRK står sterkt

NRK opprettholder en sterk posisjon i den krevende konkurransen om folks tid og oppmerksomhet. Både oppslutningen og legitimiteten er høy i den norske befolkningen. 86 prosent av alle over 12 år bruker et eller flere av NRKs tilbud daglig, det er samme andel som i 2014. NRK har også over lang tid hatt et godt omdømme i befolkningen. På Ipsos' årlige omdømmemåling sier 80 prosent av befolkningen at de har et meget eller ganske godt helhetsinntrykk av NRK. Dette helhetsinntrykket henger i stor grad sammen med NRKs sterke posisjon når det gjelder å vise samfunnsansvar. NRK har også en stabilt høy oppslutning om lisensen. I NRKs årlige profilundersøkelse svarer 70 prosent at de synes de får valuta for lisensen.

@gorken

Over to måneder siden jeg flyttet. Koblet opp dekoderen først i dag. Likevel sett masse NRK via Chromecast. Genial sak.

TV-vaner

Folk i Norge ser i gjennomsnitt litt mindre TV i 2015 enn året før. Trenden er den samme for alle under 50 år, men ekstra tydelig blant 20–29-åringene. NRK styrker sin posisjon i TV-markedet. NRKs fire TV-kanaler har en markedsandel på 40 prosent, noe som er en betydelig oppgang fra 2014. NRK1 er fortsatt landets største TV-kanal med en andel av TV-seingen på 32 prosent. Markedsandelen for de største norske TV-kanalene svinger fra år til år, og som oftest handler dette om kvaliteten på innholdet. NRKs seersuksesser som «Kampen om tungtvannet», «Anno» og «Ski-VM i Falun» har for eksempel betydning for NRKs markedsandel for hele 2015.

Strømmetjenester

Tradisjonell TV samler mer enn tre ganger så mange hver dag som strømme-TV. Begrepene og formene for TV-seing blir imidlertid stadig vanskeligere å holde fra hverandre. En viktig forklaring er at flere kobler opp den store TV-skjermen til internett. Rundt halvparten av TV-ene i Norge har nett-tilknytning, og i den voksne befolkningen er det stadig flere som strømmer TV-innhold på den store TV-skjermen i stua. 34 prosent av all seing på NRK TV (nett) skjer på en TV-skjerm.

Netflix er den største strømmetjenesten. 32 prosent av norske husstander abonnerer. De siste års vekst i utbredelsen ser ut til å flate ut, mens både TV 2 Sumo, Viaplay og HBO Nordic vokser jevnt, og har hver rundt ni prosent av husstandene som kunder. Totalt viser målinger gjennomført av TNS Gallup at 38 prosent av husstandene i Norge abonnerer på minst en strømmetjeneste. I denne konkurransen hevder NRK TV på nett seg godt og er den mest brukte norske leverandøren av strømmet TV-innhold.



@AashildBT

@NRKradio dere overrasker og engasjerer stadig når jeg velger nye kanaler eller tider. Det er det ikke mange medieprodusenter som klarer.

Stabil radiolytting

I 2015 lyttet vi i gjennomsnitt halvannen time på radio hver dag (89 minutter), og det er ett minutt mindre enn året før. Av den totale radiolyttingen skjedde to tredjedeler på NRKs radiokanaler. NRK P3 og mP3 står sterkt blant de unge, og sistnevnte kanal har styrket seg blant tenåringene etter at kanalen har fått mer redaksjonelt innhold. NRK P1 og NRK P2 har mistet lyttere, noe som kan skyldes både suksessen til NRK P1+ og økt konkurranse i radiomarkedet generelt. I 2017 starter overgangen fra FM til DAB-nettet, og det gir rom for et langt større tilbud av riksdekkende radiokanaler. Per i dag er det over 20 nasjonale kanaler å velge mellom i DAB-nettet. NRK P1+ er den største rene digitalkanalen med 176 000 lyttere hver dag. Over halvparten av norske husstander har nå digitalradio, og 53 prosent bruker den daglig.

Mobilbruken vokser

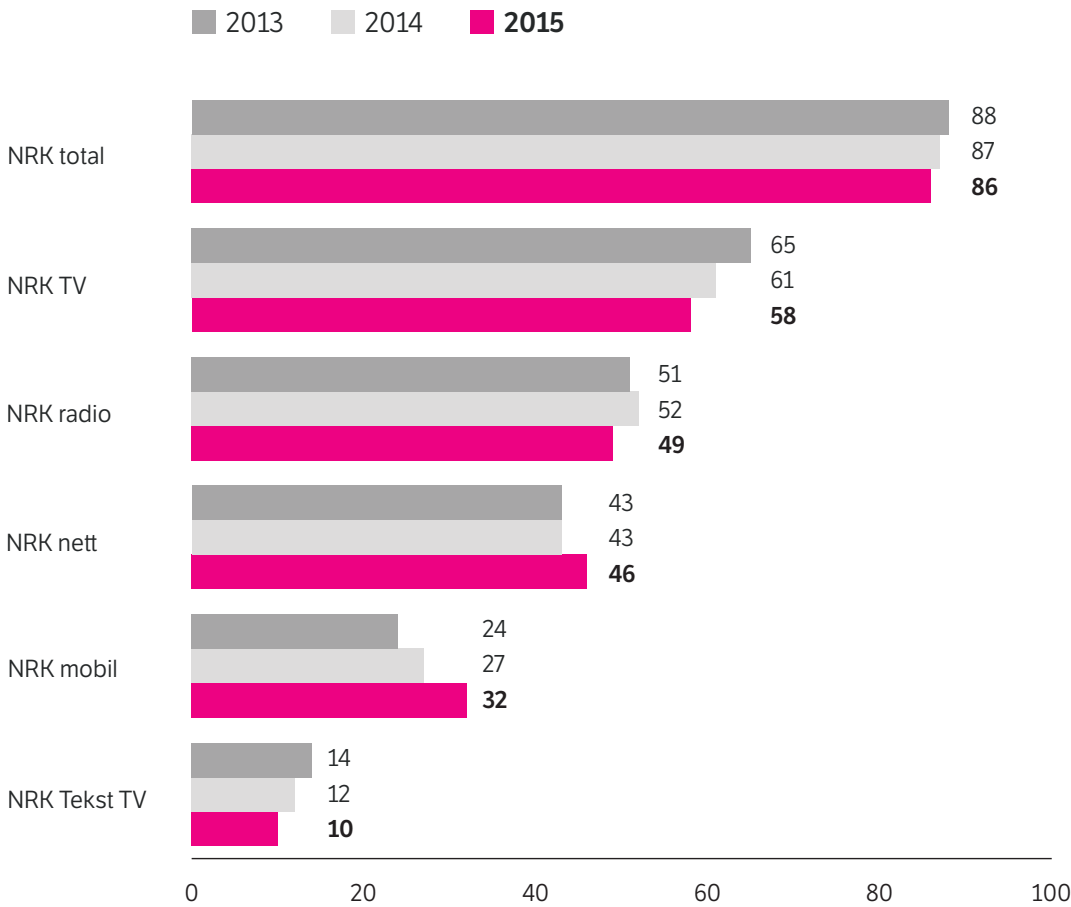
Siden de første smarttelefonene kom på markedet har mobilen blitt selve navet i mediekonsumet for stadig flere. I 2015 brukte 63 prosent av befolkningen internett på mobilen daglig. Sosiale medier spiller en viktig rolle for folks økende bruk av internett på mobilen. Facebook er en stor aktør og har i tillegg blitt en viktig inngang til nyheter. Av de norske nyhetstedene på mobil øker NRK mest ifølge Norsk internettpanel (NIP). VG på mobil vokste med 1,3 prosent i daglig dekning, mens NRK vokste med 26,6 prosent. Selv om NRK hadde størst vekst, er VG fortsatt desidert størst på mobil. 602 000 er daglig inntom VG på mobil. For NRK er den daglige dekningen på 438 000.

02. NRK brukte Snapchat for å finne en ny programleder til et nytt dokumentarprogram for unge. Interesserte kandidater fikk beskjed om å sende inn snaps der de viste at de kommer inn i og kommuniserer med miljøer de normalt ikke er en del av. **Foto:** NRK

03. Enok, Marie, Carl-Arne, Claus, Anja, Malin og Vibeke i «Anno» bidro sterkt til NRKs gode markedsandeler i 2015. **Foto:** Strix.

9 av 10 bruker NRK hver dag

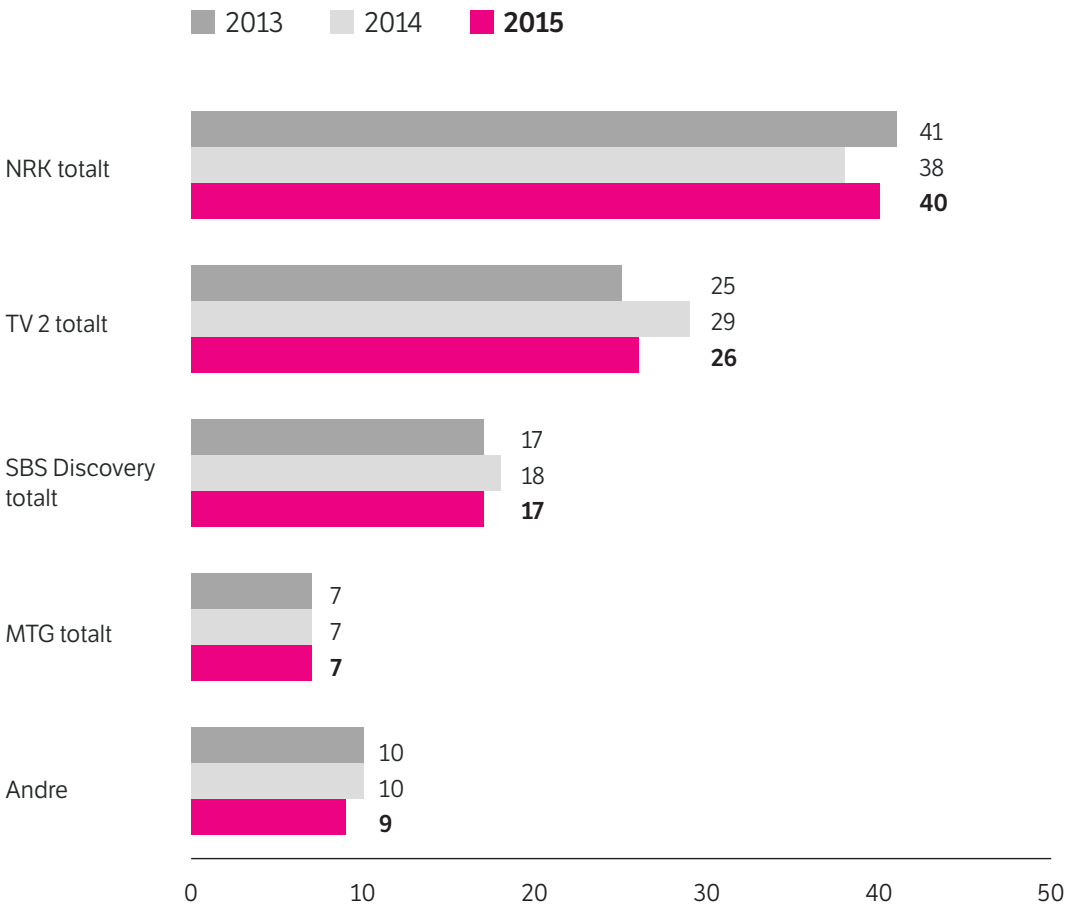
86 prosent av befolkningen bruker NRKs tilbud daglig. NRK har beholdt sin posisjon i de tradisjonelle mediene, og samtidig lyktes med å nå ut til publikum i nye medier.



Daglig dekning i prosent for hele NRKs tilbud.
Kilde: TNS Gallup Forbruker&Media

40 prosent markedsandel for NRKs TV-kanaler

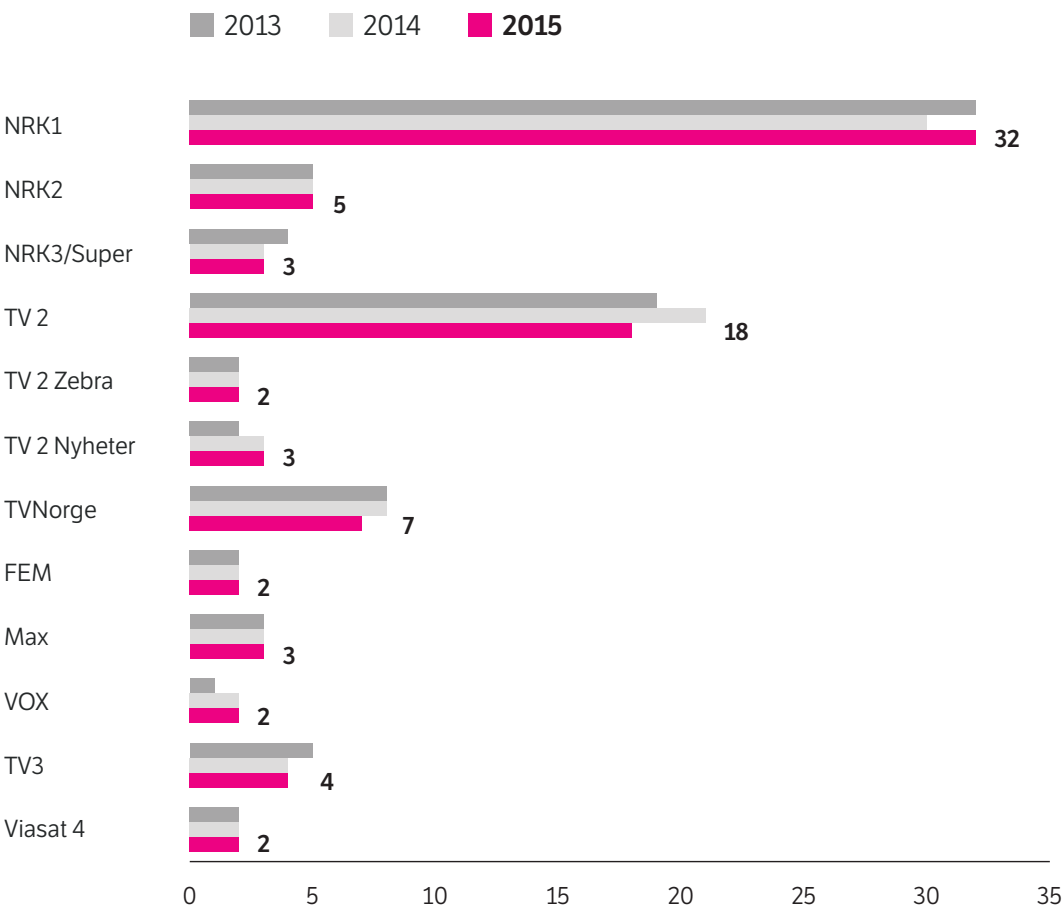
Det meste av TV-seingen i Norge skjer på kanalene eid av de fire store TV-selskapene NRK, TV 2, SBS Discovery og MTG. I 2015 økte NRKs andel med 2 prosentpoeng sammenlignet med året før, mens TV 2 og SSB Discovery går noe tilbake.



Markedsandeler i prosent per mediehus.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

NRK1 har en markedsandel på 32 prosent og er Norges største TV-kanal

NRK1 er den største TV-kanalen i Norge med en markedsandel på 32 prosent blant befolkningen 12 år eller eldre. Deretter følger TV 2 og TVNorge med markedsandeler på henholdsvis 18 og 7 prosent.

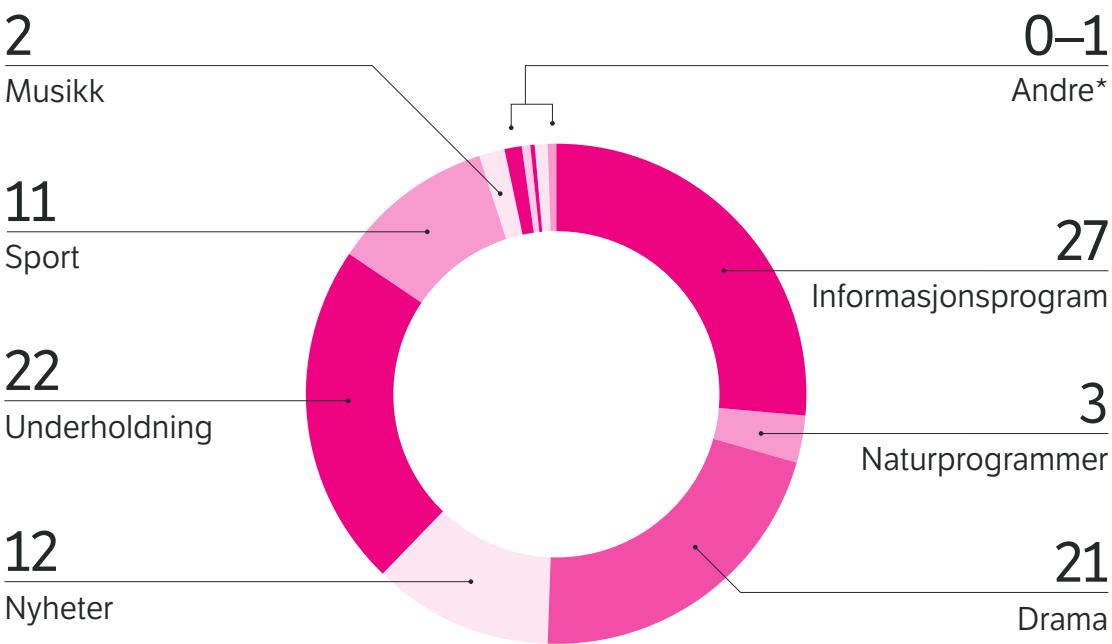


Markedsandeler i prosent per kanal i befolkningen 12+.

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Programprofil NRK1

NRK1 har med sin bredde noe for alle.



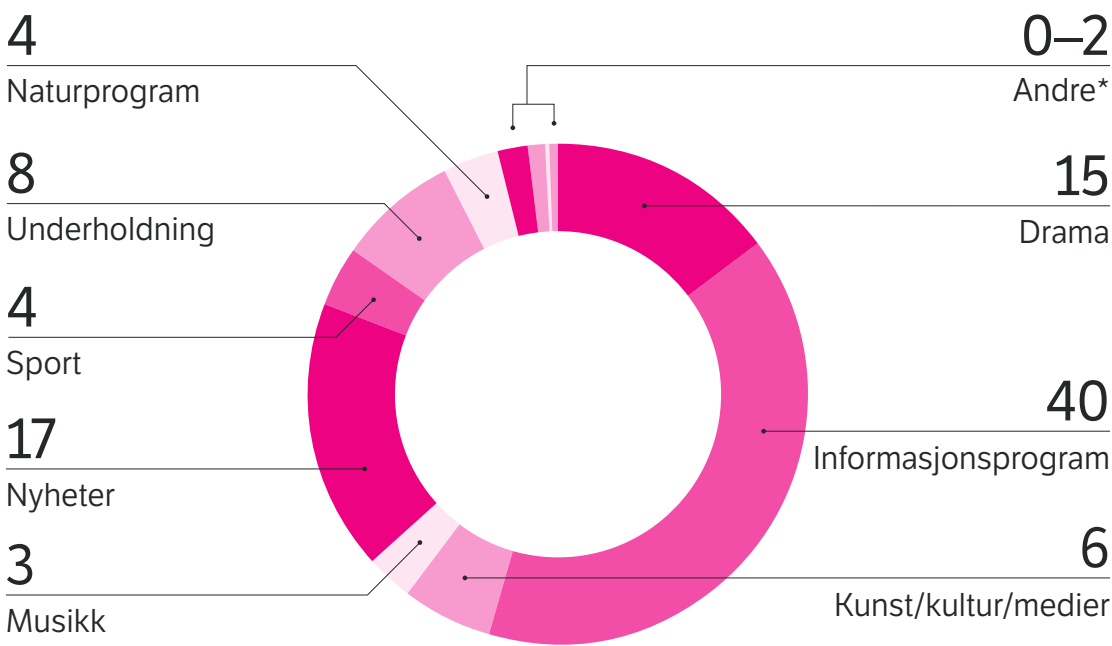
* Kunst/kultur/medier 1,1 %; Vitenskap 0,5 %; Religion/livsfilosofi 0,5 %; Barneprogram 0,2 %; Pauseprogram 0,1 %

8184 sendetimer i 2015 fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Programprofil NRK2

NRK2 er kanalen for nyheter, aktualitet, kultur og kunnskap.



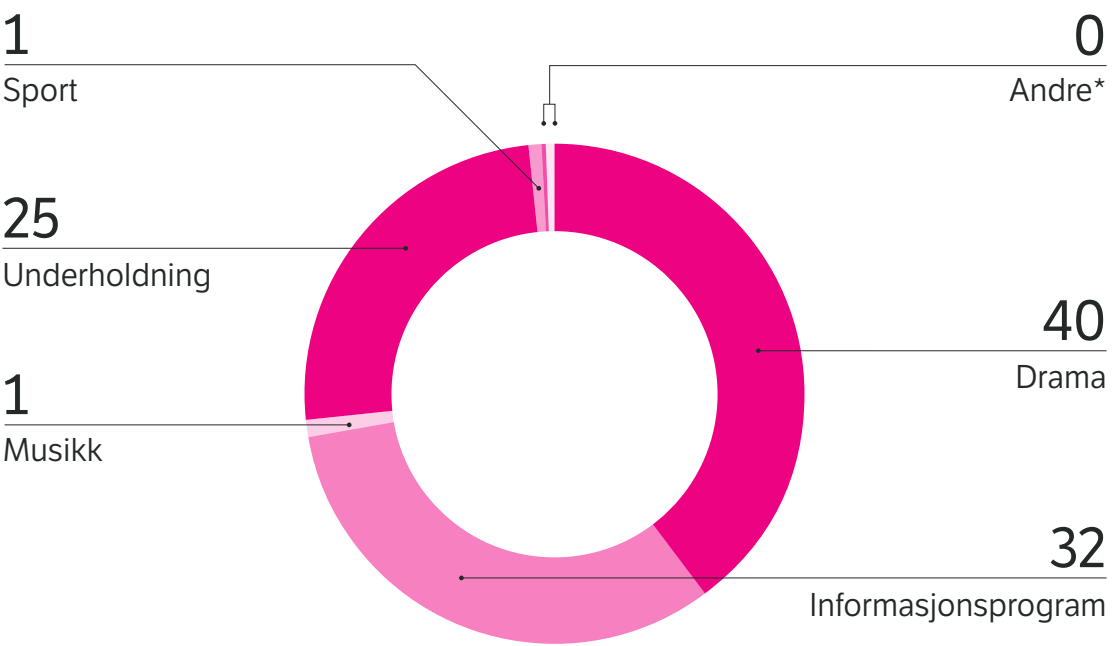
* Vitenskap 1,7 %; Undervisning 1,2 %; Pauseprogram/filler 0,4 %; Religion/livsfilosofi 0,3 %

7147 sendetimer i 2015 fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Programprofil NRK3

NRK3 deler kanalplassering med NRK Super og gir underholdning og opplevelser til unge voksne.



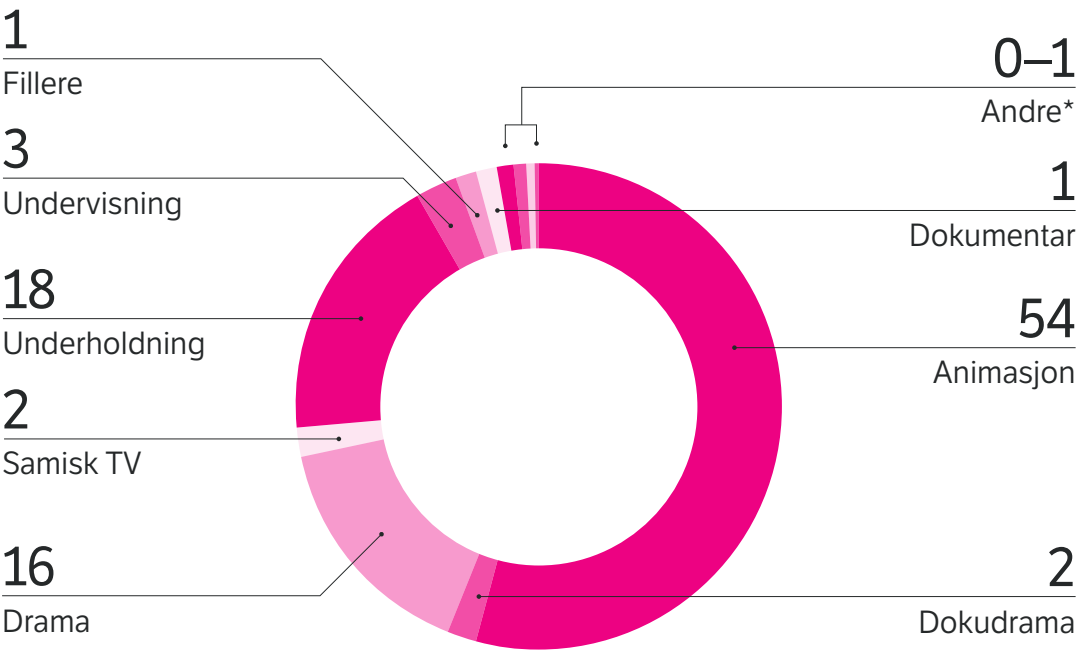
* Vitenskap 0,4 %; Naturprogram 0,3 %; Pauseprogram/filler 0,01 %; Nyheter 0,01 %

3347 sendetimer på NRK3 i 2015 fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Programprofilen til NRK Super

NRK Super har som mål å skape en verden hvor barn vokser og er viktige.

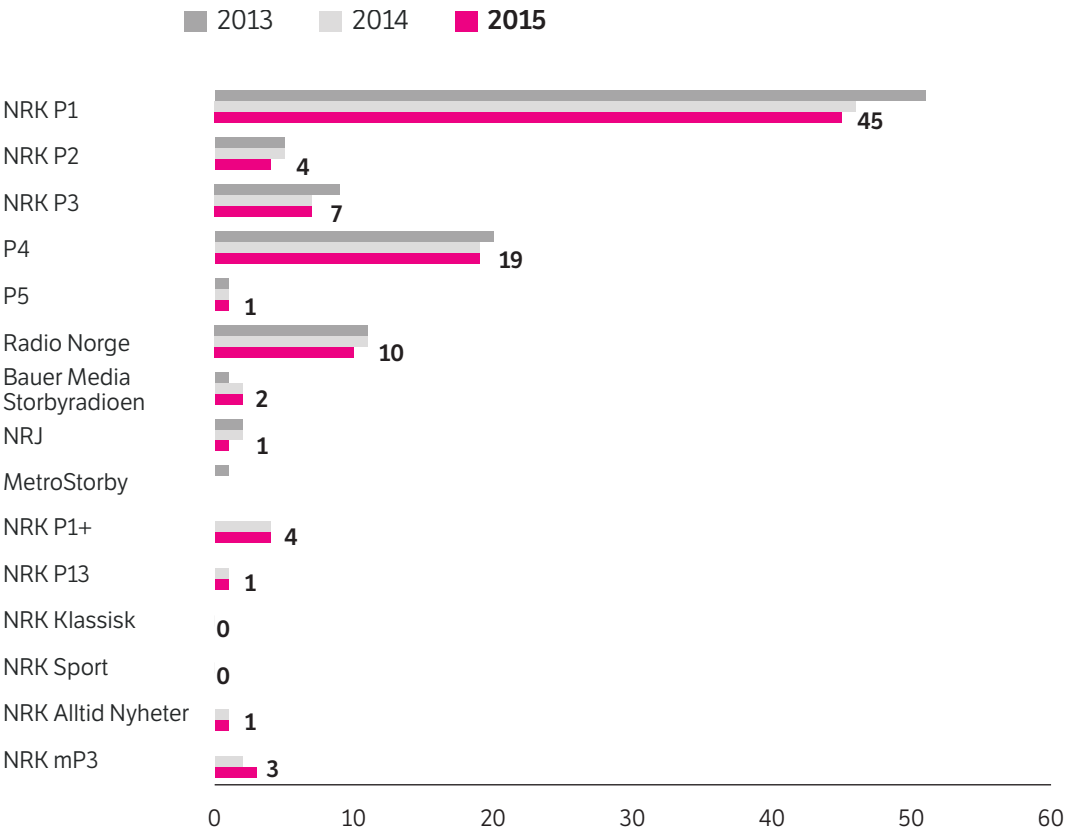


* Nyheter 1,2 %; Vitenskap 0,8 %; Musikkvideo 0,6 %; Programmer for hørselshemmede 0,2 %

Totalt 4617 sendetimer i 2015 fordelt på sjanger, i prosent.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Markedsandeler for norske radiokanaler

NRK P1 er den største radiokanalen og NRK mP3 økte sin markedsandel i 2015.



Markedsandel i prosent.
Kilde: TNS Gallup PPM

2,1 millioner NRK-lyttere daglig

Totalt 2,1 millioner, eller 69 prosent av befolkningen 12 år eller eldre, hører på NRK på radio daglig. Flest lyttere har NRK P1. NRK mP3 og NRK P1+ ligger like under P2 i antall lyttere.

	Daglig dekning i 1000	Daglig dekning i %
NRK P1	1507	34
NRK P2	243	6
NRK P3	524	12
NRK mP3	217	5
NRK Alltid Nyheter	70	2
NRK Klassisk	21	0,5
NRK Sport	21	0,5
NRK P1+	176	4
NRK P13	56	1
NRK Total	2147	69

Daglig dekning i 1000 og prosent for NRKs radiokanaler i 2015.
Kilde: TNS Gallup PPM

Programprofil NRK P1

Fra og med 2014 sender vi ikke lenger barneprogram på NRK P1, men 7/11 2015 sendte NRK P1 direkte fra Oslo Spektrum i forbindelse med «MGPjr» kl. 1830–20. Dette er inkludert i underholdning.

	Antall timer	Andel i %
Musikkprogram	1882	21
Underholdning	3216	37
Regionale sendinger	1286	15
Nyheter	715	8
Samfunnsspørsmål	860	10
Sport	246	3
Religion/livsfilosofi	223	3
Portretter	46	1
Vitenskap	96	1
Drama	76	1
Annet	114	1
Total sendetid	8760	100

Hele døgnet fordelt på sjanger, i prosent.
Kilde: TNS Gallup PPM

Programprofil NRK P2

	Antall timer	Andel %
Annet	175	2
Drama	208	2
Kunst/Kultur/Medier	1906	22
Musikk	3297	38
Nyheter	612	7
Portretter	106	1
Religion/livsfilosofi	99	1
Samfunnsspørsmål	2040	23
Samiske sendinger kultur	21	0
Samiske sendinger nyheter	79	1
Underholdning	59	1
Vitenskap	158	2
Totalt sendetid	8760	100

Hele døgnet fordelt på sjanger, i prosent.
Kilde: TNS Gallup PPM

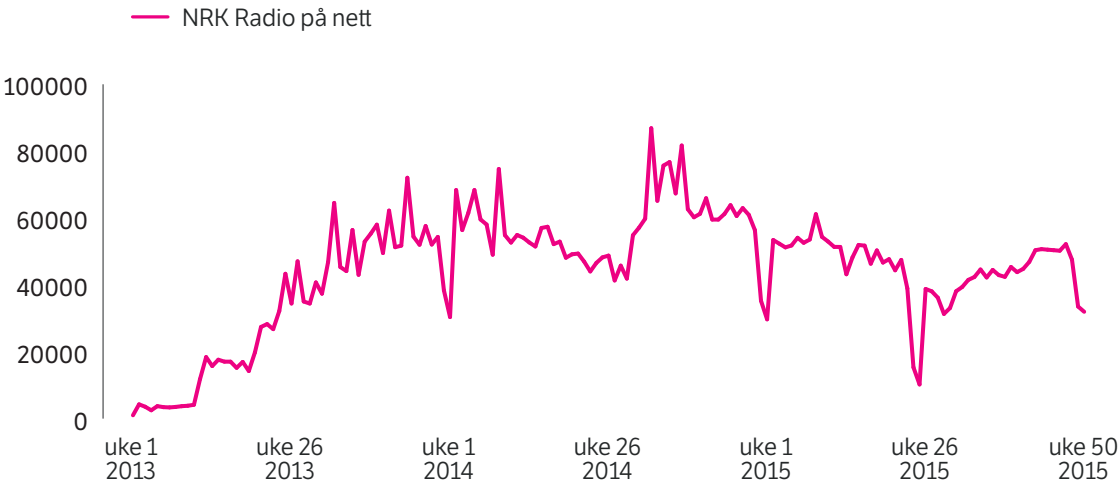
Programprofil NRK P3

	Antall timer	Andel %
Annet	201	2
Drama (dokumentar)	17	0
Kunst/Kultur/Medier	199	2
Musikk	5867	67
Nyheter	140	2
Samfunnsspørsmål	312	4
Underholdning	2024	23
Total sendetid	8760	100

Hele døgnet fordelt på sjanger, i prosent.
Kilde: TNS Gallup PPM

NRK Radio når du vil

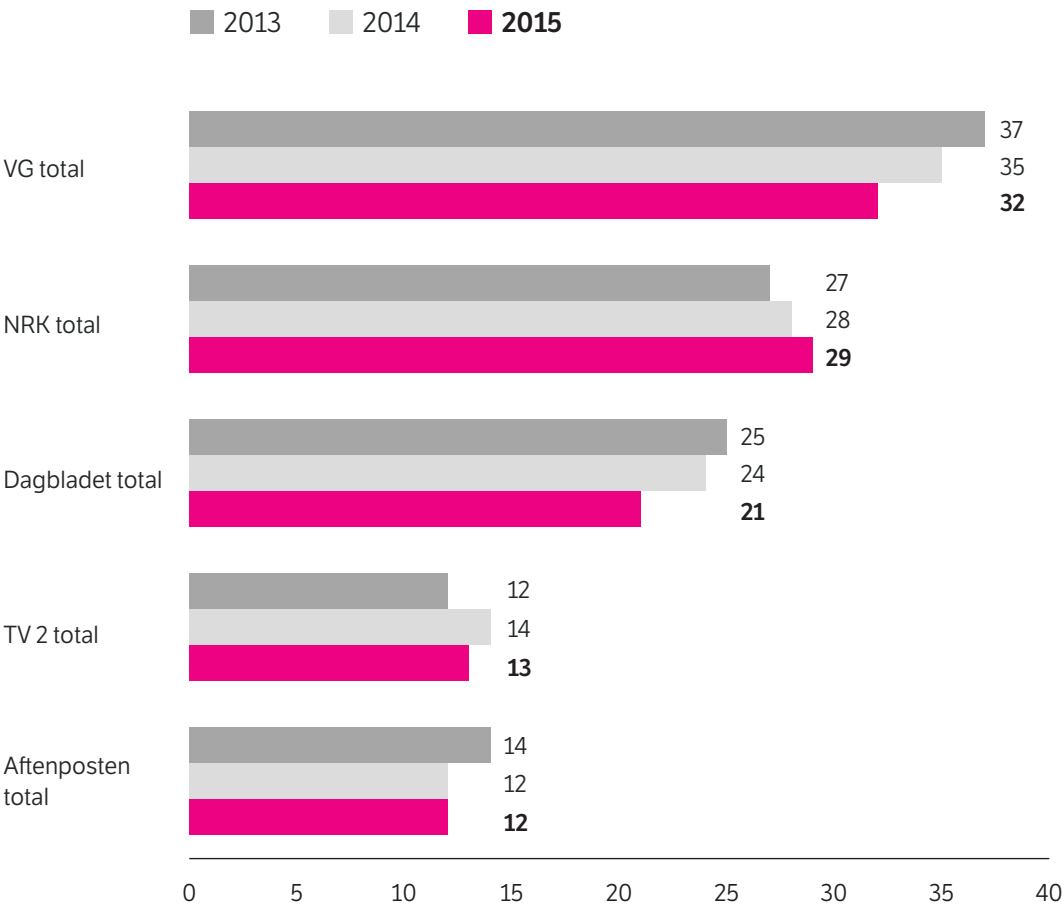
I NRK Radio på nett kan du høre direkte. I tillegg har du mulighet for å spole over det du syns er kjedelig, eller spole tilbake om du vil høre noe på nytt. Radioguiden lar deg lytte til favorittprogrammene dine fra hele seks måneder tilbake i tid.



Ukentlige unike brukere av NRKs nettradio siden lansering i 2013.
Kilde: TNS Scores

29 prosent bruker NRK på nett daglig

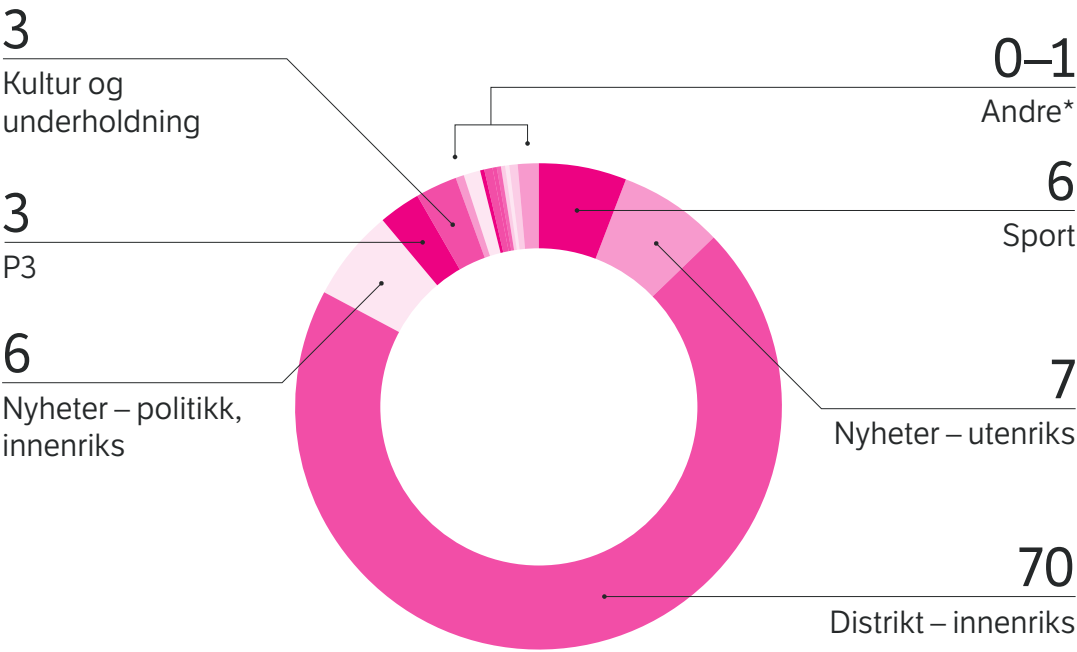
NRK er blant landets største innholdsnettsteder med 29 prosent daglig dekning i befolkningen 12+.



Daglig dekning i prosent for de største norske innholdsnettstedene, alle enheter.
Kilde: Norsk internett panel (NIP)

Publiserte artikler på NRK i 2015

NRK publiserte ca. 69 000 artikler på nett i 2015. Det betyr ca. 190 artikler på en gjennomsnittsdag. Dette inkluderer alle distriktskontorene og alle sjangersider som for eksempel viten og kultur.



* Ytring (debatt) 1,1 %; Filmpolitiet 0,7 %; Livsstil 0,4 %; Yr 0,4 %; Andakten 0,3 %; Dokumentar 0,3 %; NRKBeta 0,3 %; Viten 0,3 %; Satiriks (humor) 0,2 %; Mat 0,1 %; Annet 1,4 %

Antall artikler publisert fordelt på seksjoner, i prosent.
Kilde: NRK Statistikk

2 av 3 bruker mobile tjenester daglig

Stadig flere bruker mobile tjenester.

	Daglig dekning i antall			Daglig dekning i %		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Mobile tjenester (totalt)	2 102 300	2 464 323	2 776 995	49	56	63
NRK mobil	997 000	1 172 384	1 408 760	23	27	32
VG mobil	1 068 000	1 219 725	1 287 591	25	28	29
Dagbladet mobil	583 000	651 588	695 017	14	15	16
Aftenposten mobil	338 400	379 843	438 957	8	9	10
TV 2 mobil	224 200	312 400	377 233	5	7	9

«NRK mobil» inkluderer også Yr mobil.
Kilde: TNS Gallup Forbruker & Media

NRKs nettsider har 5,6 millioner besøkende i løpet av en uke

NRKs nettsider har omtrent like mange ukentlige unike brukere i 2015 som året før.

	NRK.no totalt
Endring	-1 %
Snitt 2015	5 570 827
Snitt 2014	5 627 252
Snitt 2013	5 295 650

Ukentlige unike brukere.
Kilde: TNS Scores

Mobilsidene til NRK har 3 millioner besøkende ukentlig

Ukentlige unike brukere på mobilsidene til NRK fortsatte å vokse i 2015.

	NRK mobil totalt
Endring	32 %
Snitt 2015	2 978 939
Snitt 2014	2 260 325
Snitt 2013	1 486 813

Ukentlige unike brukere.
Kilde: TNS Scores

Twitter og NRK Tekst-TV brukes av omtrent like mange



Daglig dekning i prosent, 12+ for Tekst-TV og 15+ for Twitter.
Kilde: Interbuss Q4 2015 og Gallup media 2015

Mange følger NRK i sosiale medier

NRK skal være der publikum er og er derfor tilstede i sosiale medier.

Unike følgere	
Facebook	850 000
Instagram	450 000
Twitter	350 000

Unike følgere i sosiale medier.
Kilde: NRK Statistikk

Yr er den mest brukte NRK-appen

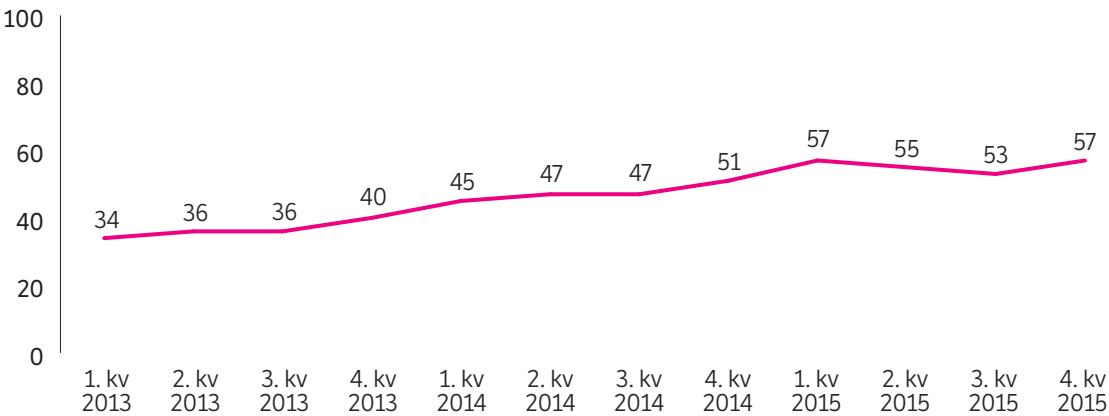
Yr er den mest brukte NRK-appen. Deretter følger NRK TV og NRK Super.

Daglig unike brukere	
Yr	784 613
NRK TV	87 534
NRK Super	74 710
nrk.no	35 318
NRK Radio	24 885
Fantorangen	11 670
P3 Radio	8 109

Daglige unike brukere for NRKs apper i 2015.
Kilde: TNS Scores

Over halvparten av befolkningen lytter til digitalradio

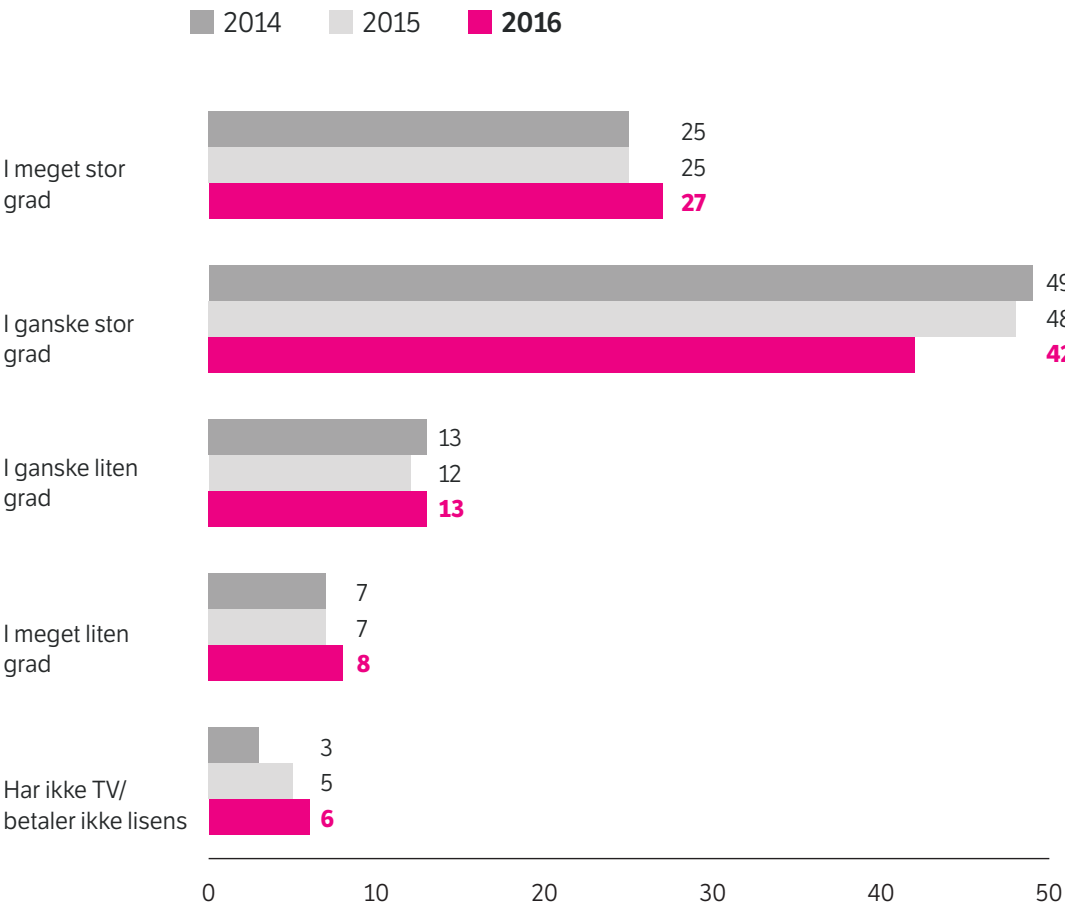
Stadig flere har tatt i bruk digitalradio. Digital radiolytting vil si lytting via PC/Mac, mobil med radioapp, nettbrett, internettradioapparat, DAB-radio (inkl. adapter), DAB-radio i bil (inkl. adapter), DAB lommeradio og digital TV-mottaker.



Andel av befolkningen 15+ som lytter daglig på radio digitalt, i prosent.
Kilde: TNS Gallup Digitalradiundersøkelsen

70 prosent er fornøyd med det de får for lisensen

70 prosent mener de får valuta for lisenspengene. Dette er tre prosentpoeng lavere enn fjoråret. Vi ser at flere svarer «i meget stor grad» og «har ikke TV/betaler ikke lisens» de siste årene.



«Andel av befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålet som er stilt er følgende:
Tenk på hele tilbudet til NRK under ett, dvs alt som sendes på NRK Radio og Fjernsyn, NRK tekst-TV samt alt som ligger på nettsidene til NRK. I hvilken grad mener du NRK gir deg valuta for lisens-pengene?»
Kilde: NRKs Profilundersøkelse 2016

DRAMA

TV-drama går nye veier

Godt TV-drama tar oss med til nye verdener, lar oss oppleve, gjenkjenne og identifisere oss med andre mennesker, og kjenne tilhørighet til vår egen kultur. Vi har behov for opplevelser og underholdning, og vi har behov for å reflektere rundt følelser som glede og sorg, forhåpninger og bekymringer. Målet for norsk drama på NRK er å svare på disse behovene.

01. Alle episodene av dramaserien «Unge lovende» ble publisert på nett før de ble sendt på TV. Serien om de tre venninnene ble en stor suksess også utenfor målgruppen. **Foto:** Erik Evjen/NRK



Internasjonalt prisdryss

Norske dramaserier har utvilsomt skapt både engasjement, underholdning og gjenkjennelse i 2015, og ikke minst bidratt til NRKs strategiske mål om å samle folket, ha en unik innholdsbredde og styrke vår kultur og identitet. 2015 har også vært et år hvor norsk drama har markert seg sterkt internasjonalt. To av de fem høyest rangerte dramaseriene i Prix Europa var norske – henholdsvis «Kampen om tungtvannet» og «Kampen for tilværelsen». Den historiske serien fra Rjukan vant hovedprisen for drama i Prix Italia, og Anneke von der Lippe fikk International Emmy Award for sin rolle som Helen Sikkeland i «Øyevitne».



02



04



03



05

02. Anneke von der Lippe fikk en internasjonal Emmy-pris for sin rolle i spenningsserien «Øyevitne». Foto: NTB Scanpix

03 «Kampen om tungtvannet» fikk mye internasjonal oppmerksomhet og gode anmeldelser. Her fra The Guardian.

04. Vilde (t.h) passes på av venninnen Sana etter at hun har fått litt for mye å drikke. Foto: Daniel McStay

05. Eva og Jonas i nettserien «Skam».

@nieberth

#kampenomtungtvannet Den beste og mest spennende serien jeg har sett på mange år, uansett produsent og land! Takk og kudos @NRKno #nrk

@vardheim

Altfor langt utenfor målgruppa til #Skam på #NRK. Elsker det likevel.

Påkostet drama

NRK har som ambisjon å øke produksjonen av norsk drama. Vi skal lage påkostet, bredt og briljant drama som gir store opplevelser for mange, men vi skal også leke med nye måter å produsere og publisere drama på for å nå forskjellige målgrupper. «Kampen om tungtvannet» er et eksempel på en påkostet dramaserie som førte til et stort engasjement i 2015. Nærmere 1,2 millioner nordmenn fulgte serien hver uke på TV, og ytterligere en halv million så serien i opptak eller på nett. I flere medier gikk debatten om historiske detaljer, men fremfor alt ble det oppmerksomhet omkring norsk krigshistorie og tysk atomforskning. Serien ble også sendt på Channel 4 i England. Avisen The Guardian skrev: «How wartime adventure should be done». Foruten internasjonal oppmerksomhet fikk serien også flere Gullruter. «Kampen om tungtvannet» er produsert av Filmkameratene for NRK.

Historien ble fortalt og publisert mens den var under produksjon for å skape en opplevelse av sanntid. Opptakene ble gjort bare noen få uker i forkant av publisering. Små scener ble lagt ut på p3.no gjennom uka, og så vist samlet som en episode på nett og på NRK3 i slutten av uka. Gjennom postinger på p3.no/skam og Instagram kunne publikum følge med på oppdateringer og kommunikasjon mellom rollefigurene i dramaserien. Brukerne/seerne fikk også anledning til å gi direkte tilbakemeldinger til serieskaperne.

Serien har hatt over 100 000 unike brukere på nettet daglig, og serien får fortsatt nye seere. I januar 2016 var hver episode sett av over 193 000 seere. «Skam» havnet på femteplass på lista over hva NRK.no-brukerne søkte oftest etter i 2015. Serien er produsert i samarbeid mellom NRK Super og NRK P3, og fortsetter med nye sesonger i 2016.

Ungt og innovativt

Høsten 2015 lanserte NRK to serier ment for et ungt publikum, publisert på en ny og utradisjonell måte. Seriene traff målgruppene klokkerent. «Skam» var rettet mot 16–19-åringer – en seergruppe som det vanligvis er vanskelig å treffe med norsk innhold. Serien ble publisert på nettet, uten noen form for forhåndsomtale. NRK ønsket at de unge skulle oppdage serien selv, og den ble uten tvil omfavnet av målgruppen.

«Unge lovende» ble også en snakkis i 2015. Silje Seljeseth var opphavskvinnen, og ble raskt utnevnt til en stemme for sin generasjon. Livet til de tre venninnene i 20-årene skapte gjenkjennelse langt utover seriens dreiningspunkt rundt kreative yrker og Grünerløkka. Også distribusjonsmåten vakte begeistring. Alle seks episodene ble lagt ut på NRK TV på nett samtidig – én uke før første episoden ble vist lineært. I snitt hadde serien over 187 000 seere per episode på nett – noe som faktisk var mer enn «Kampen om tungtvannet». Det gjorde «Unge lovende» til den mest sette norske dramaserien på NRK TV på nett i 2015. «Unge lovende» er produsert av Monster.



06. Nenne (Gine Cornelia Pedersen) møter uventet sin gamle flamme Kaspar (Audun Sandem). Foto: Eirik Evjen/NRK

Sommerdrama

På sommeren kunne NRK tilby verdens lengste dramaserie – i geografisk utstrekning. «Mysteriet på Sommerbåten» var en selvstendig dramaserie i 41 episoder som ble sendt i «Sommeråpent». Serien ble spilt inn på båten, og hvert sted båten besøkte ble med i handlingen. I løpet av åtte uker ble det spilt inn, klippet, lydlagt, fargekorrigert – og sendt – over ti timer manusbasert drama. Hver episode på 15 minutter ble spilt inn og gjort ferdig i løpet av to dager. Så mye drama på så kort tid vakte oppsikt, og serien ble spesielt invitert til å bli presentert på EBU's inspirasjonsdager i Berlin. Rundt en halv million seere fulgte serien hver dag. «Mysteriet på Sommerbåten» er produsert av NRK.

@AHuitfeldt

“Unge lovende” er årets beste TV-serie. Ta deg tid til å se den i jula. @siriseljeseth #nrk

Kultserie

Sesong to av «Kampen for tilværelsen» ble møtte med høye terningkast hos anmelderne, og fikk en trofast seerskare hos et engasjert TV-publikum. En begeistret Twitter-bruker fulgte opp: «Kampen for tilværelsen er noe av det mest absurd fantastiske noensinne vist på norsk TV!» Og da det ble klart at serien ville forsvinne på NRK TV på nett på grunn av begrensede rettigheter, ble det kommentert i VG: «Om den ikke allerede er en kultserie, kommer den i hvert fall til å bli det nå». Det ble Gullrute for beste manus og nominasjon til Prix Europa. «Kampen for tilværelsen» er produsert av NRK.

@MarieVimss

Blir nesten litt trist over at jeg har sett ferdig #ungelovende. Tenk å kunne sett hele serien på nytt uten å ha sett den fra før!

@uglevett

Endelig fått sett Unge Lovende – og jøss! Så steike bra! Så mange ukjente, unge skuespillere kan levere så sterkt og med et så godt manus?!

@OddArneTjaaland

#ungelovende må vera noge av det besta @nrk he laga. Fantastisk bra skuespill, og veldig bra manus, stjerna i bogå. He sitt alt på nett

@fjell30

Så hele #UngeLovende forrige lørdag og det traff meg rett i hjarterota! Strålende er ikke på langt nær dekkende. Heia @siriseljeseth & co!

@Gjermundse

Sitter og ser en tsjekkisk og en polsk versjon av Mammon 1 fra HBO Europe. Stor stas. #selvopptattweet.

@TerjeG

Jeg er så sykt utafør målgruppa men siste episode av #ungeLovende må være det beste av norsk drama ever.



@VildeCoward

Kampen for tilværelsen er noe av det mest absurd fantastiske noensinne vist på norsk tv! #nrk #kampenfortilvaerelsen



08

Nordisk drama

Høsten var også preget av Saga og hennes nye makker Henrik i «Broen 3». Serien er svensk/dansk, men NRK har vært aktivt med som co-produsent fra første sesong. Episodene ble sendt så å si parallelt i de nordiske landene. Første episode i sesong 3 samlet over 3,3 millioner seere i Norden. I tillegg var det mange som så den i reprise, i opptak og på nett. Serien ble kåret til «beste tilbakevendende drama» av det britiske fagbladet C21s internasjonale jury, og Sofia Helin fikk pris som beste skuespillerinne. «Broen» er produsert av svenske Filmance og danske Nimbus.

En ny erfaring i 2015 har vært at andre dramaprodusenter har kjøpt NRKs serier som format, det vil si at norske dramaserier spilles inn på nytt i andre land. Barneserien «Kampen» – hvor et normalt gutteliv blir kommentert av to entusiastiske sportskommentatorer – finnes nå både i en kanadisk og en sør-koreansk versjon. Serien er opprinnelig produsert av Ape & Bjørn. «Mammon 1» (NRK) er produsert på nytt av HBO Europa både i Polen og i Tsjekkia. I tillegg er også «Øyevitne» og «Side om Side» serier som er kommet langt i prosessen for nyinnspilling, men avklaring skjer ikke før årsskiftet.

07. Lydmann Adrian Strumse og fotograf Morten Forsberg i arbeid under innspillingen av «Mysteriet på Sommerbåten».
Foto: Terje Reite/NRK

08. Den polske akademiker Tomasz (Bartek Kaminski) og Anneli (Kjersti Botn Sandal) ventet barn i sesong 2 av «Kampen for tilværelsen», som gikk på NRK i mars. **Foto:** NRK

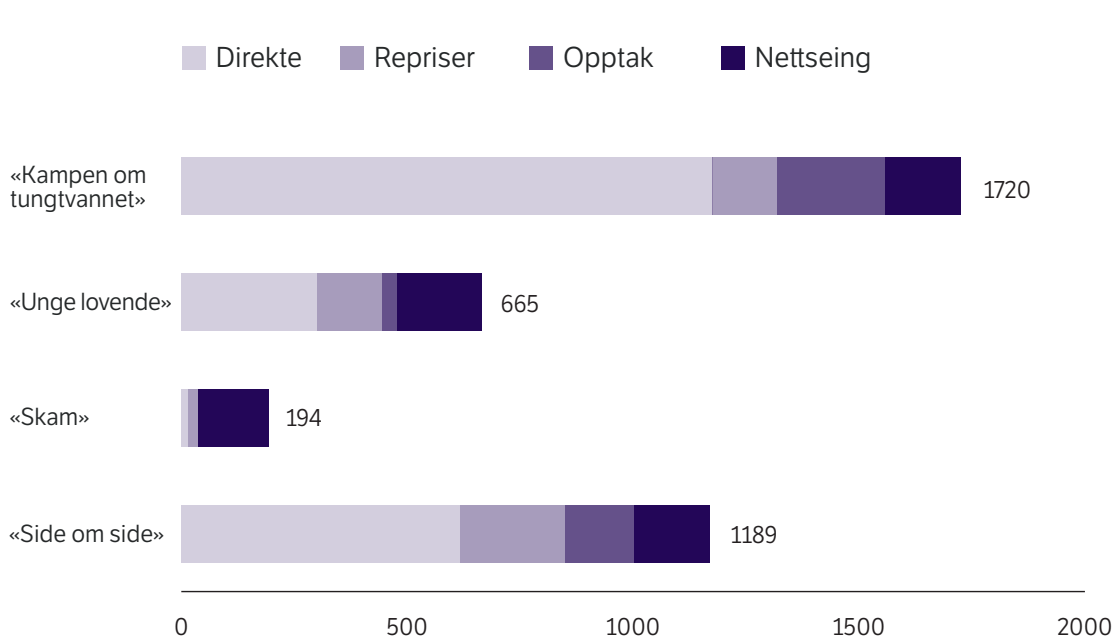
09. Thure Lindhardt som Henrik og Sofia Helin som Saga Norén fengst norske TV-seere også i sesong 3. NRK har vært aktivt med som co-produsent på den svensk-danske dramaserien.
Foto: Carolina Romare Photography



09

Ulik publisering og målgruppe gir seing på ulike måter

«Kampen om tungtvannet» fulgte en klassisk publisering med én episode i uka, og serien ble av mange sett direkte. «Unge lovende», en dramaserie rettet mot de unge voksne, ble sluppet i sin helhet på nett og nesten 1/3 av seingen skjedde på nett. «Skam» har en enda yngre målgruppe og her har flest sett serien på nett. «Side om Side» samler mange lørdag kveld, men ses også av mange i reprise, eller tidsforskjøvet gjennom opptak eller nett.

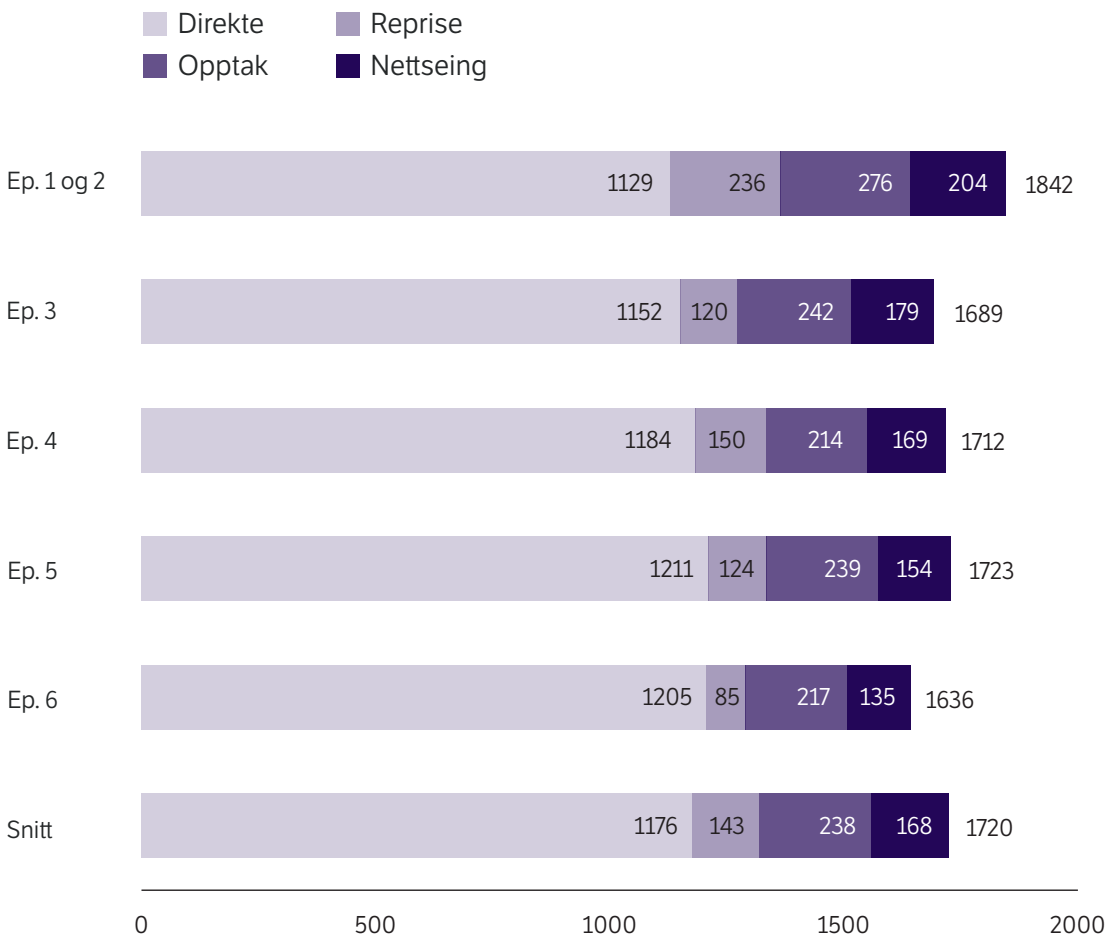


Gjennomsnittlig total skjermrating (i tusen) for ulike dramaserier høsten 2015.

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen og TNS Scores

1,7 millioner så «Kampen om tungtvannet»

Alle episodene av «Kampen om tungtvannet» ble sett av over en million da episodene ble sendt for første gang. Inkluderer vi seing av repriser, opptak og seing på nett har episodene i snitt blitt sett av 1,7 millioner.



Total skjermrating i tusen (TSR).

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen og CPCD

EKSTERNE PRODUKSJONER

Et viktig samarbeid

I 2009 opprettet NRK en egen redaksjon for å profesjonalisere samarbeidet med uavhengige produksjonsselskaper. I de påfølgende årene har andelen eksterne produksjoner i NRK økt betraktelig. Siden 2010 har NRK investert over en milliard kroner i eksterne produksjoner. Vi har også investert opp mot en halv milliard kroner i fremtidige leveranser av kvalitetsinnhold fra norske TV-medarbeidere utenfor NRK.

01. Celine Helgemo var en av ti deltakere i fjerde sesong av den direkte sendte sangkonkurransen «Stjernekamp». **Foto:** Julia Marie Naglestad/NRK





02

NRK publiserer innhold fra fire forskjellige kilder for å levere hele bredden i allmennkringkasteroppdraget:

- Intern produksjon bestilt fra NRKs interne produksjonsenheter
- Norsk produksjon bestilt fra eksterne produsenter
- Nordisk samarbeid og co-produksjoner gjennom Nordvisjonen
- Internasjonalt innkjøp

I 2015 utgjorde eksterne produksjoner ca. en tredjedel av det frie TV-budsjettet, når nyheter, sport, innkjøp, distrikt og NRK Sápmi holdes utenfor. Vi vil fortsette å øke denne andelen, basert på redaksjonelle vurderinger av hva som gir publikum det beste innholdet.

Beste idé

Vårt samarbeid med eksterne produsenter vil alltid være innholds- og redaktørstyrt. De eksterne prosjektene inngår som en del av den helhetlige planleggingen av NRKs innhold, og vi tar alltid utgangspunkt i målet om å utvikle «beste idé». Det norske produksjonsmiljøet har høy kvalitet og representerer et viktig tilfang av gode manus, ideer og produksjoner. Uten en betydelig andel eksterne produksjoner vil innholdstilbudet til publikum svekkes. Når vi velger å samarbeide med eksterne produsenter er beste idé, behovene i sendeskjemaet, leveringsdyktighet, kvalitet og produsentens forståelse for NRKs oppdrag som allmennkringkaster noen av de viktigste kriteriene våre.

Uavhengige produsenter er blitt et likeverdig kraftsenter for norsk TV-produksjon, også for NRK. Dermed har publikum fått prosjekter fra NRK som «Folkeopplysningen», «Lilyhammer», «Mesternes Mester», «Halvbroren», «Skavlan», «Hvem tror du at du er», «Stjernekamp», «Barn ingen adgang», «Anno», «Barnas restaurant», «Dauinger», «Trio», «Oppdrag Nord-Norge», «Unge lovende», «Energikampen», «Ingen grenser», «Landeplage», «Datoen»,

«Koselig med peis», «Siffer», «Lille Norge og stormaktene», «Snøballkrigen», «Norsk innvandringshistorie», «Kampen om tungtvannet», «Sofa», «Alliert og alene» og mange, mange flere.

Disse eksterne prosjektene har mye til felles. De representerer alle vesentlig innhold for NRK, programmene er sett av mange, og de har vunnet norske og internasjonale priser for NRK. Men de har også det til felles at de, for NRKs seere, fremstår som NRK-innhold. Dette er mulig fordi våre redaktører samarbeider svært tett med de uavhengige produsentene gjennom hele produksjonsprosessen, og sørger for at innholdet vi får er skreddersydd for NRKs publikum.

02.«Kampen om tungtvannet» hadde over én million seere i snitt. Tronstad og Smith (Espen Klouman-Høiner og Anna Friel).
Foto: Filmkameratene AS/Jiri Hanzl

03. Adam og Tore i «Sofa».
Foto: Strix Televisjon AS

04. Jon Almaas i «Hvem tror du at du er?»
Foto: Monster AS

05. Nora, Lars og Simen i «Trio – Odins gull».
Foto: NordicStories/Fabelaktiv/NRK

06. Therese Johaug, Marit Bjørgen og de ni andre jentene på langrennslandslaget ble fulgt tett både sportslig og personlig i serien «Verdens beste skijenter».
Foto: Vegard Breie/Globus Media



03



04



05



06

En annerledes oppdragsgiver

NRK er en litt annerledes oppdragsgiver enn våre kommersielle konkurrenter. Innholdet vi investerer i skal passe sammen med innholdet vi lager selv, innholdet vi får fra Nordvisjonen og det vi kjøper på det internasjonale markedet. Vår innholdsprofil er vesentlig forskjellig fra andre norske publisisters. NRKs interne bestillere, vår internasjonale innkjøpsavdeling og eksterntredaksjonen samarbeider daglig om å skape den beste innholdspakken for NRKs publikum. Leverandørene må ha en dyp kjennskap til vår form og vårt krav om relevant og viktig innhold. Vi leter ofte etter innhold som andre ikke etterspør.

Dette krever mye av leverandørene, men det gir dem også mulighet til å skape innhold over en større sjangerskala, noe produksjonsselskapene vet å verdsette. NRKs innhold kan ikke inneholde noen form for produktplassering. Vår restriktive holdning til sponsoring utfordrer både NRK og

våre eksterne leverandører til å tenke annerledes også når det gjelder finanseringen av innholdet. Hvis innholdet er finansiert av flere enn NRK, skal publikum få vite av hvem, og være sikre på at slike investorer og sponsorer ikke har påvirket det redaksjonelle innholdet i noen form.

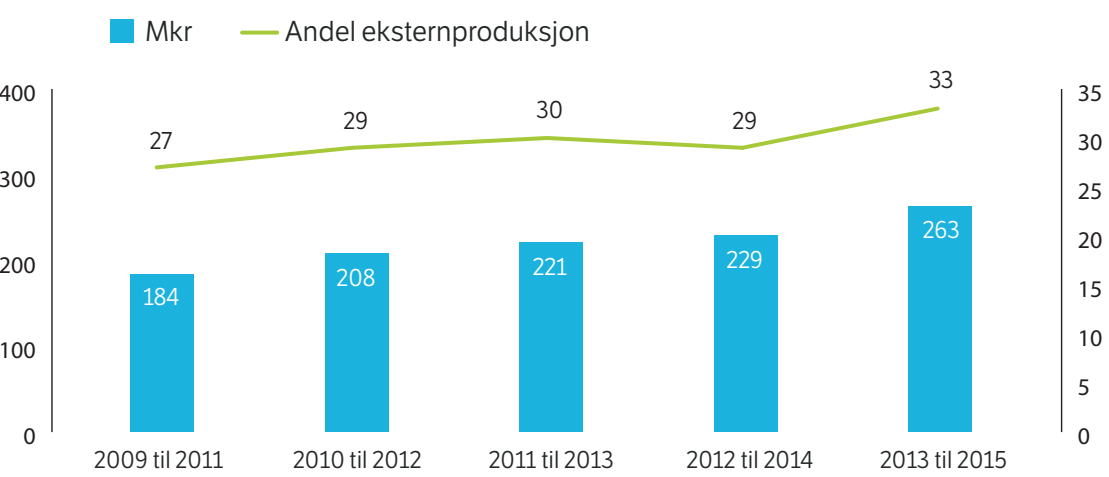
Samspill av leverandører

Fremdeles bruker NRK størstedelen av innholdsbudsjettet på produksjon i eget hus. Nyheter, sport og innhold fra distriktene produserer vi selv. NRK har mange redaksjoner spredt over store deler av landet med høy kompetanse og lang fartstid som leverandører til NRKs plattformer og kanaler. Det er i samspillet med de ulike leverandørene vi kan opprettholde vår posisjon og beholde den tillit vi har fått av det norske folk.



07. Enok Groven er en av deltakerne som huskes best fra første sesong av realityserien «Anno». Men i finalen ble han slått av Emilie Enger Mehl.
Foto: Strix

NRK bestiller mer fra eksterne produksjonsselskaper



Grafen viser hvor mye NRK bruker på eksterne produksjoner, målt i antall millioner og som en prosentandel av det frie programbudsjettet for TV. Alle tall er et gjennomsnitt av de siste tre år.

Kilde: NRKs Årsregnskap

PUBLISERING

Global kamp om publikum

Tenåringer henter i langt større grad enn andre målgrupper medieinnhold via nett og mobil. Derfor har NRK valgt å publisere dramaserien «Skam» på nett og mobil først, kombinert med aktiv bruk av sosiale medier. Etterpå blir sekvenser og episoder klippet sammen for visning på lineær TV.

01. Rollefigurene i dramaserien «Skam» fikk raskt over 100 000 følgere i sosiale medier der de delte bilder og «hemmeligheter». **Foto:** NRK



Kampen om folks tid og oppmerksomhet krever at innholdet må ha høyere kvalitet og at publiseringen må være bredere og mer målrettet enn tidligere. I dag har folk et nærmest ubegrenset tilbud av innhold fra hele verden, lett tilgjengelig på mobil, TV, PC og nettbrett, og teknologien gjør det stadig lettere å bruke digitale plattformer.

Måler både oppdrag, bruk og omdømme

For å kunne vurdere om vi løser oppdraget på en god måte, må vi måle både oppdrag, bruk og omdømme. NRK må løse samfunnsoppdraget og balansere godt mellom bruk og omdømme.

NRK rapporterer hvert år til Medietilsynet hva slags innhold vi formidler. Medietilsynet vurderer om oppdraget er løst etter vedtektene og formidler sine vurderinger til Kulturdepartementet gjennom allmennkringkasterrapporten.

For at oppdraget skal kunne løses, er det viktig at innholdet blir brukt av publikum. Derfor måler vi dekning (hvor mange som er innom NRK) og hvor mye tid publikum bruker på innholdet vårt. NRK må har stor oppslutning for å kunne være viktig. At innholdet blir mye brukt, viser at det er attraktivt. For å bygge en sterk relasjon til publikum, må NRK også favne det brede og populære. Bare da kan vi lykkes med å løfte de smalere delene av oppdraget.

For at publikum skal slutte opp om NRK og være villige til å betale lisens, er NRK avhengig av et godt omdømme. Uavhengighet og troverdighet er avgjørende sammen med kvalitet, originalitet og evnen til å levere innhold med distinkt allmennverdi. Her bidrar både det store og populære innholdet, men like mye det mindre og overraskende innholdet som virkelig blir elsket av dem som bruker det. Det er også viktig for omdømmet at NRK kan tilby innhold der publikum forventer det. Derfor er en god og brukervennlig publisering på nye plattformer særlig viktig.

Fragmentering

For NRK er alle like viktige. Det betyr at vi må ha en ambisjon om at allmennkringkasterinnholdet skal være tilgjengelig og bli brukt av alle målgrupper. Vi ser i dag at mediebruken og medievanene er i endring i alle aldersgrupper, men at endringen er størst og skjer først blant de yngste. Vi må fortsatt produsere og publisere innhold på de tradisjonelle lineære plattformene (radio og TV), men vi må samtidig klare å tilby innhold i en form og på en måte som er tilpasset en mediebruk i endring.

Fordi medieplattformene krever ulik versjonering og formatering, må allmennkringkasterinnholdet kunne produseres og publiseres i ulike versjoner for de forskjellige medieplattformene.

Rettigheter

NRKs avtaler med rettighetsorganisasjonene har vært basert på at innholdet først blir publisert lineært på radio og TV, for siden å kunne ligge tilgjengelig i en periode som valgbart netttinnhold. For å nå publikum i framtiden, må vi både kunne gjøre frie publiseringsvalg når det gjelder lineær og ikke-lineær bruk, og innholdet må være tilgjengelig i lengre perioder enn før. Derfor arbeider vi nå med nye typer rettighetsavtaler som kan oppfylle dagens publiseringsbehov.

For dramaserien «Unge lovende» har tilgjengelighet på nett vært helt avgjørende. Ingen annen dramaserie fra NRK for voksne har hatt høyere seertall på nett.

Sosiale medier

Tre av fire nordmenn forholder seg til et eller flere sosiale medier hver dag. Facebook er størst. Sosiale medier gir medieaktørene en mulighet til å møte publikum på en plattform som brukes ofte og som gir tilgang til målgrupper som det er vanskelig å nå gjennom tradisjonelle kanaler og egne nettsted. Samtidig gir publisering på andres plattformer vanskelige utfordringer når det gjelder redaksjonell kontroll og kontroll med hvilken kontekst innholdet vårt presenteres i. For NRK som offentlig finansiert



02



03

allmennkringkaster er det i viktig å framstå med en tydelig merkevare og bli oppfattet av publikum som gratis og reklamefritt.

Youtube er blant de aller største sosiale mediene i Norge, særlig for unge brukergrupper. NRK har i 2015 publisert klipp og høydepunkter på Youtube, særlig innenfor områder som norsk satire, musikk, vitenskap samt videoinnhold fra NRK P3. Youtube kobler innhold som er relatert til hverandre, uavhengig av hvem som har publisert det. Dermed dukker norsk allmennkringkasterinnhold opp i kontekst med annet globalt innhold innenfor samme tematikk. Eksempler er NRKs vitenskapsformidling for yngre målgrupper som «Newton» og «Ikke gjøre dette hjemme».

02. En NRK-fotograf om bord på Sommerbåten utenfor Vega. Fire millioner nordmenn var innom Sommerbåt-sendingene sommeren 2015. **Foto:** Rune Lind/NRK.

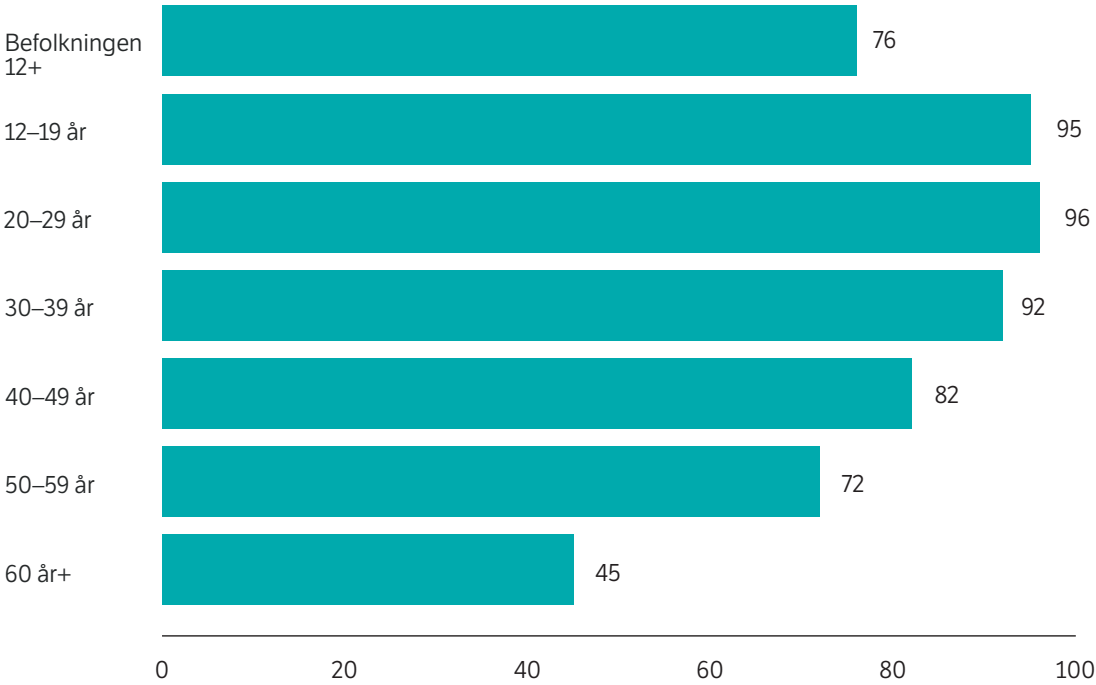
03. Brennpunkt-dokumentaren «Den siste reisen» om aktiv dødshjelp skapte sterke reaksjoner og stort engasjement. Innhold ble publisert på alle plattformer, både i nyhetssendinger og på NRK.no. Senere ble temaet fulgt opp med debatt i radio, på TV og nett. En kronikk på NRK Ytring ble publisert samtidig som dokumentaren gikk på TV. Her er dødssyke Siv Tove Pedersen sammen med vennen Charlotte Vedeler. **Foto:** NRK



04. Serien «Skam» ble publisert på nett og mobil først. Det ble også laget et eget univers hvor man kan følge rollefigurene på Facebook og Instagram. Her fra episoden da Vilde prøvde å forklare venninnene sine hva hun føler. **Foto:** Daniel McStay.

05. Saras (Inga Ibsdotter Lilleaas) bryllup i serien «Unge lovende» går ikke helt som planlagt. Pappa (Anders T. Andersen) holder tale og mamma (Kirsti Torhaug) lager en scene. **Foto:** Eirik Evjen/NRK

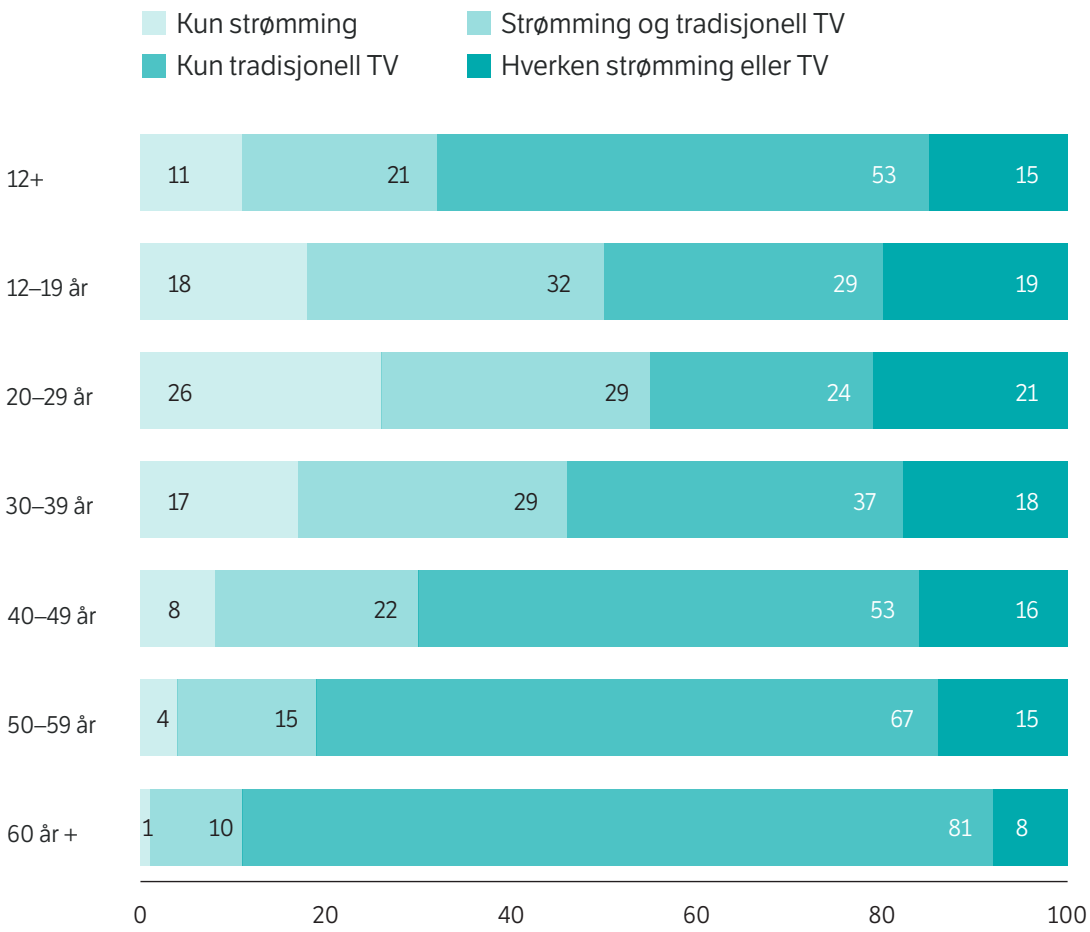
4 av 5 i befolkningen bruker sosiale medier



Andel som svarer at de bruker sosiale medier daglig, ukentlig, månedlig eller sjeldnere.
Kilde: TNS Gallup Forbruker og Media, Tlf 15/2

TV-seing skjer på ulike måter avhengig av alder

Yngre aldersgrupper bruker i større grad strømmetjenester daglig, ofte i kombinasjon med tradisjonell TV.



Daglig dekning for ulike former for TV-seing i aldersgrupper. I prosent.
Kilde: TNS Gallup Forbruker & Media Tlf 15/2

ETIKK

De vanskelige valgene

NRK ønsker å holde en høy etisk standard i vårt redaksjonelle arbeid. Publikum skal vite at NRK jobber i tråd med pressens etiske regler. Intervjuobjekter og andre kilder skal føle trygghet for at de blir behandlet redelig i sakene vi lager. Derfor er det også et årlig mål for NRK at vi ikke skal bli felt i Pressens Faglige Utvalg (PFU) for dårlig faktasjekking, manglende eller mangelfull imøtegåelse av påstander som blir framsatt eller uklare premisser for medvirkning.

01. To sketsjer i Thomas Seltzers «Trygdekontoret» er blant sakene som har blitt behandlet i Kringkastingsrådet i 2015. **Foto:** Julia Naglestad/NRK.



I 2015 har NRK blitt felt for mange ganger i PFU. Utvalget har behandlet i alt 15 klager mot NRK, der seks av klagenene har endt med fellelse og fire med kritikk av NRKs journalistikk. Fem av fellelsene har handlet om de typene feil vi er mest opptatt av å unngå. Til sammenligning ble NRK felt i kun to saker i 2014, i to klager knyttet til identifisering av intervjuobjekter.

Ny etikkredaktør

I 2016 vil NRK intensivere arbeidet med redaksjonell etikk. Vi har nylig opprettet en stilling som etikkredaktør, og i løpet av første halvår starter vi et nytt program for opplæring i redaksjonell etikk. Samtlige redaksjonelle medarbeidere i NRK skal gjennomgå kurset med tilhørende oppfølging.



Samtidig er det viktig å huske på at det aller viktigste bidraget til høy presseetisk standard, er høy bevissthet om presseetikk i det daglige arbeidet. Etikkredaktøren skal også bidra til dette, både gjennom å gi råd i konkrete enkeltsaker og ved å dele informasjon om aktuelle og relevante eksempler fra NRK og andre medier som kan øke bevisstheten og kunnskapen om presseetikk i samtlige NRK-redaksjoner.

Redaksjonell etikk handler om langt mer enn klager til PFU. Gjennom året har NRKs redaksjoner kontakt med hundrevis av intervjuobjekter og enda flere lisensbetalere som har synspunkter på journalistikken vår, enten gjennom NRK Publikumservice eller direkte med de ulike redaksjonene. Svært mange klager blir løst ved at grunnlaget for saker blir forklart, eller ved at tilbakemeldinger fra publikum bidrar til at eventuelle feil og unøyaktigheter blir rettet opp.

Kringkastingsrådet

Publikum kan også sende inn klager og synspunkter på NRKs programvirksomhet til Kringkastingsrådet. Rådet består av 14 medlemmer oppnevnt av Stortinget og regjeringen, og har som oppgave å drøfte og uttale seg om hovedlinjene for programvirksomheten i NRK. Gjennom diskusjon av klagesakene bidrar rådet til refleksjon om redaksjonelle valg og prioriteringer, også på etikkområdet.

Antall henvendelser og klager til Kringkastingsrådet har økt de siste årene. I 2015 har rådet diskutert flere saker som har vakt stor oppmerksomhet. Et intervju med Sverigedemokraternas partileder Jimmie Åkesson i programmet «Skavlan» førte til debatt om hvor kritiske slike talkshow-intervjuer kan være, men også om hvor detaljerte vurderingene av slike programmer bør være fra Kringkastingsrådets side.

Rådet har også diskutert grensene for satire i NRK ved flere anledninger: Først om bruk av pornografiske virkemidler og en navngitt meningsmotstander i to sketsjer i «Trygdekontoret», deretter om politisk balanse i satireproduksjonen etter et satirisk innslag i radioprogrammet «Salongen». Kringkastingsrådet har diskutert flere saker som også har vært klaget inn til PFU, blant annet to omdiskuterte Brennpunkt-dokumentarer om henholdsvis assistert selvmord og forholdene i norsk pelsdyrbransje.



02. Per Arne Kalbakk er NRKs etikkredaktør. **Foto:** Anne Liv Ekroll/NRK.

03. Kringkastingsrådets leder Per Edgar Kokkvold (t.v.) og kringkastings-sjef Thor Gjermund Eriksen i aksjon under et møte. **Foto:** NRK

Stor tillit til journalistikken

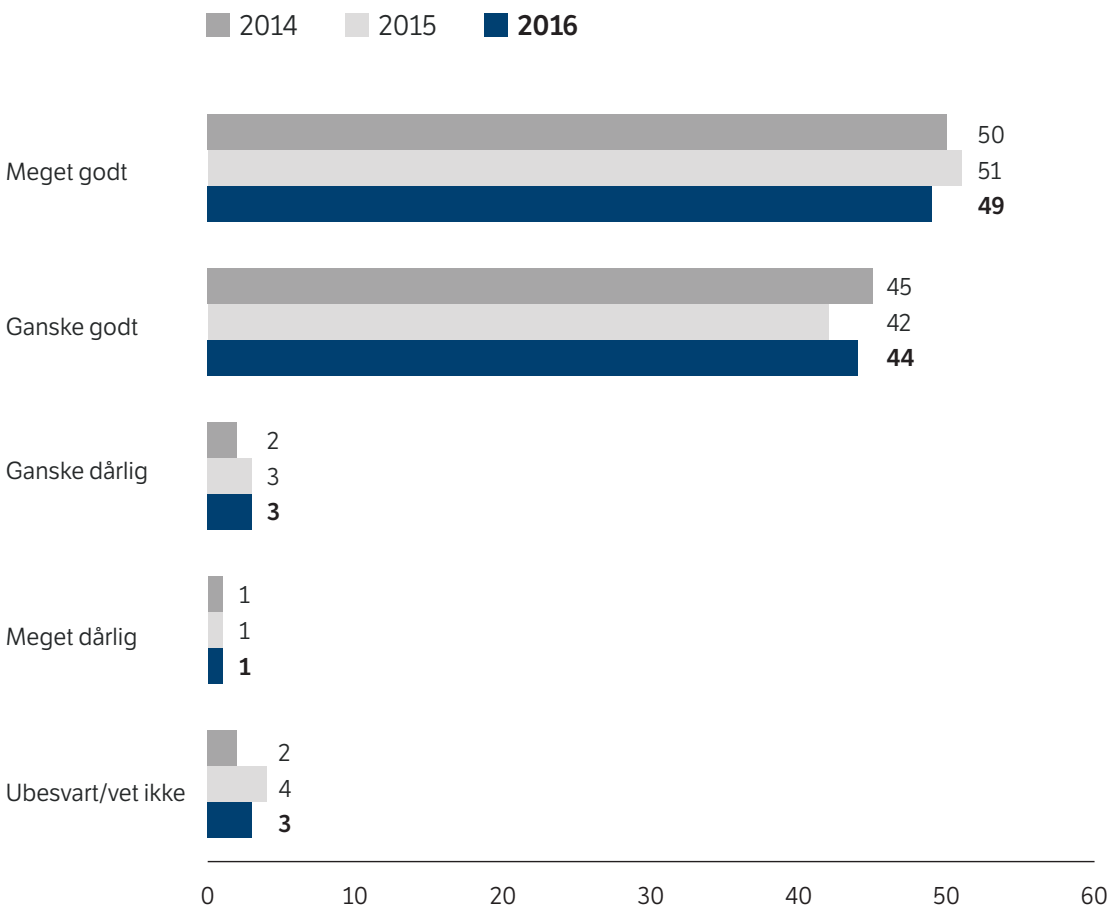
NRKs årlige profilundersøkelse viser at publikum har svært høy tiltro til NRKs journalistikk og vurderer den som pålitelig. Over 90 prosent av de spurte i NRKs profilundersøkelse mener at NRK oppfyller sin ambisjon om å sende troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer. Og over 80 prosent mener NRK oppfyller målsettingen om å være upartisk og upåvirket. I en egen undersøkelse i forbindelse med valgdekningen svarte 73 prosent at de synes NRK ga troverdig informasjon, 14 prosent var nøytrale, mens 10 prosent svarte negativt.

For at NRK skal opprettholde en slik posisjon er det avgjørende at vi holder en høy etisk standard i vårt redaksjonelle arbeid. I en tid hvor sosiale medier bidrar til at nyheter og påstander kan publiseres uten filter av alle og enhver, er det viktigere enn noen gang at en allmennkringkaster framstår som en troverdig og pålitelig formidler av nyheter og annen informasjon. Det løpende arbeidet med redaksjonell etikk blir en svært sentral del av NRKs virksomhet også i årene som kommer.

NRKs saker i PFU 2015

<u>Sak.nr</u>	<u>Sak</u>	<u>Vedtak</u>
355/14	Uloba, bruk av sitatstrekk /NRK Nyheter (4.4)	Kritikk
218/15	Konkurs i Kvalsvik produksjon / NRK Hedmark og Oppland (4.14)	Felt
079/15	Hjørdis Kuås, museum for samtidskunst / NRK Sápmi (3.2, 4.1, 4.8)	Felt
110/15	Rema 1000, innklippet bilde /NRK Brennpunkt (3.2, 4.11, 4.14)	Felt
082ABC/15	Rådet for legeetikk, aktiv dødshjelp / NRK Brennpunkt (4.9)	Kritikk
328/14	Steinar Pedersen, rektor på samisk høyskole / NRK Sápmi (3.3)	Felt
395/14	Kai Robert Mikaelsen, hjemløse i Bucuresti / NRK Nyheter (Urx)(4.1)	Felt
051/15	«Sjalusidrap» / NRK Østfold (4.3)	Kritikk
312/14	Ronny Alte, «Høyreekstremer aktivist» /NRK Østfold (4.15)	Felt
099/15	Drap Hemnes / NRK Nordland (4.4)	Kritikk

9 av 10 mener NRK sender troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer

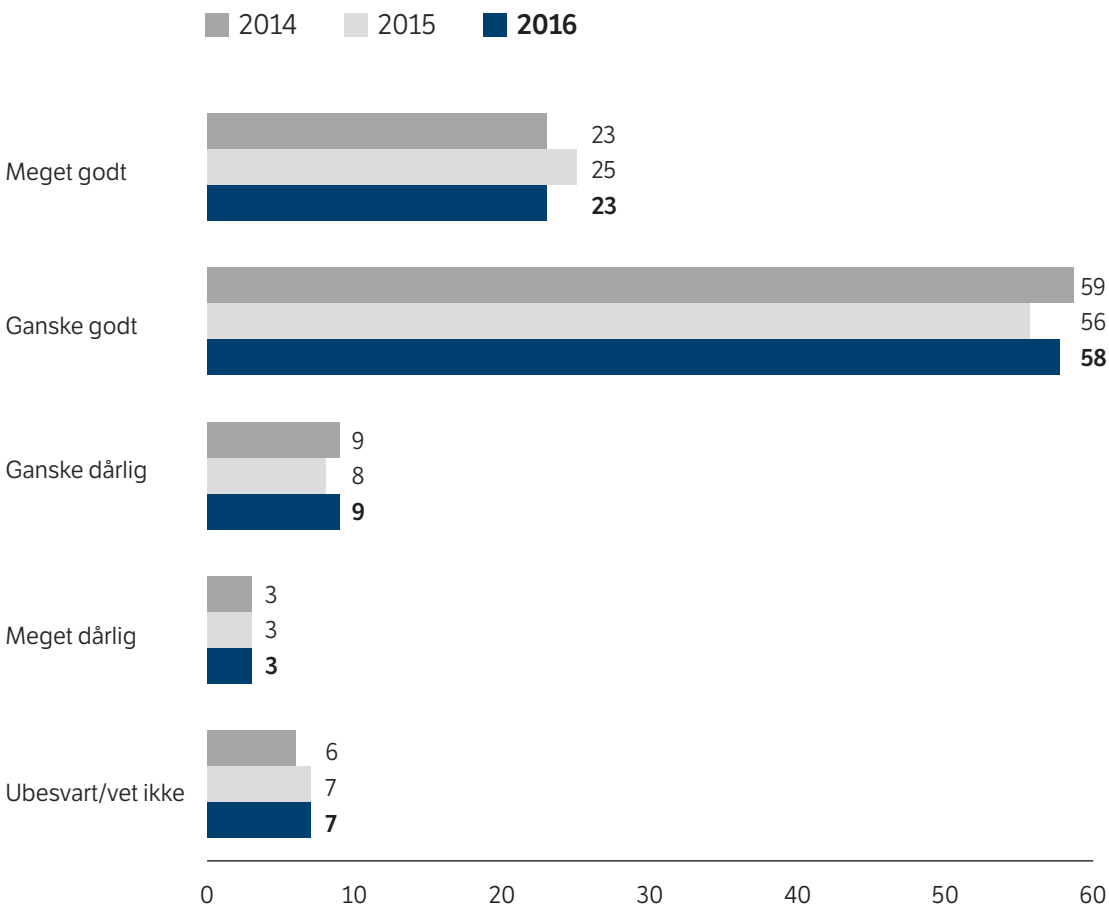


Spørsmålsformuleringen er: «Hvor godt mener du NRK oppfyller sin målsetning om å sende troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer?».

Befolkningen 15+, i prosent.

Kilde: NRKs Profilundersøkelse 2016

4 av 5 mener NRK oppfyller sin målsetning om å være upartisk og upåvirket

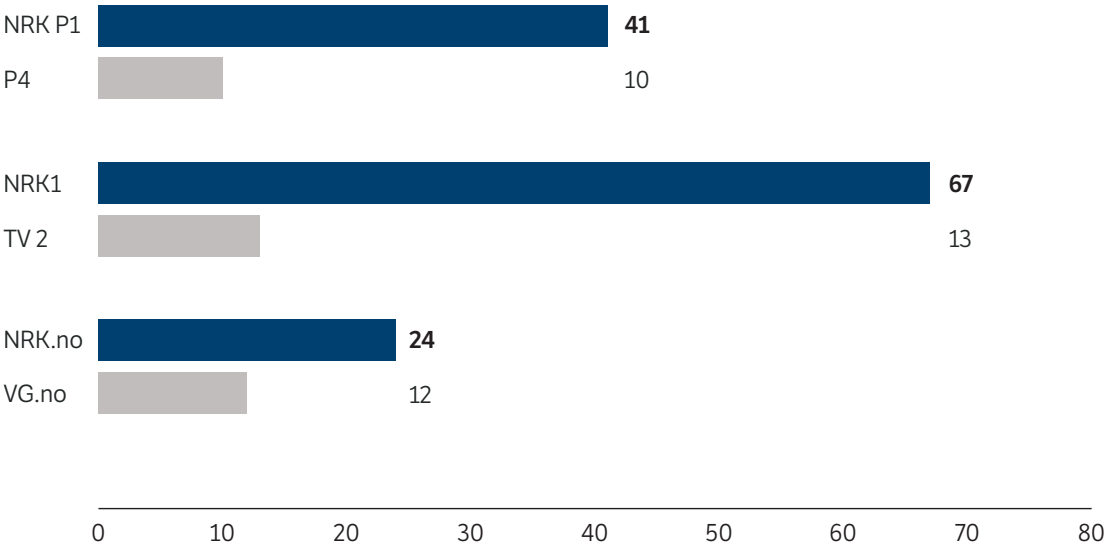


Spørsmålsformuleringen er: «Hvor godt mener du NRK oppfyller sin målsetning om å være upartisk og upåvirket?». Befolkningen 15+, i prosent.

Kilde: NRKs Profilundersøkelse 2016

NRK har høy tillit i befolkningen

NRK-kanalen/siden og den kommersielle aktøren som har høyest tillit blant befolkningen på radio, TV og nett.



Spørsmålsstilling er: «Hvilken TV-/ Radiokanal eller nettside/nettavis har du størst tillit til?». Befolkningen 15+, i prosent.
Kilde: NRKs Profilundersøkelse 2016

VALG 2015

Valg for hele landet

Lokalt og ungt. Det var de to føringene som ble lagt for NRKs innhold foran høstens valg. Nærhet i den redaksjonelle satsingen løftet det lokale perspektivet inn i de nasjonale sakene. For å nå de unge ble innholdet tilpasset denne viktige målgruppen.

01. Programleder Leo Ajkic med alle deltakerne i realityserien «Diktaturet». F.v.: Maria Bringsjord, Arslan Iqbal, Mia Valentina Bergskaug Zapata, Kent Johansen, Hege Skarrud, August Tekrø, Jamila Luwagga og Joachim Haraldsen. **Foto:** Kim Erlandsen/NRK



Valg går direkte inn i NRKs kjerneoppdrag. I Valg 2015 bygde NRK videre på de beste erfaringene fra stortingsvalget i 2013. Med et kommune- og fylkestingsvalg ble det naturlig nok et prosjekt for hele Norge, og dermed et valg som involverte de fleste av NRKs avdelinger.

Turné landet rundt

På TV og nett ble det valgturné med distriktskontorene fra sør til nord, med engasjerende direktesendinger, fulle av temperatur. Seere og lesere ble kjent med nye stemmer som fikk bryne seg på etablerte profiler i politikken. NRK P3-programmet «Verdens Rikeste Land» utfordret Jan Tore Sanner i kommuneslåings-Tetris, og Leo Ajkic blindtestet sitt politiske ståsted i flere lokale saker.

Nådde de unge

NRK nådde målet om å ha det beste tilbudet til unge, også på nett og i sosiale medier. Oppslutningen viser en markant økning. Ikke bare ble #nrkvalg valgkampens mest brukte emneknagg, men markedsandelene i den unge målgruppen økte med 50 prosent når det gjaldt TV-seing.

I radio sendte NRK P3 sin egen variant av partilederspørring, basert på spørsmål fra lytterne. Sosiale medier-redaksjonen oppdaterte løpende og svarte på alle spørsmål fra publikum. Realityserien «Diktaturet» ble svært godt mottatt og skapte stort engasjement i målgruppen.

Det er spesielt interessant å se på konsumet av valginnhold, hvor resultatet ble en dobling i aldersgruppen 20–29 år sammenlignet med kommunevalget i 2011. I befolkningen ellers var det en gjennomsnittlig økning på 40 prosent.

Rødt-konflikt

Partiet Rødt fikk ikke delta i NRKs store partilederdebutt i valgkamp-innspurten, og partiet reagerte også på at det fikk en begrenset rolle i NRKs valgomat. Rødt-leder Bjørnar Moxnes mente at NRKs standpunkt ville skade partiet inn mot valget, og at NRK forsøkte å marginalisere partiet.

I etterkant fikk Kringkastingsrådet inn 750 klager på avgjørelsen om å ikke slippe Rødt til. I Kringkastingsrådet ble beslutningen begrunnet med at Rødt ikke er på Stortinget. Kringkastingsrådet fattet ingen konkret uttalelse etter møtet.



@HelseHartmann

Hurra for innspill om hverdagen i eldreomsorgen. Gi oss flere slike møter mellom helsearbeidere og politikere. #nrkvalg

Valgomaten

NRKs 428 valgomater, en for hver av landets kommuner, ble en stor suksess. Valgomaten ble en realitet etter stor innsats fra ildsjeler i politisk redaksjon, Medieutvikling og NRKs distriktskontorer.

Over 850 000 søkte hjelp av NRKs valgomat for å få råd om hvilket politisk parti som lå nærmest eget standpunkt. Forklaringstekstene i årets valgomat hadde mer enn fire millioner visninger, noe som viser at NRK treffer godt på målsetting om å nå både de unge og de som søker mer kunnskap, før de gjør sitt valg.

Valgomaten er en tjeneste i skjæringspunktet mellom bevisstgjøring og underholdning. NRK mener at valgomaten fungerer som en lærerik veiviser i det nasjonale og lokale politiske landskapet.

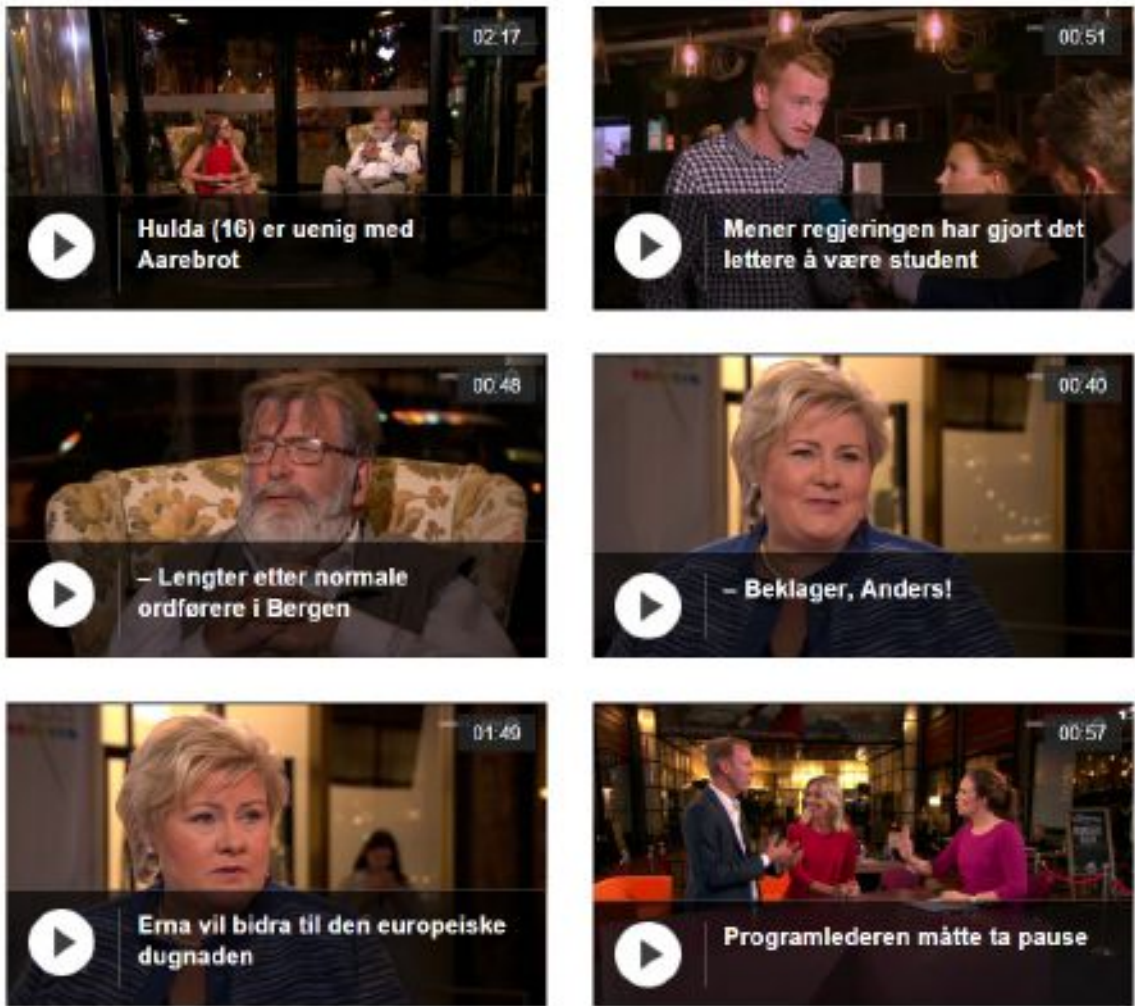
En valgomat er neppe avgjørende for et partivalg, og det er heller ikke meningen. Valgomaten er en god måte til å vise frem bredden i vårt valgsystem med en rikdom av partier og lister, og forklare deler av deres politikk i aktuelle saker. Som alt annet NRK utviklet og produserte i valgkampdekningen, var valgomaten et journalistisk prosjekt og produkt.



02. NRK P3s kommunesammenslåings-spill fikk mye oppmerksomhet i valgperioden. **Foto:** NRK

03. NRK P3 laget appen Lørdagsrådet Express for dem med beslutningsvegring. **Foto:** NRK

04. Over 850 000 brukte NRKs valgomat. **Foto:** NRK



En 24 timers valgdebatt ble sendt på NRK2 og NRK.no fra 11. til 12. september. 14 team fra NRKs 13 distriktskontorer bidro til maratonsendingen. **Foto:** NRK

Valgstafetten

Nyvinningen «Valgstafetten» ble også en storstilt NRK-dugnad i beste minutt-for-minutt-stil, hvor alle distriktskontorer, nett, arkiv, valgredaksjonen, nyhetsmiljøene, sporten, underholdningsavdelingen og mange andre i NRK, deltok. Hele det store NRK-apparatet fra landsende til landsende ble utnyttet i det 24 timers direktesendte debattprogrammet, ledet av programlederne Ida Nysæter Rasch og Fredrik Solvang fra Folketeaterpassasjen på Youngstorget i Oslo.

For NRK ble alle mål nådd i ett eneste program; nye stemmer, de unge ble nådd, hele landet ble tatt i bruk og publikum fikk sette agenda. Resultatet var et stunt av de sjeldne og med rørende engasjement fra publikum.



Valgnatt

I selve finalen, valgnatta, satt NRK rekord på nett. 120 000 flere fulgte opptellingen enn ved valget i 2013. På mobil var økningen femdoblet.

NRK dekket valgnatta på TV og nett med nærmere 60 liveteam spredt over hele landet. I tillegg hadde NRK P1 egen valgnattsending. Markedsandelene på TV valgnatta var på 50 prosent, og økningen i aldersgruppen 20–29 år var på hele 75 prosent fra valget i 2011.

05. NRK-reporter Ole Marius Rørstad intervjuer fylkesrådsleder i Nordland, Tomas Norvoll (Ap) etter at de første valgresultatene var klare. **Foto:** Bjørn Erik Rygg Lunde/NRK

06. (F.v.) August, Joachim, Maria, Arslan og Mia Valentina plukker binders i realityserien «Diktaturet». **Foto:** Ksenia Novikova/NRK

Samarbeid landet rundt

NRK tok initiativ til et helt nytt og omfattende samarbeid med konkurrentene. Mer enn 120 lokale debatter, skolearrangementer og folkemøter ble arrangert landet rundt i samarbeid med andre mediebedrifter. Både Amedia, Schibsted, Polaris og en rekke uavhengige aviser deltok i samarbeidet.

I noen regioner ble det satset på å gi et tilbud fra hver kommune i dekningsområdet, mens andre satset på færre og større arrangementer. Lokalavisenes unike kunnskap om lokalpolitiske forhold ble matchet med NRKs regionale ekspertise. Samarbeidet, og det at NRK var synlig på så mange steder, ble lagt merke til av både publikum og politikere. Erfaringen er at det er grunnlag for videre samarbeid med kommersielle mediehus.

Valgdekningen vår i 2015 viser at NRK får igjen for å være modige, innovative og eksperimenterende. Ekstra god uttelling blir det når det satses på tvers og løftes sammen – både innenfor og utenfor NRKs vegger.

Alle aldersgrupper så mer valgstoff i 2015

Alle aldersgrupper så mer valgstoff i 2015. 20–29-åringene så over dobbelt så mye i 2015 sammenlignet med 2011 når vi regner med «Diktaturet».

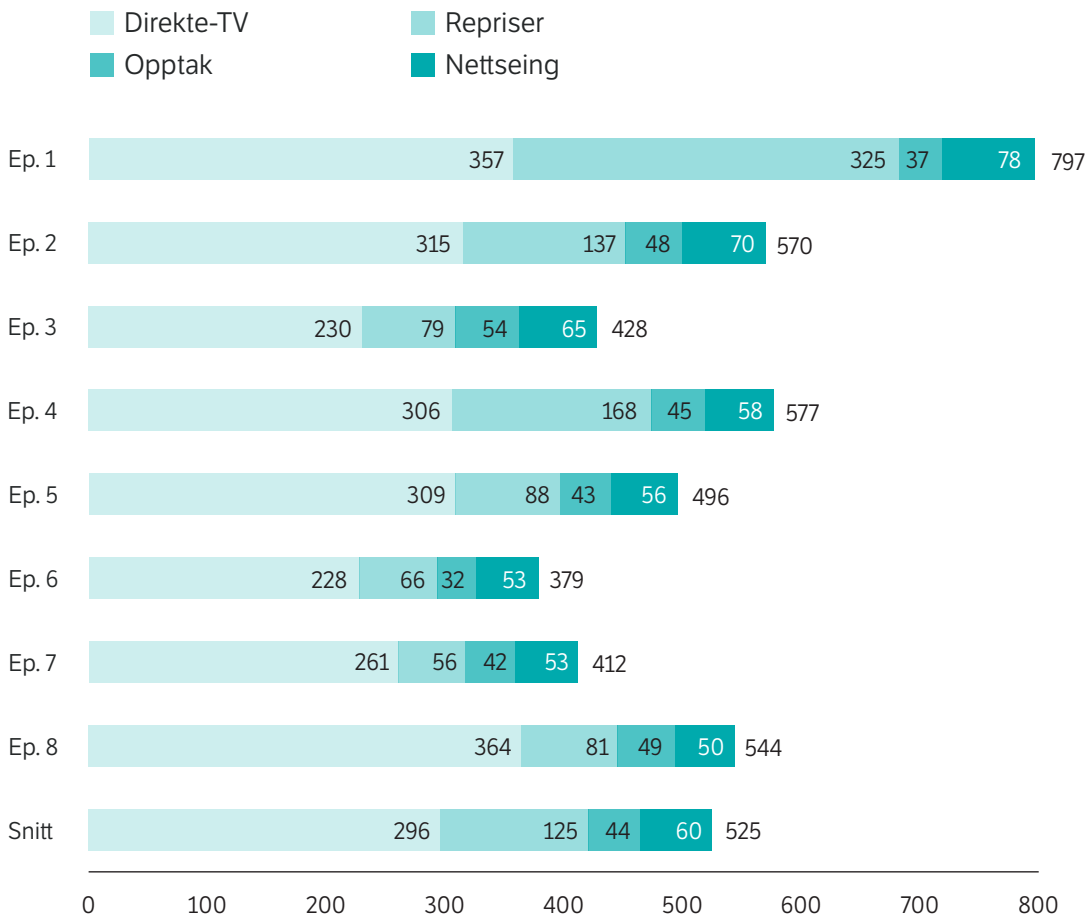
	<u>All valgdekning 2011</u>	<u>All valgdekning 2015 (ekskl. Diktaturet)</u>	<u>All valgdekning 2015 (inkl. Diktaturet)</u>	<u>Økning % (ekskl. Diktaturet)</u>	<u>Økning % (inkl. Diktaturet)</u>
12+	131	181	208	38 %	59 %
12–19	31	38	45	23 %	45 %
20–29	46	83	100	80 %	117 %
30–39	78	99	118	27 %	51 %
40–49	98	121	142	23 %	45 %
50–64	182	236	270	30 %	48 %
65+	305	398	448	30 %	47 %

Totalt antall minutter sett valgstoff på NRK1, NRK2 og NRK3.

Kilde: TNS Gallup TV-Undersøkelsen

Totalseing av «Diktaturet»

Mange fulgte deltakerne i «Diktaturet» og over 500 000 så finalen.



Total skjermrating i tusen (TSR).

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen og CPCD

Mange mener NRK dekket valget best

	TOTAL	18–29 år	30–39 år	40–49 år	50+ år
VG	3 %	8 %	4 %	1 %	1 %
Dagbladet	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %
TV 2	9 %	11 %	9 %	11 %	8 %
NRK	39 %	32 %	37 %	35 %	44 %
Aftenposten	3 %	2 %	2 %	6 %	4 %
Lokal/ regionalavis	18 %	11 %	20 %	21 %	20 %
Annet	4 %	3 %	5 %	3 %	4 %
Vet ikke	23 %	32 %	22 %	22 %	19 %

Spørsmålet som er stilt: «Alt i alt, hvilket mediehus synes du dekket valget best?».

Kilde: NRKs valgundersøkelse 2015 (gjennomført av Norstat september 2015)

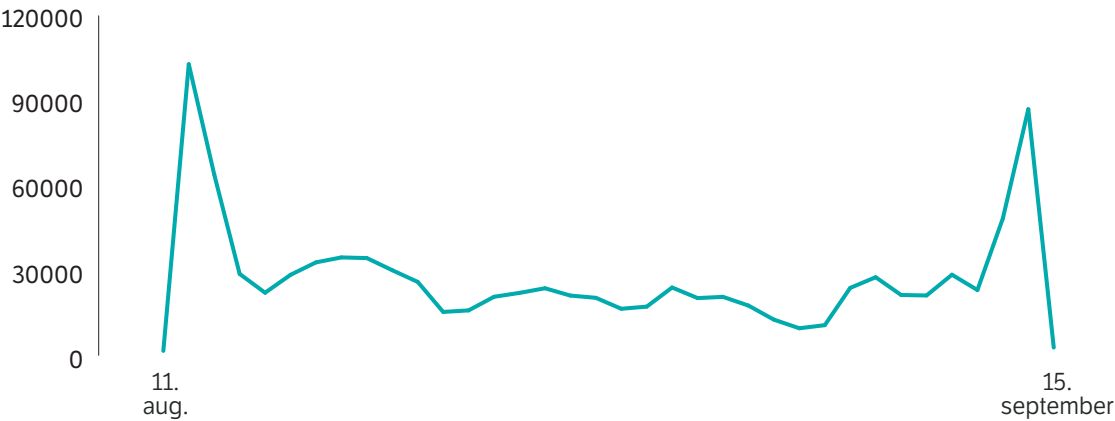
4 av 5 brukte minst en del av NRKs valgdekning

	Totalt 18+	18–29 år	30–39 år	40–49 år	50 år+
Har brukt minst én del av NRKs valgdekning	81%	75%	81%	81%	85%
NRKs TV-kanaler	64 %	45 %	56 %	68 %	75 %
NRKs radiokanaler	25 %	20 %	23 %	18 %	31 %
NRKs nettsider	29 %	41 %	38 %	32 %	19 %
NRKs Valgomat	24 %	30 %	35 %	24 %	16 %
NRKs valgdekning i sosiale medier	11 %	13 %	11 %	11 %	10 %
Ingen	18 %	24 %	18 %	19 %	15 %
Vet ikke /ubesvart	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %

Spørsmålet som er stilt: «Hvilke deler av NRKs valgdekning brukte du under valget 2015?»

Kilde: NRKs valgundersøkelse 2015 (gjennomført av Norstat september 2015)

Valgomaten ble mest brukt ved lansering og på valgdagen



Daglige unike brukere.

Kilde: CPCD

UNG

Speiler ung virkelighet

P3 Gull er blant NRKs satsinger for å treffe unge lyttere, seere og nettbrukere. Det er viktig å tilby programmer og nettsaker som er laget spesielt for dem i både form, innhold og på de plattformer der unge er.

01. Nico & Vinz under P3 Gull 2015. Foto: Tom Øverlie/NRK





Radiokanalen NRK P3 er Norges største radiokanal i aldersgruppen 18–29 år. For å synliggjøre og forsterke NRK P3 ble «P3morgen» på TV lansert våren 2015. Sendingene går tidlig ettermiddag og sen kveld på NRK1 og NRK3. «P3morgen» på TV viser høydepunkter fra morgensendingen og underholdning fra NRK P3-universet.

Takket være diskre tekniske løsninger, kan «P3morgen»s programledere nesten ubemerket lage TV mens de er på lufta og konsentrerer seg 100 prosent om å lage god radio.

Eventer og opplevelser knytter sammen P3-musikken, kanalens radiostjerner og lytterne. «Christine Live» var et nytt stort musikkevent som ble etablert i 2015. Der spilte de største norske artistene i unike sammensetninger og fremførte nye låter. I tillegg arrangerte vi i 2015 P3 Gull for andre gang. P3 Gull er en hyllest til ny norsk musikk. Prisutdelingen sendes direkte på TV og har et et ungt uttrykk med forrykende sceneopptredener.

@Maritamh

**Herregud please la det bli 500 sesonger
av Tara og Vegard**

Radio for de yngste ungdommene

NRK mP3 er en radiokanal for lyttere mellom 12 og 19 år. Kanalen har gjennom 2015 vist at den er viktig for å nå de yngste i målgruppen. Den urbane profilen er forsterket, og i programmet «Ettermiddagen» settes søkelys på tema som er viktig for unge. Oppslutningen om kanalen har økt betraktelig det siste året.

Når ut på nye måter

I 2015 publiserte vi flere serier på en ny måte, beregnet på et publikum som har mobilen som hovedmedium. «Line jorda rundt» er et eksempel på hvordan vi tok i bruk alle plattformer i publiseringen. Radio og sosiale medier ble brukt i innspillingsfasen, der Snapchat, Facebook og Instagram var de viktigste kanalene for kontakt med publikum. Da TV-serien hadde premiere på NRK3, fortsatte vi å kommunisere med publikum og fortelle historien i sosiale medier.

Høsten 2015 ble dramaserien «Skam» lansert på en egen nettside. I tillegg kan publikum se den i NRK TV på nett og på NRK3. Serien er enkel å se på mobil, klippene er korte og fortellergrepene er hentet fra nett. «Skam» er laget for 16-åringer og ble på kort tid en suksess i målgruppen.

Underholdningsserien «Tara og Vegard» er også laget med tanke på mobilbruk. Episodene er korte og har en kommunikasjonsform tilpasset mobil.

Humor

Unge er storforbrukere av humor og underholdning. Gjennom seriene «Norske fordommer», «Dama til» og «Tara og Vegard» nådde vi ut til flere unge med underholdende og morsomt NRK-innhold. «Dama til» med programleder Live Nelvik var en av de mest sette seriene i NRK TV på nett høsten 2015.



02. Slik ser det ut når NRK mP3 feirer gode lyttertall. Fra venstre: Amir Horori, Benedicte Jacobsen Hamnes og Abiel Tesfai.
Foto: Vegar Erstad/NRK

03. P3-reporter Line Elvsåshagen (25) reiste jorda rundt uten penger i programmet «Line jorda rundt». Her fra Malawi.
Foto: NRK

Ungt samfunnsengasjement

I 2015 forsterket vi satsingen på ungt samfunnsengasjement. I valgåret var NRK P3 med på flere valgsopplegg. Leo Ajkic laget reportasjer om viktige lokale saker til valgsendingene fredager på NRK1. Reportasjen fra Bergens narkotikamiljø var en av de mest leste, sette og delte sakene i sosiale medier under valgkampen.

«Verdens Rikeste Land» var en fast del av NRKs valgsendinger, og bidro med et ungt blikk på valgkampen.

I realityserien «Diktaturet» på NRK1 ble åtte ungdommer sperret inne og utsatt for et fiktivt diktatur. Serien var en blanding av underholdning, informasjon og læring, og målet var å vise hvor godt det er å vokse opp i et fritt demokrati.

«P3 Dokumentar» laget flere dokumentarer om viktige valgtemaer. «Norges lengste kø» handlet om hvordan det er å være flyktning og vente på å bli bosatt. Flyktningstilstrømmingen eksploderte i Europa høsten 2015, og NRK P3 arrangerte «fremmedkoselig» dag på kanalen, der en hel dag ble viet flyktningssituasjonen i Norge.



04. I forbindelse med NRKs valgdebatt i Bergen tok Leo på seg oppdraget med å finne ut hvordan rusmisbrukerne i byen har det, ett år etter at byens samlingssted for narkomane stengte. Foto: NRK

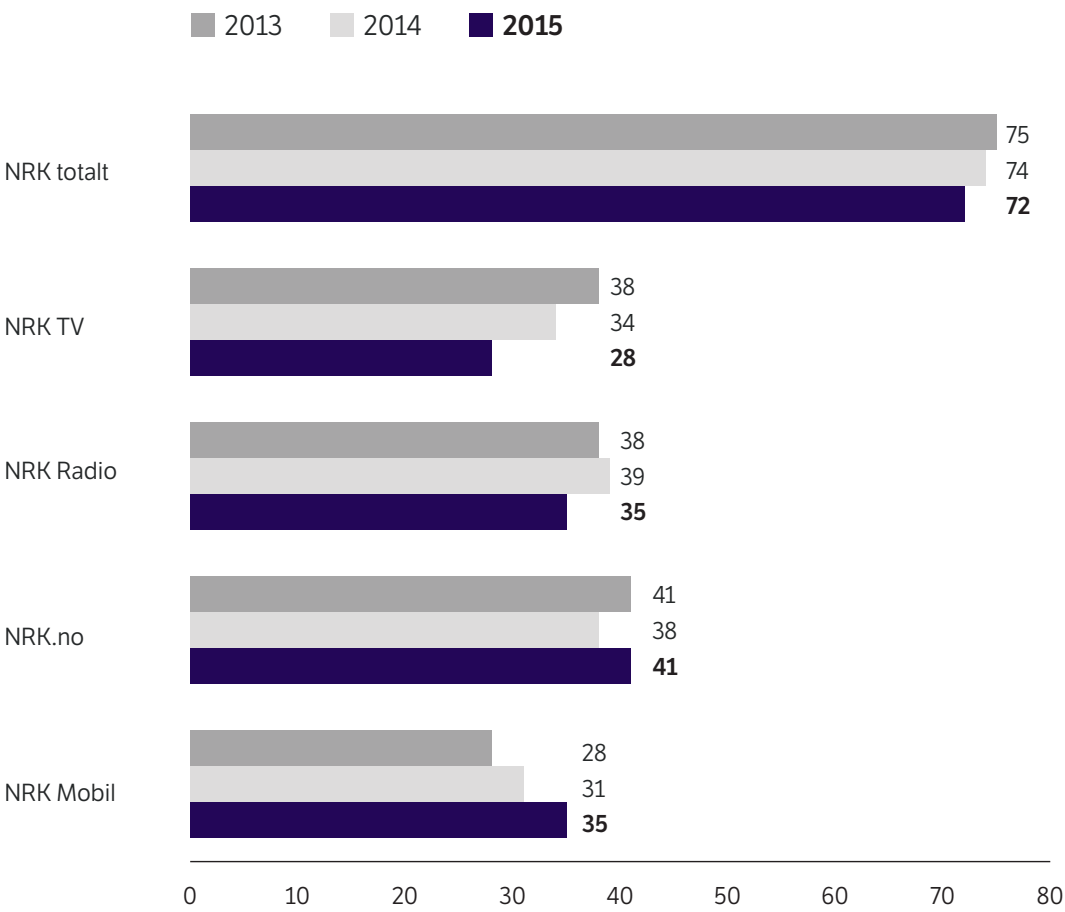
05. Niklas Baarli og Mathias Nylenna i radioprogrammet «Verdens Rikeste Land» på besøk i en skoletime på Kongsberg videregående skole. Foto: NRK

@AstridSirevaag
Så nettopp første episode av diktaturet.
Måtte lukke opp vinduet å nyte friheten jeg har.
#nrk #nrkdiktaturet



72 prosent av alle 12–29-åringer bruker NRK hver dag

Vi ser at de unge i mindre grad bruker de tradisjonelle mediene som TV og radio, og at flere bruker NRK på nett og mobil.

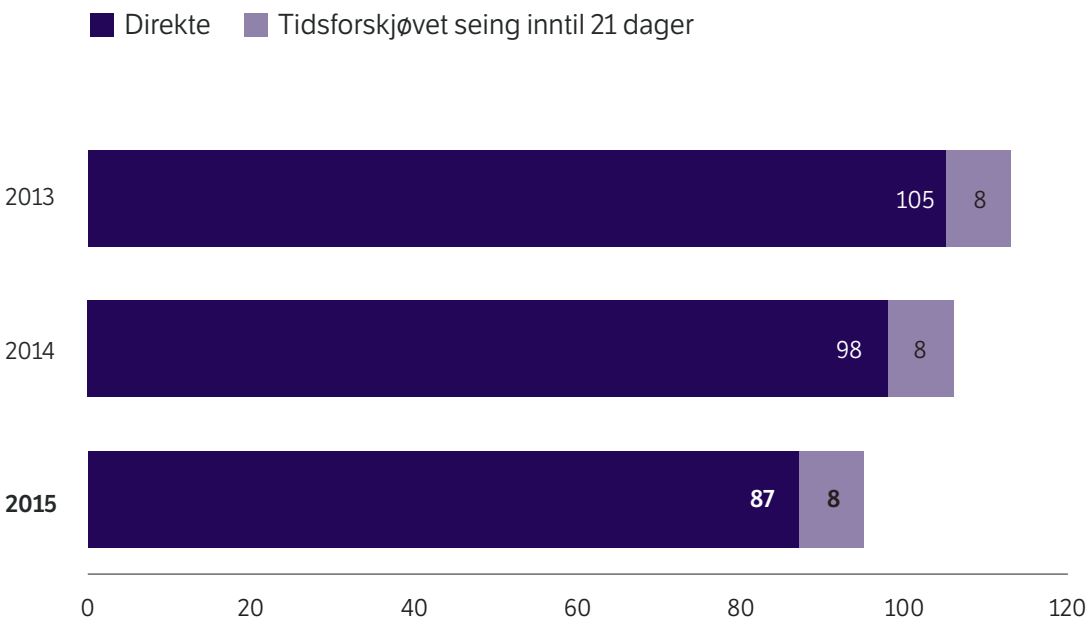


Daglig dekning i prosent.
Kilde: TNS Gallup Forbruker og Media

@realspig
NRK P3s #fremmedkoselig er god radio.
Oppbyggelig kringkasting, som vi voksne sier.

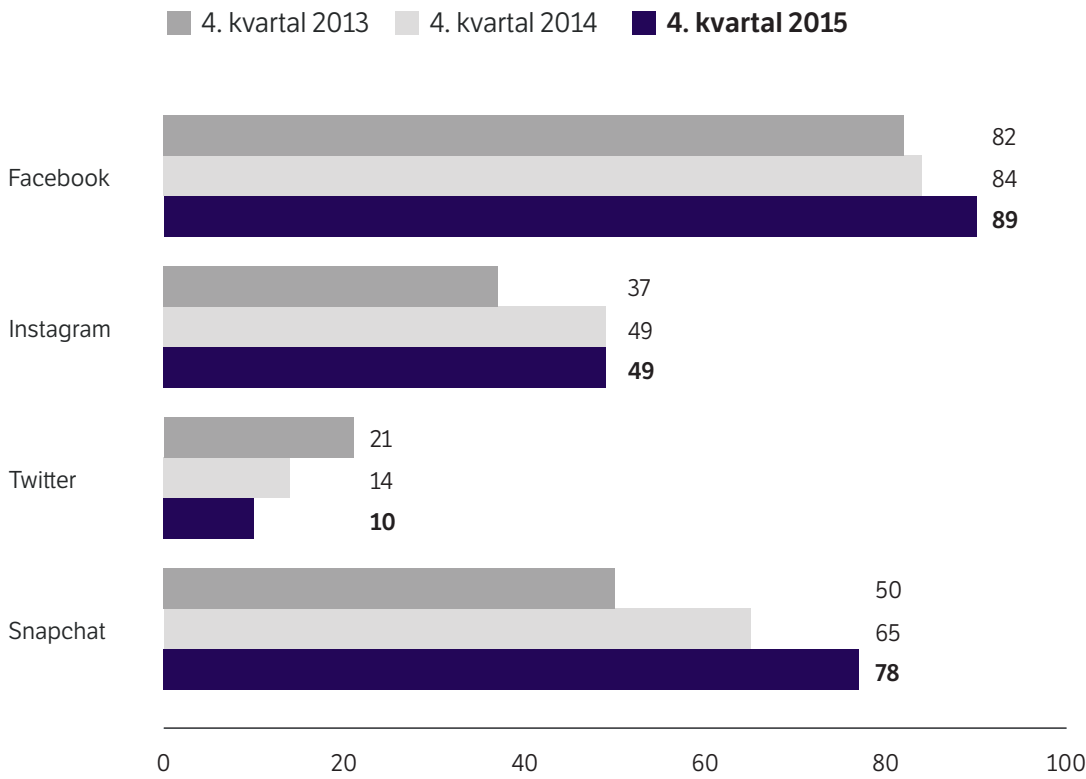
12–29-åringere bruker stadig mindre tid på lineær TV

12–29-åringene bruker mindre tid på direkte TV-seing. Fra 2014 til 2015 gikk det daglige konsumet ned med 11 minutter. Bruken av tidsforskjøvet TV er stabil.



Gjennomsnittlig minutter daglig 12–29 år.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

15–29-åringer bruker mange forskjellige sosiale medier



Daglig dekning i prosent.
Kilde: TNS Gallup Interbuss

Over halvparten av 12–29-åringene lytter til radio daglig

Like mange i aldersgruppen 12–19 lytter i 2015 som i 2014, mens noen færre 20–29-åring er lyttere i 2015 sammenlignet med 2014.

	12–19 år		20–29 år	
	2014	2015	2014	2015
Total Radio	56	56	65	60
NRK P1	25	24	20	15
NRK P2	2	2	4	2
NRK P3	9	9	23	23
NRK Alltid Nyheter	0	0	2	2
NRK mP3	5	8	7	8
NRK Sport	0	0	0	0
NRK Klassisk	0	0	0	0
NRK P13	0	0	2	2
NRK P1+	1	1	1	1

Daglig dekning i prosent.

Kilde: TNS Gallup PPM

NRK P3-eventer 2015

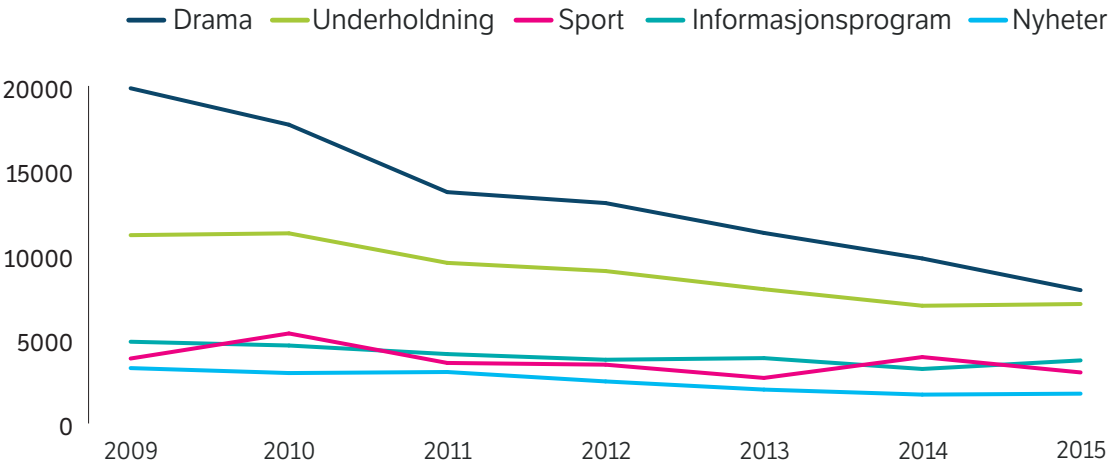
Kanal	Dato	Tittel	Rating i 1000
NRK3	28.11.15	«P3 Gull»	125
NRK3	20.02.15	«Urørtfinalen 2015»	53
NRK3	10.09.15	«Fremmedkoselig dag på P3»	11

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Unge ser mindre drama på lineær-TV

20–29-åringenes dramakonsum på lineær-TV har falt de siste årene.

Seing på følgende kanaler er inkludert: NRK1, NRK2, NRK3/Super, TV 2, TV 2 Zebra, TVNorge, FEM, TV3, Viasat 4/ZTV.

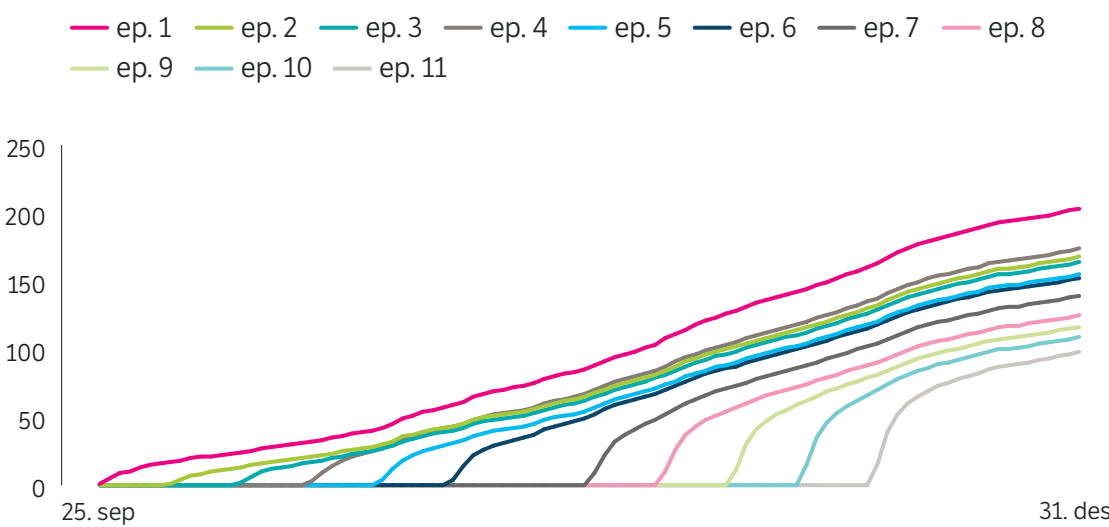


Totale minutter sett i sjangeren blant 20–29-åringene per år på de største kanalene.

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

«Skam» lever lenge på NRK TV på nett

Nye seere kom stadig til, noe som førte til at den akkumulerte webratingen ikke flatet ut i løpet av 2015.



Akkumulert webrating i tusen for episodene av «Skam».

Kilde: TNS Gallup CPCD

NRK SUPER

Gir barna en stemme

NRK Super er barnas verden der deres stemmer, historier og meninger blir hørt. Hver dag kommer barn til orde i programmer som «Supernytt» og «Skolefri». I 2015 tok NRK Super også initiativ til temauken «Skilt» som tok for seg barns opplevelser og behov ved samlivsbrudd. En hel uke ble viet til dokumentarer, humorserier, videoblogger, musikkvideo, intervjuer og reportasjer om temaet.

01. De fire deltakerne i «Oppdrag Nansen» jubler over å ha blitt Norges yngste polfarere. Her på Nordpolen sammen med Børge Ousland og Aleksander Gamme. **Foto:** Håvard Guldahl/NRK



Inspirerer til å ta sosialt ansvar

Å bli sett, inkludert og føle seg verdifull er avgjørende for at barn skal ha det bra og utvikle seg. Den årlige vennskapskampanjen «BlimE!» hadde i 2015 rekordstor oppslutning med 325 000 barn som danset samtidig en fredag i november. Tilbakemeldinger fra mange av de 1800 skolene og barnehagene som deltok, forteller oss at «BlimE!» har blitt en integrert del av undervisningen, og et kjærkomment og samlende event for elever på tvers av klasser og alderstrinn. I år lastet skoler og barnehager opp filmer fra sin «BlimE!»-dag til et kart på NRKSuper.no som nå viser dansende barn over hele Norge.

Speiler barns virkelighet

Ting som kan virke små for voksne, kan være store og viktige for barn. Det kan være å overnatte borte for første gang, eller å lære seg å knyte skolissene. Gjennom programmer som «Klart eg kan» får disse fortellingene ansikter. Temaer blir belyst og gir mulighet for identifikasjon og læring. En liten dokumentar om Nora som trakk to tenner hos tannlegen, ble for eksempel svært populær i NRK Super-spilleren i 2015.



02

Gir verktøy for mestring

Når barn ser noen som strever, lærer de å håndtere egne utfordringer. Når barn ser noen som gleder seg og mestrer, blir de inspirert til selv å tørre å gå ut i det ukjente. I dramaserien «Jenter» har vi også i 2015 fulgt en jentegjeng i overgangen mellom barndom og ungdom så tett at det kunne vært virkelig. Serien er en ren nett-drama. I november 2015 hadde serien 160 000 unike brukere hver uke.

Gir kunnskap

NRK Super har et mål om å lage «brokkoli med sjokoladesaus». Med brokkoli mener vi næring og kunnskap. Sjokoladesausen er underholdningsverdien, det som gjør at barna sitter ytterst på stolen og ler. Barn vil lære! Og læring trenger ikke være kjedelig. «Byen vår» (6-åringer tester ulike yrker) og «Newton»s pubertetsserie er eksempler på læringsprogrammer som har vært populære i 2015.

Gir familier gode fellesopplevelser

Etter nettbrettets inntog ser barn mer TV alene enn før, og barn snakker ikke nødvendigvis med noen om det de ser. Det er derfor viktigere enn noen gang for NRK Super å også skape brede programmer som barn og voksne synes er hyggelig å se sammen. Det tradisjonsrike programmet «Julemorgen» er fremdeles et samlingspunkt for store og små foran den store TV-skjermen i stua.

Internasjonal konkurranse

Konkurransen om barnas oppmerksomhet er stor, og den er internasjonal. De tre største aktørene på nett for barn i Norge er Youtube, NRK Super og Netflix. NRK Super er alene om å speile norsk barndom og virkelighet, barnas kultur, språk og interesser.



03



04



06



07



09



05



08

02. Supernytt-programleiderne Dang Trinh og Benedicte Bendiksen serverer barn og unge nyheter hver dag. **Foto:** Ole Kaland/NRK.

03. 13. november 2015 danset 325 000 barn «BlimE!»-dansen samtidig. Her fra Førde barneskole der alle de 245 elevene deltok. **Foto:** Elise Sundfør Erdal/NRK

04. Nettserien «Jenter» har vært en stor suksess i målgruppen. Sjette sesong ble vist i høst og sjuende sesong vises våren 2016. Her sitter hovedpersonene Veronica og Ylva i klasserommet. **Foto:** NRK

05. I dokumentarserien «Litt av en jobb» får barn prøve seg i ulike jobber. Her fra episoden der Elena og Didrik fikk være frisører. De fikk lov til å klippe, føne og farge hår. **Foto:** NRK

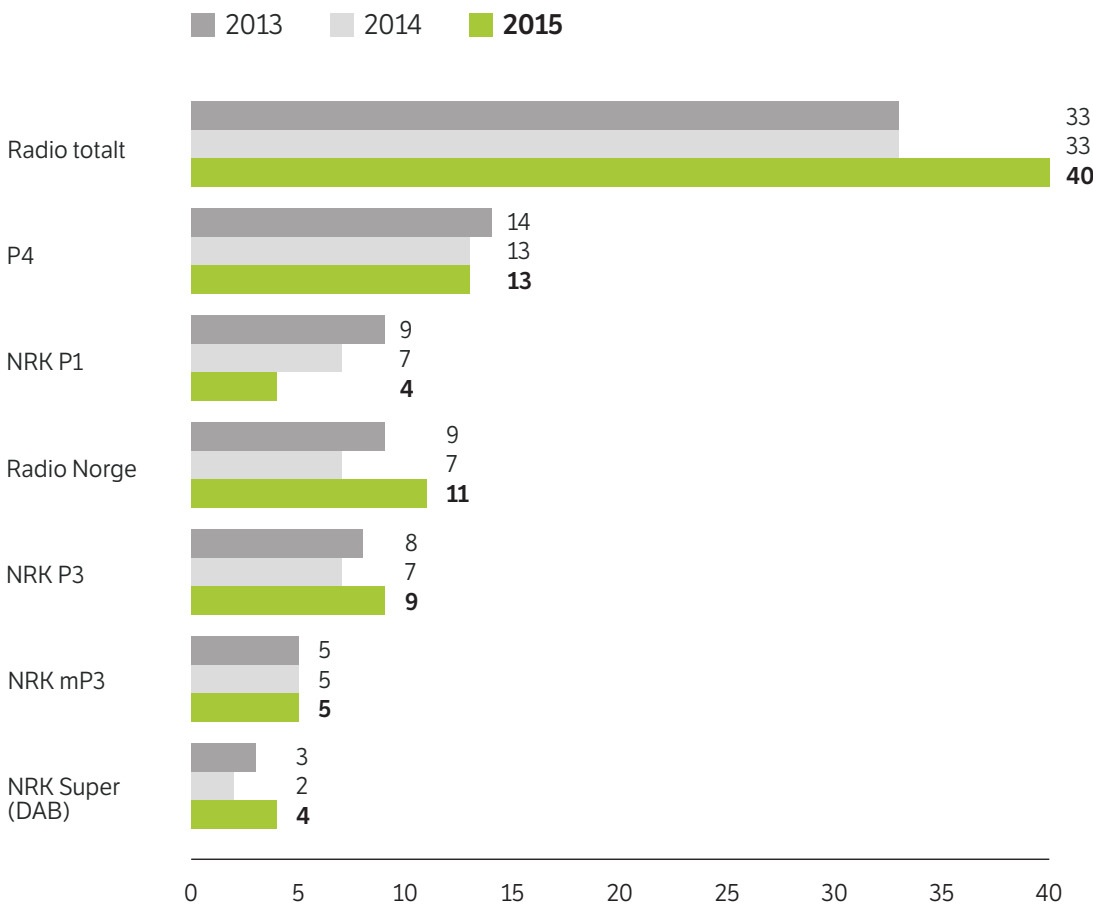
06. Håvard Paulsen og Ingunn Thon var med barna hver morgen gjennom hele jula. De bakte pepperkaker, lagde julegaver og sang og spilte. Her også sammen med Eiolf Ødegård (t.h.). **Foto:** Anne Liv Ekroll/NRK

07. NRK Super-appen retter seg mot barn mellom 2 og 12 år. **Foto:** NRK

08. «Klart eg kan» er små historier om barn som gjør ting de har gruet og gledet seg til. Mange barn har sett episoden om da Nora måtte trekke to melketenner hos tannlegen. **Foto:** NRK

09. Supernytt lager nyheter som er viktig for barn og sprer dem blant annet på Instagram. **Foto:** NRK

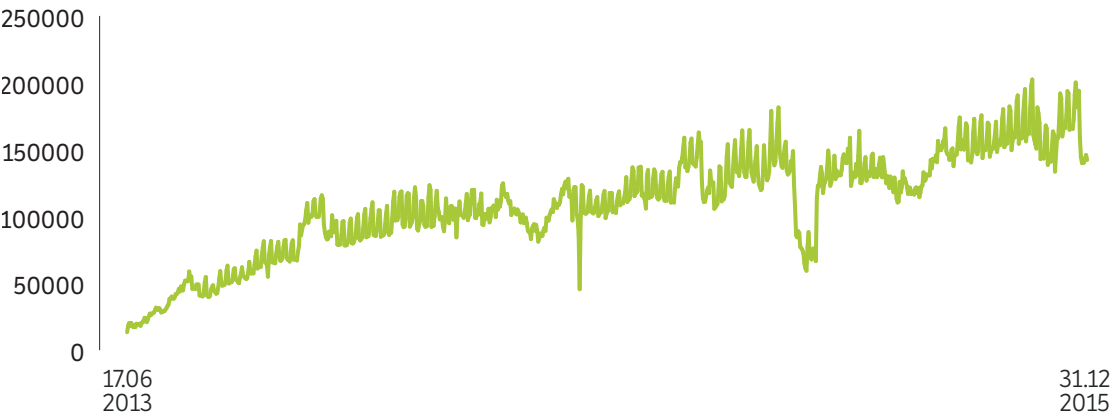
40 prosent av barna hører på radio daglig



Daglig dekning i prosent blant barn 3–11 år.
Kilde: TNS Gallup Radiobarn

Flere bruker NRK Supers nett-TV

Trafikktviklingen på NRK Supers nett-TV har vært god siden lanseringen i 2013.



Daglige unike brukere.
Kilde: TNS Scores

322 000 barn ser TV daglig

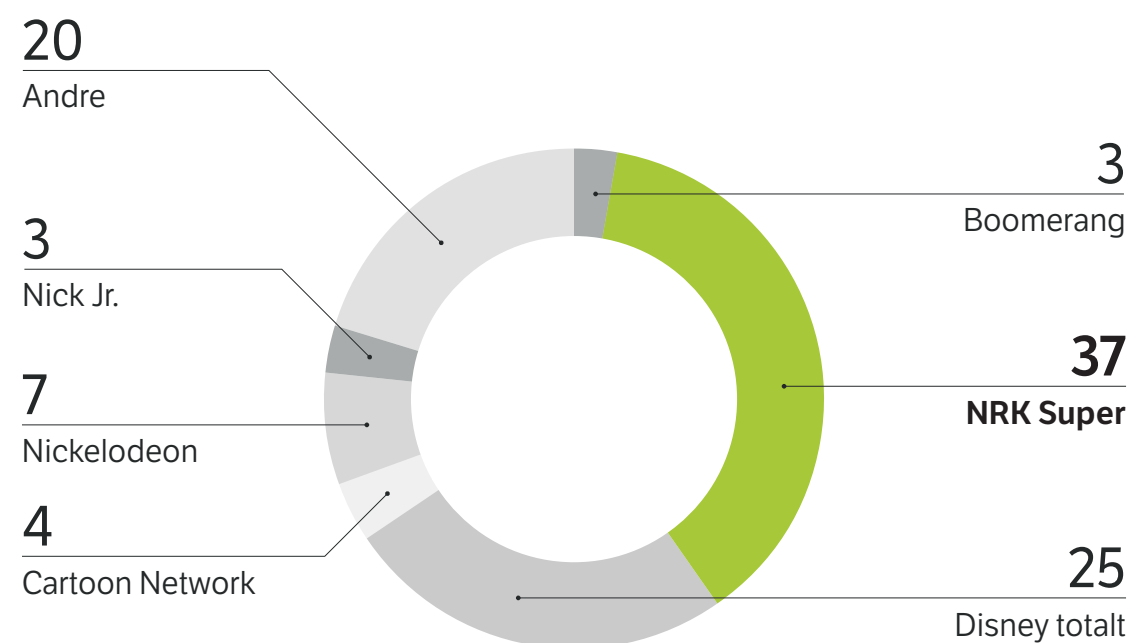
Barn så i 2015 i gjennomsnitt 80 minutter TV hver dag. Tiden barn bruker på tradisjonell TV-seing er redusert de siste årene, i takt med at stadig flere barn ser TV når de vil på mindre skjermer.

	Gj.snittlig daglig minutter sett	Daglig dekning i %	Daglig dekning i 1000
2013	87	56	332
2014	85	56	330
2015	80	55	322

Barn 2–11 år.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

NRK Super er den største kanalen blant barna

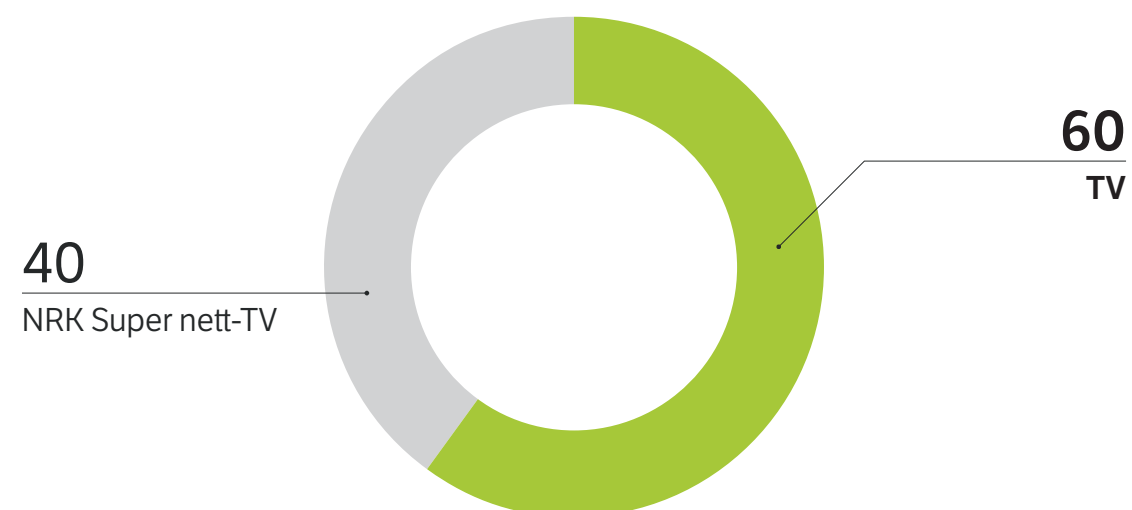
Med 37 prosent markedsandel er NRK Super Norges største TV-kanal blant barn.



Markedsandeler i gruppen 2–11 år i NRK Supers sendetid (kl.06.30–19.30).

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Barna ser mye NRK Super via nett

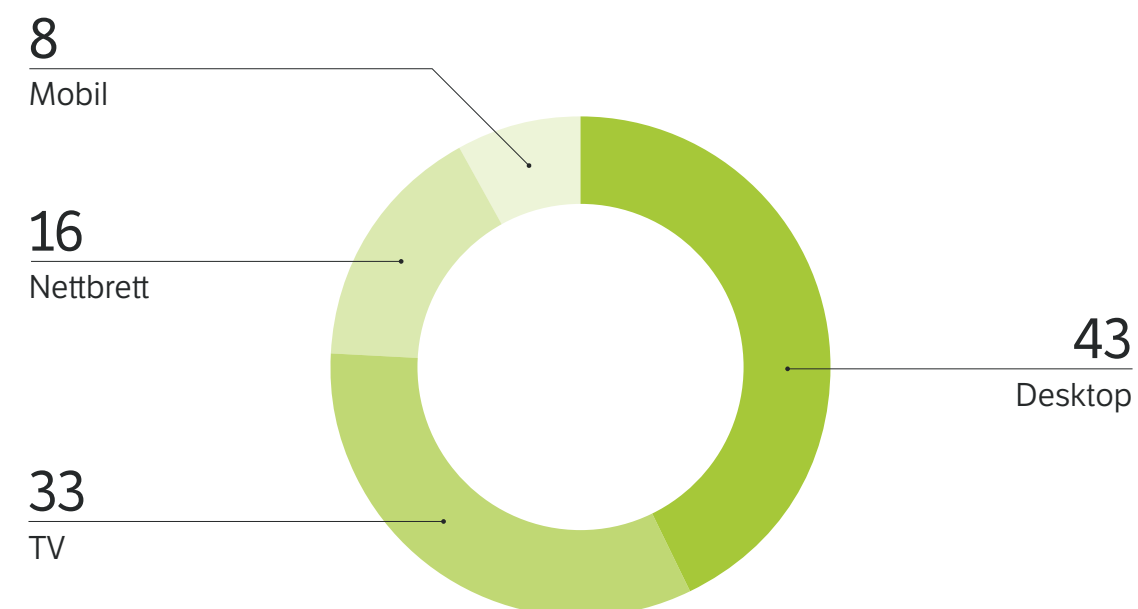


Gjennomsnittlige daglige minutter sett Super-innhold fordelt på lineær-TV og nett-TV høst 2015, i prosent.

Kilde: TNS Gallups TV-undersøkelsen og TNS Scores

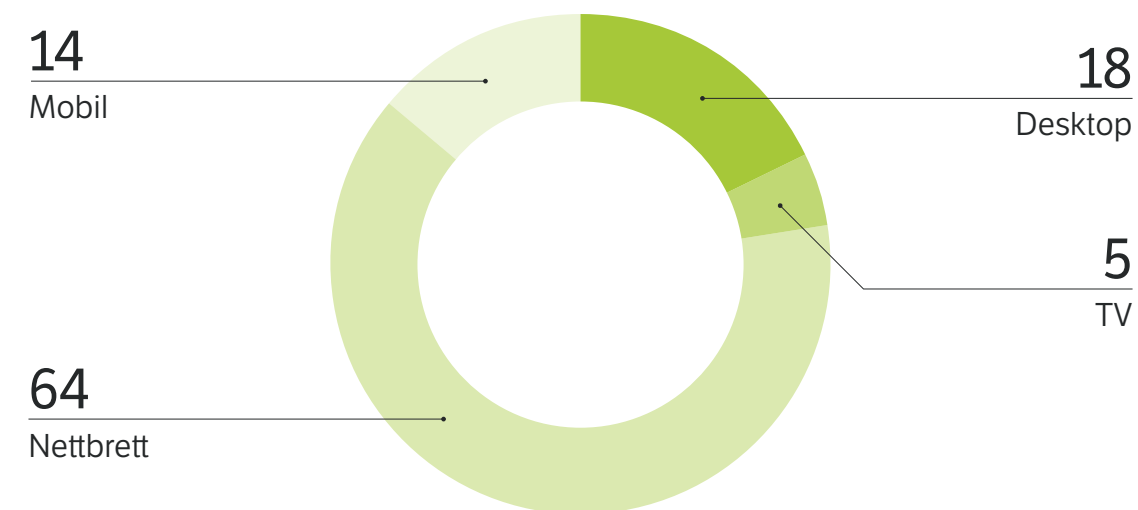
Voksne og barn bruker ulike skjermer

Tid brukt på nett på NRK TV høst 2015 fordelt på skjerm, i prosent.



Kilde: CPCD

Tid brukt på nett på NRK Super høst 2015 fordelt på skjerm, i prosent.



Kilde: CPCD

SPORT

Bredt og samlende

Sport har mange seere, god synlighet og gir TV-kanalene godt omdømme blant publikum. Derfor er rettighetene til de store idrettsbegivenhetene attraktive. NRK skal samle folket gjennom store sportsbegivenheter og et bredt sportsinnhold. Når vi planlegger sportsproduksjonen vår, er det derfor avgjørende hvilke rettigheter vi har ervervet oss. De siste årene har vi prioritert å kjøpe rettigheter til vintersport og de store internasjonale mesterskapene.

01. NRK-sportens Ida Nysæter Rasch intervjuer stafett-jentene etter VM-gullet i Falun. Fra venstre: Astrid Uhrenholdt Jacobsen, Heidi Weng, Therese Johaug og Marit Bjørgen. **Foto:** NRK



Vintersport

I 2015 hadde NRK rettighetene til Ski-VM i Falun. Over halvannen million nordmenn satt klistret til skjermen da Petter Northug knuste konkurrentene på oppløpet i femmila og spurtet inn til sitt fjerde gull i mesterskapet. Programmet ble det nest mest sette på TV i hele 2015, etter finalen i Eurovision Song Contest. Også VM i skiskyting i Kontiolahti og VM i alpint i Vail fikk en omfattende dekning på NRK med høye seertall.

På sommeren hadde NRK sin største satsning noensinne på fotballjentene. Vi sendte alle 51 kampene fra fotball-VM i Canada. Selv om Norge ble slått ut tidlig, rakk kvinnene å samle flere seere på sine kamper enn på samtlige kamper i eliteserien i 2015. NRK hadde også en bred dekning fra VM i friidrett i Beijing.



Tøff konkurranse om rettigheter

Konkurransen om sportsrettigheter er blitt merkbart tøffere. NRK konkurrerer om rettigheter med store internasjonale aktører som Discovery/ Eurosport og MTG/Viasat, i tillegg til TV 2. Rett før sommeren valgte IOC å selge de europeiske OL-rettighetene for 2018–2024 til den amerikanske medieaktøren Discovery. Selskapet kjøpte rettighetene for hele Europa. NRK og TV 2 la inn et felles bud for det norske markedet, men nådde ikke opp i konkurransen.

NRK har likevel sikret seg mange og viktige sportsrettigheter for årene som kommer. Viktigst av alle er avtalen som sikrer NRK alle VM- og verdenscup-renn i alpint og nordiske grener fram til og med 2021. Ved siden av å dele Fotball-VM med TV 2 frem til og med 2022, har NRK også sikret seg rettighetene til den norske cupen og Cupfinalen frem til 2021. Damelandslaget i fotball og Toppserien for kvinner vil også være i NRKs programportefølje fram til 2021.

Sjakk og Magnus Carlsens VM-kamper har vært en suksess på TV, og alle fremtidige VM-kamper vil vises på NRK fram til og med 2020.

Petter Solbergs deltakelse i VM-Rallycross vil i de neste tre årene kunne bivånes på NRK.

Bredde

Som allmennkringkaster er det viktig for NRK å ha et bredt sportstilbud, og det siste året har NRK blant annet hatt egne overføringer fra kunsthopp, telemark, hundekjøring, cricket, dressurridning, sprangridning, roing, trav, tennis, stup, svømming, orientering, skyting, klatring, terrengsykling, maraton og sjakk.

NRK Sport hadde også en egen satsning rundt Special Olympics, verdens største arrangement for utviklingshemmede. Gjennom den daglige nyhetsdekningen er mange saker om funksjonshemmede idrettsutøvere løftet fram; fra ryttersport, langrenn, bordtennis, roing, vannski og kjelkehockey. NRK kjøpte også rettighetene til VM i friidrett for funksjonshemmede, som ble sendt på NRK TV på nett.



02. Da Petter Northug spurtet inn til VM-gull på 5-mila i Falun, satt over halvannen million nordmenn klistret til TV-skjermen. **Foto:** Terje Bendiksby / NTB scanpix

03. NRK sendte alle de 52 kampene under Fotball-VM i Canada. Lene Mykjåland og Isabell Herlovsen kjempet for Norge, men laget lyktes ikke i å ta seg videre fra gruppespillet. **Foto:** Yasmin Sunde Hoel/NRK

04. NRK-profil Line Andersen på jobb under VM i friidrett i Beijing. **Foto:** Vidar Ruud / NTB scanpix

05. NRK har sikret seg rettighetene til å vise alle fremtidige VM-kamper i sjakk til og med 2020. Her blir verdens beste sjakkspiller, Magnus Carlsen, intervjuet av NRK. **Foto:** NRK

Sport på radio og i sosiale medier

Digitalkanalen NRK Sport er hovedarena for sport på radio, men de største sportsbegivenhetene blir også sendt i samsending med NRK P1. I juli 2015 ble Tour de France for første gang løftet opp som en omfattende radiosatsning på DAB-kanalen. I tillegg til egne kommenterte begivenheter, vil også DAB-kanalen gi publikum TV-lyden fra sportssendinger når de ikke har anledning til å se på TV.

NRK Sports tilstedeværelse på sosiale medier blir stadig viktigere. Der når vi publikum med relevant sportsinnhold, gir et bedre innblikk i hva vi driver med – samtidig som publikum bidrar til å styrke vårt innhold både gjennom innspill og aktive bidrag. En del av NRK Sports innhold når flere brukere via sosiale medier enn gjennom NRKs egne publiseringsplattformer. De mest populære humorinnslagene fra VM i Falun hadde for eksempel 1,7 millioner visninger på Facebook.

Tilgjengelighet

NRK Sport møtte det nyopprettede Brukerrådet i dets aller første møte med NRK våren 2015. Rådet består av ni representanter fra funksjonshemmedes og utviklingshemmedes organisasjoner, og en representant fra Pensjonistforbundet. De skal bidra med innspill til forbedringer og utvikling av tilgjengeligheten til NRKs innhold på TV, radio og nett. Møtet med Brukerrådet resulterte blant annet i at Norges Blindeforbund på høsten ble invitert til å møte NRKs mest brukte kommentatorer, hvor tema var hvordan kommentatorene i enda større grad kan bidra til å gjøre sportsinnholdet tilgjengelig for blinde og svaksynte. I tillegg møtte representanter fra Blindeforbundet og Hørselshemmedes Landsforbund produksjonsmedarbeiderne i NRK Sport, for å blant annet å snakke om god hørbarhet i sportssendingene.



06

@NRK_Sport

Gøy! Tulle-dokumentaren om #fotballjentene er sett over 600.000 ganger!



07



08



09



10

06. I juli 2015 ble Tour de France for første gang løftet opp som en omfattende radiosatsning på DAB-kanalen NRK Sport. **Foto:** Tore Guriby

07. NRK-sportens Ole Rolfsrud øver til «Sportsrevyen». **Foto:** NRK Sport på Instagram

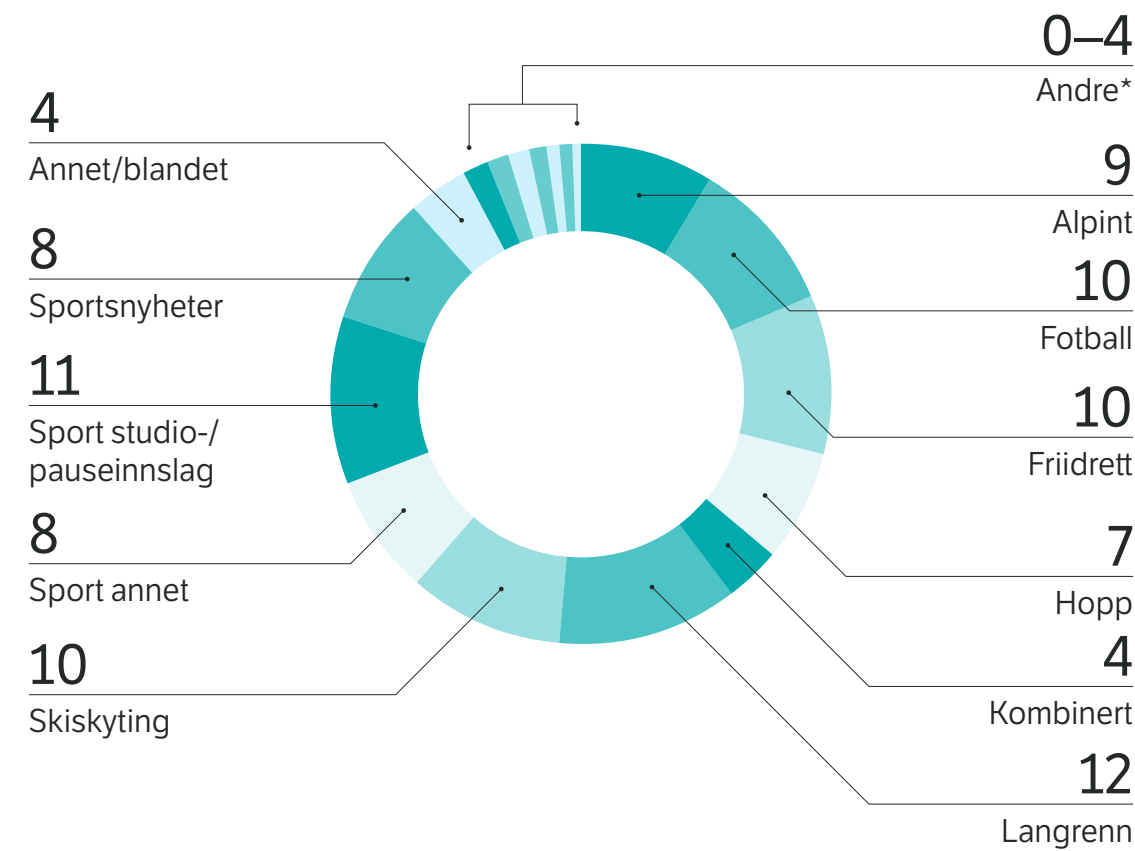
08. Dette bildet ble delt av NRK-sporten på Instagram med teksten «En litt uvanlig sportsdesk, og det er vi stolte av! #girlpower». **Foto:** NRK Sport

09. Landslagsspiller i fotball, Trine Rønning, syntes ikke NRK gjorde en god nok jobb under opptak og tok saken i egne hender. **Foto:** NRK Sport på Instagram

10. Fotball-ekspert Tom Nordlie intervjues før Norges viktige landskamp mot Ungarn i november. **Foto:** NRK Sport på Instagram

Bred dekning av sport på NRK1

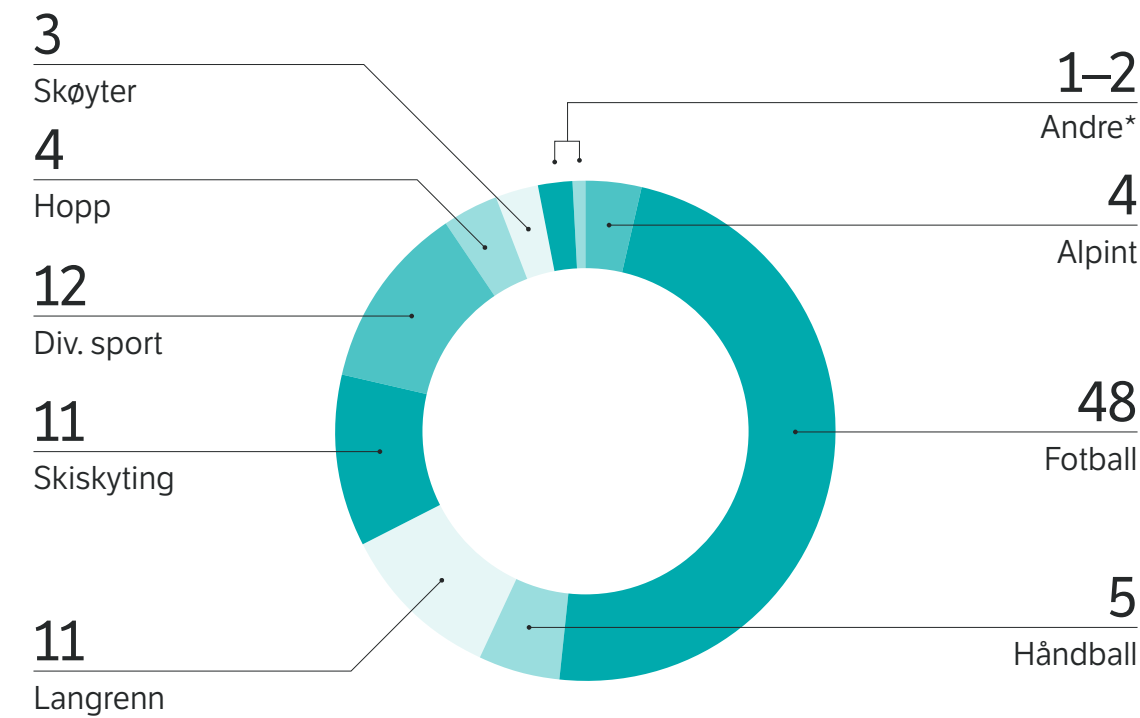
NRK Sporten overfører fra arrangementer og konkurranser innenfor en rekke ulike idrettsgrener.



* Skøyter 1,5 %; Snowboard/Freestyle 1,5 %; Hestesport 1,4 %; Kunstløp 0,8 %; Svømming 1,1 %; Tennis 0,7 %; Sykkel 0,4 %

I 2015 sendte NRK1 856 timer sport. Timer fordelt på sportsgrener i prosent.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen 2015

Bred dekning av sport på NRK P1

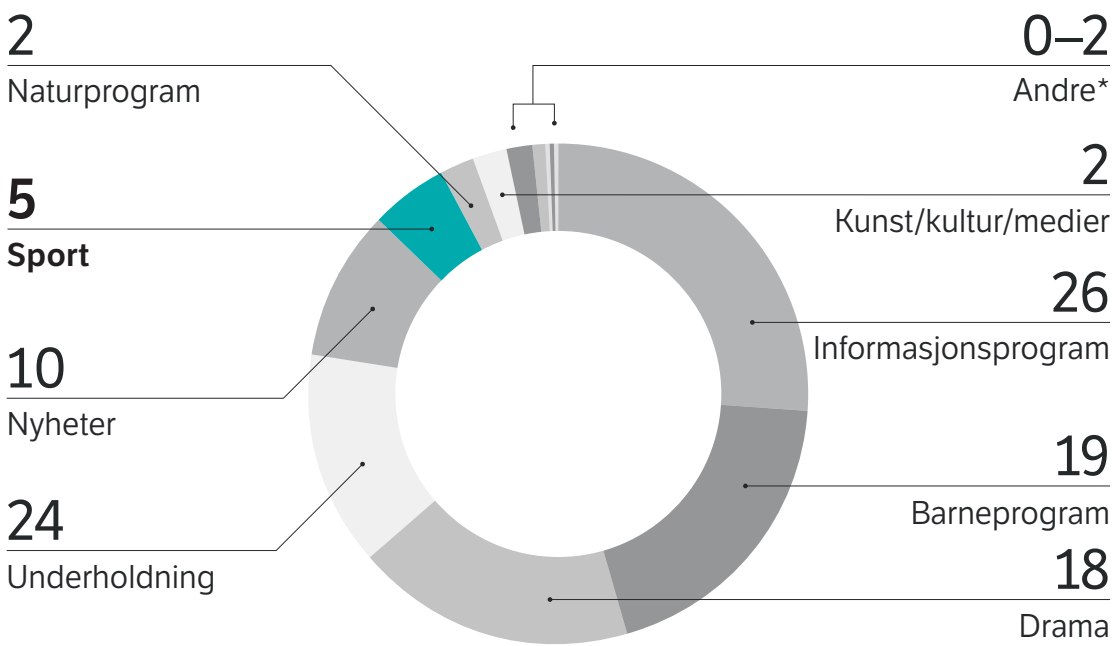


* Sykling 2,2 %; Friidrett 0,9 %

Fordeling av 246 timer sendt med ulike sportsgrener i prosent.
Kilde: TNS Gallup PPM

Sport utgjør 5 prosent av sendetiden til NRKs TV-kanaler, men hele 17 prosent av tiden publikum ser på NRK

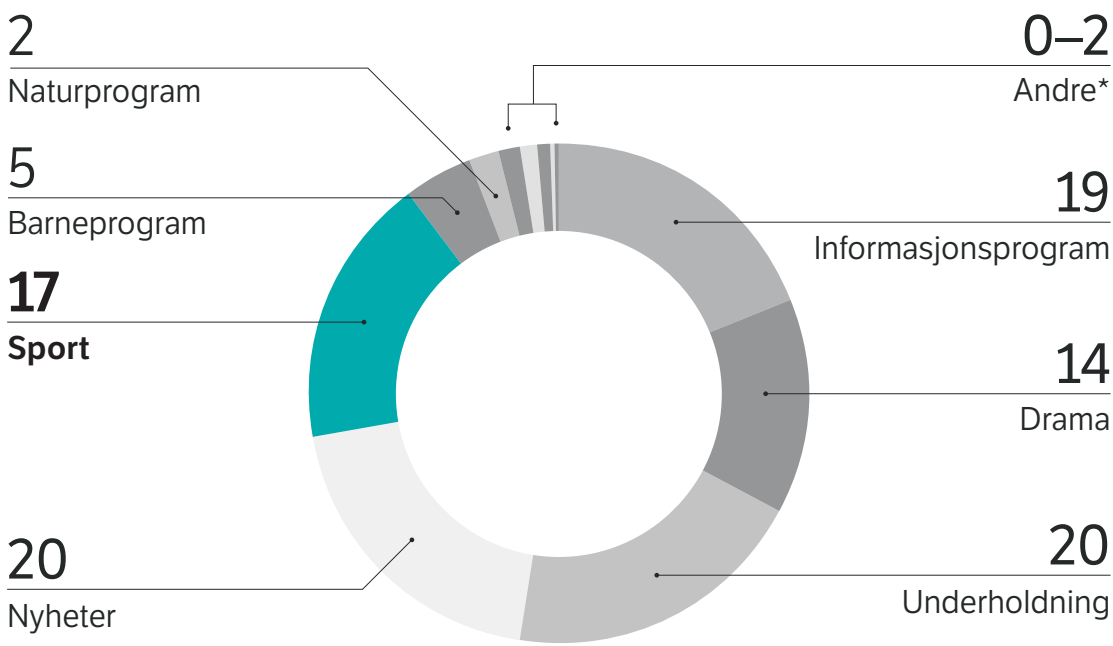
1182 sendetimer på NRKs TV-kanaler fordelt på sjangere, i prosent.



* Musikk 1,6 %; Vitenskap 0,7 %; Undervisning 0,3 %; Religion/livsfilosofi 0,2 %; Pauseprogram/filler 0,1 %

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen 2015

Befolkningen så 413 timer på NRK i 2015. Her er timene fordelt på sjanger. I prosent.



* Musikk 1,5 %; Kunst/kultur/medier 0,6 %; Undervisning 0,1 %; Religion/livsfilosofi 0,2 %; Pauseprogram/filler 0,09 %

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

1,5 millioner så Petter Northug ta gull på 5-mila

Mest sette øvelser i Ski-VM i Falun, rating i 1000 i og utenfor egen husstand.

	<u>Rating i 1000 i egen husstand</u>	<u>Rating i 1000 utenfor egen husstand</u>	<u>Totalt</u>	<u>Prosent av seing utenfor hjemmet</u>
50 km, menn	1262	274	1536	18 %
Lagsprint finaler, kvinner og menn	1039	339	1378	25 %
Langrenn 30 km skiathlon, menn	909	357	1266	28 %
30 km, kvinner	958	248	1206	21 %
Kombinert, stafett	901	255	1156	22 %
Langrenn, stafett, kvinner	687	378	1065	35 %
Langrenn, stafett, menn	716	310	1025	30 %
Langrenn 15 km skiathlon, kvinner	758	253	1010	25 %
Sprint finaler, kvinner og menn	779	222	1001	22 %
Lagsprint kval., kvinner og menn	744	217	961	23 %

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

NYHETER

Først – med hele bildet

For å løse nyhetsoppdraget må NRK være tilstede på alle relevante medieplattformer med siste nytt, analyser og bakgrunnsstoff. Et stort flertall sier at nett og mobil nå er deres viktigste kilder for nyheter. Samtidig er radioen en viktig kilde for informasjon og oppdatering både lokalt og nasjonalt. TV er viktig for fordypning, analyse, debatt og for direkteformidling av levende bilder under store hendelser.

01. I 2015 var nyhetsbildet preget av den største flyktningkrisen i Europa siden andre verdenskrig. Silje Ese sjekker en av de mange etterlatte gummibåtene på strendene på Kos. **Foto:** Kim Erlandsen / NRK



Nyhetsår preget av terror i Europa

Nyhetsåret 2015 ble sterkt preget av terroraksjonene i Europa. Først angrepet på redaksjonen til satiremagasinet Charlie Hebdo i Paris i januar, deretter terrorangrepene mot litteraturhuset «Krudtønnen» og en synagoge i København – og så drapene i Paris i november. Alle hendelsene ble dekket tett på alle plattformer. Publikum har et stort informasjonsbehov i slike sammenhenger og ønsker en bred nyhetsdekning fra NRK.

Publikums høye forventninger til NRKs nyhetsdekning merket vi spesielt i forbindelse med terroren i Paris. Fredag 13. november utvidet vi «Kveldsnytt» fram til klokken 23.44, og hadde deretter et opphold i nyhetsdekningen på TV fram til klokken 00.20. I mellomtiden informerte NRK om ny ekstrasending og henviste til nett og mobil, før vi var igjen var på direkten gjennom natten. I ettertid fikk NRK kritikk for å ha tatt en pause i TV-sendingene. Publikum forventer at NRK er kontinuerlig tilstede med direktesending når noe dramatisk skjer.



02



03

I tillegg har året vært preget av flyktningssituasjonen i Europa. NRKs korrespondenter og reportere har gjennom året vært tett på strømmen av flyktninger gjennom Europa og inn i Norge, særlig over Svinesund og Storskog. Denne situasjonen har også fått konsekvenser for de politiske prioriteringene her hjemme. For NRK Nyheter har det vært et mål å være til stede der det skjer og samtidig sette hendelsene inn i en sammenheng på radio, TV og nett.

NRK valgte i år å dekke pilegrimsvandringen til Mekka. Reportasjeteamet sto plutselig midt oppe i en alvorlig nyhetshendelse etter at mer enn 2000 pilegrimer ble trampet i hjel. NRKs team var blant de første som rapporterte om tragedien.



04

02. Kvelden den 13. november tok en dramatisk vending da væpnede menn slo til på seks forskjellige steder i Paris. 130 personer mistet livet og over 350 ble såret. NRK.no fulgte utviklingen tett. **Foto:** NRK.

03. NRK var på plass for å dekke flyktningssituasjonen ved Storskog. **Foto:** Silja Arvola/NRK.

04. NRK.no lot brukerne tenne digitale lys for ofrene for terroren i Paris. **Foto:** NRK.

05. Med et reportasjeteam som behersker språket og har kunnskap om den religiøse tradisjonen, fikk publikum møte norske pilegrimer under markeringen av hajj. Reporter Iram Ansari gjør seg klar til direktesending fra Mekka. **Foto:** NRK.



05

Innholdsformater i endring

NRK ønsket i 2015 å justere nyhetstilbudet, først og fremst for å nå flere publikumsgrupper, men også for å speile nyhetsbildet bedre. Det ble besluttet å utvide «Urix» på TV fra 20 til 30 minutter og sende programmet tidligere på kvelden, samt å erstatte «Aktuelt» med et ukentlig intervjuprogram. «P3nyheter» fikk i oppdrag å utforme et nyhetstilbud på NRK3. Disse endringene trådte i kraft ved årsskiftet 2015/2016.

Høsten 2015 overtok «Ytring» sendeflaten til «Søndagsavisa». Programmet ble fornyet og videreutviklet med stor plass for frimodige ytringer og meningsbrytning, men fortsatt med vekt på fordypning knyttet til aktuelle saker.

Fra hele landet

2015 har vært et år med store omveltninger i norsk nærings- og arbeidsliv. Økende arbeidsledighet og stadig lavere oljepris har satt politikere, næringsliv og lokalsamfunn på prøve. NRKs nyhetsdekning har vist fram konsekvensene av «oljebremsen» i norsk økonomi både lokalt og nasjonalt. NRK har vært til stede når hjørnestensbedrifter må legge ned, men også når det satses på å skape nye arbeidsplasser.

NRK Nyheter har i 2015 satt søkelys på politiets arbeid. Politiets håndtering av Monika-saken i Hordaland fikk stor oppmerksomhet. NRK avdekket flere kritikkverdige forhold og hadde det første intervjuet med varsleren Robin Schaefer. Diskusjonen rundt bevæpningen av norsk politi har også preget nyhetsåret 2015.



06

Spesielle markeringer

8. mai ble det markert at det er 70 år siden Norge igjen ble et fritt land. Markeringen ble viet stor oppmerksomhet. Sammen med alle landets distriktsredaksjoner sendte nyhetsredaksjonen direkte fra markeringer over hele landet. Gjennom møter med tidsvitner og overføringer av seremonier kunne publikum følge markeringene i en over ni timer lang sending på NRK1.

Torsdag 10. september brukte NRK flere kanaler og plattformer for å rette oppmerksomheten mot flykningstrømmen til Europa for å gi publikum bakgrunn og fordypning. Hovedformålet med temadagen var å fortelle og forklare det som skjer – gi publikum det store bildet. Navnet på satsningen var «Flukten til Europa».

I 2015 styrket NRK korrespondentnettet med to nye stillinger i Istanbul og Berlin. Til sammen har NRK dermed ti korrespondenter i London, Berlin, Brussel, Moskva, Beijing, Istanbul, Kairo, Nairobi samt to i Washington.



07



08



09



10

06. NRK hadde det første intervjuet med Monika-varsleren Robin Schaefer. 13. februar 2015. **Foto:** NRK

07. 8.mai-markeringen ble viet stor oppmerksomhet i alle NRKs kanaler. Her fra NRK.no-forsiden. **Foto:** NRK

08. NRK-korrespondentene: Øverst fra venstre: Brussel: Åse Marit Be-fring, Moskva: Morten Jentoft, USA: Tove Bjørgaas, London: Espen Aas, Istanbul: Kristin Solberg, Nairobi: Sverre Tom Radøy. Nederst fra venstre: Kairo: Sigurd Falkenberg Mikkelsen, Berlin: Guri Norstrøm, Beijing: Peter Svaar, Nairobi: Christine Præsttun, Rio de Janeiro: Arnt Stefansen (frilanser) og USA: Gro Holm. **Foto:** NRK

09. Et stort flertall sier at nett og mobil nå er deres viktigste kilder for nyheter. **Foto:** NRK

10. Mange av flyktingene som kom til øya Kos i Hellas hadde ingen steder å bo mens de venter på å få reise videre. Mange måtte sove på gata. Andre slo opp telt langs strandpromenaden. **Foto:** Marius Arnesen/NRK

Faste nyhetsprogrammer

Radio:

Foruten faste nyhetssendinger på timeslaget, og lokale nyheter fra NRKs distriktskontorer, kan følgende nyhetsflater i radio nevnes:

«Nyhetsmorgen» – oppdaterende og utdypende nyhetsflate i NRK P2 og NRK Alltid Nyheter, hvori inngår «Politisk kvarter» og «Kulturnytt».

«Oddasat» – daglige nyheter på samisk i NRK P2 og på NRK1.

«P3nyheter» – eget nyhetstilbud tilpasset yngre lyttere på NRK P3. Publiserer også nyheter gjennom sosiale medier og fra 2016 på NRK3.

«Nyhetsslunsj» i NRK P2, NRK Alltid Nyheter og NRK P1+.

«Nyhetsettermiddag» i NRK P2 – to timers nyhetsoppdatering i samsending med NRK Alltid Nyheter.

«Her & Nå» – nyhetsmagasin på ettermiddagen i NRK P1.

«Dagsnytt 18» – debattprogram i NRK P2, sendes også på TV i NRK2.

«Ytring» – nyhetsmagasin med ytringer og meningsbrytning på NRK P2 søndag.

«Ukeslutt» – nyhetsmagasin i NRK P1 og NRK P2 på lørdag.

«Urix på lørdag» – ukemagasin fra utenriksredaksjonen på NRK P2.

TV:

Korte nyhetssendinger gjennom dagen og lav terskel for ekstra tilbud når nyhetsbildet krever det.

«Dagsrevyen» – NRK Nyheters daglige hovedsending på NRK1, alle dager i året.

«Aktuelt» – aktuell debattflate på NRK2, mandag, tirsdag og onsdag, fra 2016 erstattet meds «Torp» og et utvidet «Urix».

Seertall for nyhetssendinger på NRK1

Stabile seertall for nyhetssendingene på NRK1.

		Rating i 1000
«Dagsrevyen» alle dager	2013	705
	2014	693
	2015	703
«Dagsrevyen 21» man-tors	2013	507
	2014	523
	2015	517
«Kveldsnytt» alle dager	2013	413
	2014	428
	2015	433

Rating i tusen. Snitt for hele 2015.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

«Urix» – aktuelt utenriksmagasin på NRK2, mandag – torsdag.

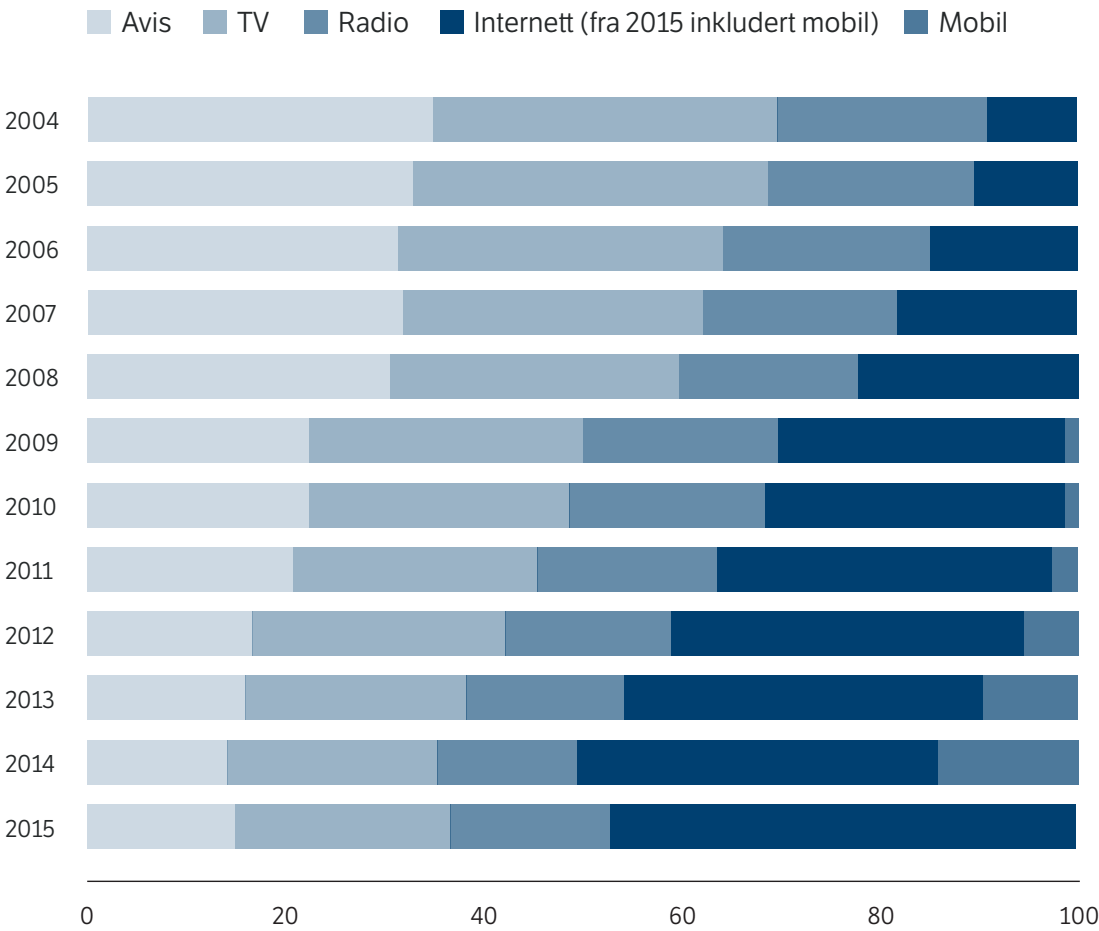
«Debatten» – ukentlig stor debatt fra studio på NRK1.

«Kveldsnytt» – daglig kveldsnyhetssending på NRK1.

«Supernytt» – daglig nyhetssending på NRK Super som presenterer nyhetsbildet slik at barn kan forstå det. Publiserer også nyheter gjennom sosiale medier.

«Min viktigste nyhetskilde»

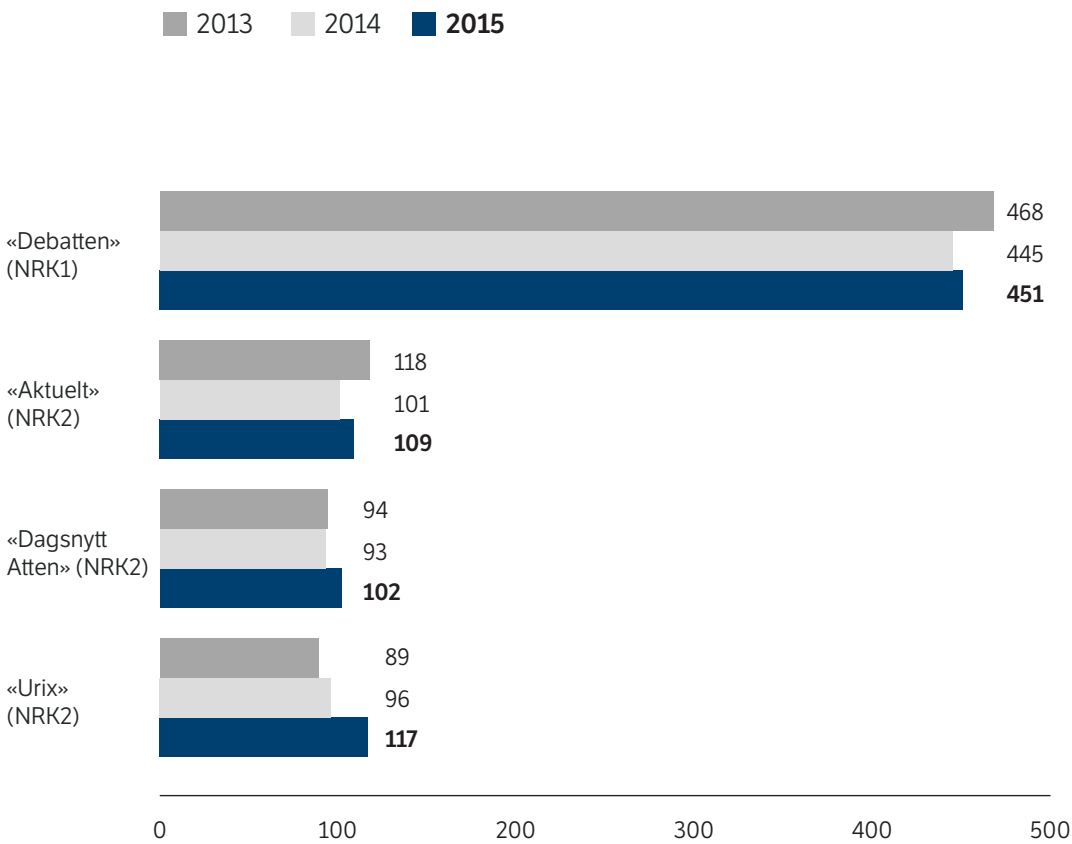
NRK arbeider kontinuerlig med å tilpasse nyhetspresentasjonen til folks medievaner. Det er viktig å lykkes på alle plattformene for å gi befolkningen et best mulig nyhetstilbud.



Spørsmål: «...er min viktigste nyhetskilde». Fra og med 2015 er mobil en del av internett.
Kilde: TNS Gallup Forbruker & Media

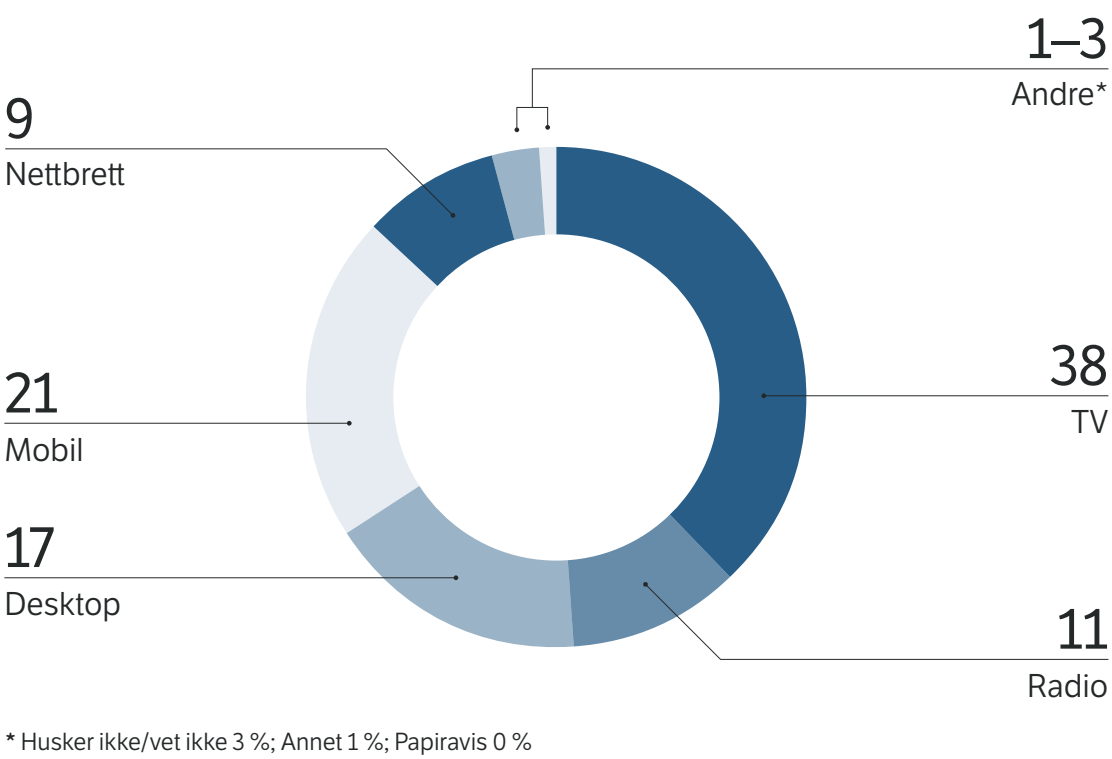
Seertall for debatt- og aktualitetsprogrammer på NRKs TV-kanaler

Debatt- og aktualitetsprogrammer på NRK blir sett av like mange eller flere i 2015 sammenlignet med 2014.



Rating i 1000, snitt førstegangssendinger.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

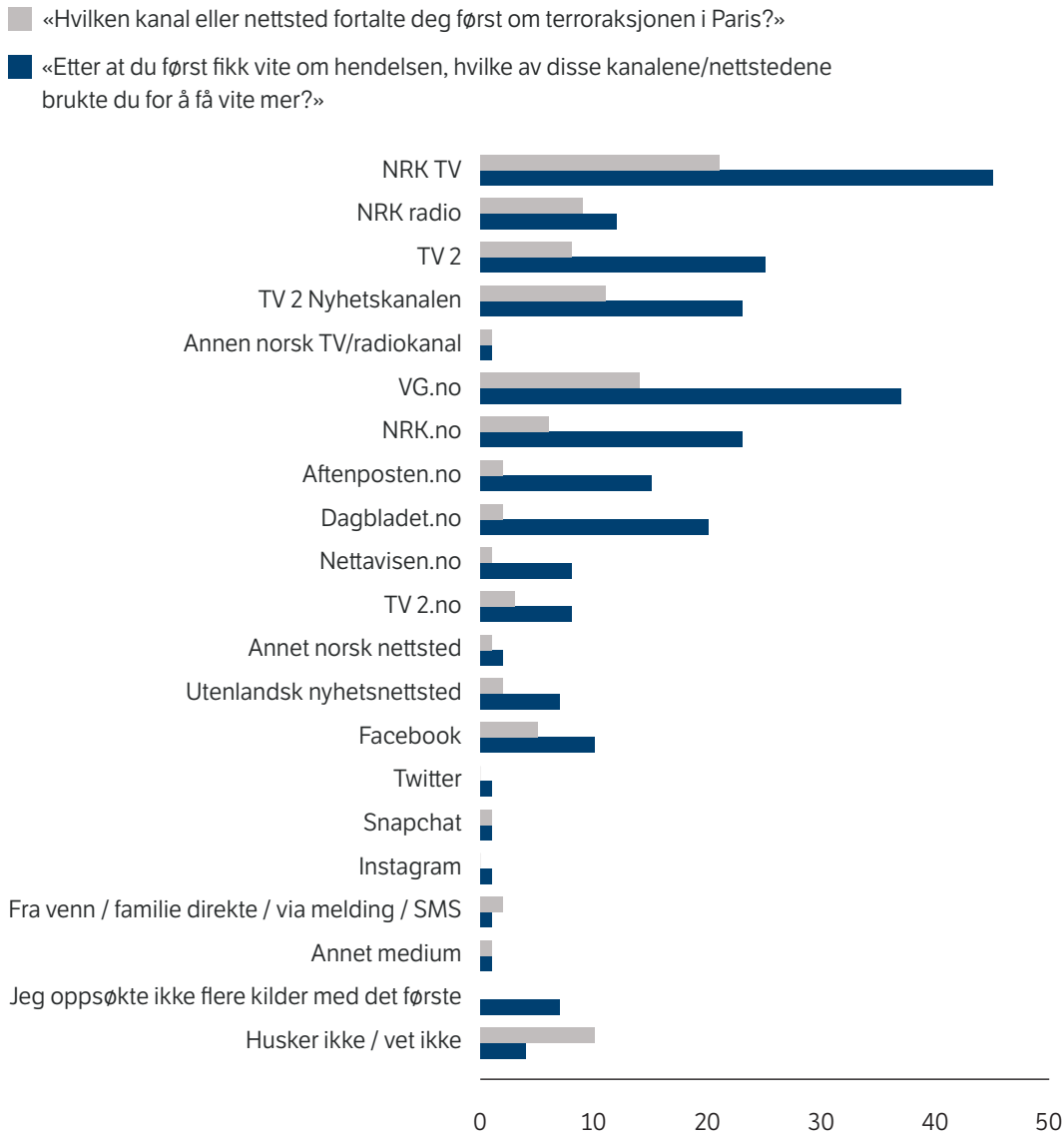
Mobil, nettbrett og datamaskin var vel så viktige som TV og radio da angrepene i Paris startet



Spørsmålet er: «Hvilken medieplattform brukte du første gang du hørte om terroraksjonen i Paris?», i prosent.
Kilde: Norstat for NRK november 2015

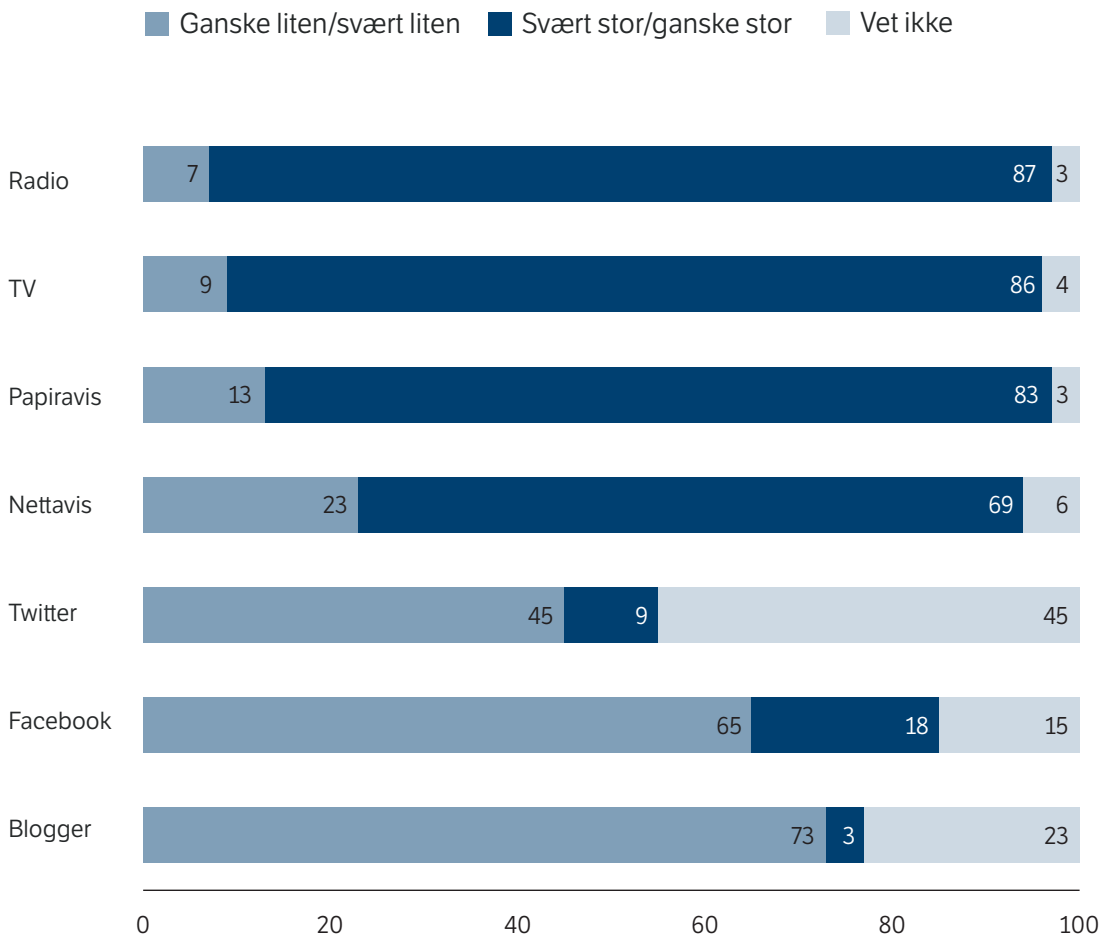
Mange oppsøkte NRK på TV, radio eller nett med en gang og for å få vite mer

Som vi ser ble de redaksjonelle mediene brukt i størst grad da folk var på leting etter informasjon om terroren i Paris. Dette kan henge sammen med den ulike tilliten befolkningen har til redaksjonelle og sosiale medier.



Flere svar mulige og oppgitt i prosent.
Kilde: Norstat for NRK november 2015

De redaksjonelle mediene har høyere tillit hos folket enn sosiale medier



Spørsmålet som blir stilt: «Hvor stor eller liten tillit har du til informasjonen i følgende kanaler?», i prosent.
Kilde: TNS Social Media Tracker 2015

FORDYPNING

NRK går i dybden

Dokumentar- og samfunnsavdelingen i NRK satser i økende grad på å publisere innhold tilrettelagt for mobilen. På den måten ønsker NRK å nå ut med viktig samfunnsstoff til et yngre publikum. Så lenge innholdet engasjerer, bruker de unge tid på fordypningsartikler på mobilen.

01. I forbindelse med 75-årsdagen for krigsutbruddet i Norge foreleste Frank Aarebrot om 2. verdenskrig på 200 minutter på Det akademiske kvarter i Bergen. **Foto:** Heine Aarbø



NRK lager selvstendige produksjoner for nett og mobil innenfor områdene undersøkende journalistikk, fortellende journalistikk, helse- og forbrukerjournalistikk. Og vi lager innholdstjenester rettet mot skoleverket. De undersøkende, krevende journalistiske prosjektene er en viktig del av NRKs samfunnsoppdrag, og både publikum, nasjonale og internasjonale fagjuryer satte pris på dette innholdet i 2015.

I romjulen 2015 publiserte vi nettdokumentaren «Bygda som sa nei» om asylmottaket på Rondeslottet hotell – en serie som i sin helhet ble filmet i høydeformat for å passe til mobiltelefoner, og som ved utgangen av året hadde nådd nær en halv million visninger.

«Brennpunkt» når fortsatt fram til TV-publikummet med vesentlige og alvorlige problemstillinger. Redaksjonen vant Gullruten for «Den siste reisen» om legeassistert avslutning av livet, SKUP-diplom for «Kontrollørene kommer» om kvalitetssikring av offentlige milliardprosjekter, og Prix Europa med «Fredsprisens pris» om Nobel-tildelingen til Liu Xiaobo.

NRK P2s kjerneprogram «Ekko» utvidet sendeflaten i løpet av fjoråret til seks dager i uken ved å gå sammen med «Radiodokumentar» om å lage et eget frokostprogram lørdag. «Radiodokumentar» vant pris for årets spesial-program under Prix Radio med den betagende historien «Amerikafaren».

Featureserien om ungdommene i det norske «Yrkeslandslaget» ble publisert på nett i sin helhet før den gikk på TV. Serien om «Økolandsbyen i Hurdal» ble også gjenstand for en større digital satsning. NRK1 er unik i sin evne til å nå bredt ut til store deler av befolkningen med både tyngre og litt lettere faktastoff med programmer som «FBI», «Puls», «Solgt» og ulike arkivprogrammer.

NRK2 tilbyr fordypning og bakgrunn for aktuelle begivenheter og samfunnsspørsmål. Det gjøres gjennom dokumentarer, temasatsinger og spesialsendinger som «Urix Spesial». Her er noen eksempler på dokumentarer som ble sendt i 2015:

- «Homofil frykt i Russland»
- «Arbeiderne fra Øst-Europa»
- «Egypt – drømmen om en revolusjon»
- «Europas syke økonomi»
- «Moteslavene i Bangladesh»
- «Stakkars vesle Europa»
- «Organer på svartebørs»
- «Scientologi – troens fengsel?»
- «Økonomens dystre spådom»
- «Afghanistan: Vestens nederlag»



02. Nettdokumentaren «Bygda som sa nei». Foto: NRK

- «Apples brutte løfter»
- «Klimaendringer – tallenes tale»
- «Dra tilbake dit du kom fra»
- «Pervert Park: Sexforbrytarane»
- «Belgia og Jihadistene»

Vi har også i 2015, som tidligere år, samlet det beste vi har av norske og internasjonale dokumentarer i Dokusommer på NRK2 og NRK TV på nett.

Gjennom temasendinger og temauker setter NRK2 søkelys på aktuelle samfunnsspørsmål, som:

«Byen» – om byplanlegging og urbanisering. Temauke i februar.

Andre verdenskrig. Temasatsing i perioden 9. april til 8. mai.

Atombombene over Hiroshima og Nagasaki – flere dokumentarer i forbindelse med 70-årsmarkeringen. Historie og vitenskap. August 2015.

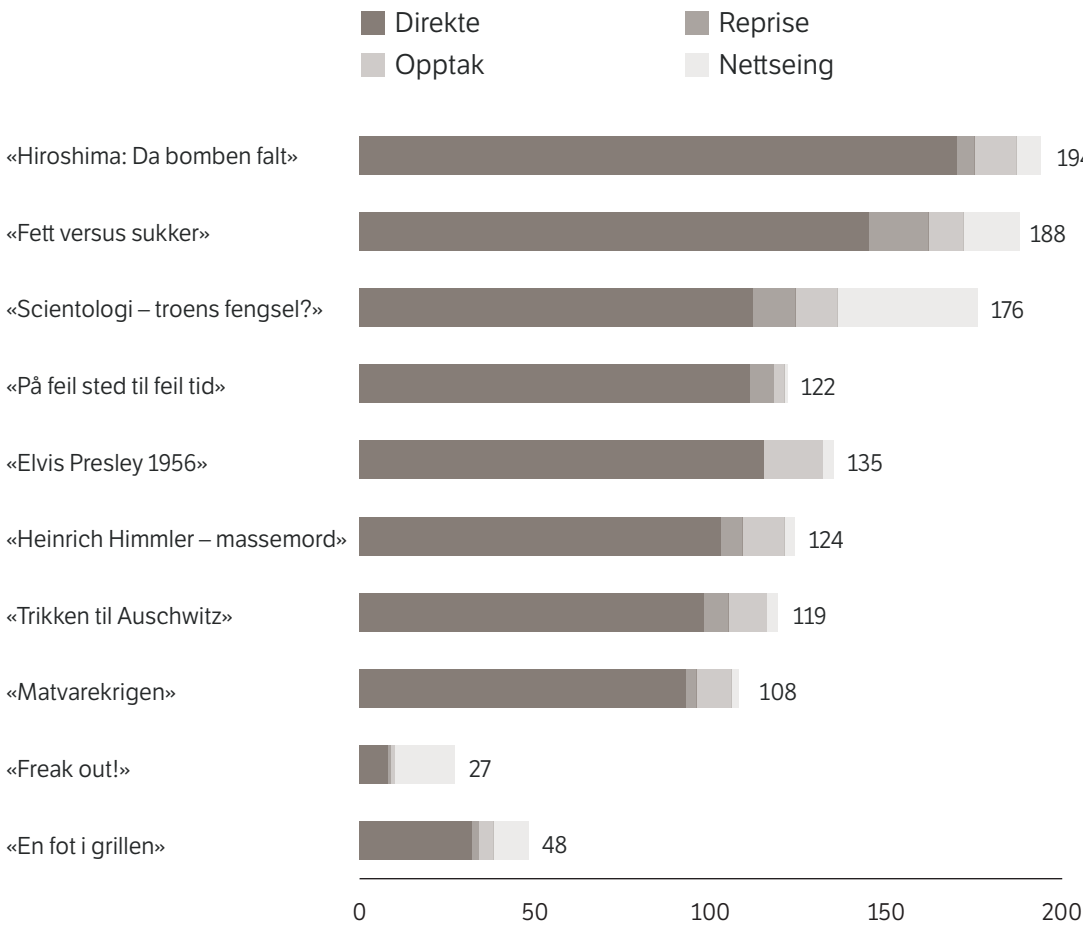
Kapital – om internasjonal økonomi. Temauke i oktober.

Innhold knyttet til klimatoppmøtet i Paris. Temasatsing i november.

Krig på 200 minutter: Studentersamfunnet i Bergen og NRK inviterte igjen til forrykende forelesning fra Kvarteret i Bergen. Den aldri hvilende og alltid frittalende professor, kommentator, demokratiforsker og statsviter Frank Aarebrot bød på en ny historiekveld. Denne gangen var temaet krig. Dette skjedde på 75-årsdagen for krigsutbruddet i Norge.

Urix spesial: «Mitt land». Utvidet spesialsending i anledning valget i Israel 17. mars.
Urix spesial: «Hvem er Vladimir Putin?» Spesialsending viet Russlands president. Vi sendte også den amerikanske PBS-dokumentaren «Putin's Way».

Dokusommer



TSR (total skjermrating) for dokumentarer sendt sommeren 2015.

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen og TNS Scores

DISTRIKT

Frå heile landet til heile landet – også på vatnet

Med 13 distriktskontor og nærvære på 54 stadar i Noreg, dekkjer NRK heile landet. Distriktskontora skal vere best på regionalt innhald i Noreg – både gjennom dekking av nyhende og ved å by på regionale innhaldstenester på alle plattformer. Distriktskontora skal òg løfte lokale og regionale saker opp til eit nasjonalt publikum gjennom NRKs riksdekkjande nyhendetilbod.

01. God stemning då Sommerbåten passerte Egersund. **Foto:** Øystein Ellingsen/NRK



Mange distriktskontor har òg ansvar for riksproduksjon innanfor definerte sjangerområde og format, og har publiseringsansvar for spesielle program og nettilbod.

Sommarbåt for heile Noreg

«Sommerbåten» er eit samarbeid på tvers i heile NRK, både i utvikling og under sjølve seglasen. Distriktskontora var òg denne gongen viktige bidragsytarar. Båten klappa til kai i 41 hamner i løpet av åtte sommarveker. Alle publiseringsplattformer vart nytta. Heilt avgjerande for suksessen var medverknaden frå publikum, både i sosiale medium og ikkje minst ved fysisk oppmøte og oppslutning kring sendingane. Nesten fire millionar sjåarar var innom «Sommerbåten», noko som gjer 2015 til beste sesong nokosinne sidan NRK byrja med «Sommeråpent» i 2000.

Nytt av året var satsinga på drama. «Mysteriet på Sommerbåten» vart verdas lengste dramaserie i geografisk utstrekning. Undervegs på den 2600 kilometer lange seglasen vart 41 episodar spilt inn og sendt.

Lenking og kreditering

Ei viktig oppgåve for NRK i 2015 har vore å opne for samarbeid mellom NRK og lokale mediehus. NRK tilbyr å bidra med kompetanse, både journalistisk og teknologisk, særleg knytt til levande bilete. Dette har vore tett følgd opp, ikkje minst i samband med valet. NRK skal konsekvent kreditere kjelder som vert siterte. På nett skal krediteringa gjerast som lenker.

Beredskap

NRK har eit særskilt samfunnsansvar i krisesituasjonar ved store og dramatiske nyhende. NRK har eit godt utbygd sendarnett og kan lett nå svært mange lyttarar og sjåarar. I

mange tilfelle har lokale styresmakter og redningstenester bruk for å nå ut til folket med viktig informasjon. I 2015 har fleire distriktskontor hatt ekstrasendingar, særleg i samband med uvær.

Regionalt perspektiv

Alle distriktskontora har eit regionalt oppdrag, men føresetnadene er ulike sidan dei dekkjer område med stor speiing i storleik, topografi, busetjing og næringsliv. Alle distrikta vert dekte gjennom daglege, regionale nyhendesendingar på radio, TV og nett. Distriktskontora i NRK har eit større geografisk nedslagsfelt enn dei fleste lokale nyhendemedium.

Riksproduksjonar

Distriktsdivisjonen produserer òg program for eit nasjonalt publikum, og er ein viktig del av den totale programskapinga. Divisjonen bidreg med historier frå heile landet og trygger eit mangfald av røyster og dialektar i NRK. Distrikta har ansvar for fleire viktige sjangerområde, som inkluderer ei rad program og serier. Riksproduksjonen skjer på alle plattformer, men han er størst på NRK1 og NRK P1.

Ifølgje paragraf 14e i vedtektene til NRK, pliktar NRK å sende innhald som enten er produsert i, eller som tek det innhaldsmessige utgangspunktet i distrikta.

NRK Trøndelag er ressurscenteret i divisjonen for radio og har ansvar for ei rad program på NRK P1, som til dømes «Norgesglasset», «Her og nå» og fleire kvelds- og helgeprogram. NRK Trøndelag har òg kanalansvar for NRK P1+. Sjangeransvaret for vitskap ligg òg på Tyholt, og omfattar «Schrødingers katt» og «Newton».

NRK Hordaland er ressurscenteret i divisjonen for TV, med ansvar for mellom anna «Norge i dag» og «Norge Rundt». Dei har òg sjangeransvar for kvardagsdokumentar, natur – gjennom «Ut i naturen», «Friluftsmagasinet», «Naturens verden» – og det journalistiske ansvaret for innhaldet på yr.no. Brennpunkt-redaksjonen i Bergen lagar tre tittelprogram i året, i tillegg til eigne nyhendesaker.



02



03

NRK Troms og NRK Finnmark har eit særskilt ansvar for journalistikk i nordområdet med hovudvekt på miljø, olje og gass og tilhøvet til Russland. Med reetablering av distriktskontoret for Finnmark, med både morgon- og ettermiddagssendingar på radio frå 9. april 2015, har nordområdejournalistikken fått større vekt.

Tromsø er eit kompetansesenter for produksjon av barne-TV med omfattande produksjon gjennom mange år. Verdt å nemne er det direktesendte «Påskemorgen». I tillegg produserer avdelinga underhaldningsseriar og dokumentarar med utgangspunkt i nordnorsk kvardag, historie og natur. Opptaka av storsatsinga «Oppdrag Nansen» som vart sendt i 2015, var den største og mest omfattande satsinga ved kontoret i 2015 ved sidan av ein ny sesong av «Brøyt i vei».

02. Over 700 000 sjåarar følgde «Sommeråpent» frå vakre Havnnes i Troms, ein stad med berre 37 fastbuande. **Foto:** NRK

03. NRK-reportar John André Samuelsen utanfor Retorget kjøpesenter i Vestfold i september. Både butikkane og parkeringshuset vart fylt med vatn. **Foto:** Philip Hoffgaard/NRK

13 distriktskontor med egne radio og TV-sendinger

Radiodekningen er inkludert korte nyhetsbulletiner.

	Radio	TV
Snitt	29	22
NRK Østfold	24	21
NRK Østlandssendingen	22	16
NRK Hedmark og Oppland	33	24
NRK Østafjells	28	18
NRK Sørlandet	30	25
NRK Rogaland	28	19
NRK Hordaland	32	24
NRK Sogn og Fjordane	48	33
NRK Møre og Romsdal	33	28
NRK Trøndelag	33	26
NRK Nordland	37	33
NRK Troms	39	31
NRK Finnmark	37	32

Daglig dekning i prosent.

Kilde: TNS Gallup Forbruker & media

890 000 lyttere hver morgen

Lyttertall for distriktssendingene på NRK P1 alle hverdager, lyttertall i 1000.

	2013	2014	2015
Distriktsmorgen kl. 06–09	1000	936	890
Distriktssending kl.14–17	960	901	845

Kilde: TNS Gallup PPM

NRKs sommersatsning samlet 4 millioner

Nesten 4 millioner var innom en av sendingene i løpet av sommeren.

	Dekning i 1000 i befolkningen 12 år+
«Minutt for minutt» - sendingene	2883
«På vei til...»-sendingene	3343
«Mysteriet på Sommerbåten»	3493
«Sommeråpent»	3771
Totalt Sommerbåt, Sommeråpent, Minutt for minutt, Mysteriet og På vei til...	3907

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Tid brukt på NRKs sommersatsning

I snitt har befolkningen 12+ sett 12 timer med

«Sommeråpent», «Sommerbåten», «Minutt for minutt» osv.

	Totalt antall timer sett
12+	12
12–19	3
20–29	4
30–39	5
40–49	8
50–64	15
65+	28

Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

KULTUR

Dele godene

NRK er en av Norges viktigste kulturinstitusjoner. Kulturoppdraget vårt er stort og mangfoldig. Vi er produsenter, formidlere, kuratorer, kritiske journalister og aktive samarbeidspartnere. Som allmennkringkaster skal vi tilby kulturstoff for både brede og smale grupper, og produsere og formidle norsk musikk og drama. Forventningene til hva NRK skal levere på kulturfeltet er høye.

01. Kringkastingsorkestret med sjefdirigent Miguel Harth-Bedoya.
Foto: Anna Julia Granberg/Blunderbuss



Flere skal oppleve og oppdage

I 2015 har NRK lagt en ny kulturstrategi. Kulturredaktør Hege Duckert inviterte NRKs avdelinger, publikum, samarbeidspartnere og kontakter i kulturlivet med i prosessen. Utgangspunktet for strategien er at kultur er et gode i samfunnet, og at NRKs oppdrag er å gi flere tilgang til dette godet. NRK vil derfor jobbe aktivt med å formidle godt og variert kulturinnhold på måter som gjør at vi når ut til alle kulturinteresserte, også de som ikke tidligere har brukt tilbudet fra NRK. Vi ønsker å få flere til å bli interessert i kulturinnholdet ved å behandle brede kulturuttrykk med nysgjerrighet og de smalere kulturuttrykken med større åpenhet.

Fra magasin til serie

NRK er nærmest alene om å lage norske kulturprogrammer på TV. De siste årene har produksjonen av kulturprogrammer gått fra magasin til serier. NRK laget flere serier om ulike kulturområder i 2015. TV-serier gir større muligheter til å gå i dybden, og innholdet får større verdi for publikum fordi mange også velger å se seriene i NRK TV på nett. Vi har sendt nye serier som arkitekturserien «Arkitektens hjem», skuespillerserien «I Larsens leilighet», bokprogrammet «Brenner og bøkene» og «IKON» der våre største bildekunstnere ser tilbake. NRKs største talk shows, «Skavlan» og «Lindmo», er begge sentrale formidlere av kulturinnhold generelt, og ny musikk spesielt, til et bredt publikum.

Radiomangfoldet

NRK P2 er fordypningskanalen på radio. I underkant av seks prosent av befolkningen lytter til kanalen daglig, mens ti prosent oppgir NRK P2 som favorittkanal, ifølge NRKs lytterundersøkelser. Sendeskjemaet på NRK P2 er endret de to siste årene. Vi har gått fra å ha mange småredaksjoner til å bygge opp færre og sterkere redaksjonelle miljøer. Dette har ført til satsinger som «Spillerom», «Ekko» og «Kulturhuset» på dagtid, og «Salongen» på ettermiddagen. «Spillerom» dekker ulike musikksgangre, og henvender seg til musikkinteresserte P2-lyttere som vil ha et aktuelt og kritisk musikkprogram. «Spillerom søndag» har solid dekning av samtidsmusikk. Tidligere sendte NRK P2 enda flere spesialprogrammer om ulike musikksgangre. Nå tilbyr NRK musikk og journalistikk om musikken i kanaler som NRK Klassisk, NRK Jazz, NRK Folkemusikk, NRK P1+, NRK mP3 og NRK P13. Publikum har dermed fått et bedre og mer mangfoldig musikktilbud totalt sett.

Hele landets orkester

Kringkastingsorkestret er landets desidert mest allsidige, sjangeroverskridende og lekne symfoniorkester. Det svinger av orkesteret , enten det er tolkninger av det klassiske repertoaret, urfremførelser av norsk samtidsmusikk, samspill med jazzgruppen Come Shine eller med svartmetallbandet Dimmur Borgir.

Kringkastingsorkestret er viktig for NRKs program-virksomhet. Med sitt omfattende samarbeid med andre musikere, konsertscener og festivaler over hele landet, er det også viktig for norsk musikk- og kulturliv.

02. I programmet «I Larsens leilighet» får Vegard Larsen besøk av noen av våre mest kjente og kjære skuespillere. Her med Linn Skåber. **Foto:** Kamilla Marie Johnsen/NRK

03. I serien «Sommer i P2» får stemmer fra ulike deler av samfunnet anledning til å gå i dybden. Blant dem som delte musikk og tanker med lytterne sommeren 2015, var Aftenpostens sjefredaktør Espen Egil Hansen. **Foto:** NRK

04. KORK deler bilder og nyheter om sine konserter og reiser på Instagram. **Foto:** NRK



02



03



04

Dirigent i verdensklasse

Dirigent Miguel Harth-Bedoya har lang fartstid på den internasjonale musikkscenen og dirigerer jevnlig de store orkestrene og solistene. I 2015 gikk han inn i sin tredje sesong som Kringkastingsorkestrets sjefdirigent. Med Harth-Bedoya har orkestret og publikum blitt kjent med nytt og spennende repertoar. Ikke minst gjennom prosjektet Caminos del Inka som leter frem ukjent musikk fra Sør-Amerika og får nye latinamerikanske komponister frem i lyset. På samme tid har Harth-Bedoya dykket ned i den norske musikkskatten med stor entusiasme og har allerede urfremført flere norske verk.



05. Dirigent Miguel Harth-Bedoya. Foto: Anne Liv Ekroll/NRK

Musikkprofil NRK P1

<u>2015</u>	<u>Antall timer</u>
Diverse lett musikk/pop/rock	204
Diverse musikk	230
Klassisk musikk	26
Musikk	88
Pop/rock	1306
Viser	28
Totalt NRK P1	1882

Kilde: TNS Gallup PPM

Musikkprofil NRK P2

<u>2015</u>	<u>Antall timer</u>
Blues	74
Etnomusikk/verdensmusikk	128
Folkemusikk	95
Jazz	186
Opera	136
Diverse musikk	30
Klassisk musikk inkl. natradio	2648
Totalt NRK P2	3297

Kilde: TNS Gallup PPM

Musikkprofil NRK P3

<u>2015</u>	<u>Antall timer</u>
Diverse lett musikk/pop/rock	733
Diverse musikk	442
Hardrock	54
Hiphop, Dance, House, Techno, Trance	298
Norsk musikk	205
Pop/rock	4135
Totalt NRK P3	5867

Kilde: TNS Gallup PPM

NRK SÁPMI

Det samiske oppdraget

NRK ønsker å synliggjøre samisk språk og kultur for hele befolkningen. Derfor har NRK Sápmi i 2015 lagt økt vekt på å presentere både nyheter og innhold fra andre sjangerområder i riksdekkende formater.

01. Riddu Riđđu er en årlig urfolksfestival som arrangeres i Manndalen i Nord-Troms.
Foto: Andreas Kalvig Anderson/Riddu Riddu



NRK Sápmis nyhetsavdeling har arbeidet spesielt med temaer som helse, utdanning og nordområde-journalistikk. Prosjektene har blitt gjennomført i samarbeid med NRKs distriktskontorer i de nordligste fylkene. Det er levert innhold både til de samiske sendingene og nettsidene, til riksformatene og den nordiske nyhetssendingen Ođđasat. Nettsidene har innhold på nordsamisk, lulesamisk, sørsamisk og norsk.

NRK Sápmis valgarbeid var konsentrert om kommunereformen, språk, helse, undervisning, næring og innvandringspolitikk. Det var egne debatter på NRK TV på nett fra de samiske kommunene. På radio var det debatt, analyse og kommentarer. Som en del av NRKs valgdekning samarbeidet NRK Sápmi, NRK Finnmark og NRK på Marienlyst om en direktesendt valgdebatt fra Karasjok hvor tema var helse.

Flerkamera-produksjon

Nye lokaler og nytt produksjonsutstyr har gjort det mulig å lage flerkameraproduksjoner fra Karasjok. Det er laget kulturprogrammer, konserter for radio- og nett, og konkurranseshow for barn.

Kulturmagasinet «Árdna» har blitt fornyet. Programmet er et studiobasert underholdningsprogram med gjester og artister. Programmet har som mål om å gjøre samisk musikk og samiske artister kjent både i det samiske samfunnet og i landet for øvrig.

Tilbudet for samiske barn

«NRK Jodi» er en mobil-app som ble lansert i februar 2015. Den gir barn tilgang til samiske fortellinger både på norsk og samisk fra stedet de befinner seg på. Den første uken var det 4000 nedlastinger. Appen benytter seg av mobilens stedstjeneste for å knytte historiene til geografisk opprinnelse. Det er i dag over 100 historier i «NRK Jodi», og det er i tillegg produsert over 200 historier som skal publiseres i 2016.

«Mánáid-TV» har i 2015 lagt vekt på produksjoner med barn som premissleverandører. Et utviklingsprosjekt med idémøter der NRK Sápmi møtte og snakket med barn over hele landet, ble starten på serien «Stalugilvvut». Serien er et studiokonsept der barn skal vinne tilbake julegaver «Stallu» har stjålet. Det er også produsert og sendt dokumentarserier, realityprogrammer og underholdningsserier for barn på samisk.

Samarbeid

I 2015 har NRK ønsket å styrke samarbeidet mellom divisjoner og redaksjoner i NRK. «NRK Riddu» var et samarbeidsprosjekt der NRK Sápmi, Kulturavdelingen i Oslo og NRK Troms produserte nettinhold, radioprogrammer og TV-innhold både på samisk og norsk. Innholdet ble sendt og publisert på ulike medieplattformer.



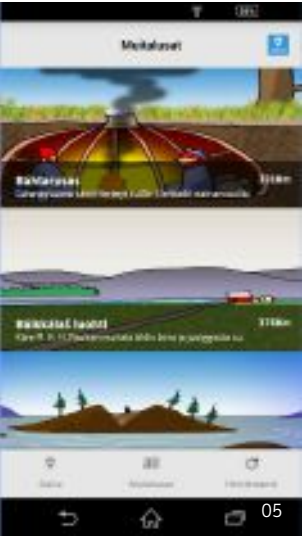
02



03



04



05

02. Også urfolk får nye medievaner. Vi kan ikke lenger ta for gitt at samer bruker tiden på samiske TV- eller radioprogrammer kun fordi det er på samisk, sier Mona Solbakk som tiltrådte som ny direktør for NRK Sápmi i 2015. **Foto:** Privat.

03. Reineier og pensjonist Aslak Pieski (90) ble intervjuet av NRK i forbindelse med samenes nasjonaldag. **Foto:** Liv Inger Somby/NRK

04. NRK satset i 2015 stort på urfolkfestivalen Riddu Riddu i Kåfjord. **Foto:** Rune Nordgård Andreassen/NRK

05. Mobil-appen «NRK Jodi» gir barn tilgang til samiske fortellinger. **Foto:** NRK

Fast innhold på samisk

Nett og mobil

Nyheter og annet innhold publiseres på nett og mobil. Her tilbys tekst, bilder og video. Innholdet presenteres på nordsamisk, sørsamisk, lulesamisk og norsk.

Radio

NRK P2 har daglige nyheter på tre samiske språk. Det ukentlige kulturmagasinet «Árdna» går på NRK P1 og NRK P2. Nyheter, kultur, magasiner og musikk sendes på DAB-kanalen NRK Sámi radio. Noe av innholdet sendes i reprise gjennom døgnet. I forbindelse med full overgang til digital radiodistribusjon, vil NRK Sámi radio bli utviklet til en 24-timers samisk radiokanal som også vil overta det samiske innholdet som nå distribueres gjennom FM-nettet på NRK P2.

TV

NRK Sápmi sender daglige nyhetssendinger på NRK1 i samarbeid med de samiske kringkasterne i Sverige og Finland. 21 sendinger av kulturprogrammet «Árdna» gikk på NRK2. Daglig gikk også det samisk barneprogrammet «Mánáid-tv».



06. NRK Sápmi deler nyheter på Instagram. Foto: NRK

Samlet programprofil for TV-tilbudet til NRK Sápmi

	2013	2014	2015
Barn	75	87	76
Fakta	10	7,5	1
Kultur	4	12	40
Urfolksmagasin	9	0	0
Nyheter	164	158	164
Underholdning	12	13,5	1
Valg	5	0	0
Totalt	278	278	282

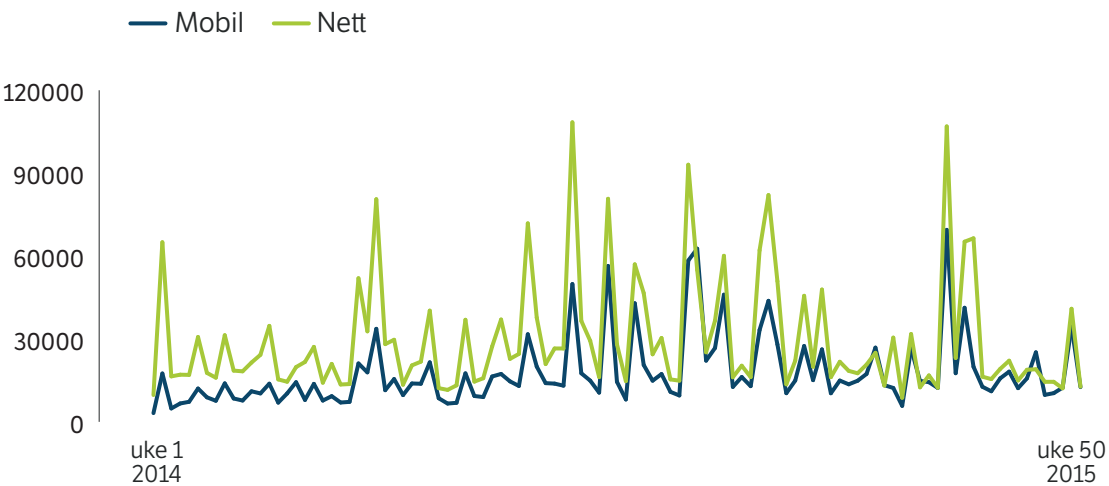
Antall sendetimer.
Kilde: NRK Statistikk

Programprofil for DAB-tilbudet til NRK Sápmi

Kategori	2013	2014	2015
Nyheter på samisk	413	454,5	218
Nyheter på norsk	33	21	19
Aktualiteter på norsk	48	0	0
Aktualiteter	210	156	215
Barn og ungdom	0	15	12
Sport	0	14	0
Religion	129	136	133
Kultur, underholdning	2 693	3 325	3 553
Kultur, underholdning på norsk	0	84,5	86
Musikk	2 853	2276	2257
Sametinget	45	92	116
Totalt	6 424	6 574	6 609

Antall sendetimer.
Kilde: NRK Statistikk

Flere bruker NRK Sápmis sider



Daglig unike brukere.
Kilde: TNS Scores

Programprofil for radiotilbudet til NRK Sápmi

	2013	2014	2015
Nyheter på samisk	260	279	143
Nyheter på norsk	33	21	19
Aktualiteter	122	78	105
Barn og ungdom	0	7,5	6
Sport	0	4	0
Religion	51	51	50
Kultur, underholdning	1 138	1 255	1 367
Kultur, underholdning på norsk	73	41,5	39
Musikk	40	0	0
Totalt	1717	1737	1729

Antall sendetimer.
Kilde: NRK Statistikk

NATUR OG VITENSKAP

Gir innsikt og nærkontakt

NRK vil formidle glede, skape respekt og forståelse for norsk natur gjennom underholdende og inkluderende innhold. Vi skal gå tett på ekte norsk natur og gi publikum sanselige opplevelser og nærkontakt med naturen. Vår ambisjon er kort og godt å fortelle verdens beste historier om norsk natur.

01. Seerne fikk bli med Maria på tur i vakker natur. **Foto:** NRK



Eventyrjenter

I «Eventyrjenter» fulgte vi fire jenter som på hver sin måte trer ut av komfortsonen for å nå drømmen. Fulle av pågangsmot gir de seg i kast med sine ulike eventyr. Maria (19) for å oppleve Norges vakre natur fra nord til sør, mens hun trosser den altoppslukende mørkeredselen sin. Tonje (20) for å finne roen på ski i mørketida gjennom måneder under blafrende nordlys over Nordkalotten. Randi (54) trosser hele den barske nordnorgekysten i kajakken sin, og finner «kongefølelsen» når målet er nådd i Grense Jakobselv. Elise Theoline (26) sier opp jobben og selger leiligheten for et liv ute i naturen – på heltid – sammen med kjæresten Andreas.

Alle har de en voldsom drivkraft. Samtidig tør de vise sårbarhet, redsel og nedturer. Med eget kamera dokumenterer de slit og lykketunder, gledestårer og tårer av frykt. De lar seeren komme under huden på seg og være med på eventyret.

Vilt og vakkert

I den tre episoder lange naturserien «Norges villmarker» er skogen, fjellet og kysten tema. Her har naturfotografene Arne Nævra og Torgeir Beck Lande brukt mange av de samme opptaksteknikkene som BBC bruker på sine store serier. «Norges villmarker» gir seerne oppsiktsvekkende bilder av norsk dyreliv – blant annet av elg som skal krysse flomstore elver.

@kristero

Kudos til @NRKno for programmet #Eventyrjenter.
Vel verdt å få med seg for #villmarkinger av begge kjønn.

Lofotsprell

I denne TV-serien legger de svært eventyrlystne brødrene Inge, Markus og Håkon Wegge ut på spektakulære turer i Lofoten. De tar seerne med på surfing i bølger som bryter mot snødekte strender, skikjøring, klatring og paragliding. Storebror Inge er kameramannen bak serien og prøver blant annet å filme skikjøring med nordlys i bakgrunnen. Brødrene gjør også et vågalt stunt på den kjente fjelltoppen Svolvegeita.

Naturmenneske – reinsdyr og rovdyr

Børre Aasbø fra Bangsund kunne ikke noe om TV-produksjon da han for noen år siden begynte å bruke tid sammen med sørsamiske reindriftsutøvere. I filmen hans «Naturmenneske – reinsdyr og rovdyr» møter vi to reinkalver. De har kommet bort fra mødrene sine i Børgefjell nasjonalpark og har fått navnene «Krævies» og «Ruhtjeke». Det skal vise seg at livet på fjellet blir en kamp på liv og død. Filmen tar opp norsk rovdyrpolitikk og utfordringene for reindriftnæringen. Den inneholder også unike opptak av bjørn, jerv, gaupe og ørn.

02. En elg krysset på dramatisk vis en stri elv i Arne Nævra og Torgeir Beck Landes storserie om norsk natur og dyreliv. **Foto:** Naturbilder.no

03. Markus Wegge surfer i Vesterålen i serien «Lofotsprell med Wegge i Loften og Vesterålen». **Foto:** Turbinfilm/Weggefilm/NRK



02



03

Innsikt for alle

NRK har som mål å bidra til innsikt og kunnskap for alle målgrupper. Dette er et av kjerneoppdragene for en allmennkringkaster. NRK jobber kontinuerlig med å utvikle innhold og formater som kan skape nysgjerrighet og interesse for vitenskap. Derfor er humor og underholdning viktige ingredienser i mye av det vi tilbyr også innen denne innholdskategorien. NRK lager vitenskapelig innhold for barn, ungdom og voksne gjennom programmene «Schrödingers katt», «Newton» og serier som «Ikke gjør dette hjemme». I tillegg produserer vi innhold fra vitenskapens verden på NRK.no. Mye av stoffet blir også versjonert og publisert i ulike sosiale medier. NRK har opprettet en egen vitenskapskanal på Youtube.

Pubertet i «Newton»

Det har gått 34 år siden Trond Viggo Torgersen lagde NRK-serien «Kroppen». Den var omstridt da, og overskrifter ble det også i 2015 da «Newton» lagde pubertetsserie for målgruppen 8–12 år. «Newton» er et naturvitenskapelig program for store barn. Målet er å være i øyehøyde med

målgruppa og ta ungene på alvor. I denne alderen trenger ungene kunnskap om puberteten for å forberede seg på endringene som skjer med kroppen.

Programlederne i «Newton» skifter annethvert år, og har ulik bakgrunn. Da legen Line Jansrud ble ansatt var tiden inne for en ny serie om kropp og pubertet. I tillegg til fagkunnskap, har hun et sterkt engasjement for den fantastiske menneskekroppen. Vi ville behandle temaet akkurat så forståelig og fordomsfritt som vi mener målgruppen krever, med utgangspunkt i de fortellergrepene «Newton» har utviklet gjennom mange år: Gå tett på, fortelle med bilder, være konkrete, modige og uredde. Pubertetsserien var på til sammen åtte episoder. Line Jansrud var gravid under innspillingen og serien ble avsluttet med at vi fulgte Lines fødsel. Den ble sendt som en «Newton» spesial i august 2015 med den nybakte mammaen som programleder.

NRK skal våge å være kontroversiell når det er nødvendig for å fortelle de riktige historiene.

Serien skapte generelt stort engasjement. En god del reaksjoner kom fra bekymrede småbarnsforeldre som syntes serien var for grov både verbalt og billedmessig. Dette ble behandlet i Kringkastingsrådet i august 2015. I sin uttalelse konkluderte rådet med at NRK var modig som våget å ta opp temaet pubertet på en slik måte. NRK har provosert noen, men rådets oppfatning er at NRK i det store og hele lyktes godt med serien «Pubertet».



04



05

Vitenskap og humor

«Ikke gjør dette hjemme» er programmet der ting skal prøves som du ikke bør gjøre hjemme i ditt eget hus. Programlederne utsetter både seg selv og huset de bor i, for store prøvelser. Eksperimentene er skalert til et nivå som krever nært samarbeid med profesjonelle aktører og nødetater. Høsten 2015 sendte NRK1 åtte nye program i det som var den fjerde sesongen av «Ikke gjør dette hjemme». Programmet slår svært godt an, særlig blant gutter og menn i alderen 12–29 år, en målgruppe som det generelt er vanskelig å nå. Rundt 500 000 fulgte sendingene på NRK1 mandager klokken 19.45. I tillegg er serien mye sett i NRK TV på nett. «Ikke gjør dette hjemme» er tilstede på Facebook og har drøyt 47 000 lojale følgere. «Ikke gjør dette hjemme» er utviklet av NRK og er så langt det NRK-konseptet som er kjøpt av flest TV-produsenter rundt om i verden.

04. Newton-programleder Line Jansrud lærte unge om pubertet gjennom åtte episoder vinteren og våren 2015. **Foto:** Morten Waagø/NRK

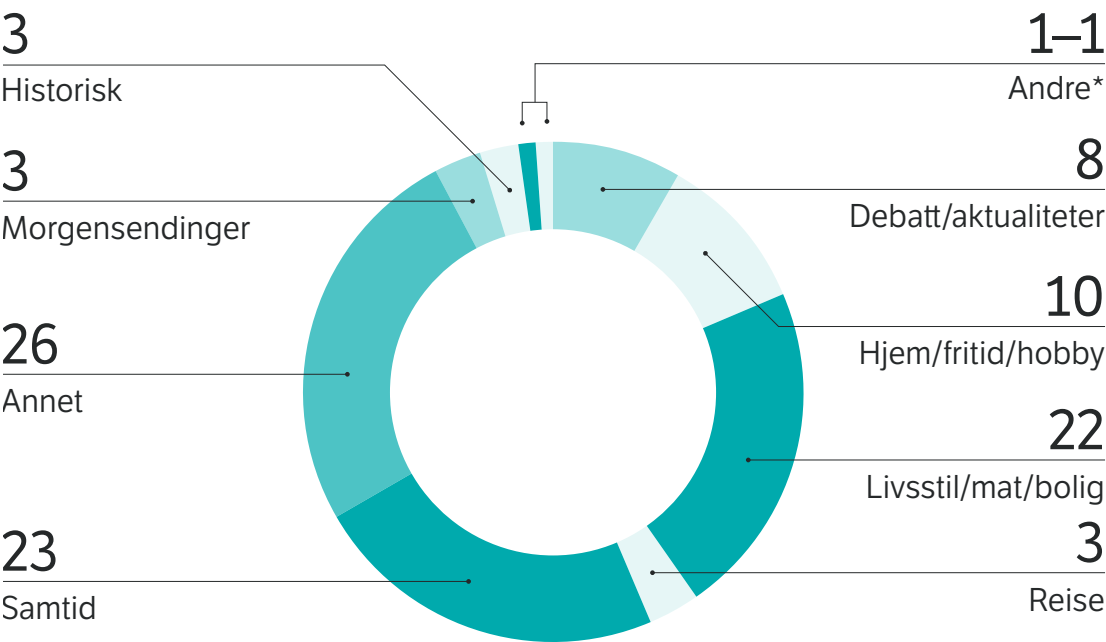
05. Programleder Rune Nilson (t.h.) har denne sesongen fått ny makker i Torfinn Borkhus, også kjent som medprogramleder i radioprogrammet «Lønsj» sammen med Rune. Nilson er fortsatt skeptisk til konseptet og blir fysisk dårlig når det smeller som verst. Borkhus er derimot en sindig kar fra Folldal som tåler smellene godt. **Foto:** Erlende Lånke Solbu/NRK

NRK løftet klimajournalistikken

Det hører til NRKs oppdrag å løfte fram vesentlige forhold av stor samfunnsmessig betydning. I begynnelsen av desember 2015 møttes representanter for 195 land i Paris for å diskutere hvordan verden kan løse utfordringene som klimaendringene påfører oss. Global oppvarming og CO₂-utslipp var sentrale tema. Det store klimatoppmøtet var bakgrunnen for at NRK viet hele den siste uka i november til å løfte fram klimaproblestillinger. NRK belyste temaet fra mange ulike vinkler. Målet var å gi publikum mulighet til å tilegne seg mer bakgrunnskunnskap og få innsikt i de mange kompliserte spørsmålene som skulle diskuteres på toppmøtet.

Alle hovedkanaler og alle plattformer ble tatt i bruk; TV, radio, nett og sosiale medier. I tillegg deltok NRK Skole aktivt. Det ble lagt vekt på faktabasert og løsningsorientert journalistikk tilpasset ulike aldersgrupper. Det ble også produsert et stort antall korte og informative videoer tilpasset nett og sosiale medier. Noen av disse har også fungert godt på TV. Der det var mulig, ble det lagt til rette for at publikum selv kunne sjekke grunnlagsdataene for det som ble presentert. Temauken ble avsluttet ved inngangen til klimatoppmøtet. Da var det naturlig å gå over til et mer nyhetspreget fokus.

NRK gir deg et bredt tilbud av informasjonsprogrammer på NRK1



*Andre: Dokumentarer 1 %; Forbrukerstoff 1 %

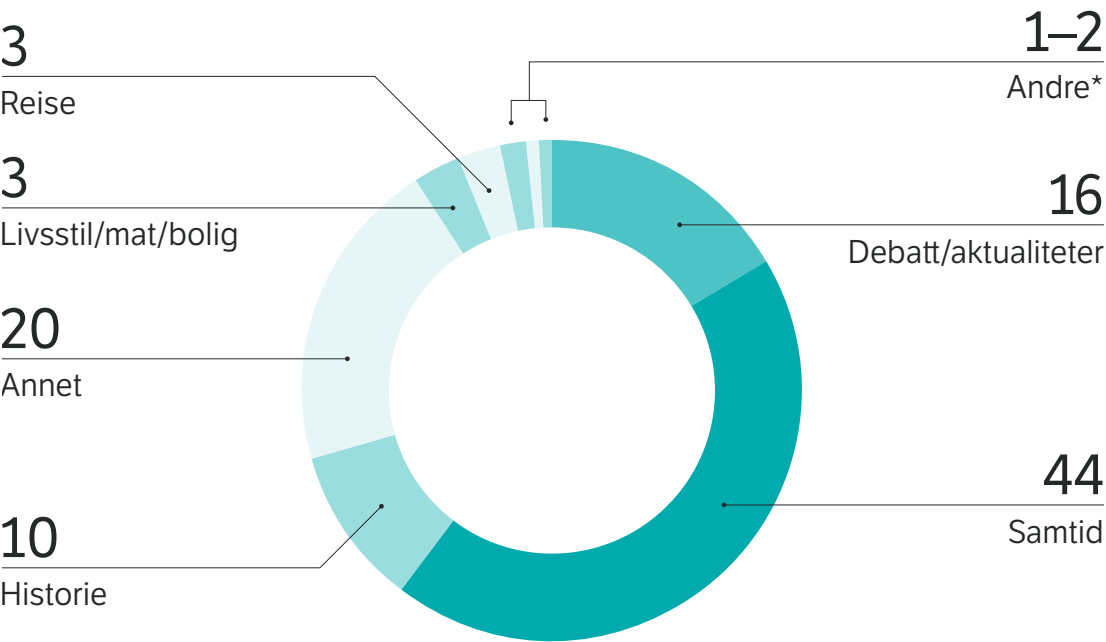
Antall timer informasjonsprogrammer på NRK1 fordelt på tema i prosent.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Et variert tilbud på TV under Klimauken

	Rating i 1000	Markeds- andel
«Økolandsbyen» (snitt)	274	17,4
«Storbyer under vann» (snitt)	93	5,2
«Solar Impulse – det nye solcelleflyet»	83	5,3
«Naturens kapital»	25	4,5
«Klimaendringer – tallenes tale»	52	3
«Sanninga om kjøtt»	43	5,4
«Det er jorda vi lever av»	23	3,5
«Fakta på lørdag (Spis – ikke kast)»	52	3,9
«Urix spesial»	72	4
«I stormens øye»	60	3,9

Rating i tusen og markedsandel for utvalgte programmer og dokumentarer fra klimauken.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

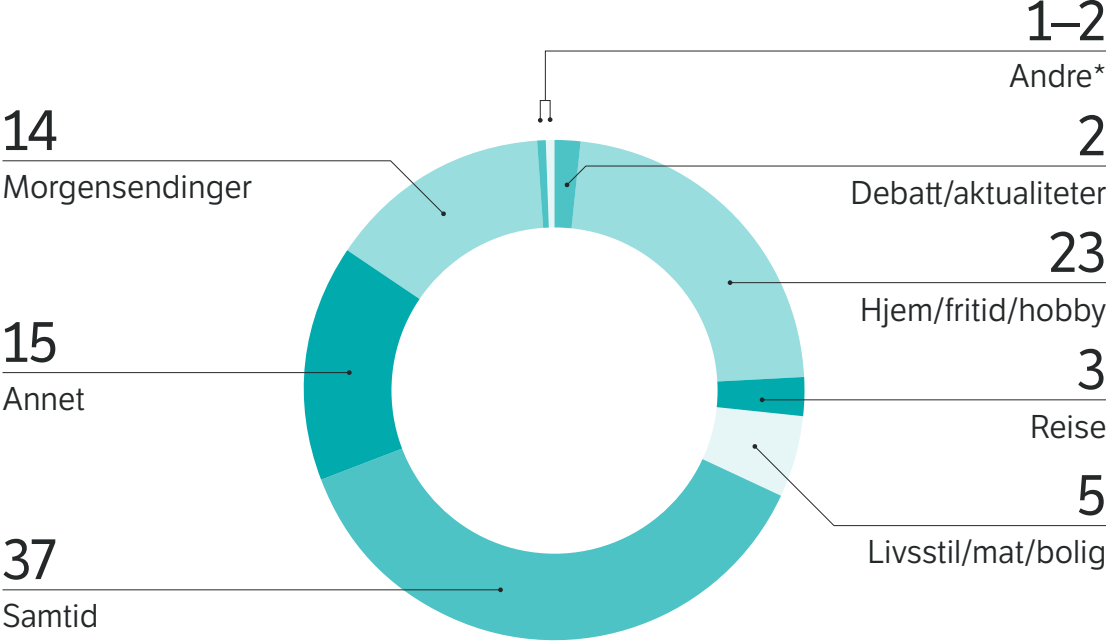
NRK gir deg et bredt tilbud av informasjonsprogrammer på NRK2



*Andre: Dokumentarer 2 %; Forbrukerstoff 1 %; Hjem/fritid/hobby 1 %

Antall timer informasjonsprogrammer på NRK2 fordelt på tema i prosent. Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

NRK gir deg et bredt tilbud av informasjonsprogrammer på NRK3



*Andre: Forbrukerstoff 1 %; Dokumentarer 0,3 %

Antall timer informasjonsprogrammer på NRK2 fordelt på tema i prosent. Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

UNDERHOLDNING

Glede og gjenkjennelse

NRK ønsker å gi deg varm, bred humor og underholdning fra norsk virkelighet. Humor er et ansvar NRK alltid har tatt på seg, fra 60-tallet med Wesenlund og Heide-Steen, 70-tallet med Trond Kirkvaag og oppblomstringen av ny, norsk humor på 80- og 90-tallet. Humor er viktig for en allmennkringkaster fordi humor skaper identitet – enten samlende ved at vi ler sammen om noe – eller ved at vi definerer tilhørighet ved å le av noe andre ikke ler av. God humor sier noe om hvem vi er og hva slags verdier som binder oss sammen – og kanskje også skiller oss.

01. Knut Nærum hylles med sang av Jon Almaas, Pernille Sørensen, Linn Skåber, Anne-Kat. Hærland og Ingrid Gjessing Linhave på hans siste opptak som lagleder i «Nytt på nytt». **Foto:** Anne Liv Ekroll/NRK



Fredagens satiriske flaggskip «Nytt på nytt» byttet ut to «uerstattelige» paneldeltagere i 2015 – og holdt posisjonen med glans som Norges mest sette TV-serie gjennom året med nykommerne Pernille Sørensen og Johan Golden. På høsten sendte vi tredje sesong av den egenproduserte humorserien «Side om side» som virkelig samler hele familien foran TV-apparater og NRK TV på nett. Serien treffer godt i aldersgruppene under 30 år som ellers topper statistikken over ikke-lineær seing av TV-innhold.

I den andre enden av skalaen hadde NRK et gjennombrudd med «Satirix» på NRK.no og diverse publiseringsplattformer – med unge, tildels uetablerte komikere som «5080», «Norske Grønnsaker» og «Svart humor». Flere av videoene ble spredd over hele verden. Og aller ytterst etablerte vi Youtube-kanalen «Humorlab» i samarbeid med Nordic Screens. Her får helt ukjente talenter prøve seg. Denne bredden, fra å ha Norges største TV-serie gjennom mange år, til å være vert for et publiseringssted for et spirende humormiljø, illustrerer spennet i vårt oppdrag som allmennkringkaster.



Å skape fellesskap

I 2015 har vi også revitalisert flere av våre store «eventer». Ikke minst det største av dem alle – «MGP». Dette året samlet vi alle ressursene til et storslagent show i Oslo Spektrum. Positive tilbakemeldinger fra både artister, media, og ikke minst publikum, viste at showet som vi har laget siden 1960, fremdeles er høyt elsket og omdiskutert. Men det kommer ikke av seg selv. Vi må hvert år fornye og forbedre konkurransen og gjøre den relevant for nye seere. I 2015 virker det som vi traff godt.

Talkshowkongen

«Skavlan» er Skandinavias største talkshow. Ukentlig møter Fredrik Skavlan aktuelle nordiske gjester og noen av verdens største stjerner, politikere, filosofer og artister. I 2015 var blant andre Kofi Annan, Erna Solberg, Kygo, Thorvald Stoltenberg, Mark Knopfler, Sofie Gråbøl, Stein Erik Hagen, Ricky Gervais, Thomas Piketty, Marit Bjørgen, Naomi Klein, Jens Stoltenberg, Gunhild Stordalen, Jimmy Åkesson, Goldie Hawn, Bob Geldof, Rod Stewart og Bryan Adams gjester.



Mesternes mester

Gjennom seks sesonger på NRK1 har «Mesternes mester» etablert seg som et av Norges mest populære konkurranseformater på TV. Programmet treffer godt i alle målgrupper. 11 tidligere mestere innen ulike idrettsgrener konkurrerer i 30 knalltøffe øvelser før en av dem kan kalle seg mesternes mester. Deltakere i 2015 var Frode Andresen, Mette Solli, Lars Bystøl, Kari Schibevaag, Tora Berger, Pål Gunnar Mikkelsplass, Monica Valen, Mini Jacobsen, Harald Martin Brattbakk, Alexander Hetland og Marit Mikkelsplass. Svømmeren Aleksander Hetland ble mesternes mester i 2015.

02. Jonas (Vidar Magnussen) får sykkelråd av sin bedrevitende nabo Christian (Jon Almaas) i «Side om Side». **Foto:** NRK

03. Satire-nyhetsmagasinet «5080 Nyhetskanalen» hadde sin egen vri på aktuelle nyheter. **Foto:** NRK

04. Hele 1 250 000 seere fikk med seg at Mørland & Debrah Scarlett vant den norske Melodi Grand Prix-finalen med «A Monster Like Me» i Oslo Spektrum. **Foto:** Berit Roald/NTB Scanpix

05. Stein Erik Hagen var blant gjestene i «Skavlan» i 2015. **Foto:** Jonas Eriksson/Monkberry AS

06. Deltagerne i den sjette sesongen av «Mesternes mester». Fra venstre: Skiskytter Frode Andresen, skihopper Lars Bystøl, langrennsløper Marit Mikkelsplass, svømmer Aleksander Hetland, syklist Monica Valen, langrennsløper Pål Gunnar Mikkelsplass, fotballspiller Mini Jacobsen, fotballspiller Harald Martin Brattbakk, kiter Kari Schibevaag, skiskytter Tora Berger og kickbokser Mette Solli. **Foto:** Roy Darvik/NRK

«Stjerne­kamp»

Hvordan går det når musikalartisten skal gjøre hip hop? Når rockeren skal prøve seg i opera? I den direktesendte underholdningsserien «Stjerne­kamp» møtes etablerte artister for å konkurrere i ulike musikksjangere. Hver uke kjempes det om ære og tittelen «Norges ultimate entertainer». Artistene i 2015 var Martin Halla, Maria Haukaas Mittet, Øystein Wiik, Trine Rein, Eirik Søfteland, Tommy Fredvang, Knut Erik Østgård, Heidi Gjermundsen Broch, Celine Helgemo og Maria Karlsen. Maria Haukaas Mittet gikk til slutt av med seieren etter en spennende finale mot Trine Rein.

«Sofa»

I «Sofa» er det folket selv som avgjør hva som er godt eller dårlig innhold på TV. Her følger vi flere ulike familier, kjærestepar og vennegjenger i deres daglige TV-titting hjemme i sofaen. Vi får være flue på veggen når de diskuterer, kommenterer og reagerer på det de ser på skjermen. Hva blir de opprørte av, hva får dem til å drømme seg bort, brøle av latter eller til å bli rykende uenige? «Sofa» vant Gullruten i kategorien «Beste nye programserie» i 2015.

«Smæsj»

I 2015 var programleder Linda Eide tilbake på NRK1 med serien «Smæsj». Gjennom åtte programmer forteller hun om opprinnelsen og historien til åtte ulike idretter. I første episode handlet det om synkronsvømming. Synkronsvømmingens far var ingen ringere enn Benjamin Franklin. Linda Eide ville teste ut om synkronsvømming fortsatt har potensial som folkelig mosjonsform.



07



08

«Tore på sporet»

Gode historier går aldri av moten. I løpet av de siste 20 årene har Tore Strømøy jevnlig vært å se med nye runder av «Tore på sporet». I 2015 var han tilbake med åtte programmer som ble sendt lørdager på NRK1. Strømøy er en mester i å formidle nære, engasjerende og rørende historier om familie, relasjoner og gjenforening. «Tore på sporet» anno 2015 var intet unntak.

Underholdning på radio

På radio har programmer som «Nitimen»/«Reiseradioen», «Herreavdelingen» og «Popquiz» holdt svært godt stand i en stadig sterkere konkurranse. Sterke personligheter bak mikrofonene og fornyelse innenfor kjente rammer er noe av forklaringen på programmenes sterke posisjon år etter år.

07. I september stod Ivar Dyrhaug på «Beat for beat»-scenen for siste gang, etter å ha ledet 300 sendinger. Han ble hyllet av mange av artistene som har deltatt i programmene. **Foto:** Cathrine Elnan/NRK

08. Wenche og Evelyn Thoresen fra Nøtterøy er to av mange etterkomere etter norske krigsseilere som mistet livet under andre verdenskrig. Her er de sammen med Tore Strømøy på Bahamas. **Foto:** NRK

09. Noen av artistene i den fjerde sesongen av «Stjerne­kamp». **Foto:** Julia Marie Naglestad/NRK.

10. Familien Hussain samlet foran TV-en i TV-serien «Sofa». **Foto:** Strix televisjon AS

11. Robert Stoltenberg var en av gjestene som var på besøk i «Lindmo» i 2015. **Foto:** NRK

12. Her tester Linda Eide ut om synkronsvømming fortsatt har potensial som folkelig mosjonsform i programmet «Smæsj». **Foto:** Thomas Hellum/NRK

13. Finn Bjelke og Yan Friis er noen populære herrer i «Herreavdelingen» på NRK P1. **Foto:** Kim Erlandsen/NRK



09



10



11



12



13

Radioresepsjonen er den mest populære podkasten til NRK

<u>Tittel</u>	<u>Ukentlige unike brukere</u>
«Radioresepsjonen»	78 277
«Ekko – et aktuelt samfunnsprogram»	15 985
«Lørdagsraadet»	11 368
«Heia Fotball»	7 317
«Dagsnytt atten»	6 764
«Herreavdelingen»	4 804
«P3morgen»	4 716
«Verden på lørdag»	4 271
«Lønsj med Rune Nilson»	3 963
«Politisk kvarter»	2 597

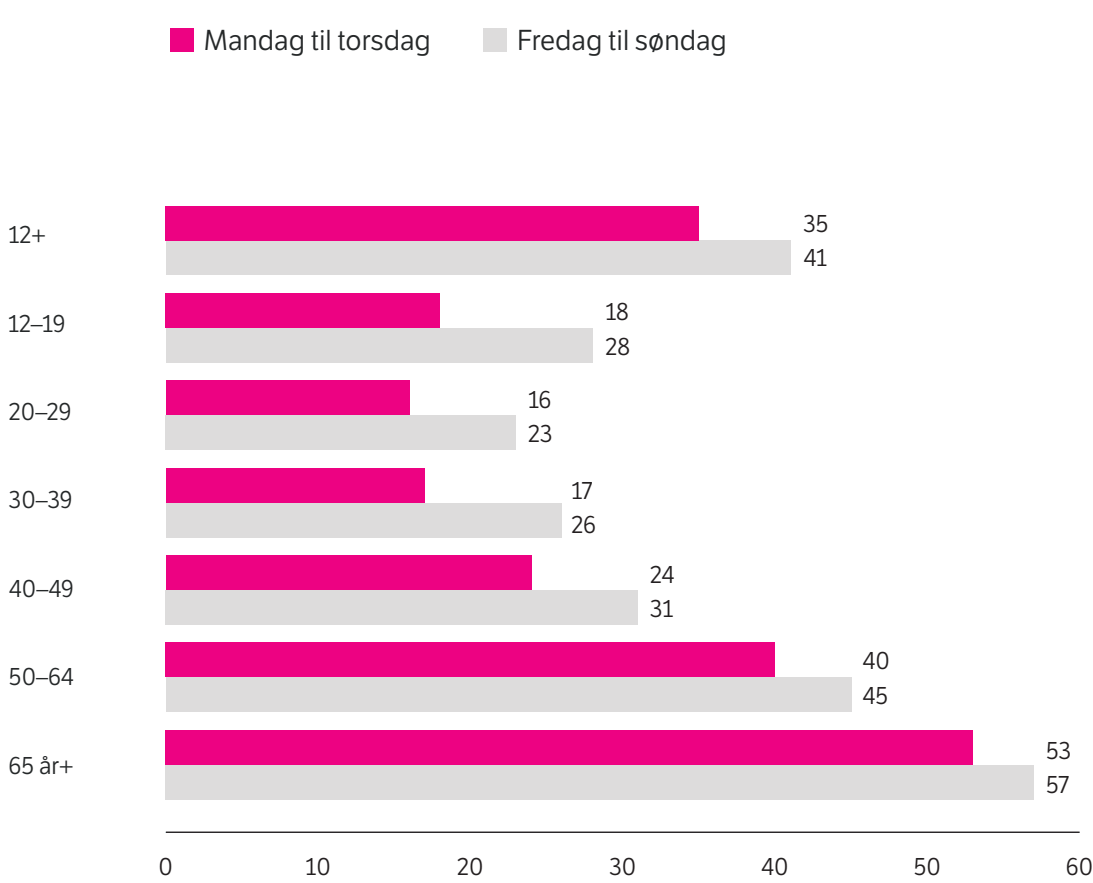
Snitt av ukentlige unike brukere for utvalgte podkaster august–desember 2015.
Kilde: CPCD

ESC samlet over 1,6 millioner

<u>Kanal</u>	<u>Dato</u>	<u>Tittel</u>	<u>12+</u>	<u>2–11 år</u>
NRK1	23.05.15	«Eurovision Song Contest 2015»: Finale	1687	90
NRK1	14.03.15	«Melodi Grand Prix 2015»: Finale	1257	68
NRK1	10.01.15	«Idrettsgalla 2015»	1015	32
NRK1	21.05.15	«Eurovision Song Contest 2015»: semifinale	976	11
NRK1	17.01.15	«Spellemannprisen 2014»	911	40
NRK1	19.05.15	«Eurovision Song Contest 2015»: semifinale	637	21
NRK1	22.08.15	«Komiprisen 2015»	491	20
NRK1	20.06.15	«VG-lista Topp 20»: Fra Rådhusplassen	480	30
NRK1	07.11.15	«MGJr – finale 2015»	478	150

Eventer på NRK i 2015. Dekning i tusen.
Kilde: TNS Gallup TV-Undersøkelsen

NRK1 samler folket i helgen



Markedsandeler i prosent i flaten kl. 19–23.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

LIVSSYN

Nysgjerrig på de store valgene

NRKs livssynsdekning skal speile tro og tvil og aktualisere eksistensielle spørsmål. Den bør inneholde dybde og personlige historier, den skal berøre, vekke refleksjon og debatt. En del av livssynsprogrammene er forkynnende, som andakten og gudstjenester på radio og TV.

01. Sølvgutten synger julen inn, 2015. Trompetist Trond Sagbakken. **Foto:** Torstein Vegheim/NRK.



«Mellom himmel og jord» er NRKs livssynsprogram på radio. I tillegg produseres det livssynsserier for TV som «På tro og Are» og «I heisen med». Målet er å være nyskapende i form og innhold slik at også dette innholdet har sin naturlige plass i prime time på NRK1.

«På tro og Are»

Programleder Are Sende Osen er den nysgjerrige ateisten med et ønske om å forstå hvordan det er å være troende. Andre sesong av livssynserien «På tro og Are» ble sendt på NRK1 og NRK2 i 2015. Denne gangen gikk Are tematisk til verks. Gjennom fire programmer så han nærmere på religiøse fenomener som helbredelse, bønn, jakten på evig liv og åndelige opplevelser. I den første sesongen var det de store verdensreligionene som ble presentert. I sesong 2 var det de mindre, sekteriske og lavkirkelige miljøene som fikk besøk av Are. «På tro og Are» er en av flere livssynsserier i NRK av ikke-forkynnende karakter.

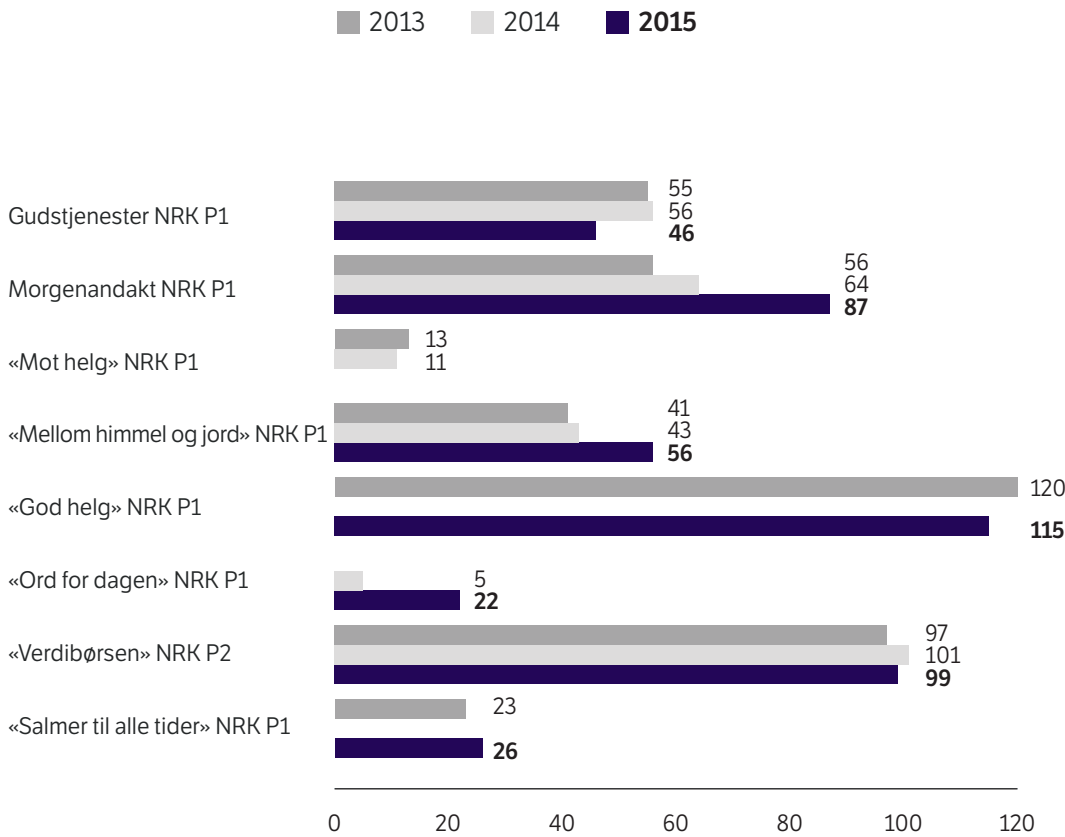
Livssynsprogram og gudstjenester på NRK

Totalt sendte NRK over 61 timer med livssynsprogrammer på NRK1 og NRK2 i 2015.

	Antall timer sendt i 2015		
	Totalt	NRK1	NRK2
	61	37	23
«Når livet vender»	21	21	
«Bibelen»	10		10
«På tro og Are»	10	6	5
«Gud og vitskapen»	4		4
«Jul i Nidarosdomen»	2	2	
«Midnattsmesse fra Roma»	2		2
«Påskennattsmesse fra Roma»	2		2
«Allehelgensgudstjeneste»	1	1	
«Gudstjeneste 22. juli 2015 – Fredstanker»	1	1	
«Høytidsgudstjeneste fra Tromsø Domkirke»	1	1	
«Julaftengudstjeneste fra Tromsø Domkirke»	1	1	
«Julegudstjeneste fra Døvekirken i Tromsø»	1	1	
«Langfredag i Foldnes kyrkje»	1	1	
«Nordisk gudstjeneste»	1	1	
«Palmesøndag i Foldnes kyrkje»	1	1	
«Påskedag i Foldnes kyrkje»	1	1	
«Pinsedagsgudstjeneste fra Inderøy»	1	1	

Timer sendt av programmer innenfor religion/ livssynssjangeren på NRK1 og NRK2 i 2015.
Kilde: TNS Gallup TV-undersøkelsen

Livssynsprogrammer på NRK P1 og NRK P2



Timer sendt i 2013–2015 (inkl.repriser).
Kilde: TNS Gallup PPM

MANGFOLD

Mangfold og minoriteter

Nær 16 prosent av befolkningen i Norge er innvandrere eller barn av innvandrere. I Oslo-området er andelen mer enn 30 prosent. For å løse samfunnsoppdraget må NRK nå like godt fram i alle deler av befolkningen. NRK har i dag en oppslutning på 72 prosent blant folk med innvandrerbakgrunn. Målet er at 80 prosent av disse skal bruke NRK-innhold.

01. Ungdom på NRK P3/VG-lista Topp 20-showet på Rådhusplassen 20. juni. Foto: Tom Øverlie/NRK



Vår omverdensanalyse viser at innvandrerbefolkningens mediebruk likner totalbefolkningens mediebruk, men bruken sprer seg på flere kanaler og nettsteder, både norske og utenlandske. Å fange disse befolkningsgruppenes oppmerksomhet i en internasjonal, fragmentert medievirkelighet, er særlig viktig.

Innhold for hele befolkningen

Mens man tidligere har snakket om innhold om og for innvandrere, er målet nå å løse samfunnsoppdraget vårt like godt i alle befolkningsgrupper. Vi må gjøre alle sjangerområder mest mulig interessante for hele befolkningen. Denne utfordringen henger sammen med en annen utfordring, nemlig hvordan vi skal lykkes i å nå et ungt publikum. Dersom vi lykkes i å treffe de unge med innholdet vårt, vil det langt på vei også styrke vår evne til å nå innvandrerbefolkningen som i gjennomsnitt er yngre enn totalbefolkningen.

NRK har valgt å løse mangfoldsutfordringen langs to akser: Det må utvikles og produseres mer innhold som er særlig målrettet mot publikum som lever i en ung, urban virkelighet. Det er høyest tetthet av innvandrere i bynære strøk, særlig i Oslo og i byer og tettsteder i det sentrale østlandsområdet. Radiokanalen NRK mP3 som i 2015 har styrket sin markedsandel betydelig, henvender seg særlig til et ungt, flerkulturelt publikum.

Den andre akse består i å sørge for at nyutviklet innhold i størst mulig grad er tilpasset et multikulturelt publikum. Det handler om relevans, referanser, gjenkjennelse og innholdets evne til å engasjere. I den populære nettserien «Skam» som har de eldste tenåringene som målgruppe, spiller for eksempel rollefiguren Sana – en ung, muslimsk jente – en sentral rolle.

Flerkulturell kompetanse

NRK legger stor vekt på speile en multikulturell befolkning når det gjelder medvirkende i drama, underholdning, barneinnhold og faktainnhold.

NRK har i 2015 vedtatt en egen mangfoldsplan som har som mål å styrke rekrutteringen av medarbeidere med flerkulturell kompetanse. En av tre nyrekruttede i faste stillinger skal ha flerkulturell kompetanse. Flerkulturell kompetanse beskrives slik:

Perspektiv – På bakgrunn av egen erfaring å ha et annet perspektiv på samfunnet enn det som er rådende i redaksjonen/avdelingen.

Nettverk – Å kjenne personer og skikker som går utover det avdelingen har umiddelbar tilgang til. Å ha et annet nettverk som gjør det mulig å få tilgang til nye grupper medvirkende.

Språk – Å forstå eller snakke andre språk enn de man behersker fra før i avdelingen/redaksjonen.



Eget rekrutteringsprogram

NRK har et eget rekrutteringsprosjekt der vi siden 2008 har rekruttert journalister med flerkulturell kompetanse – NRK FleRe. 49 stipendiater har vært gjennom opplæring og praksis, 26 av disse er fortsatt i NRK, 24 av dem i fast jobb. En del har fått jobb i andre mediebedrifter. Prosjektet har blitt evaluert i 2015 med tanke på å videreutvikle det.

Iram Ansari er en av de tidligere FleRe-stipendiatene. Hun har arbeidet i Nyhetsavdelingen i tre år og har hatt god bruk for sin flerkulturelle kompetanse, til glede både for avdelingen og seerne. I 2015 rapporterte hun direkte fra pilgrimsreisen i Mekka.

Emrah Senel (29) er en annen tidligere FleRe-stipendiat. Han har tyrkisk familiebakgrunn og har arbeidet flere år i Nyhetsavdelingen hvor han har hatt god bruk for sine språkferdigheter og flerekulturelle innsikt, til glede for både kolleger og publikum. Han har flere ganger kommentert den politiske og voldelige utviklingen i Tyrkia, både på TV, radio og nett.



02. Dagsrevy-anker Rima Iraki delte dette bildet fra kulissene i Dagsrevyen på Instagram. **Foto:** NRK

03. Fra en scene i nettserien «Skam» der venninnegjengen ble med Vilde på legebesøk. Bak fra venstre: Chris, Nora, Sana, Eva. Foran: Vilde. **Foto:** Daniel McStay

04. I forbindelse med terrorangrep i Tyrkia i oktober 2015 kommenterte Emrah Senel situasjonen i Dagsrevyen. **Foto:** Iram Ansari

Minoriteter

NRK har i sitt oppdrag et særlig ansvar for å synliggjøre nasjonale minoriteter. Det er fem nasjonale minoriteter i Norge: Jøder, rom (sigøynere), romani (tater), skogfinner og kvener. Det er lite hensiktsmessig å lage eget innhold for de nasjonale minoritetene, med unntak av kvenene. NRK sender på kvensk og finsk i et eget ukentlig radioprogram på NRK P2. Programmet kan høres på radio i den nordligste landsdelen, men er tilgjengelig over hele landet gjennom nettradio.

NRK har i 2015 hatt egne dialogmøter med representanter for nasjonale minoriteter for å kartlegge behov og ønsker. Mens de kvenske og norsk-finske miljøene ønsker seg både innhold på eget språk og en synliggjøring i det norske mediebildet, ønsker de andre nasjonale minoritetene først og fremst synliggjøring og innhold som kan skape forståelse for og innsikt i de ulike minoritetens verdier og utfordringer.

NRK vil i 2016 se nærmere på hvordan innhold om og for nasjonale minoriteter kan formidles på beste måte. Ofte kan populære fortellergrep gjøre den beste jobben ut mot publikum. Når vi i programserien «Hvem tror du at du er» møter Mona Levin som tar seerne med tilbake til egne slektsrøtter, blir det samtidig en innføring i jødernes historie både før, under og etter andre verdenskrig.

I 2015 sendte NRK dokumentaren «Hvem hoppet før Wirkola» som viser en reise som langt fra bare handler om skihopp. I denne filmen tar Bjørn Wirkola og historiker Arvid Petterson oss med på en ferd inn i historien om kvenene/finnene i Alta.

Dokumentaren «En tater på vandring» handler om Elias Akselsen. Han er en artist, trubadur og sangevangelist, som av mange regnes som en av Norges fremste formidlere av taternes historie og tradisjoner.

Vi sendte også den britiske dokumentaren «Møtet med dødsleirene», basert på bilder fra de første fotografene som var med inn i de tyske konsentrasjonsleirene i april 1945. «Tilintetgjørelsen» er en dokumentarserie i åtte deler som handler om hvordan Adolf Hitler kom til makten i Tyskland i januar 1933, og om hvordan jødeforfølgelsene ble satt i gang.

05. Store deler av Mona Levins slekt ble utryddet under krigen og i NRK-programmet «Hvem tror du at du er» ville hun prøve å finne ut hvem de var. Det ble en reise som vekket sterke følelser. **Foto:** Monster AS

06. Inge Wirkola (f.v), Bjørn Wirkola, Kjell Ove Strøm, Trond Marø, og Svein-Erik Danielsen ser på at Maiken Lund Olsen hopper i programmet «Hvem hoppet før Wirkola.» **Foto:** Siivet AS



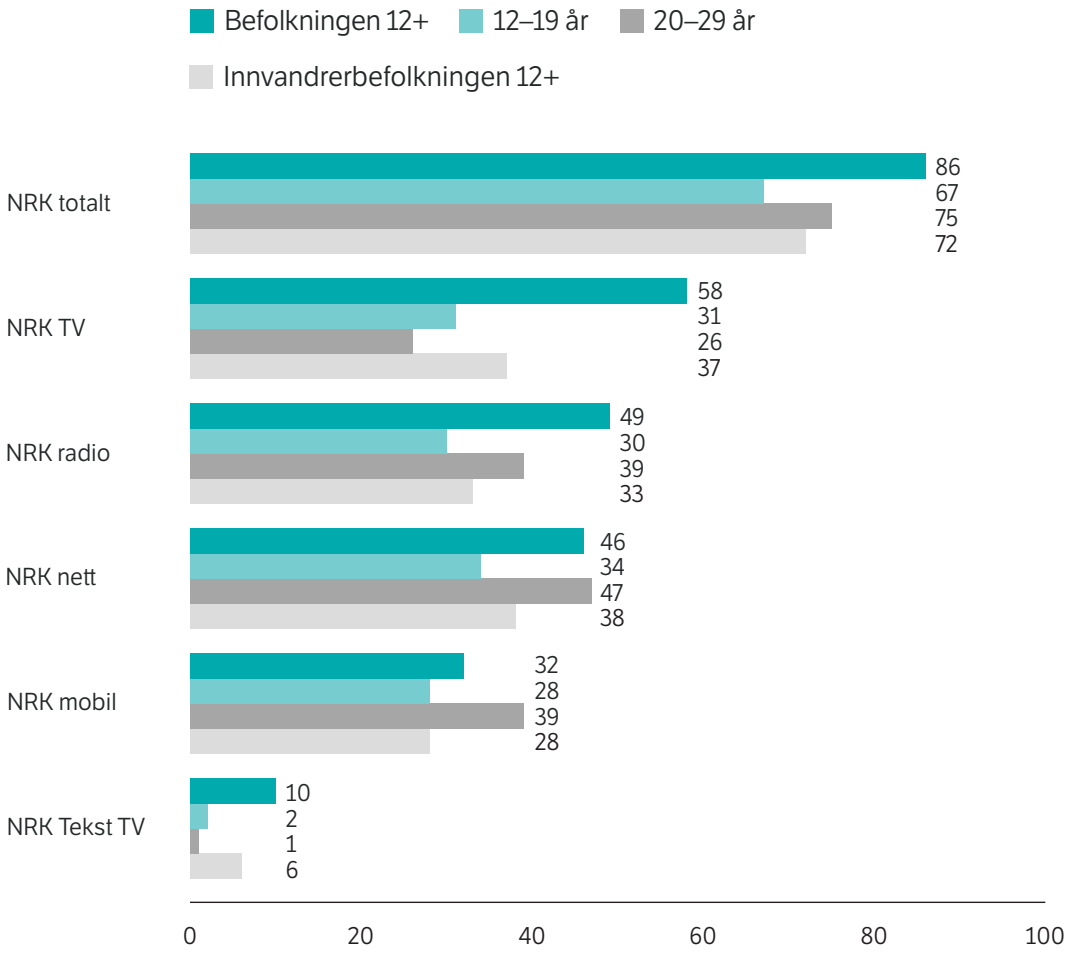
«Trikken til Auschwitz» handler om Samuel Steinmann, som var den siste gjenlevende av de norske jødene som ble sendt til Auschwitz 26. november 1942. Dokumentaren «Ninas barn» handler om om jødiske barn under andre verdenskrig.

Musikkprogrammene «Spillerom», «Folkemusikktimen» og «Jungeltelegraf» har alle oppmerksomhet rettet mot minoritetskulturer. Musikk er et sterkt uttrykk for folkegruppers identitet. NRK satset i 2015 stort på urfolkfestivalen Riddu Riddu i Kåfjord. Gjennom innslag i radio, TV og på nett formidlet vi en rekke samiske artister, sammen med urfolk- og minoritetsartister fra mange deler av verden.

I 2015 overleverte et utvalg ledet av Knut Vollebæk en rapport om Norges behandling av romani (taterne). I den forbindelse hadde NRK flere reportasjer og intervjuer, blant annet i Dagsrevyen, med representanter for taterne om deres situasjon.



Innvandrerbefolkningen er ung og deres NRK-bruk ligner på den som 12–29-åringene har



Daglig dekning i prosent. Innvandrerbefolkningen er første- eller annengenerasjons innvandrere.

Kilde: Gallup media 2015

SPRÅK

Språkleg førebilete

NRK har eit stort ansvar for å ta vare på og utvikle norsk språk. Dei viktigaste satsingane i 2015 har vore røkting av dialektbruk i NRK, arbeidet med den fleirkulturelle ordlista, godt og rett språk og det å gje medarbeidarane raske svar på språkspørsmål.

01. NRK-journalist Line Andersen fekk Riksmålsforbundets TV-pris for 2015. I grunngjevinga til juryen heiter det blant anna at «Line Andersen avleverer reportasjane sine med ein språkleg tryggleik.»
Foto: NTB Scanpix



Nynorsk

Minst 25 prosent av det NRK publiserer skal vera på nynorsk. Det er gjort eit omfattande arbeid for å få verkty som måler målformprosenten frå dag til dag på alle plattformer (radio, TV og nett). NRK har i 2015 klart å oppfylle kravet om 25 prosent nynorsk i snitt for alle kanalar. Vi håpar at det nye verktøyet vil gjere det lettare å måle bruken av ulike målformer framover. Gjennom Nynorsk mediesenter arbeider NRK langsiktig med å rekruttere medarbeidarar og journalistar som bruker nynorsk.

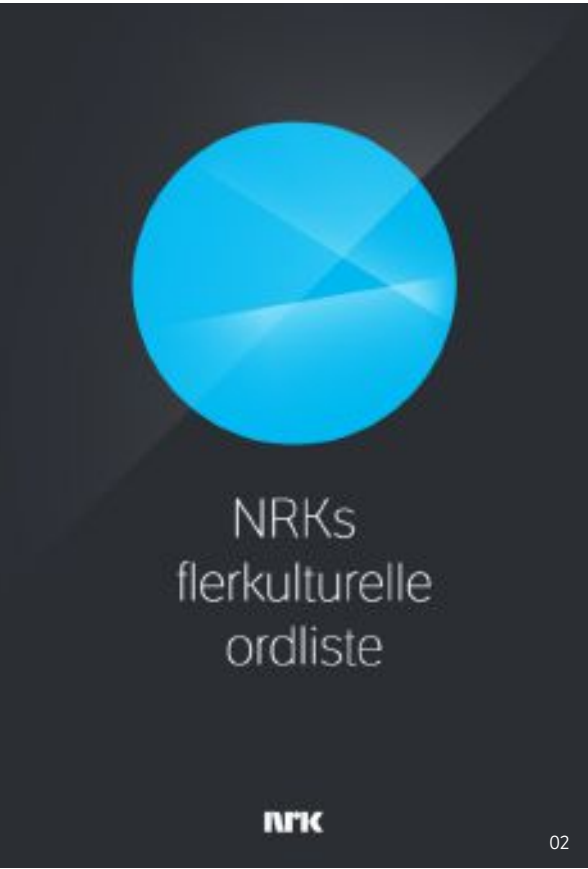
Bruk av dialekt i sendingane

I NRK er det krav om å bruke normert tale i nyhendesendingar og programinformasjon. Medarbeidarar kan søkje om unntak frå normeringskravet, men hittil har berre nokre få medarbeidarar fått slik dispensasjon. I andre sendingar kan medarbeidarane velje om dei vil snakke normert eller bruke dialekt. Dialekt vert målt både som bokmål og som nynorsk, fordelt med halvdelen på kvar av målformene.

I juni vart det vedteke retningslinjer for dialektrøkt og -bruk i NRK etter ein grundig og open prosess med bistand frå mellom anna Universitetet i Oslo og innspel frå Språkrådet. Retningslinene skal gjera det lettare å rettleie dialektbrukarar i god og konsekvent språkbruk, og stiller tydelege krav og forventningar til god dialektbruk i eteren. Det vart halde regionale seminar for språkkontaktar og leiarar, der dei fremste sosiolingvistane i landet var med som innleiarar og rettleiarar.

Fleirkulturell ordliste

I 1999 laga NRK Østlandssendingen «Svartelista» – ei gjennomgang av ulike omgrep knytt til det fleirkulturelle Noreg. I 2015 vart lista revidert og utvida, og endra samtidig namn til NRKs fleirkulturelle ordliste. Revisjonen vart gjort i dialog med ei rekkje organisasjonar og offentlege instansar.



Språkleg kvalitet

Fleire medarbeidarar enn tidlegare er skrivande journalistar. Det stiller andre og nye krav til språkleg tryggleik og til rettskriving. I 2015 vart det innført språktestingsverktøy som skal brukast av medarbeidarane og i samband med tilsetjingar. Det er også gjort arbeid med korrekturverktøy og -rutinar i redaksjonane.

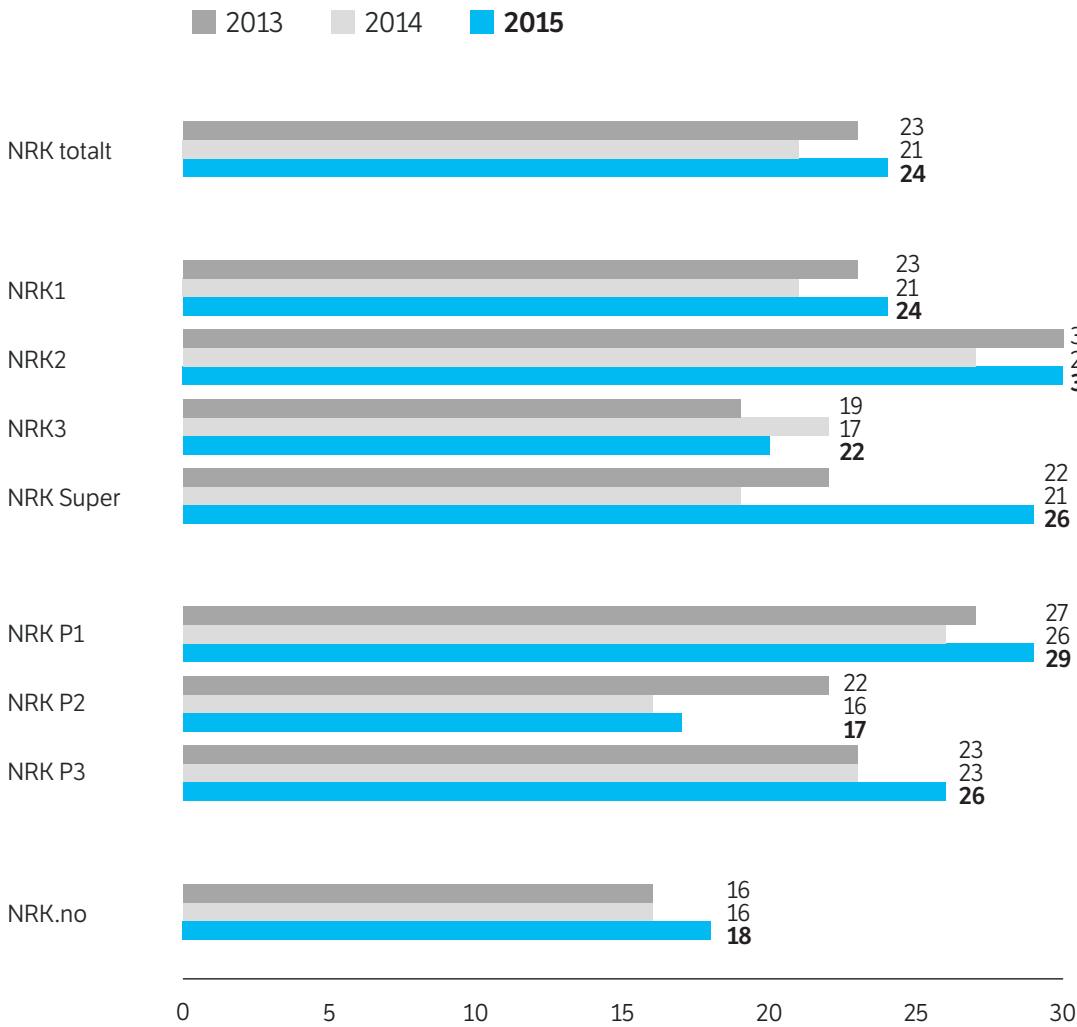
For å gjera alt som gjeld NRK-språket lett tilgjengeleg for medarbeidarane, har me fått på plass nye språknettsider (sprak.nrk.no). På sidene finn ein språkreglar, retningslinjer og vedtak som gjeld språkbruk i NRK. Det er òg publisert ein uttaledatabase for personnamn og stadnamn. Nettsidene er opne for alle, også utanfor NRK. Vi har fått gode tilbakemeldingar frå andre medieverksemdar som har hatt nytte av sidene.

02. «NRKs fleirkulturelle ordliste» er en gjennomgang av ulike omgrep medier brukar om innvandrarar og fleirkultur. **Foto:** NRK

03. Språksidene til NRK er opne for alle: <http://sprak.nrk.no/>. **Foto:** NRK

Andelen nynorsk i NRKs kanaler øker

Andelen nynorsk på TV og radio inkluderer all normert nynorsk, samt halvparten av dialektandelen. På nrk.no representerer andelen kun publiserte artikler på normert nynorsk. NRK1 og P1 inneholder distriktssendingene.



Nynorskandel pr kanal i 2013–2015.
Kilde: Ipsos MMI tom 2013, Opoint april–des2014 og 2015

Innhold fra hele Norden på NRKs TV-kanaler

Kanal	Sjanger	Danmark	Finland	Island	Sverige	Norden	Totalt
NRK1	Drama	32			9		41
	Informasjonsprogram	46	26	3	47		122
	Kunst/kultur/medier	0			3		3
	Naturprogrammer				6		6
	Religion/livsfilosofi				8		8
	Sport		33		75		108
	Underholdning	34					34
	Vitenskap	1					1
NRK1 total		113	59	3	147		323
NRK2	Drama	8			9	2	18
	Informasjonsprogram	43	2	0	46		91
	Kunst/kultur/medier	2			5		7
	Musikk	2					2
	Naturprogrammer				5		5
	Sport		3		4		6
	Underholdning	10		1	13		24
	Undervisning	3					3
	Vitenskap	1					1
NRK2 total		67	4	2	81	2	156
NRK3	Drama	1				5	6
	Informasjonsprogram	9	0			3	12
	Underholdning					5	5
NRK3 total		10	0			13	24
NRKSuper	Barneprogram	15	4			4	23
NRKSuper total		15	4			4	23
NRK total		206	67	5	229	19	526

Timer førstegangssendt innhold fra andre nordiske allmennkringkastere. På grunn av nytt tallgrunnlag er ikke tallene sammenliknbare med tidligere år.
Kilde: NRK Statistikk

NORSK MUSIKK

Løfter norsk musikk

Andelen norsk musikk på radiokanalane i NRK har auka dei siste åra. Det skuldast i all hovudsak målretta musikkstyring frå musikkredaksjonane. Samstundes er det å finne den rette blandinga mellom norsk og utanlandsk, kjend og ukjend musikk, viktigare enn nokosinne for å gje den ukjende musikken det publikummet han fortener. Dette er del av kuratoroppgåva som musikkredaksjonane i NRK gjer, og er grunnen til at kanalane vert formatert ulikt.

01. Astrid S. og Matoma fylte Rockefeller under P3-showet «Christine Live». Minifestivalen vart sendt på radio, TV og nett. **Foto:** Tom Øverlie/NRK





NRK har dei siste åra utvikla radioen frå å ha tre hovudkanalar til å ha elleve kanalar som spiller eit mykje større mangfald av musikk. Nokre av desse legg vekta på den nye norske musikken, andre freistar å presentere den norske musikkhistoria og norske klassikarar i alle sjangrar.

Fleire kanalar har gjort det mogeleg å vekkje til liv «Meloditimen» på NRK P1+ og utvide «På Dansefot» på same kanal. NRK Klassisk arrangerer ønskekonsertar med artistar som Tine Thing Helseth, Sølvguttene og Sigvart Dagsland. «Grenitimen» på NRK P13 er eit ytterlegare tilskot til variasjonen og mangfaldet som kjem norsk musikk til gode på NRK radio.

I samband med Urørtfinalen 2015 som vart arrangert 20. februar, vart det berre spela norsk musikk på alle NRK-kanalane heile dagen. Dette tiltaket skal gjentakast i 2016.

På NRK TV er konkurransar som «Stjerne­kamp», «MGP» og «MGPjr» med på å løfte fram norske artistar for publikum. «Hovedscenen» og «Sommerbåten» er også viktige scener der norske artistar treff eit stort publikum . I 2015 sende vi i tillegg TV-konsertar med Bjørn Eidsvåg, De Lillos, A-ha, Lido, Sigrid Moldestad, Vamp, Halvdan Sivertsen, DDE, Di Derre, Vazelina Bilopphøggers, Ole Ivars og Helene Bøksle. Vi publiserte òg ei rekke konsertar på nett i tillegg til faste konsertsendingar på radiokanalane kvar veke.

Både NRK og norsk musikk­liv deltek i det vi kan kalle verdsmeisterskapen i musikkformidling. Det at vi kan presentere norsk musikk av skyhøg kvalitet, er eit av våre største fortrinn. Samstundes er norsk musikk­liv framleis avhengig av den eksponeringa som t.d. NRK kan gje, for å nå ut med nye artistar og songar i ein stadig meir globalisert konkurranse.

Dei siste åra har nye norske popartistar som Nico & Vinz og Kygo gått frå å vere heilt ukjende ungdomar til å bli verdsstjerner, godt hjelpne av spesielt NRK P3 og Urørt, som er ei musikkdelingsteneste for ukjende musika­rar. Dette har gitt NRK mykje godt innhald. Vi har felles interesser i at norsk musikk­liv gjer det bra, fordi det gir godt NRK-innhald og styrkar norsk kultur og identitet.

02. Kristian Kristiansen blei kåra til Årets Urørt under Urørtfinalen på Samfundet i februar 2015. **Foto:** NRK P3

03. A-ha og Kygo avsluttet Nobelkonserten i Telenor Arena i desember. **Foto:** NTB Scanpix

Høyere andel norsk musikk på radio

Alle tre kanaler har en høyere andel norsk musikk i 2015 enn i 2014. Norsk musikk vil si musikk av norsk artist/utøver, komponist, tekstforfatter eller med norsk språk. Andel norsk språk på NRK P2 er lav sammenliknet med de andre kanalene fordi kanalen spiller mye instrumentalmusikk.

	Andelen norsk musikk av totalt avspilt musikk		Andelen av norsk musikk med norsk språk		Andel av norsk musikk med norsk komponist/ tekstforfatter	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
NRK P1	42	45	64	66	97	93
NRK P2	33	36	20	19	60	56
NRK P3	39	39	27	29	95	94

Andel norsk musikk av totalt avspilt musikk, i prosent.

Kilde: NRK Statistikk



TILGJENGELIGHET

NRK for alle

NRKs medietilbud har ingen verdi før det treffer et publikum. Det forutsetter at tilbudet er tilgjengelig – i vid forstand. Innholdet må finnes der brukerne venter å finne det, og det må ha en utforming som oppleves som brukervennlig. Derfor arbeider NRK med løsninger som skal fungere optimalt for alle grupper, uansett forutsetninger.

01. Her er NRKs egen tegnspråktolk Mariann Eidberg i aksjon i forbindelse med «Melodi Grand Prix jr.» **Foto:** NRK



I november 2014 ansatte NRK for første gang en egen tilgjengelighetssjef. Siri Antonsen har ansvaret for at mennesker med nedsatt funksjonsevne skal ha gode opplevelser med NRKs innhold på alle plattformer. I 2015 opprettet hun et brukerråd som består av ni representanter for funksjonshemmedes og utviklingshemmedes organisasjoner og en representant fra Pensjonistforbundet. Brukerrådet skal bidra med innspill til hvordan NRKs innhold kan gjøres lettere tilgjengelig. Rådet har så langt hatt tre møter.

Teksting

NRK tekster de fleste forhåndsproduserte programmer, enten de er norske eller fremmedspråklige. Hvis de er norske, tekstes de for hørselshemmede eller andre som har behov for det. Alle riksdekkende norske programmer som sendes direkte i «prime time» simultantekstes. I tillegg tekstes andre viktige programmer utenfor beste sendetid, som timesnyhetene på dagtid, sport og «Kveldsnytt». De forhåndsproduserte programmene og en stor andel av de simultantekstede programmene er også tilgjengelig på nett med teksting.

	<u>Fremmedspråk</u>	<u>Norsk</u>	<u>Sum</u>	<u>Gj.snitt timer/dag</u>
2013	8683	9175	17858	49
2014	9272	10110	19382	53
2015	8691	11171	19861	54

Antall timer tekstet på NRKs TV-kanaler samlet.

Kilde: NRK statistikk

Synstolking

I 2015 har NRK lagt ut tre filmer og en dokumentar på NRK TV på nett under kategorien «Synstolk». Barneserien «Sol snart seks» har deltatt i et prosjekt med innvevd synstolking. NRKs første synstolkede dramaproduksjon «Mammon 2» ble sendt i januar 2016. Dramaserien «Valkyrien» og julekalenderen «Snøfall» sendes også med synstolking i 2016.

Lydtekst

I februar 2015 lanserte NRK tre helt nye TV-kanaler. NRK1 Lydtekst, NRK2 Lydtekst og NRK3/Super Lydtekst. En syntetisk stemme leser opp underteksten når det snakkes fremmedspråk. Lydtekst fungerer ennå ikke på nyhetssendinger. Det er opprettet et prosjekt som jobber med dette.

Tegnspråk

NRKs tegnspråkredaksjon har videreført sitt tilbud fra 2014. Tegnspråknytt sendes hverdager klokken 17.45 – 17.49. TV-kanalen NRK Tegnspråk tolker i overkant av 20 timer i gjennomsnitt per uke. TV-kanalen og de tolkede programmene ligger nå også tilgjengelig på NRK TV på nett under kategorien «Tegnspråk».

I 2015 tolket NRK flere musikkprogrammer, blant annet ved innkjøp av «Eurovision Song Contest» på tegnspråk, og NRKs tegnspråktolker oversatte «MGPjr» til tegnspråk.



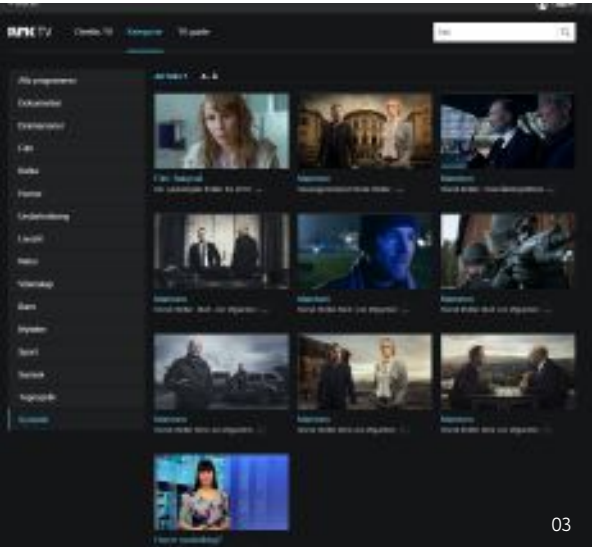
Gjør historien tilgjengelig

Arbeidet med arkivpublisering har skutt fart i 2015. Det siste året er det publisert 15 000 programmer fra arkivet. Over 20 000 programmer som er fra før 1997, er nå tilgjengelig i NRK TV på nett.

Re-publisering av arkivert innhold er gjort mulig gjennom en avtale med rettighetsorganisasjonen NORWACO. NRK har i første omgang konsentrert seg om å tilgjengeliggjøre programmer i kategoriene kultur, underholdning, barne-TV, fakta og dokumentar. NRK har planer om å tilgjengeliggjøre arkivinnhold i egne tjenester på nett og mobil. Det er også planer om å la publikum hente arkivinnhold slik at det kan bli et verktøy for folks egne historiefortellinger. I tillegg skal et åpent og tilgjengelig arkiv være en kilde for ny produksjon og bidra til å formidle kulturarven i Norge.

02. NRKs brukerråd. F.v: Geir Jensen, Gustav Granheim, Jannicke Andersen og Kari Engan. Bak f.v: Sverre Fuglerud, Petter Noddeland, Steinar Wangen, Marianne Kufaas Sæterhaug og Sindre Falk.
Foto: Anne Liv Ekroll/NRK

03. «Mammon 2» er NRKs første synstolkede dramaproduksjon.
Foto: NRK



Tilgjengelig enda flere steder

Arbeidet med å utvikle og tilgjengeliggjøre mobilappene «NRK TV», «NRK Super» og «NRK Radio» ble videreført i 2015. I 2014 ble disse appene tilgjengelig på de mest solgte smart-TV-ene i Norge. Våren 2015 kom «NRK TV» og «NRK Super» også på LGs smart-TV. Påsken 2015 ble «NRK Super» tilgjengelig som såkalt native app for mobiloperativsystemene iOS og Android. Også «NRK Radio» ble i 2015 utviklet som native app for iOS og Android. «NRK TV» ble lansert på Android-TV sommeren 2015, og «NRK TV» og «NRK Super» var med fra start da de nye AppleTV-boksene kom høsten 2015.

Tegnspråk og synstolkning har fått egne dedikerte seksjoner i «NRK TV». Det betyr at brukerne finner igjen tegnspråksprogrammer og synstolkede programmer på både smart-TV, nett og mobil.

PRISER

Priser og utmerkelser i 2015

For første gang i historien ble en norsk skuespiller hedret med en Emmy. Anneke von der Lippe vant prisen for sin rolletolkning i dramaserien «Øyevitne». Serien er produsert av NRK og ble sendt på NRK1 i 2014.

01 Anneke von der Lippe fikk Emmy for sin rolle som lensmann Helen Sikkeland i thriller serien «Øyevitne». Her viser hun stolt frem den gjeve prisen etter utdelingen på New York Hilton 23. november 2015. **Foto:** NTB Scanpix



NORSKE PRISER

Gullruten-priser

Gullruten er en norsk pris for TV-produksjoner, første gang utdelt i 1998. Formålet er å stimulere til TV-produksjon med høy innholdsmessig, kunstnerisk og teknisk kvalitet. Bak Gullruten står Norske Film- og TV-produsenters forening sammen med NRK, TV 2, TVNorge, og TV3. Utdelingen er en del av Nordiske Mediedager i Bergen.

Årets deltaker:
Enok Groven i «Anno» (NRK)

Beste barne- eller ungdomsprogram:
«MK-X» (NRK)

Beste kvinnelige skuespiller:
Ida Elise Broch i «Lilyhammer» (NRK)

Beste mannlige skuespiller:
Dennis Storhøi i «Kampen om tungtvannet»

Beste kvinnelige programleder:
Anne Lindmo i «Lindmo» (NRK)

Beste nye programserie:
«Sofa» (NRK)

Beste humorprogram:
«Karl Johan» (NRK)

Beste underholdningsprogram:
«Trygdekontoet» (NRK)

Årets nyskaping:
«#dumpa» (NRK)

Beste TV-dokumentar:
«Brennpunkt: Den siste reisen» (NRK)

Beste TV-drama:
«Kampen om tungtvannet» (NRK)

Beste magasin- eller livsstilsprogram:
«Folkeopplysningen» (NRK)

Gullrutens hederspris for 2015 gikk til Oddgeir Bruaset, tidligere programleder for «Der Ingen skulle tru at nokon kunne bu».



«Årets hedersprisvinner er en av våre mest folkekjære historiefortellere», sa kulturminister Thorhild Widvey fra scenen.

«Han har et stort engasjement for å løfte frem hverdagsmenneskets betydning i norsk bygdeliv, samfunnsliv og kultur. Han har en egen evne til å få vanlige folk i tale», sa hun om Bruaset.



Gullrutens fagpriser

Beste foto – drama:
Lars Vestergaard «Øyevitne», produsert av NRK.

Beste foto – enkamera:
Susann Østigaard «Light Fly, Fly High», produsert av Fri film for NRK.

Beste grafikk/vignett/VFK:
Torgeir Busch «Kampen om tungtvannet», produsert av Filmkameratene for NRK.

Beste klipp/redigering:
Siv Lamark «Glade jul», produsert av Monster for NRK.

Beste kostyme/sminke:
Karen Fabritius Gram «Kampen om tungtvannet», produsert av Filmkameratene for NRK.

Beste lyddesign:
Stian Gulli «Alliert og alene», produsert av Ekkofilm for NRK.

Beste manus – drama:
Erlend Loe, Per Schreiner, Bjørn Olaf Johannessen «Kampen for tilværelsen», produsert av NRK for NRK.

Beste originalmusikk:
Henrik Skram «Ballettguttene», produsert av Indie Film for NRK.

Beste regi – drama:
Per Olav Sørensen «Kampen om tungtvannet», produsert av Filmkameratene for NRK.

Beste regi – enkamera:
Fridtjof Kjæreng «En prest og en plage», produsert av f(X) produksjoner for NRK.

Beste regi – flerkamera:
Nicolai Sørensen «P3 Gull», produsert av NRK for NRK.

Årets innovasjon:
Vegard Svingen, Stig Olav Kasin «Kongen av sjakk», produsert av Nordisk film TV for NRK.

Skup-diplom

Stiftelsen for en kritisk og undersøkende presse (Skup) hedret god journalistikk under 2015-konferansen i Tønsberg. NRK Brennpunkt-journalistene Synnøve Bakke, Kjersti Kundssøn og grafiker Alexander Vollevik ble tildelt Skup-diplom for sitt arbeid med «Kvalitetssikret etter alle statens regler».

02. P3-redaksjonen jubler av glede etter å ha mottatt prisen for beste nyskaping for nettserien «#dumpa». F.v.: Håkon Moslet, Annette Staubo, Ellen Ramstad, Stian Thilert, Suh Jenny Vuong, Nora Ibrahim, Tina Christensen, Øyvind Holtmon. **Foto:** NRK

03. Oddgeir Bruaset fikk Gullrutens hederspris for 2015. **Foto:** Marit Hommedal/NTB Scanpix

04. Sigbjørn Nedland ble tildelt kongens fortjenstmedalje. **Foto:** Bård Skar/NRK

05. Teamet fra NRK og Bleed på scenen for å motta Merket for god design. **Foto:** NRK



Kongens fortjenstmedalje

NRKs Sigbjørn Nedland fikk i 2015 kongens fortjenestmedalje for sin innsats for å spre kunnskap om musikk fra alle verdenshjørner, og i særdeleshet fra Afrika. Nedland har jobbet i NRK siden 1969 og var blant de første som laget programmer om rock og pop. Men på et tidspunkt ble han mer interessert i det han kalte den andre musikken, av mange kalt verdensmusikk. Gjennom NRK P2-programmet «Jungeltelegrafen» har han i snart 20 år formidlet musikk vi neppe får høre på andre norske radiostasjoner.

Merket for god design

NRK mottok i april «Merket for god design» for sin TV-app, utviklet i samarbeid med designbyrået Bleed. Prisen ble delt ut i forbindelse med Designdagen på Norsk design- og arkitektursenter. Prisen er en av designbransjens største utmerkelser i Norge, og deles ut til et designbyrå og en bedrift som har samarbeidet om et innovativt prosjekt.

Her er et utdrag fra juryens begrunnelse: «NRK og Bleed setter standarden for visning av TV-innhold via app. Appen har en gjennomarbeidet funksjonalitet som sitter ned til de minste detaljene.»





Medierosen

NRK ble i april tildelt Medierosen for «Salmeboka minutt for minutt». «Et rekordstort antall mennesker var involvert og berørt, både foran kamera og foran skjermen», heter det i begrunnelsen. Medierosen deles ut av den tverrkirkelige organisasjonen Familie & Medier.

Prix Radio-priser

Prix Radio er en årlig prisutdeling for alle som jobber i og med radio i Norge. Prisene blir tildelt av fagjuryer med representanter fra de ulike radiomiljøene i Norge, som vurderer alle kandidatene. NRK fikk en rekke priser under 2015-utdelingen:

Årets spesialprogram:

«Amerikafaren», Radiodokumentaren, NRK P2

Årets direktesending:

Ekstrasending om flaum i Flåm, NRK P1 Sogn og Fjordane

Årets reportasje:

«Silje skaffer våpen», «Verdens Rikeste Land», NRK P3

Årets intervju:

«Northug etter dommen», NRK Trøndelag, NRK P1

Årets promo:

«VG-lista Topp 20», NRK P3

Årets nyhetsbulletin:

«Allmenn verneplikt», P3nyheter, NRK P3

Årets nyhetsmagasin:

«Nyhetsmorgen», flystyrt i Alpene, NRK P2

Årets programleder/programlederteam:

«P3morgen», NRK P3

Årets DJ:

Christer Johan Pettersen-Dahl, «P3fredag», NRK P3

Årets morgenflate:

«P3morgen», NRK P3

Årets radionavn (avgjort med lytterstemmene på Radio.no):

Steinar Sagen, Tore Sagen og Bjarte Tjøstheim, «Radioresepsjonen», NRK P13

Årets hederspris:

«Urørt», NRK P3

Gullbranson-prisen

Markedsavdelingen i NRK fikk i oktober reklamefilm-bransjens fagpris for sin «Mad Max»-inspirerte Radio-resepsjonen-promo.



Gullenken

NRK P3s Line Elvsåshagen fikk to priser i forbindelse med Social Media Days i Oslo. Hun stakk av med prisen for årets sosiale medier-enkeltkampanje og årets sosiale medier-ørraskelse for kampanjen «Line jorda rundt». I juryens begrunnelse heter det blant annet: «Historien om den lille jenta i den store verden ble fortalt i sin helhet på nett – både via Instagram, Snapchat og videoer på Facebook. Innholdet sto på egne ben og var blitt et eget univers der TV-serien nesten ble overflødig. Et fantastisk prosjekt, der så og si alle sosiale muligheter ble tatt i bruk.»

Teksterprisen

NRK-oversetter Katrine Blekastad Anvik ble i oktober tildelt «Teksterprisen 2015» for sin oversettelse av dokumentaren «Scientologi – troens fengsel?». Teksterprisen er Norsk



audiovisuell oversetterforenings pris for fremragende norsk oversettelse for fjernsyn, kino, nett eller video. I juryens begrunnelse står det at «Prisvinneren har teksten en innholdsrik og komplisert dokumentar med en fremragende flyt og utmerkede språklige og tekniske løsninger, særlig med tanke på utfordringen med å gjengi Scientologikirkens begreper og sjargong på norsk. Teksten er grundig gjennomarbeidet og språklig og teknisk sterk.»

Kringkastingsringens kringkastingspris

Kringkastingsprisen for 2015 ble tildelt NRK Super, for kanalens arbeid med nynorsk og dialekt. NRKs barnetilbud har hatt en enorm nynorskvekst de siste fem årene, og står, ifølge prisutdeleren, i spissen for NRKs språkmangfold.

Komiprisen

NRK stakk av med to priser under Komiprisen i august:

Årets TV-produksjon:

«Karl Johan» (NRK/Norsk fjernsyn)

Årets mannlige TV-komiker:

Martin Beyer-Olsen («Norske fordommer»)



Årets kvinnelige medieleder

Medienettverket kåret Vibeke Først Haugen, direktør for Marienlystdivisjonen i NRK, til årets kvinnelige medieleder da de møttes under høstseminaret i oktober.

Riksmålsforbundets TV-pris

NRK-sportens Line Andersen ble tildelt Riksmålsforbundets TV-pris for 2015. I juryens begrunnelse heter det blant annet at «Line Andersen feiler sjelden. Hun avleverer sine reportasjer med en språklig sikkerhet som kommer et eller annet sted der innefra. Hun turnerer sine formuleringer og tidvise pussigheter med trygghet og selvironi når det er påkrevet, og på et vis som demonstrerer at hun er språklig til stede.»



06. Ida Kvissel (t.v) for NRK Livssyn tar imot Medierosprisen for «Salmeboka minutt for minutt» fra Familie og Mediers Linda Askeland. **Foto:** Malene Bjørgaas

07. Gleder seg over å ha norsk reklamefilmbransjens beste promo: Fv. NRKs Marius Hansen (lyddesign), Anne Britt Osland (markedsjef), Karoline Berg (prosjektleder), Christopher Homan (produksjonsleder), Hanne N. Tvete og Per Harald Kårstad (regi). **Foto:** NRK

08. Serien «Line jorda rundt» fikk to priser for sin bruk av sosiale medier. **Foto:** Privat

09. Martin Beyer-Olsen (til venstre) ble kåret til årets mannlige TV-komiker under Komiprisen 2015. Her fra en kommentatorboks-sketsj i NRK-programmet «Underholdningsavdelingen». **Foto:** Ole Kaland/NRK

10. NRK-sportens Line Andersen ble hedret med Riksmålsforbundets TV-pris for sin språkbruk. **Foto:** Maya Veel Westberg.

EcoOnline Media Award

NRKs «Forbrukerinspektørene» ble hedret med en EcoOnline Media Award for god forbruker-journalistikk for serien «Vår kjemiske hverdag». Prisen ble delt ut under Norges største fagseminar for leverandører og brukere av kjemikalier, konsulenter og myndigheter.

Lokale priser:

NRK Troms vant Svarte Natta-prisen for beste foto 2013–15 for sin «Brøyt i vei»-kavalkade. «Brøyt i vei» er en TV-serie på seks episoder om brøytemannskapenes kamp mot vinteren.

NRK-journalist Jan Riise Pedersen fikk hederlig omtale for sitt arbeid med å avsløre svart arbeid fordekt som dugnad i bedriftsidrettslaget til Tromsø Brann og Redning.

NRK-journalist Sigurd Steinum fikk hederlig omtale og diplom for den gripende featuren «Da vennskapet omkom».

Hederlig omtale til NRK-journalist Torunn Myhre under Hedmark Journalistlags prisutdeling. Myhre skrev en artikkel om Elena (100) som jobbet for nazister, kommunister og amerikanere.

NRK Trøndelag ble tildelt prisen Årets featurejournalistikk for sendinga «Salmeboka minutt for minutt» under Hellkonferansen 2015.

Asgeir Heimdal Reksnes fikk av Sogn og Fjordane journalistlag pris for sakene om arbeidsforholdene ved Nordfjord kjøtt.

Johan Mihle Laugaland og Thomas Ystrøm fikk prisen for beste nyhetsreportasje i Sør-Rogaland. De ble hedret av Stavanger journalistlag for sin reportasjeserie om hva som skjedde med rusmisbruker Jan Oseland etter at han kom ut fra et fengselsopphold og skulle prøve å få skikk på livet sitt.

«Salmeboka minutt for minutt» fikk en Ut-award under Adresseavisens årlige kåring.

NRK-journalist Lars Bjørn Martinsen fikk hederlig omtale og diplom i Helgeland og Salten journalistlags konkurranse om HSJ-prisen for TV-innslag om «Norges yngste grenselos».

NRK Finnmark fikk hederlig omtale for valgdekningen 2015 av Finnmark Journalistlag.



@Riksmalsforbundet
Line Andersen @NRK_Sport har fått tv-prisen. Gratulerer!

INTERNASJONALE PRISER

Den internasjonale Emmy-prisen for beste kvinnelige skuespiller

Anneke von der Lippe fikk prisen for beste kvinnelige skuespiller internasjonalt for sin rolle som politietterforsker Helen Sikkeland i NRK-serien «Øyevitne». Hun er den første norske skuespilleren som blir hedret med en Emmy-statue. Emmy er en amerikansk pris som anerkjenner utmerket arbeid innen TV-produksjon. Sammen med Oscar, Tony Award og Grammy Award regnes den blant de største kulturprisene i USA.



11. Her er det distriktsredaktør Pål Hansen som tar i mot Svarte Natta-prisen fra juryleder Kirsti Nielsen. **Foto:** Privat

12.«Jeg trodde jo ikke at det var sant», sa Anneke von der Lippe like etter at hun fikk beskjeden om at hun hadde vunnet en Emmy. **Foto:** Gro Holm/NRK

13. Anne Vinding (f.v.), Ellen Borge Kristoffersen, Tom Gabriel Johansen og Marit Higræff tok imot prisen for Best Data & Visualization under European Digital Media Awards. **Foto:**Privat

14. Tom Gabriel Johansen (f.v.), Marit Higræff og Ellen Borge Kristoffersen tok imot prisen for Best Data Visualization Project under World Digital Media Awards i Hamburg. **Foto:** Privat

Best Data & Visualization

NRKs serie om drap og psykisk sykdom vant den prestisjetunge prisen «Best Data & Visualization» under European Digital Media Awards i London i april. Serien var et samarbeidsprosjekt mellom redaksjoner fra fire divisjoner i NRK.



Best Data Visualization Project

I oktober vant NRK nok en pris for den samme serien om drap og psykisk sykdom. Denne gang under World Digital Media Awards i Hamburg. NRK gikk til topps i konkurranse med flere av de største mediehusene i verden, blant andre BBC, New York Times og The Guardian.

Juryens begrunnelse: «An amazing work of journalism, backed with powerful visuals; The graphics are elegant and original. An outstanding journalistic work supported by data.»





Nordic Kids Award

Den nordiske barne-TV-festivalen Nordic Kids Media Festival delte ut prisen Nordic Kids Award til NRK Super-prosjektet «SKiLT» i september. For å hjelpe barn med å håndtere skilsmisse, lagde NRK Super en temauke i mars med innhold om skilsmisse på TV, radio og nett. Redaksjonen produserte blant annet en humorserie, en dokumentar, videoblogger, musikkvideo, intervjuer og reportasjer. Også andre NRK-kanaler viet temaet mye tid denne uken.

Prix Italia

Prix Italia er en av de eldste og mest prestisjetunge kringkastingsprisene i verden. I 2015 ble NRK tildelt den gjeve prisen for beste TV-drama for «Kampen om tungtvannet».



Her er juryens begrunnelse: «A thriller, superbly acted with very high production values. You are drawn in by the moral dilemma the young scientist finds himself in. A well crafted story similar in style to the Alan Turing story. The story is told from a Norwegian perspective. A well crafted quality drama which moves at great pace with a number of jeopardy factors that unfold on the way. Great cinematography, solid acting, excellent directing».

«Å vinne Prix Italia er en stor pris for en liten allmennkringkaster og gjør oss boblende glade. Jeg sender en ydmyk takk til en svært profesjonell jury», sa prosjektredaktør Tone C. Rønning i NRK.

Sjakk-pris

NRK mottok i januar 2015 en en pris fra Det internasjonale sjakkforbundet (FIDE) for å ha gjort sjakk tilgjengelig og populært gjennom sine TV-sendinger.



Prix Europa

Prisen for beste aktualitetsprogram i Prix Europa 2015 gikk til Brennpunkt-programmet «Fredsprisens pris».

«Kampen om tungtvannet» fikk utmerkelsen «Special Commendation» for beste miniserie.

NRK fikk også en «Special Commendation» for beste radiodrama-serie for sitt program «Scandinavian Star».

Eurovision Connect

Under Eururovision Connect i Kroatia i juni fikk NRK sølv for beste musikkbruk/lyddesign i en promo for den franske dramaserien «Gjengangerne».

@PrixItalia
Series and Serials category: award to Norway’s “The Heavy Water War” by Per Olav Sorensen
@NRKno #PrixItalia2015

14. Her feires det med kake at NRK Super stakk av med en pris under Nordic Kids Award for prosjektet SKiLT. **Foto:** Sidsel Mundal/NRK

15. «Kampen om tungtvannet» ble kåret til beste TV-drama. **Foto:** Filmkameratene AS

16. Stolte vinnere av Prix Europa-pris for Brennpunkt-dokumentaren «Fredsprisens pris». F.v: Fotograf Svend Even Hærra, producer Inger Sunde og researcher Maria Hasselgård. **Foto:** Morten Møller Warmedal/NRK

NRKs allmennkringkastingsoppdrag

§ 12 NRK skal understøtte og styrke demokratiet

a. NRKs samlede allmennkringkastingstilbud skal ha som formål å oppfylle demokratiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet.

b. NRK skal bidra til å fremme den offentlige samtalen og medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser. NRK skal ha en bred og balansert dekning av politiske valg. Samtlige partier og lister over en viss størrelse omtales normalt i den redaksjonelle valgdekningen.

c. NRK har som oppgave å avdekke kritikkverdige forhold og bidra til å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

d. NRK skal være redaksjonelt uavhengig. NRK skal verne om sin integritet og sin troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av politiske, ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet. Virksomheten skal preges av høy etisk standard og over tid være balansert. Saklighet, analytisk tilnærming og nøytralitet skal etterstrebes, jf. bl.a. prinsippene i Redaktørplakaten, Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten.

§ 13 NRK skal være allment tilgjengelig

a. NRKs tre hovedkanaler for hhv. radio og fjernsyn skal være tilgjengelige for hele befolkningen. NRK skal søke en bredest mulig distribusjon av sitt øvrige programtilbud.

b. Det skal som utgangspunkt ikke kreves betaling for NRKs allmennkringkastingstilbud. NRKs tre hovedkanaler for hhv. radio og fjernsyn skal være gratis tilgjengelige for alle lisensbetalere på minst én distribusjonsplattform.

c. Ved utformingen av NRKs tilbud må det tas hensyn til funksjonshemmede, bl.a. skal NRK ta sikte på at alle fjernsynsprogrammer blir tekstet.

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

a. NRK skal reflektere det geografiske mangfoldet i Norge og ha et godt lokalt tilbud og lokal tilstedeværelse.

b. NRK skal bidra til å styrke norsk og samisk språk, identitet og kultur. En stor andel av tilbudet skal ha norsk forankring

og speile norske virkeligheter. NRK skal ha programmer for nasjonale og språklige minoriteter. NRK skal ha daglige sendinger for den samiske befolkning.

c. NRK skal formidle kunnskap om ulike grupper og om mangfoldet i det norske samfunnet. NRK skal skape arenaer for debatt og informasjon om Norge som et flerkulturelt samfunn.

d. NRKs tilbud skal i hovedsak bestå av norskspråklig innhold. Begge de offisielle målformene skal benyttes. Minst 25 pst. av innholdet skal være på nynorsk.

e. NRK plikter å sende innhold som enten er produsert i, eller som tar det innholdsmessige utgangspunkt i, distriktene. NRK skal ha distriktssendinger alle hverdager.

f. NRK skal formidle norsk kultur og en bred variasjon av norske kunstuttrykk fra mange ulike kunstnere, uavhengige miljøer og offentlige kulturinstitusjoner.

g. NRK skal formidle og produsere norsk musikk og drama. NRK skal formidle norsk film og stimulere det norske filmmiljøet. Minst 35 pst. av musikken som spilles skal være norsk, med vekt på norskspråklig og/eller norskkomponert musikk. NRK skal holde et fast orkester som dekker et bredt repertoar fra underholdningsmusikk til symfonisk musikk.

h. NRK skal formidle kulturarven i Norge. Arkivene til NRK er en del av denne. NRK skal arbeide for å digitalisere og tilgjengeliggjøre disse arkivene for befolkningen. Arkivtilbudet skal i hovedsak være gratis tilgjengelig.

i. NRK skal gjenspeile Norges religiøse arv og mangfold av livssyn og religion i det norske samfunnet.

j. NRK skal ha sportssendinger som dekker både bredden i norsk idrettsliv, herunder funksjonshemmedes idrettsutøvelse, og store idrettsbegivenheter.

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

a. NRK skal tilby tjenester som kan være kilde til innsikt, refleksjon, opplevelse og kunnskap gjennom programmer av høy kvalitet.

b. NRK skal være nyskapende og bidra til kvalitetsutvikling.3

c. NRK skal kunne formidle samme type tilbud som også

tilbys av kommersielle aktører, men bør etterstrebe å tilføye sitt tilbud et element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet.

d. NRKs tilbud skal ha tematisk og sjangermessig bredde.

e. NRK skal tilby nyheter, aktualiteter og kulturstoff for både smale og brede grupper, herunder egne kulturprogrammer. Tilbudet skal gjenspeile det mangfoldet som finnes i befolkningen. Blant annet skal NRKs samlede tilbud appellere til alle aldersgrupper.

f. NRK skal bidra til økt kunnskap om internasjonale forhold.

g. NRK skal formidle innhold fra Norden og bidra til kunnskap om nordiske samfunnsforhold, kultur og språk.

h. NRK skal bidra til utdanning og læring, herunder tilby innhold tilrettelagt for skoleverket.

i. NRK skal fremme barns rett til ytringsfridom og informasjon, og skjerme barn mot skadelige former for innhold. NRK skal ha daglige norskspråklige programmer for barn under 12 år, jevnlige norskspråklige programmer for unge, og jevnlige programmer for barn og unge på samisk.

§ 16 NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt

a. NRKs redaksjonelle avgjørelser skal ikke være styrt av kommersielle hensyn.

b. NRKs allmennkringkastingstilbud på radio, fjernsyn og tekst-tv skal være reklamefritt og skal ikke inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til konsernets kommersielle tjenester og produkter.

c. NRK kan ha reklame på Internett, med unntak for nettsider som har barn som målgruppe. NRK skal tilstrebe et tydeligst mulig skille mellom allmennkringkastingstilbudet og kommersielle tjenester tilbudt på Internett. Nedlastingstjenester som tilbys innenfor allmennkringkastingstilbudet skal ikke inneholde reklameinnslag. Det bør utvises særlig varsomhet med å tilby innhold som utsetter publikum for kommersielt press. Dette gjelder særlig for programmer rettet mot barn og unge.

d. Lisensmidler og andre offentlige inntekter skal ikke subsidiere kommersielle aktiviteter. Det skal være et klart regnskapsmessig og driftsmessig skille mellom NRKs kommersielle aktiviteter og allmennkringkastingsvirksomheten

e. NRKs allmennkringkastingstilbud, både i tradisjonell

programvirksomhet og i form av nye medietjenester, skal hovedsakelig finansieres ved kringkastingsavgift.

f. NRK skal kunne videreutvikle kommersielle tjenester som genererer overskudd som bidrar til å finansiere allmennkringkastingstjenester. Den forretningsmessige virksomheten skal være forenelig med de krav til kvalitet og integritet som gjelder for NRK.

§ 17 NRK skal ha et attraktivt innholdstilbud på Internett, mobil-tv mv.

a. NRKs tjenester på Internett skal samlet i levende bilder, lyd og tekst i det minste inneholde et løpende oppdatert tilbud av:

- Nasjonale og internasjonale nyheter
- Et eget regionalt nyhets- og innholdstilbud

• Egenutviklet innhold for barn og unge

- Fakta- og bakgrunnsinformasjon for nyheter, debatt og aktuelle samfunnsspørsmål

• Kunst og kultur

• Sport og underholdning

• Tjenester og spill som stimulerer til interaktiv deltakelse

b. NRK skal gjøre flest mulig av sine radio- og fjernsynsprogrammer tilgjengelig på Internett, både ved samtidig distribusjon og som arkivtjeneste for nedlasting og/eller individuell avspilling. NRK skal herunder minimum gjøre tilgjengelig hele sin egenproduserte sendeflate fra de siste sju dager som arkivtjeneste, forutsatt at dette ikke innebærer uforholdsmessig høye kostnader. NRK skal etterstrebe at også mest mulig av den øvrige sendeflaten fra siste sju dager gjøres tilgjengelig som arkivtjeneste.

c. NRKs programtilbud på Internett skal som hovedregel være gratis. Bruksavhengige kostnader som knyttes til programtilbudet skal likevel kunne kreves dekket ved brukerbetaling.

d. Bestemmelsene i forrige ledd skal ikke være til hinder for at NRK tilbyr programmer som kommersielle utgivelser. Slike utgivelser er ikke å anse som del av allmennkringkastingstilbudet og skal ikke ha et omfang som undergraver hovedprinsippet om at NRKs programtilbud på Internett skal være gratis.

e. NRK skal stimulere til kunnskap, forståelse og bruk av andre medieplattformer blant brukere i alle aldre.

Tekst

NRK

Statistikk

NRK

Form

Bleed

Bidragstere i NRK

Monica M. Walter

Prosjektleder

Hilde Thoresen

Redaktør

Steinar Nielsen

Tekstforfatter

Ulf Morten Davidsen

Tekstforfatter

Øyvind Werner Øfsti

Tekstforfatter

Signe Karin Hotvedt

Tekstforfatter

Christine Jensen

Bildeansvarlig

Cecilie Lyng

Profilsjef

NRKs avdelinger

Bilde/lyd/tekst