

Stemmer som utfordrer

NRK

Allmennkringkasterregnskapet 2017



INNHALDSFORTEGNELSE

Forord	Det vanskeligste er ofte det viktigste	
Status	Mediebildet	8
Ungt samfunnsengasjement	Stemmer som utfordrer	40
Drama	Drama i verdensklasse	50
NRK Super	Det sterkeste fellesskap for alle barn i Norge	58
Distrikt	Distrikt med nasjonal ambisjon	70
NRK Radio	Radio når du vil	80
NRK TV	TV når du vil	94
NRK Sápmi	Samisk jubileumsår	104
Nyheter	Hurtig, bredt og dypt	112
Kultur og mangfold	Kultur og identitet	122
Mediemangfold	Åpen og opplyst	134
Sport	Store og små øyeblikk	140
Underholdning	Samler og engasjerer	154
Natur og vitenskap	Unik sjangerbredde	162
Verdi og livssyn	Verdispørsmål i en verden av uro	172
Priser	Priser og utmerkelser til NRK i 2017	178



Det vanskeligste er ofte det viktigste

Da vi planla dekningen av stortingsvalget 2017, bestemte vi oss tidlig for å satse ekstra på det vanskeligste: NRKs valgkampdekning skulle treffe unge voksne i 20-årene. Denne aldersgruppa har den laveste valgdeltakelsen, er de som bruker minst tid på NRK, og som i liten grad oppsøker nyheter i hverdagen. Så hvorfor kaste bort tid og krefter på dem som likevel ikke bryr seg?

Fordi det neppe er sant at folk i 20-årene bryr seg mindre om samfunnet rundt seg enn andre. Fordi NRK har et oppdrag om å bidra til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne delta aktivt i demokratiske prosesser. Og fordi det aldri skal være et argument i NRK at vi ikke kan gjøre oppgaven fordi den er for vanskelig. Tvert imot.

Vi klarte å nå ut til de yngste velgergruppene i like stor grad som til de eldste. Gjennom valgkampen økte bruken av NRK i alle aldersgrupper. Det hadde vi aldri klart uten et tydelig mål om å nå ut til dem det er aller vanskeligst å nå. Hvordan vi gjorde det, kan du lese mer om i kapitlet «Nyheter».

NRK Super tok i 2017 fatt på en nesten umulig oppgave med «overgrepsuka», om incest og seksuelle overgrep. Målet var å gi barn i Norge noen verktøy som kan være til hjelp for å hindre at overgrep skjer og til å korte ned tida det tar før de klarer å snakke med noen om det som har skjedd. For det man ikke har ord for, kan man ikke fortelle noen om.

NRK Super skal være det sterkeste fellesskapet for barn i Norge. Enten det handler om lek og moro eller om vonde tema som skilsmisse, rus og overgrep, så er tilnærmingen den samme. NRK Super skal være i øyehøyde med målgruppa, med innhold som handler om deres verden og virkelighet.

I dokumentarseriene «Innafor», «Helene sjekker inn», «Jævla homo», «Line fikser kroppen» og «Faten tar valget» har modige programledere gått inn med hele seg for å formidle viktige historier som når fram til mange.

Befolkningen i Norge teller cirka 5,3 millioner. Tallet rommer mennesker med ulike livserfaringer, interesser, behov, holdninger og verdier. NRK skal være en åpen og inkluderende fellesarena for dette mangfoldet, som til sammen utgjør den norske befolkningen. En arena som bidrar til å knytte oss sammen i et stort offentlig fellesskap. Ikke nødvendigvis på grunn av alt det vi deler og har til felles, men fordi den rommer forskjellighet. En fellesarena der motsetninger og uenighet kan møtes, synes og bryne seg mot hverandre. Der alle kan finne noe eller noen de kjenner seg igjen i. En arena for å ta tak i de vanskeligste temaene og de kontroversielle spørsmålene.

Her har også den skarpeste og mest uærbødige satiren sin selvfølgelige plass. Problemet er ikke at det er for mye satire i norsk offentlighet, at det tulles for mye med maktpersoner, religion eller oss selv. Problemet er heller at det er for lite. Hvis vi inkluderer og behandler alle grupper med respekt og sier: «Dere hører till!», da kan vi også drive satire om og med alle. Innhold som «Satiriks», «Ukens vinner», «Nytt på nytt», «Svart humor» eller Robert Stoltenbergs homseprest er viktigere enn noen gang.

Vi må pleie, utvikle og utfordre offentligheten og forhindre at den krymper og blir trang. De vanskeligste oppgavene er ofte også de viktigste. Og nettopp derfor, fordi de er så vanskelige og så viktige, skal NRK gå løs på dem.

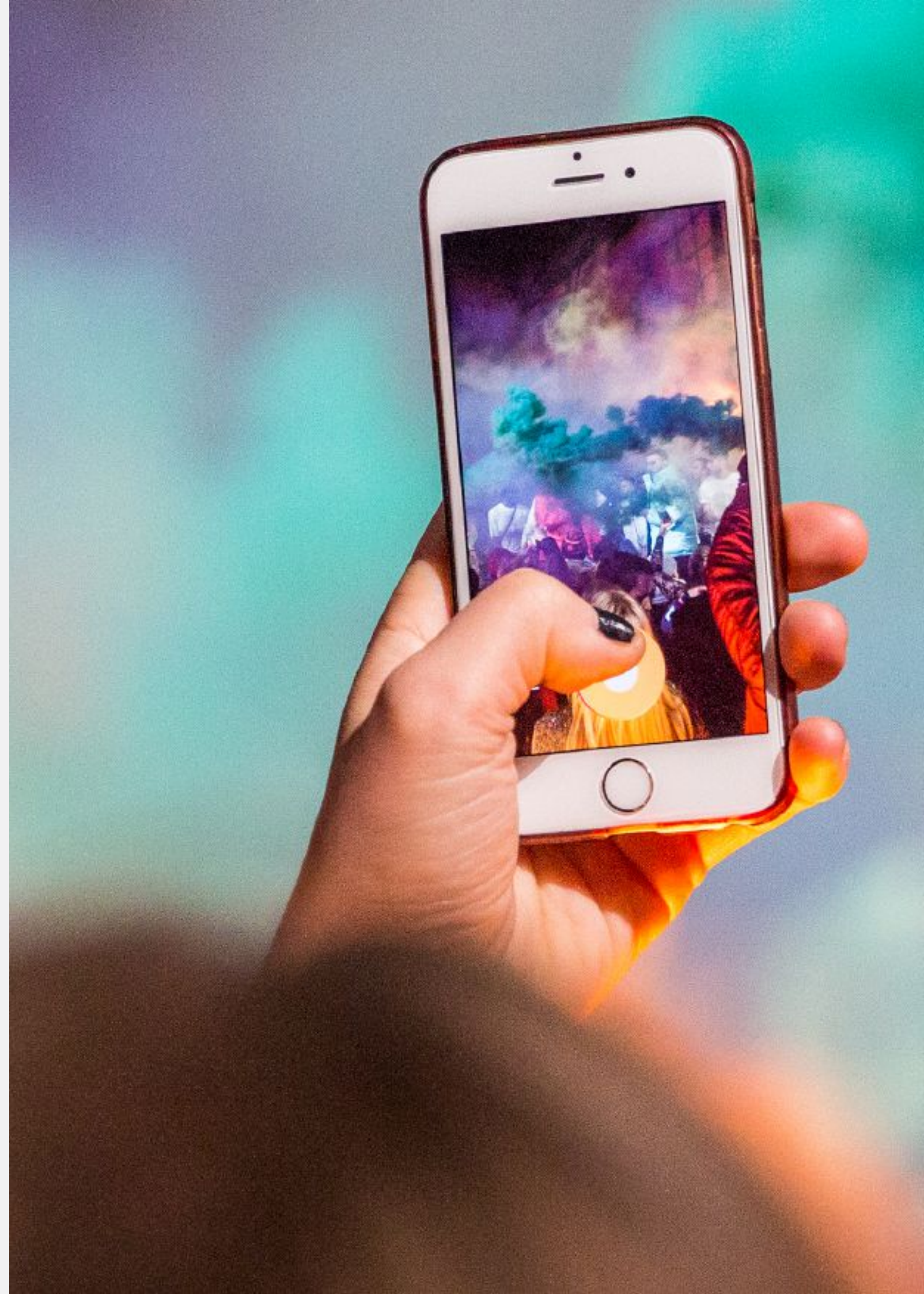
Thor Gjermund Eriksen
Kringkastingssjef

STATUS

Mediebildet

Kontinuerlige analyser av mediebruk er viktig for å kunne løse allmennkringkasteroppdraget, løfte bredden i innholdet og opprettholde høy tillit og legitimitet i samfunnet.

Fra «P3 Gull 2017»
Foto: Kim Erlandsen, NRK



NRK har fortsatt en sterk posisjon i det norske samfunnet. 85 prosent av befolkningen bruker ett eller flere av NRKs tilbud daglig, og ved store nasjonale begivenheter samler vi folket. Over 90 prosent svarte at de brukte ett eller flere av NRKs tilbud under valgkampen før stortingsvalget i september.

BRED OPPSLUTNING

Den til nå svært høye bruken av NRKs innhold er likevel under press. Lineær, tradisjonell TV-seing synker, og strømming øker, men ikke nok til å ta igjen tapet. Radio synker i antall lytterminutter, men NRK har fortsatt rundt 2/3 av radiomarkedet. NRK har styrket sin digitale posisjon i befolkningen og har nå en daglig dekning på over 1,6 millioner brukere på nett og mobil. Mobil nettbuk øker i Norge. 9 av 10 er på nett daglig, og 7 av 10 bruker mobilen på nett, men bruken av NRK på mobil øker ikke like mye. NRKs vekst på mobil de siste årene er stor, men i realiteten øker gapet mellom daglig bruk av mobil og daglig bruk av NRKs tilbud på mobil. VG har den tydeligste lederposisjonen på mobil.

SOLID OMDØMME

Et godt omdømme er selve bærebjelken i NRKs eksistensberettigelse. Sammen med bruken av innholdet er NRKs omdømme i befolkningen et viktig mål som vi følger tett. I tre av de fire siste årene har NRK ligget på topp på Ipsos MMI sin liste over virksomheter med best omdømme i Norge.

NRK Analyse har også siden 1995 gjennomført profilundersøkelsen, som måler hvordan publikum opplever NRK i forhold til andre norske medieaktører, og hvordan befolkningen vurderer NRK som lisensfinansiert allmennkringkaster. Tidligere år har denne undersøkelsen blitt gjennomført en gang i året, i uke 4 og 5 hvert år, med 1000 respondenter. I april 2016 startet NRK en parallell profiltrackerundersøkelse med 200 respondenter per måned, med samme metode og samme spørsmål som den årlige undersøkelsen. Profiltrackeren har nå løpt gjennom året 2017 og gir oss muligheten for første gang til å rapportere NRKs omdømme i hele 2017.

Av årets resultater framkommer det at publikum fremdeles i meget stor grad er fornøyd med det NRK leverer av innhold. 90 prosent mener allmennkringkasteren oppfyller målene om å sende troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer «ganske» eller «meget godt». 88 prosent mener at NRK oppfyller allmennkringkastingsmandatet «ganske» eller «meget godt».

69 prosent sier at de i «meget» eller «stor grad» får valuta for lisenspengene, og i gruppen 15-29 år er det også 62 prosent fornøydte lisensbetalere. 81 prosent av dem som svarer, mener NRK er «meget» eller «ganske» viktig for samfunnet.

ENDRING AV METODE

I overgangen fra en metode til en annen har vi valgt å legge fram resultatene både fra trackeren og fra profilundersøkelsen 2018. Grafene viser at det er enkelte forskjeller i resultatene om NRK som helhet. Forklaringen kan være at den tradisjonelle profilundersøkelsen er en øyeblikksmåling som påvirkes av situasjonen i mediemarkedet der og da, mens profiltrackeren gjennomført gjennom hele året er mindre sårbar for periodevise påvirkninger. Den viser også større stabilitet i omdømmet. NRK vil i framtiden rapportere tall fra trackermålingen.

SYSTEMATISK ARBEID MED PRESSEETIKK

Det er viktig for NRK at vi holder en høy presseetisk standard i vårt journalistiske arbeid. Vårt omdømme avhenger over tid av at publikum har tillit til vårt redaksjonelle innhold, og at vi jobber i tråd med pressens etiske retningslinjer.

Siden 2015 har NRK systematisert arbeidet med presseetikk med blant annet årlige etikkseminarer i alle redaksjonelle avdelinger og en egen etikkredaktør som bistår redaksjonene med både konkrete etikkspørsmål og oppfølging av klagesaker. Målet er å øke kunnskap og bevissthet om presseetikk i det daglige redaksjonelle arbeidet.

I løpet av 2017 ble det sendt inn i alt 37 klager på NRK til Pressens Faglige Utvalg (PFU), som er medienes egen selvdømmeordning. Seks av disse klagenes gjennomgikk full behandling i PFU. Her ble NRK felt to ganger for brudd på god presseskikk, mens én sak fikk kritikk av utvalget. I de andre klagesakene kom PFU fram til at NRK ikke hadde brutt god presseskikk.

De siste to årene har det vært færre klager enn tidligere år som får full behandling, og færre klagesaker blir vurdert som brudd på god presseskikk. Dette er en trend som NRK vil opprettholde, og det viktigste for oss er å leve opp til våre tre hovedmål for god presseetisk standard: Publikum skal vite at de kan stole på NRKs journalistikk, de som blir utsatt for kritikk og angrep gjennom vår journalistikk, skal behandles på en redelig og fair måte, og vi skal legge vekt på å framstille fakta i saker på en saklig, balansert og sannferdig måte.

NY LANGTIDSSTRATEGI

I 2017 har NRKs styre vedtatt en ny langtidsstrategi som hele virksomheten har jobbet med å omsette til tiltak og prioriteringer. Den nye langtidsstrategien er bygget opp rundt tre hovedmål. De to første hovedmålene tydeliggjør NRKs løfte til folket, mens det tredje hovedmålet dreier seg om det organisasjonen må gjennomføre internt for å utføre oppdraget og skape verdi for publikum. Hvert av hovedmålene har tre-fire delmål.

01. NRK STYRKER OG UTVIKLER DEMOKRATIET

«NRKs samlede allmennkringkastingstilbud skal ha som formål å oppfylle demokratiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet», står det i NRKs vedtekter. Allmennkringkasteren skal tjene alle og sikre en åpen og opplyst offentlig samtale. Behovet for felles møteplasser for ny forståelse og kunnskap står fram som viktigere enn før. Det er i dag lettere å komme til orde i samfunnet, men vanskeligere å bli hørt. «Offentlige» samtaler kan vise seg å eksistere innad i en deloffentlighet, en filterboble skapt av fragmentert mediebruk, der meningsfeller diskuterer med hverandre og meningsmotstandere ikke møtes. Rollen som troverdig og uavhengig formidler blir sentral i et samfunn som risikerer økt polarisering.

02. NRK SAMLER OG ENGASJERER ALLE SOM BOR I NORGE

Med fellesskap i endring og global mediekonkurranse har NRK en viktig funksjon som samlende identitetsbærer. Vi er et lite land, og norsk språk og kultur utfordres i et «grenseløst medietilbud», der stadig flere aktører kjemper om kontakt med det norske publikummet. NRK må kjenne befolkningen for å kunne gi relevant innhold som treffer og skaper verdi i folks hverdag. Økt innsikt i publikums behov er avgjørende for å skape felles arenaer, ny forståelse og innholdsopplevelser som setter spor. NRK skal være annerledes og relevant for alle.

03. NRK ER EN PUBLISIST OG INNHOLDSPRODUSENT I VERDENSKLASSE

NRK etablerte «verdensklassemålet» for to år siden, og det fungerer godt som ambisjon for den organisasjonen NRK skal ha. Hovedmålet ble justert noe i 2017 ved å sette «publisist» først i formuleringen. Denne justeringen er gjort for å vise et skifte mot økt tyngdepunkt på publisistrollen til NRK. Det er gjennom publiseringen at NRK løser oppdraget, og denne rollen må styrkes i en verden der økt konkurranse gjør det vanskeligere å nå ut til publikum med hele innholdsbredden.

NRK bidrar til at folk forstår samfunnet, hverandre og seg selv bedre
NRK bidrar til et inkluderende og nysgjerrig Norge.
NRK skal styrke norsk og samisk mediemangfold.

NRK er tett på publikum og er til for alle.
NRK er den beste formidleren av norsk og samisk virkelighet.
NRK skal åpne møteplasser, ny forståelse og opplevelser som setter spor.

Vi skal speile befolkningen i innhold og organisasjon.
Vi skal systematisk utvikle en nettverks- og innovasjonskultur.
Vi skal utvikle den beste publiserings- og innholds-kompetansen i en digital verden.
Vi skal øke andelen ressurser til publisering og innhold.

TILGJENGELIG FOR ALLE

NRKs innhold skal være tilgjengelig for alle – uavhengig av hindringer som nedsatt hørsel, syn, fysiske eller kognitive ferdigheter. Erfaring viser at når grep tas for å bedre tilgjengeligheten for noen, gir det merverdi for enda flere.

TEKSTING

NRK har et mål om hundre prosent teksting av våre TV-programmer. Utfordringer er teksting av enkelte direktesendinger. I 2017 har NRK rekruttert og lært opp nye tekstere av direktesendinger, og i desember ble alle TV-sendinger tekstet, med unntak av distriktssendingene. NRK har også ambisjon om å tilby tekst på alt videoinnhold som publiseres på nett og mobil. Høsten 2017 utviklet vi et verktøy som gjør dette enklere.

NETT OG MOBIL

I mai 2017 ble det opprettet en stilling med ansvar for universell utforming av NRKs innhold på nett og mobil. Kristoffer Lium er utdannet innen IT, har sterk teknologisk kompetanse, erfaring som UU-konsulent og er selv blind. YR-redaksjonen har satset på universell utforming i 2017 og får gode tilbakemeldinger på brukervennlighet. YR ble kåret til årets beste app på Yngve Stiansens blogg «Hverdagsteknologi for synshemmede». Stiansen ga også NRK-appen en fjerde plass. Denne ble oppgradert i 2017, og det ble gjort flere grep med hensyn til brukervennlighet og universell utforming.



01. NRKs brukerråd har hatt tre møter og en omvisning i 2017. Møtene har handlet om valget 2017 og hvordan dekningen kan gjøres tilgjengelig for alle, en gjennomgang av ordlisten på funksjonshemmetfeltet samt brukerrådets framtidsvisjoner for en perfekt mediehverdag.

LYDTEKST

NRK har også gjort oppgraderinger av NRK TV på IOS som gjør at synshemmede, dyslektikere og andre som har skjermlesere, kan få undertekstene i NRK TV lest opp av en stemme. Det betyr at programmer med fremmedspråk også blir tilgjengelige for dem som ikke har nytte av teksting.

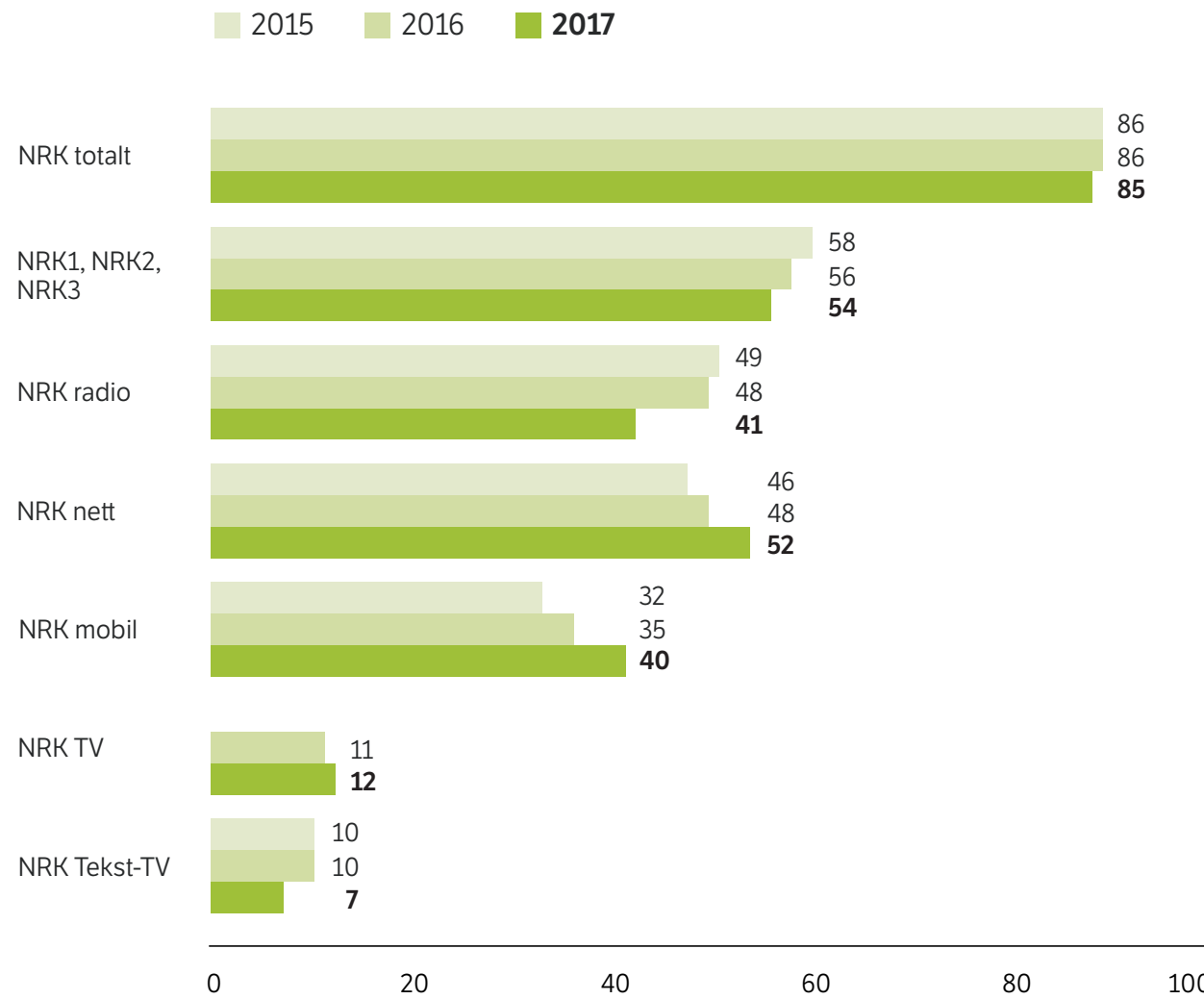
TEGNSPRÅK

TV-kanalen NRK-tegnspråk har i 2017 for første gang sendt egne programmer som ikke er publisert på de andre TV-kanalene. Dette er programmer på tegnspråk eller programmer som handler om døve. I september 2017 hadde «Tegnspråknytt» to utvidede sendinger med fokus på valget. Tegnspråkredaksjonen ønsker å dele språket sitt med flere. De har publisert en serie med korte klipp på Facebook der kjente NRK-folk lærer litt tegn.

Bak fra venstre: Thor Gjermund Eriksen, Sindre Falk, Per Gunnar Nygård, Gustav Henrik Ohna Granheim, Sverre Fuglerud, Margrethe Gaasand og Siri Antonsen. Foran fra venstre: Elin Langdahl, Jannicke Ødegaard Andresen og Sofie Eline Finneid. Foto: Ole Kaland, NRK

85 PROSENT BRUKER NRK HVER DAG

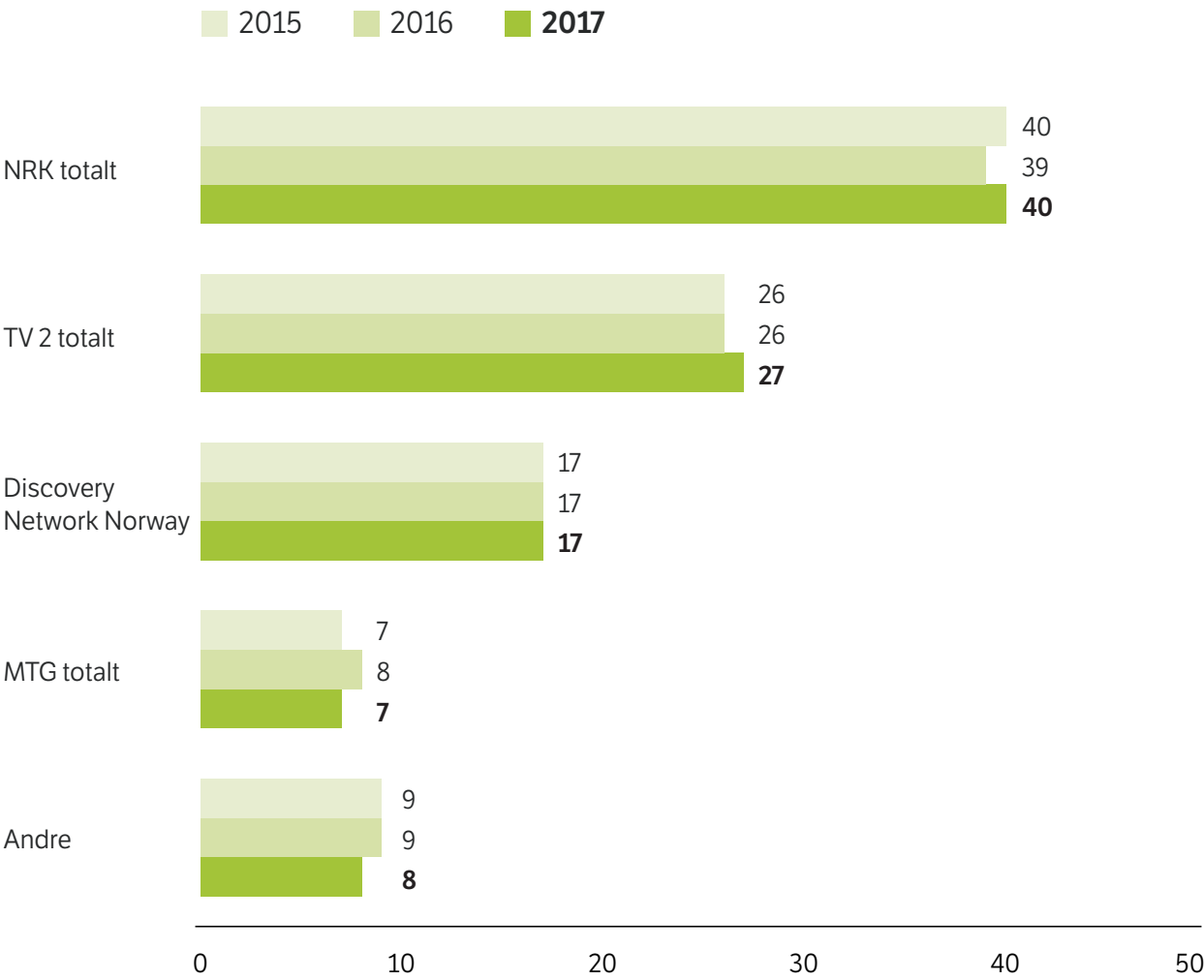
85 prosent av befolkningen over 12 år benytter seg av NRKs tilbud daglig. Bruken av NRK følger endringene i befolkningens mediebruk: bruken av NRK gjennom lineær TV, radio og Tekst-TV synker noe, samtidig som bruken av NRK via nett, mobil og NRK TV øker.



Daglig dekning i prosent. Fra og med 2016 måles også NRK TV i Forbruker & Media. Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

40 PROSENT MARKEDSANDEL FOR NRKS TV-KANALER

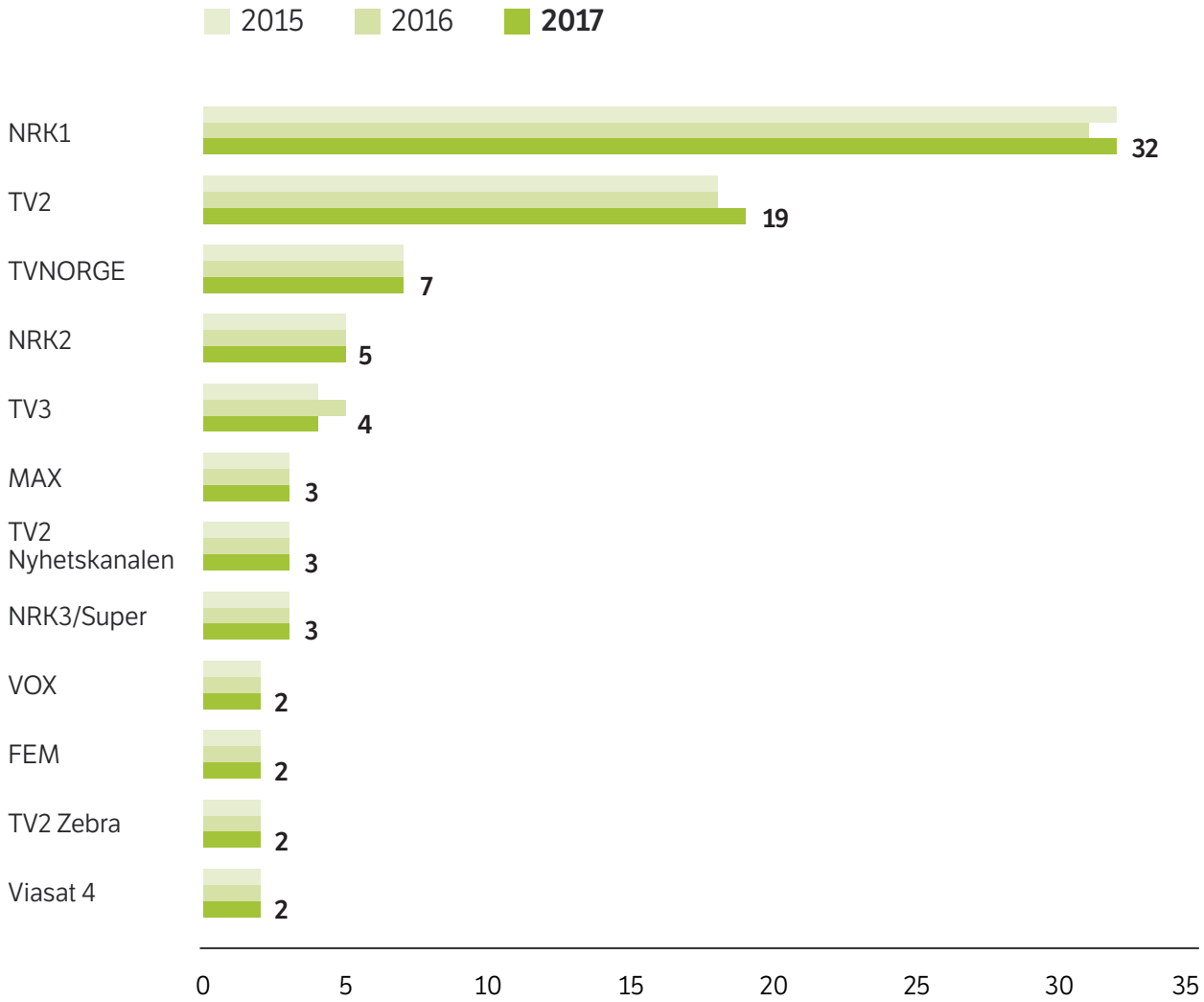
Det meste av TV-seingen i Norge skjer på kanalene eid av de fire store TV-selskapene NRK, TV 2, Discovery Network Norway og MTG. NRK fikk i 2017 en samlet markedsandel på 40 prosent.



Markedsandeler fordelt på mediehus i prosent i befolkningen 12+.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NRK1 ER NORGES STØRSTE TV-KANAL

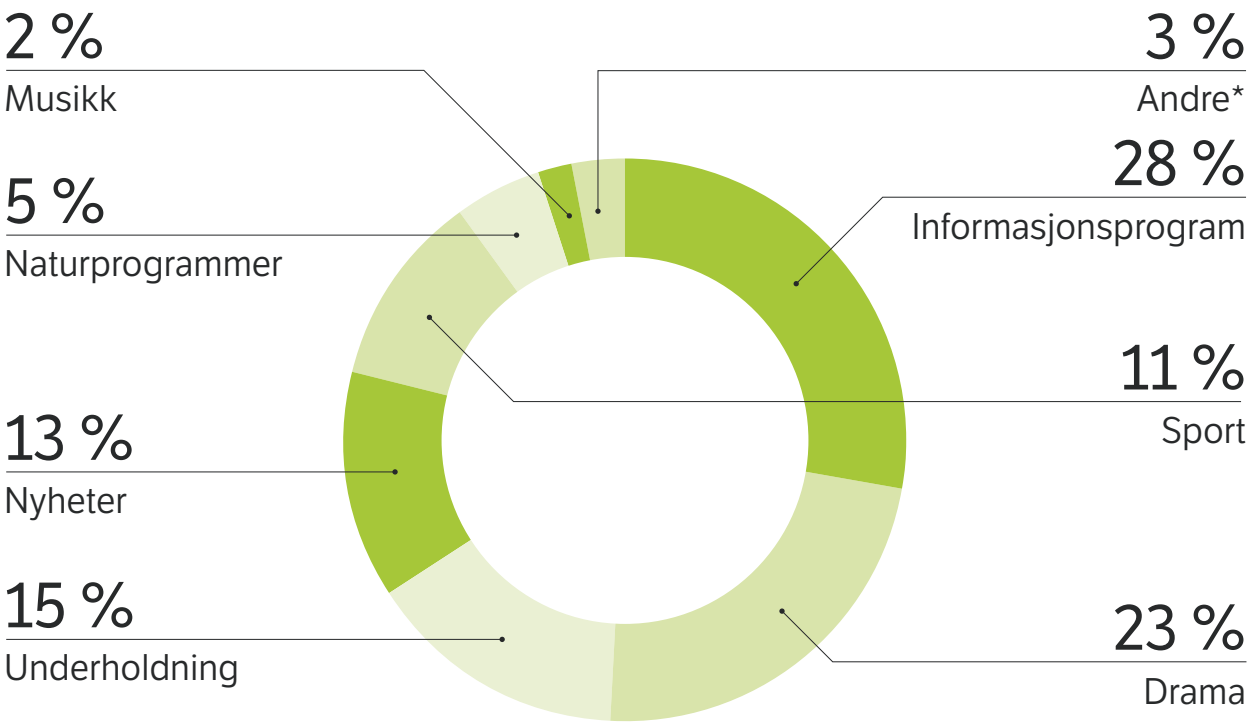
NRK1 er den største TV-kanalen i Norge med en markedsandel på 32 prosent blant befolkningen 12 år eller eldre. Deretter følger TV 2 og TVNorge med markedsandeler på henholdsvis 19 og 7 prosent.



Markedsandeler i prosent per kanal i befolkningen 12+.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

PROGRAMPROFIL NRK1

Med unik sjangerbredde har NRK1 noe for alle.

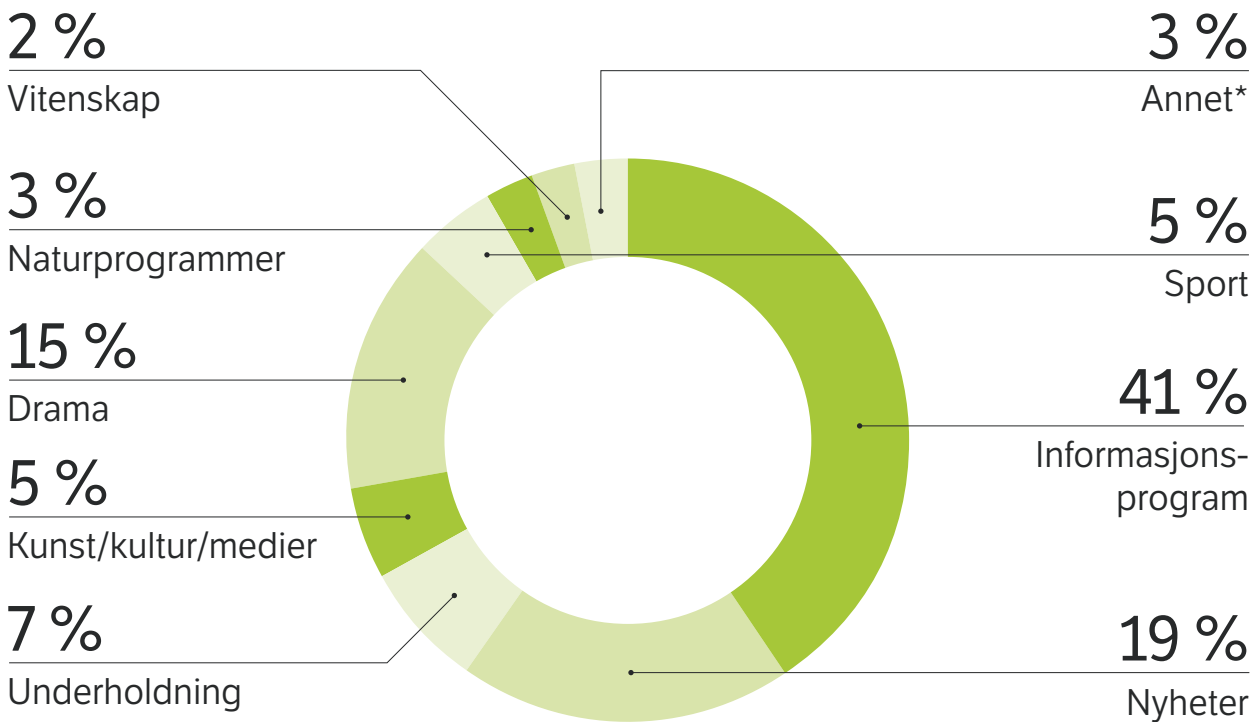


* Kunst/kultur/medier 1,4 %, Vitenskap 0,6 %, Religion/livsfilosofi 0,5 %, Pauseprogram 0,1 %, Barneprogram 0,04 %

8114 sendetimer i 2017 fordelt på sjanger.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

PROGRAMPROFIL NRK2

NRK2 er kanalen for nyheter, aktualitet og kunnskap.

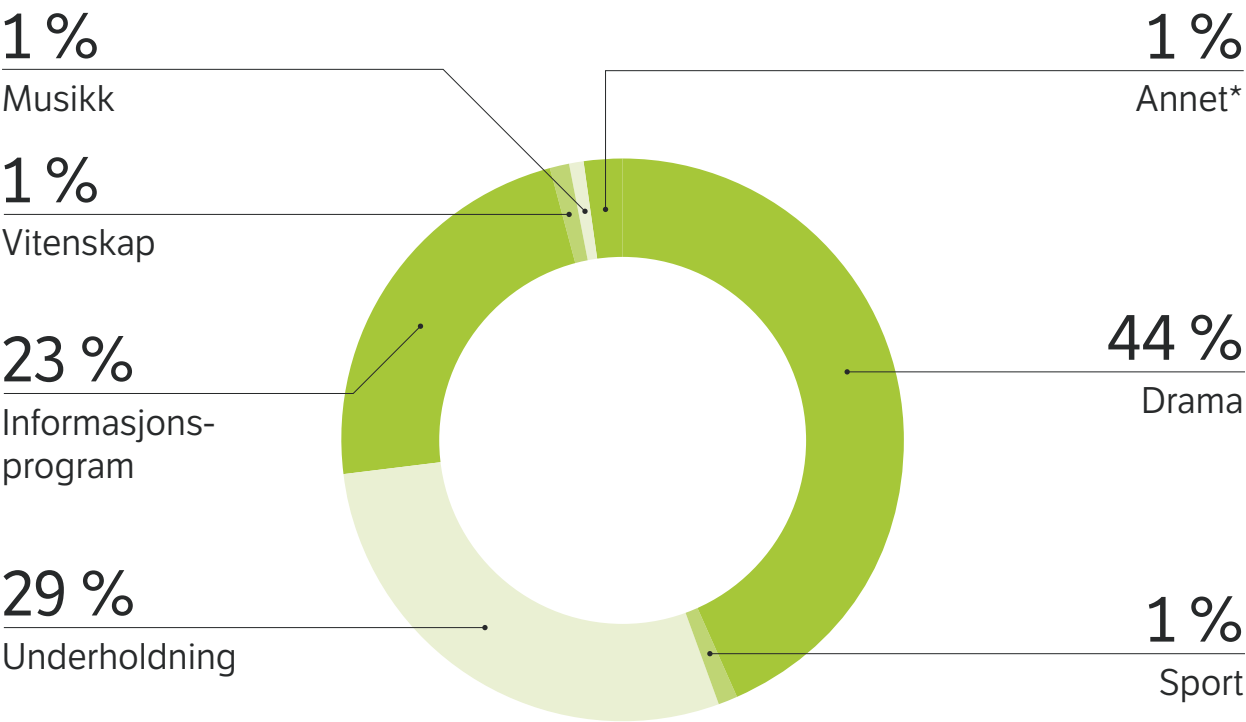


* Musikk 1,7 %, Undervisning 0,8 %, Religion/livsfilosofi 0,4 %, Pauseprogram/filler 0,2 %

7150 sendetimer i 2017 fordelt på sjanger.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

PROGRAMPROFIL NRK3

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

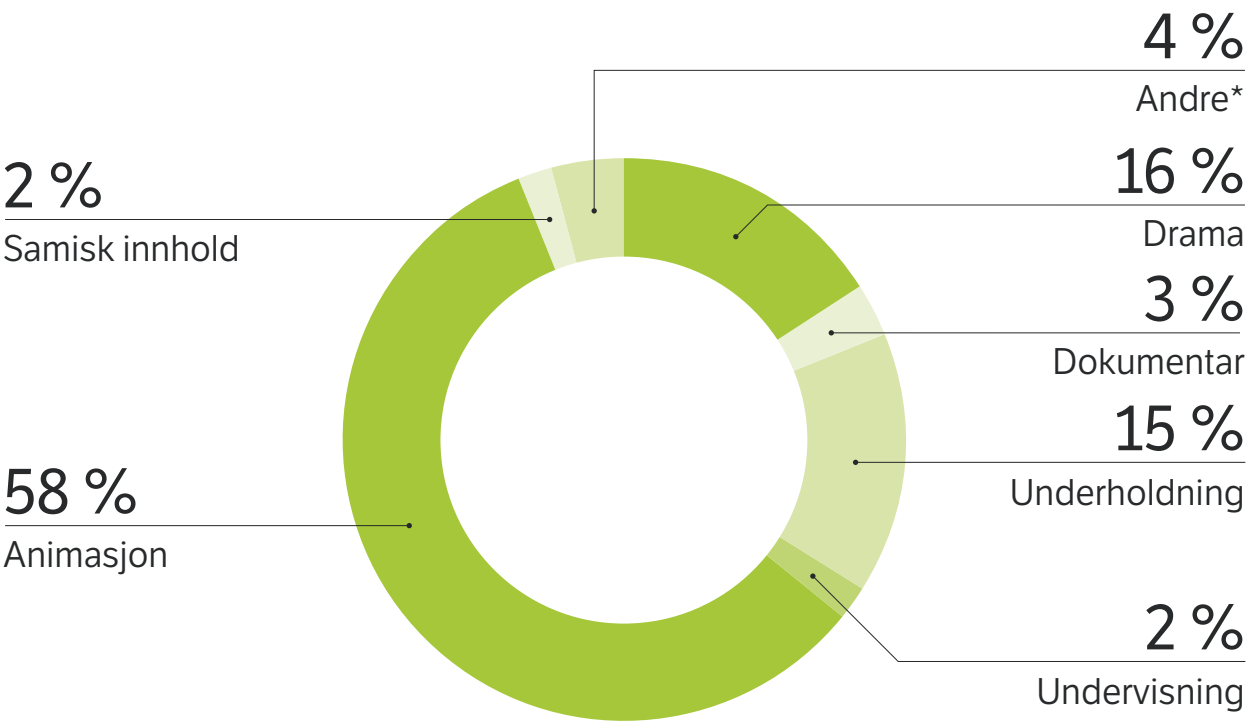


* Kunst/kultur/medier 0,5 %, Barneprogram 0,3 %, Naturprogram 0,2 %, Nyheter 0,1 %, Pauseprogram/fillers 0,1 %, Religion/livsfilosofi 0,03 %

3039 sendetimer i 2017 fordelt på sjanger.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

PROGRAMPROFIL NRK SUPER

NRK Super har som mål å være det sterkeste fellesskapet for alle barn i Norge.

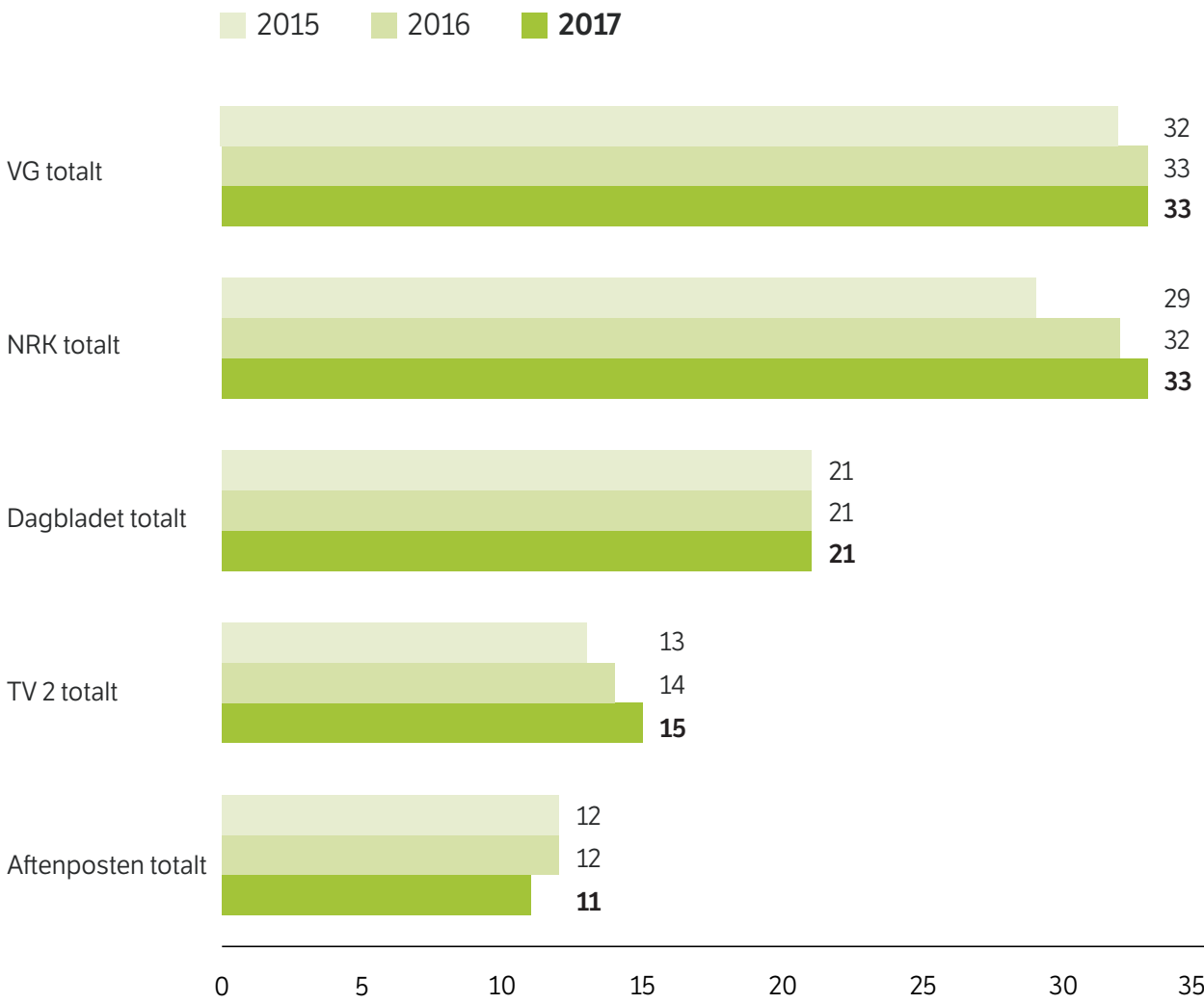


* Musikkvideo 1,1 %, Vitenskap 1 %, Nyheter 0,6 %, Dokudrama 0,4 %, Fillere 0,4 %, Programmer for hørselshemmede 0,1 %

4709 sendetimer i 2017 fordelt på sjanger.
Kilde: NRK Statistikk

33 PROSENT BRUKER NRK PÅ NETT DAGLIG

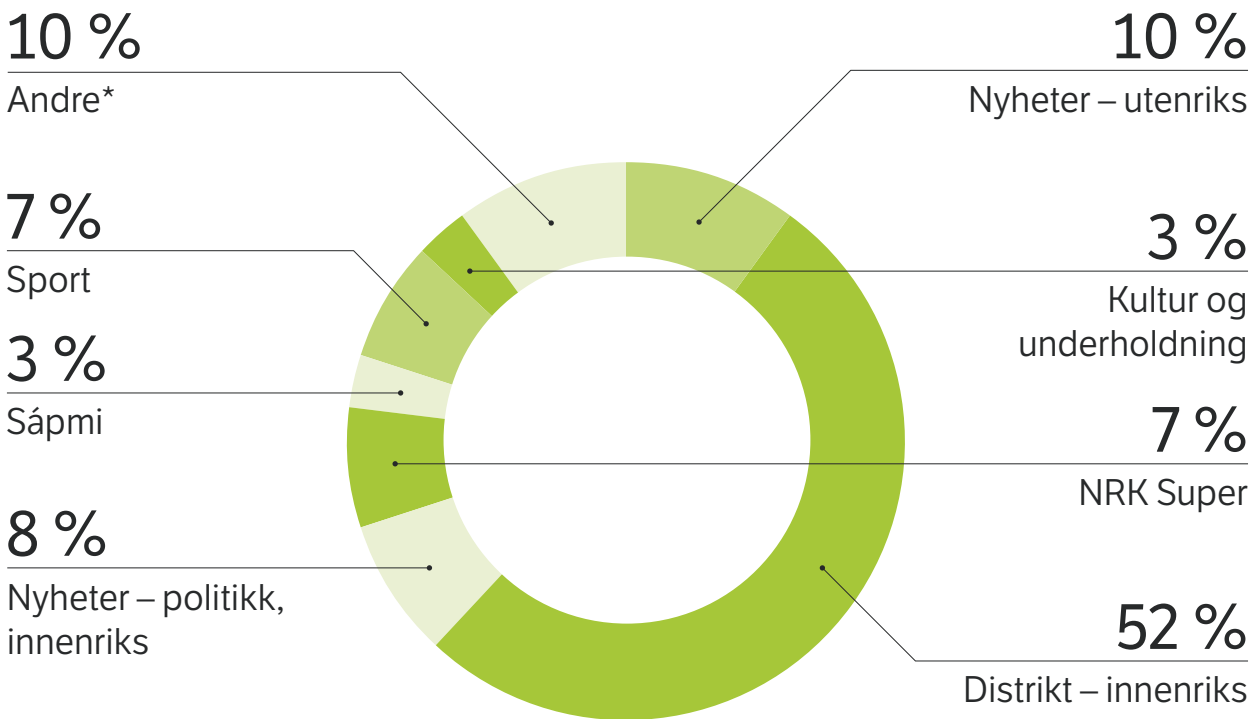
Bruken av NRK på nett øker, og NRK er blant landets største innholdsnettsteder med 33 prosent daglig dekning i befolkningen over 12 år.



Daglig dekning i prosent for de største norske innholdsnettstedene. Apper ikke inkludert. 2017 har kun data for første til tredje kvartal på grunn av målefeil i fjerde kvartal. Kilde: Norsk Internett panel (NIP)

PUBLISERTE ARTIKLER I 2017

Antall artikler publisert fordelt på seksjoner, i prosent. NRK publiserte i 2017 totalt 50 209 artikler, eller i snitt 137 artikler per dag for både barn og voksne. Distriktsdivisjonen med sine 15 distrikter og totalt 48 kontorer spredt rundt i hele Norge produserer artikler med stor tematisk spennvidde.



* NRK P3 2,7 %, Ytring (debatt) 1,35 %, Filmpolitiet 0,8 %, Livsstil 0,5 %, Andakten 0,4 %, Yr 0,3 %, Satiriks (humor) 0,3 %, Dokumentar 0,3 %, Viten 0,2 %, NRKBeta 0,2 %, Mat 0,1 %, Annet 3 %

Kilde: NRK Statistikk

71 PROSENT BRUKER MOBILE TJENESTER DAGLIG

Stadig flere bruker mobile tjenester, og NRK er størst på mobil med 40 prosent daglig dekning.

	Daglig dekning i antall			Daglig dekning i prosent		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Mobile tjenester (totalt)	2 776 995	3 006 444	3 198 875	63	67	71
NRK mobil	1 408 760	1 556 457	1 816 969	32	35	40
VG mobil	1 287 591	1 339 880	1 442 552	29	30	32
Dagbladet mobil	695 017	680 681	713 531	16	15	16
Aftenposten mobil	438 957	424 905	460 770	10	10	10
TV 2 mobil	377 233	440 316	510 461	9	10	11

NRK mobil inkluderer også Yr mobil.
Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

NRKS NETTSIDER HAR 4,9 MILLIONER BESØKENDE I LØPET AV EN UKE

	NRK.no totalt
Endring 2016–2017	- 8 %
Snitt 2017	4 922 588
Snitt 2016	5 362 520
Snitt 2015	5 570 827
Snitt 2014	5 627 252
Snitt 2013	5 295 650

Ukentlige unike brukere.
Kilde: Kantar TNS Scores

MOBILSIDENE TIL NRK HAR 4,2 MILLIONER BESØKENDE UKENTLIG

NRKs mobilsider har hatt en økning på 16 prosent i antall ukentlige besøkende fra 2016 til 2017.

	NRK mobil totalt
Endring 2016–2017	16 %
Snitt 2017	4 201 226
Snitt 2016	3 628 846
Snitt 2015	2 978 939
Snitt 2014	2 260 325
Snitt 2013	1 486 813

Ukentlige unike brukere.
Kilde: Kantar TNS Scores

OVER 1 MILLION FØLGER NRK PÅ FACEBOOK

NRK har ca 1,3 millioner unike følgere på tvers av NRKs facebooksider. Ved utgangen av 2017 var 44 prosent av disse følgerne under 35 år.

	Unike følgere
2015	850 000
2016	1 100 000
2017	1 300 000

Tabellen viser månedlige aktive unike følgere ved utgangen av året. Facebook runder av til nærmeste 100 000 når man beveger seg over 1 million følgere, så det eksakte antallet vil befinne seg mellom 1,2 million og 1,3 millioner følgere.
Kilde: Facebook

YR ER DEN MEST BRUKTE NRK-APPEN

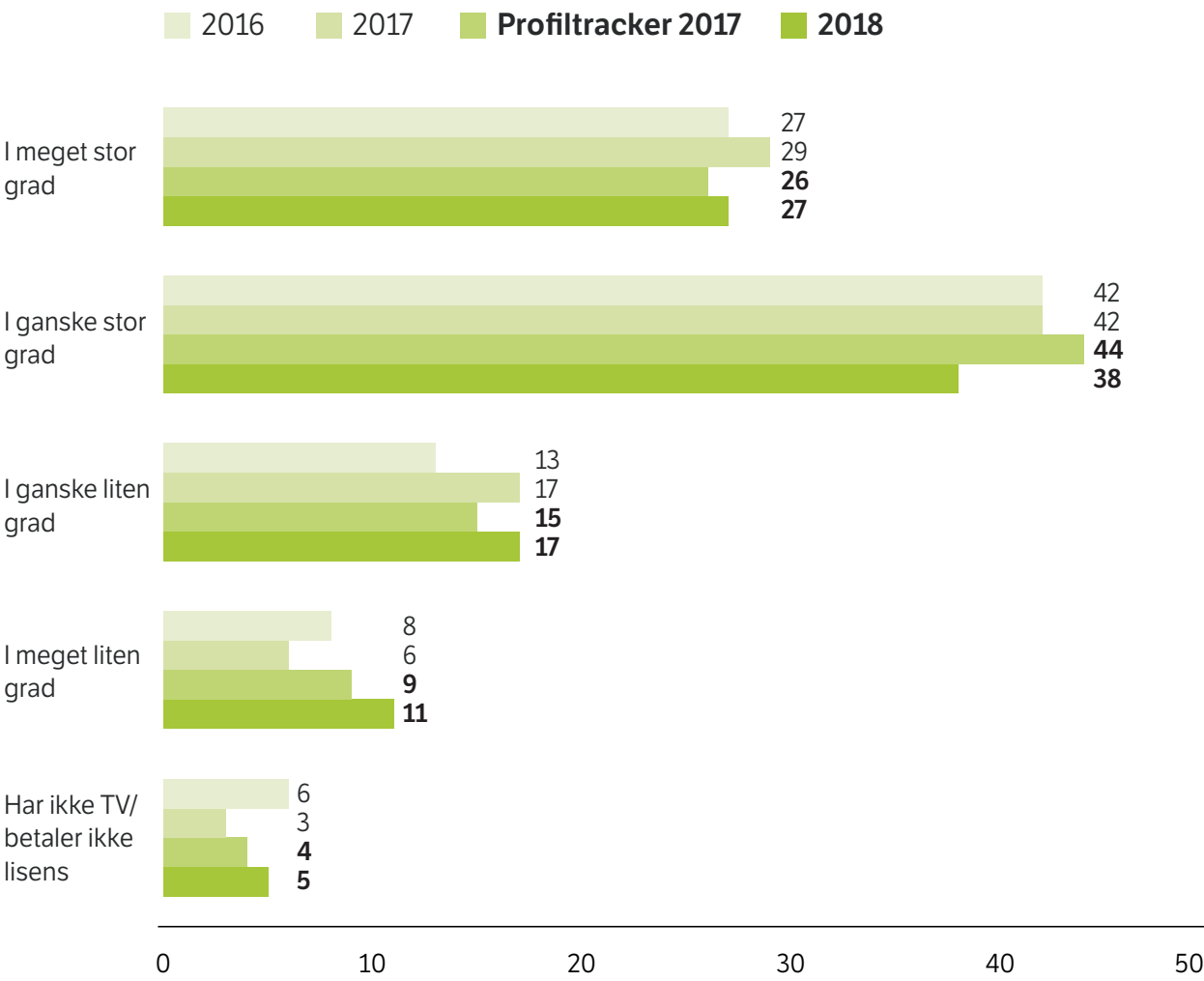
Yr er også i år den mest brukte NRK-appen med over 1 million daglige besøkende. Deretter følger NRK TV og NRK.

	Daglig unike brukere
Yr	1 191 854
NRK TV	167 423
NRK.no	32 829
NRK Super	31 648
NRK Radio	28 269
Fantorangen	16 644
NRK P3 radio	3 841
Snøfall	2 960

Daglige unike brukere for NRKs apper i 2017.
Kilde: Kantar TNS Scores

65 PROSENT MENER DE FÅR VALUTA FOR LISENSSEN

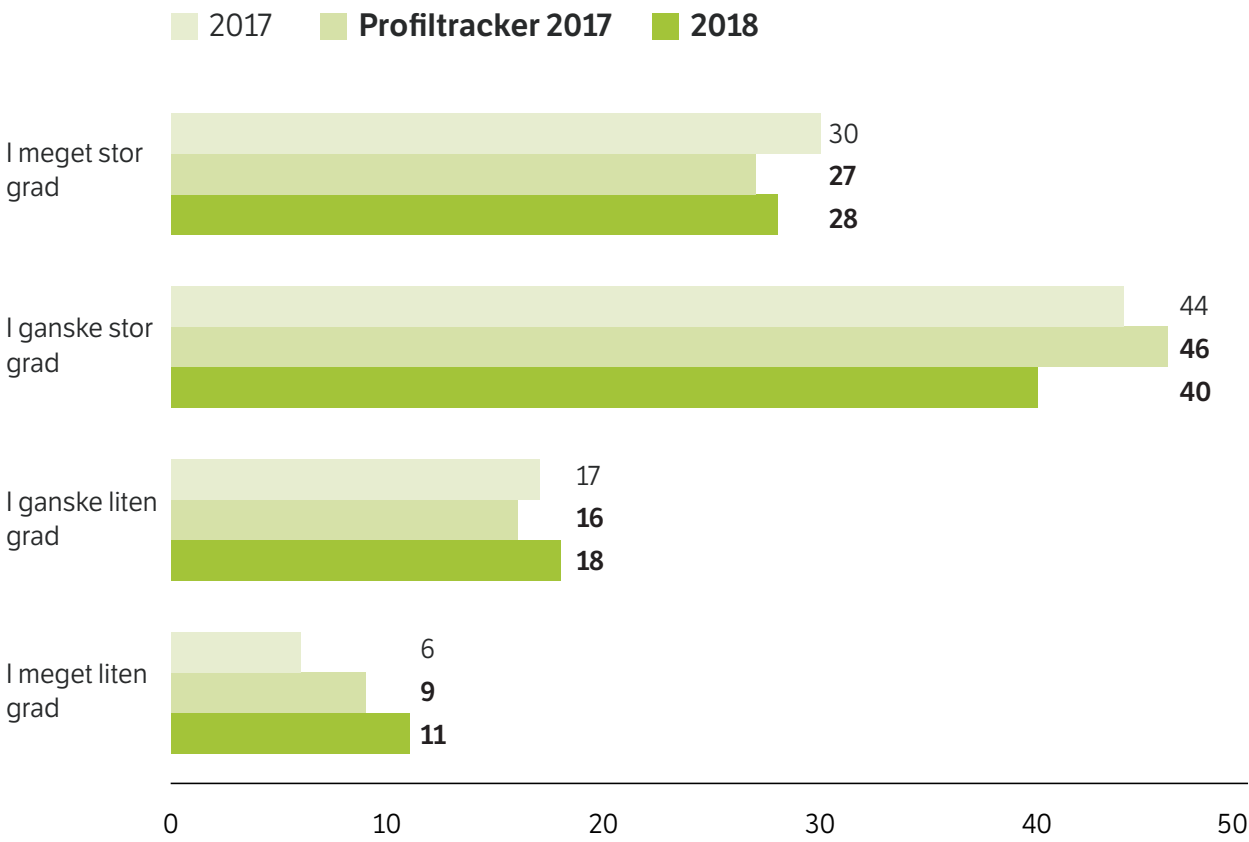
Andelen av befolkningen som mener de får valuta for lisenspengene, er fortsatt høy, og 65 prosent mener de i stor grad får valuta for lisensen. I NRKs profiltracker 2017, som måles gjennom året, er andelen noe høyere; gjennomsnittet for året er 69 prosent.



Andel av befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålet som er stilt i profilundersøkelsen er følgende: «Tenk på hele tilbudet til NRK under ett, dvs. alt som sendes på NRK radio og TV, Tekst-TV, alt innholdet som ligger på NRKs nettsider herunder yr.no, NRK TV og NRK Radio inkludert podkast, og NRKs tilbud på sosiale medier. I hvilken grad mener du NRK gir deg valuta for lisenspengene?». NB: I 2018 ble «NRK TV, NRK Radio inkludert podkast og sosiale medier» innlemmet i spørsmålet.
Kilde: NRKs profilundersøkelse 2018 og NRKs profiltracker 2017

VALUTA FOR LISENSSEN BLANT DEM SOM HAR TV/BETALER LISENS

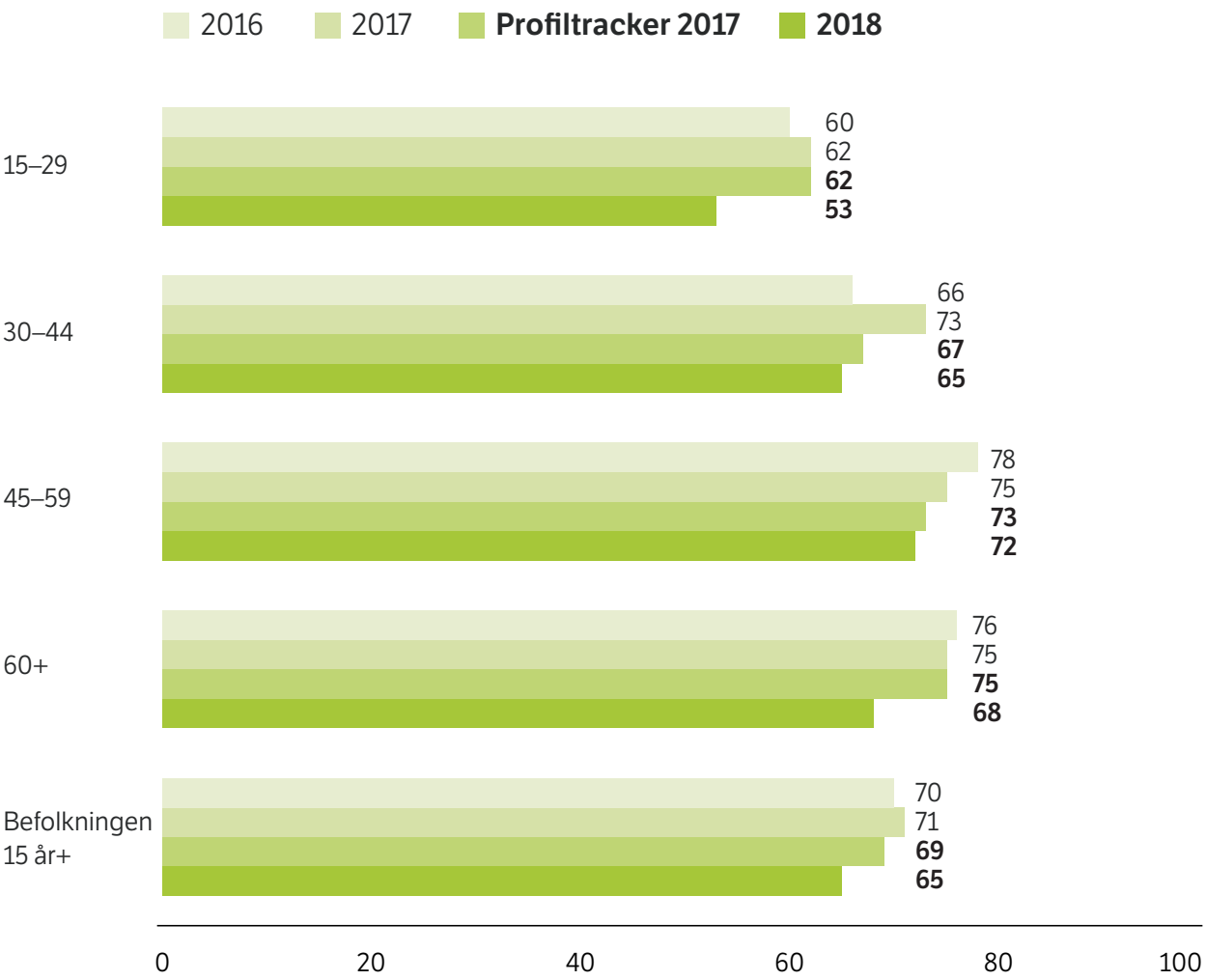
Blant dem som har TV og betaler lisens ligger andelen av dem som mener de får valuta for lisensen noe høyere enn i hele befolkningen. I NRKs profilundersøkelse 2018 ligger andelen på 68 prosent, mens den i NRKs profiltracker 2017, som måles gjennom året, ligger på 72 prosent.



Andel av befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålet som er stilt i profilundersøkelsen er følgende: «Tenk på hele tilbudet til NRK under ett, dvs. alt som sendes på NRK radio og TV, Tekst-TV, alt innholdet som ligger på NRKs nettsider herunder yr.no, NRK TV og NRK Radio inkludert podkast, og NRKs tilbud på sosiale medier. I hvilken grad mener du NRK gir deg valuta for lisenspengene?». NB: I 2018 ble «NRK TV, NRK Radio inkludert podkast og sosiale medier» innlemmet i spørsmålet.
Kilde: NRKs profilundersøkelse 2018 og NRKs profiltracker 2017

LISENSAKSEPTEN ER FORTSATT HØY BLANT BEFOLKNINGEN, MEN BLANT DE YNGSTE OG DE ELDSTE ER DET EN NEDGANG FRA I FJØR

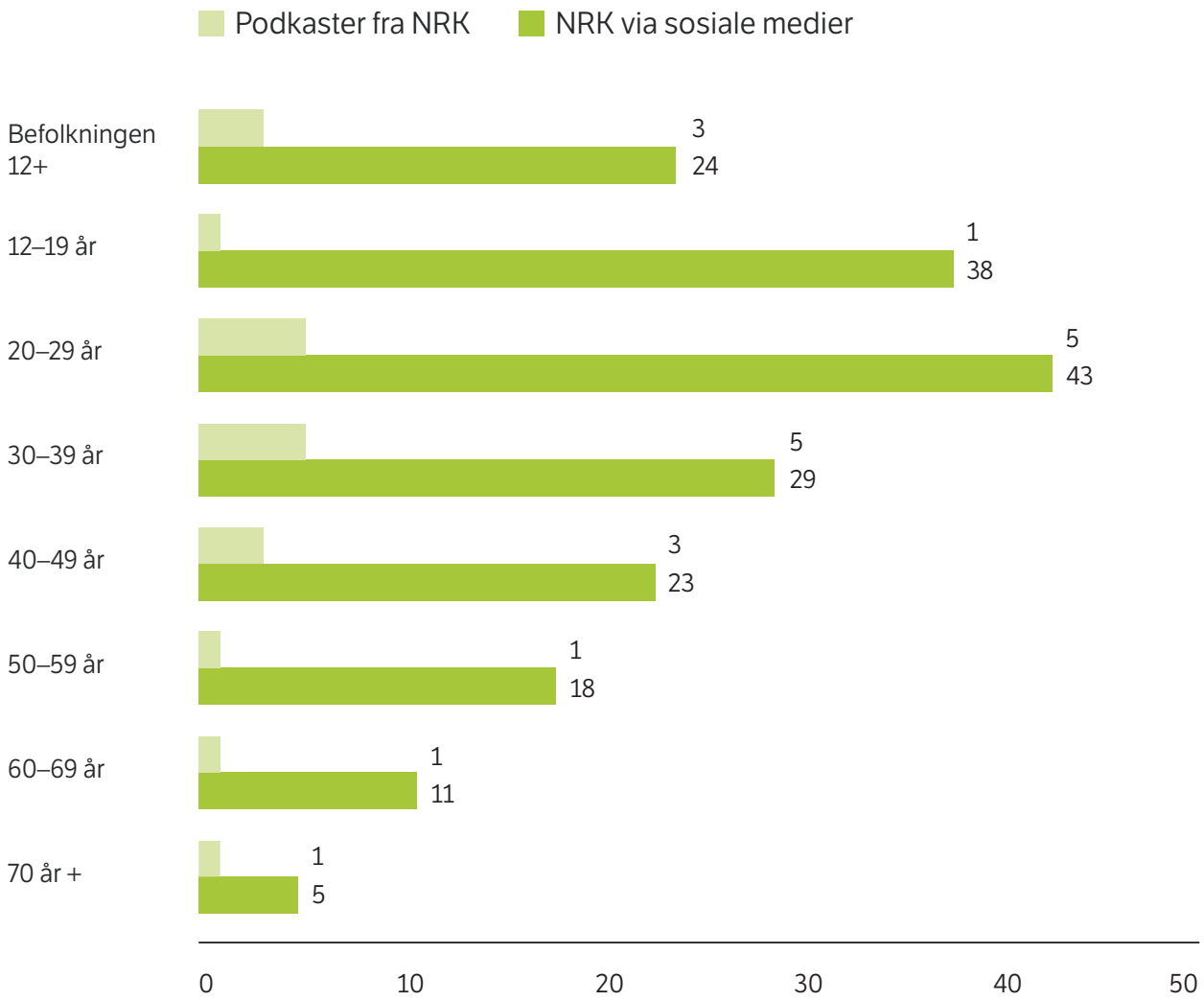
Etter en økning i fjor var det i år en nedgang i opplevd valuta for lisensen i alle aldersgrupper, særlig blant dem under 45 år og de over 60 år. Ser vi på NRKs profiltracker 2017 som måles gjennom hele året, er ikke nedgangen like stor.



Oppgitt i prosent. Grafen viser prosentandelen av aldersgruppene som mener at de i meget eller ganske stor grad får valuta for lisensen.
Kilde: NRKs profilundersøkelse 2018 og NRKs profiltracker 2017

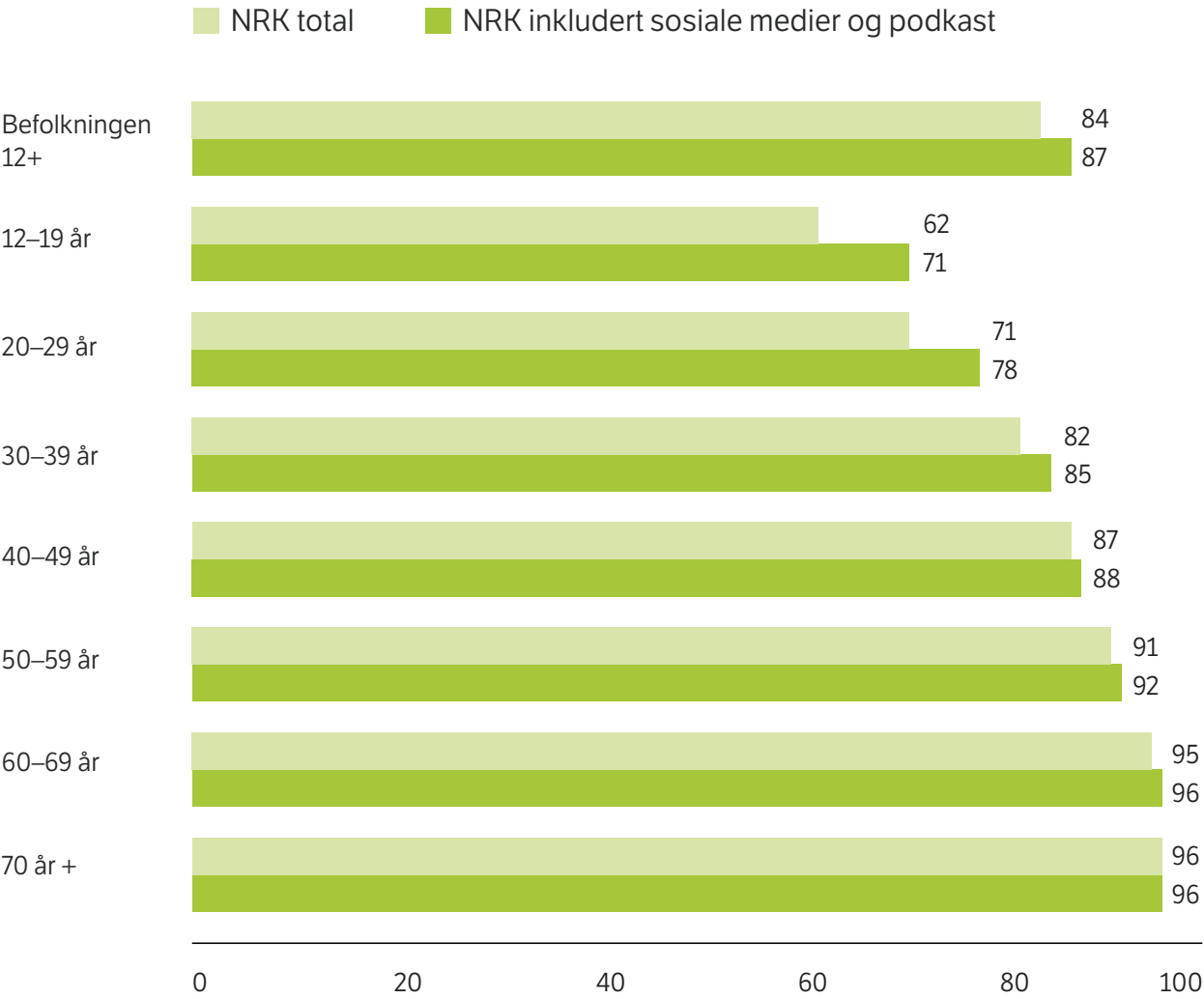
NRK BRUKER ALLE KANALER FOR Å NÅ DE UNGE

NRK tar i bruk stadig flere medier eller plattformer for å nå befolkningen. I siste kvartal 2017 spurte vi for første gang hvor mange som hadde vært i kontakt med innhold fra NRK i sosiale medier og podkast. Det er størst bruk av NRK sine podkaster og innhold fra NRK i sosiale medier blant de unge. Når vi legger til sosiale medier og podkast i målingen av bruken av NRK totalt, ser vi at sosiale medier og podkast løfter bruken av NRK i de yngre aldersgruppene.



Daglig dekning i prosent. Oktober – desember 2017.
Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

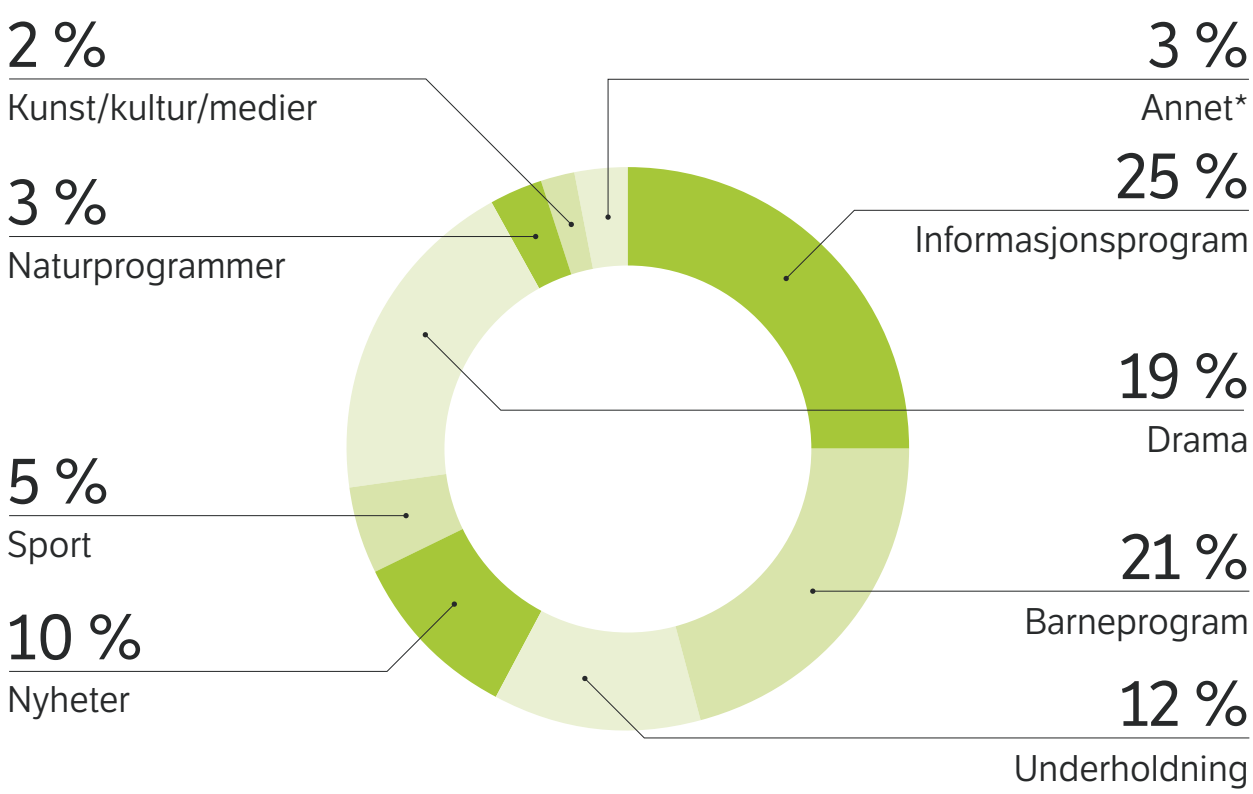
NRK BRUKER ALLE KANALER FOR Å NÅ DE UNGE



Daglig dekning i prosent. Oktober – desember 2017. NRK total = Bruk av NRK1, NRK2, NRK3, NRK radio, NRK på nett og mobil, NRK TV og Tekst-TV.
Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

NRK HAR NOE FOR ALLE

På tre TV-kanaler tilbyr NRK et bredt spekter av programmer i ulike sjangere.

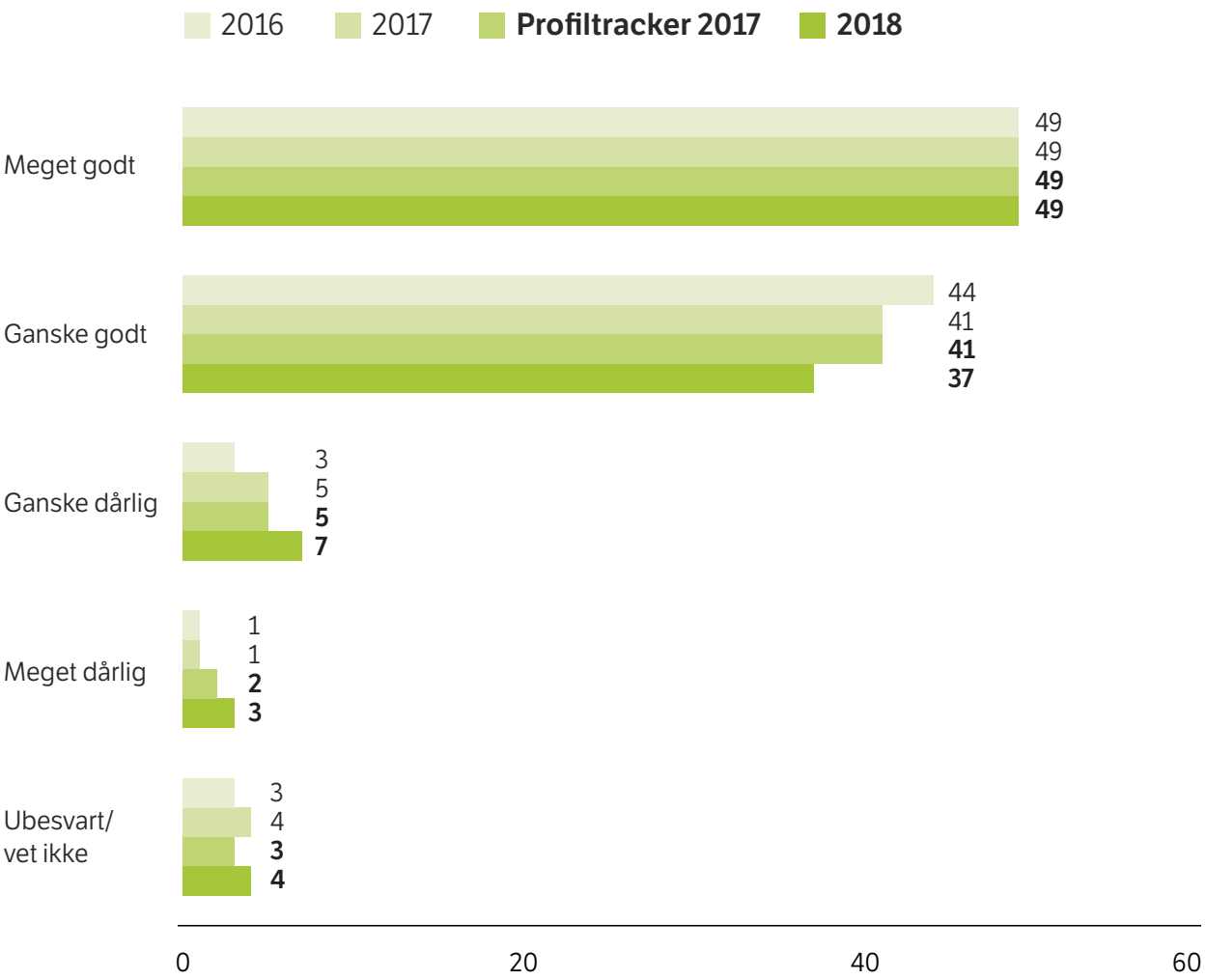


* Musikk 1,0 %, Vitenskap 1,0 %, Regligion/livsfilosofi 0,3 %, Undervisning 0,2 %, Pauseprogram 0,2 %

23 354 sendetimer på NRKs TV-kanaler fordelt på sjanger.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

OM LAG 9 AV 10 MENER NRK TILBYR TROVERDIGE NYHETER, INFORMASJON OG DOKUMENTARER

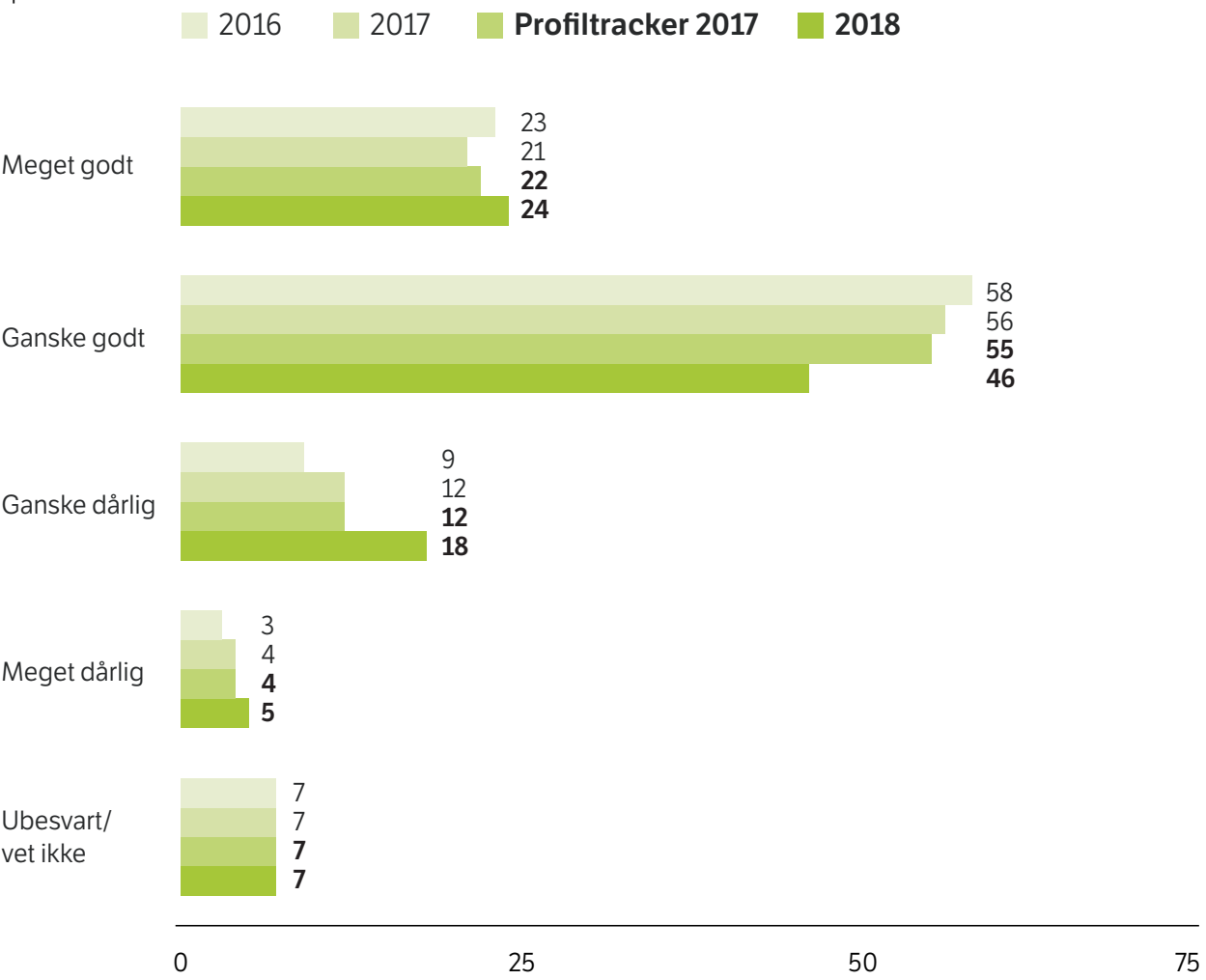
I NRKs profilundersøkelse 2018 er det en like stor andel i år som i fjor som svarer «meget godt» på spørsmålet om NRK tilbyr troverdige nyheter, informasjon og dokumentarer. Andelen som svarer «ganske godt», har gått ned fra 41 prosent til 37 prosent, mens andelen som svarer «meget/ganske dårlig», har økt tilsvarende med fire prosentpoeng. NRKs profiltracker, som rapporterer hele 2017, har svært like tall som NRKs profilundersøkelse 2017.



Andel av befolkningen 15 år eller eldre, oppgitt i prosent. Spørsmålsformuleringen i 2018 er: «Hvor godt mener du NRK oppfyller sin målsetning om å tilby troverdige nyheter, informasjon og dokumentarer?». NB: Spørsmålet er i år endret fra: «Hvor godt mener du NRK oppfyller sin målsetning om å sende troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer?» for også å innbefatte annet innhold enn rene programmer, som nettartikler eller klipp.
Kilde: NRKs profilundersøkelse 2018 og NRKs profiltracker 2017

7 AV 10 MENER NRK OPPFYLLER SIN MÅLSETNING OM Å VÆRE UPARTISK OG UPÅVIRKET

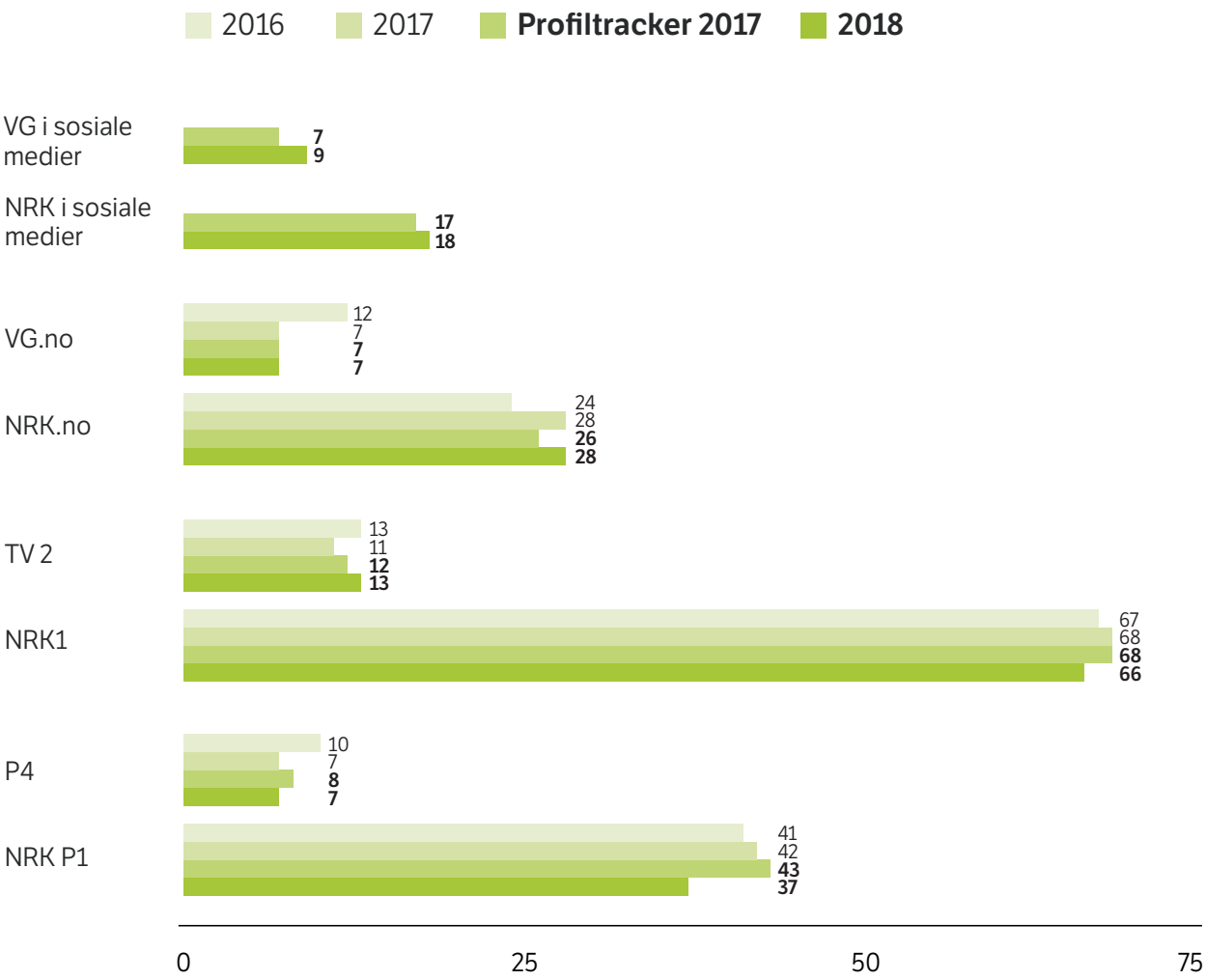
Andelen som svarer «meget godt» i NRKs profilundersøkelse 2018, har økt fra 2017 med 3 prosentpoeng, mens andelen som svarer «ganske godt», har gått ned med hele 10 prosentpoeng. Andelen som svarer «ganske dårlig», har også økt med 6 prosentpoeng. Dette mønsteret ser vi til en viss grad i alle målgrupper, men det er blant kvinner og de over 60 år at det er størst nedgang i tilfredshet. Ser vi på NRKs profiltracker 2017, som rapporterer for hele året, er tallene likere fjorårets store profilundersøkelse, med en samlet andel på 77 prosent som mener NRK oppfyller sin målsetning om å være upartisk og upåvirket.



Andel av befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålsformuleringen er: «Hvor godt mener du NRK oppfyller sin målsetning om å være upartisk og upåvirket?». Kilde: NRKs profilundersøkelse 2018 og NRKs profiltracker 2017

NRK HAR HØY TILLIT I BEFOLKNINGEN

Grafen viser NRK og den kommersielle aktøren som har høyest tillit i befolkningen. Spørsmålet om «hvilket mediehus har du størst tillit til i sosiale medier» er nytt i 2018.



Andel i befolkningen 15 år eller eldre, oppgitt i prosent. Spørsmålsformuleringen er: «Hvilken TV-kanal.../radiokanal...nettside/nettavis....mediehus har du størst tillit til». NB: Merk at det var en endring i spørsmålsstilling for nett i 2017, hvor intervjuerens hjelpetekst «Her skal det svares for nettaviser» ble fjernet. Kilde: NRKs profilundersøkelse 2018 og NRKs profiltracker 2017

TEKSTING

NRK tekster de fleste forhåndsproduserte programmer, både programmer med norsk språk og fremmedspråklige.

	Fremmedspråk	Norsk	Sum	Gj.snitt timer per dag
2009	5 816	5 030	10 845	30
2010	5 926	6 023	11 948	33
2011	5 726	7 079	12 806	35
2012	7 369	8 267	15 655	43
2013	8 683	9 175	17 858	49
2014	9 272	10 110	19 383	53
2015	8 691	11 171	19 861	54
2016	8 013	11 401	19 413	53
2017	8 172	11 445	19 617	54

Antall timer teksten på NRKs TV-kanaler.
Kilde: NRK Statistikk

NRK SYNSTOLKER MER

NRK synstolker enkelte programmer for å tilgjengeliggjøre dem for synshemmede. NRK synstolket 50 prosent mer i 2017 enn i 2016. I 2016 synstolket NRK 61 timer mot 92 timer i 2017.

NRK-produsert synstolking

	Antall episoder	Antall minutter per episode	Minutter totalt	Timer totalt
«Valkyrien»	8	45	360	
«Monster»	7	55	385	
«Unge lovende» sesong 2	6	30	180	
«Zombielars»	13	15	195	
«Emblas Saga»	24	15	360	
«Skam» sesong 1	11	varierer	220	
«Skam» sesong 2	12	varierer	369	
«Skam» sesong 3	10	varierer	235	
«Skam» sesong 4	10	varierer	327	
«Kampen om tungtvannet»	6	45	270	
«Tre nøtter til Askepott»	1	83	83	
Totalt			2 984	50

Norskprodusert synstolking

	Antall episoder	Antall minutter per episode	Minutter totalt	Timer totalt
«Jeg er din»	1	100	100	
«Maskeblomstfamilien»	1	94	94	
«Granatmannen»	1	55	55	
Totalt			249	4

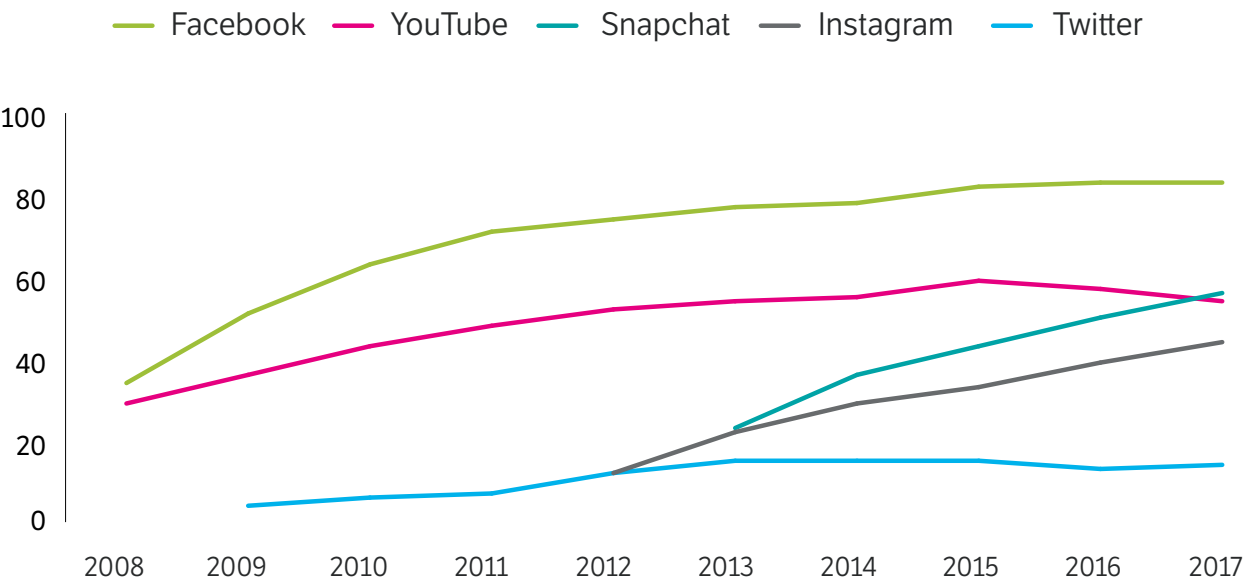
Nordisk produsert synstolking

	Antall episoder	Antall minutter per episode	Minutter totalt	Timer totalt
«Arvingerne» sesong 3 (DR)	9	60	540	
«Bonusfamilien» (SVT)	10	45	450	
«Midnattsol» (SVT)	8	55	440	
«Vår tid är nu» (SVT)	10	60	600	
«Mitt i naturen» (SVT)	4	60	240	
Totalt			2 270	38
Total synstolking			5 503	92

Kilde: NRK Statistikk

UKENTLIG DEKNING SOSIALE MEDIER

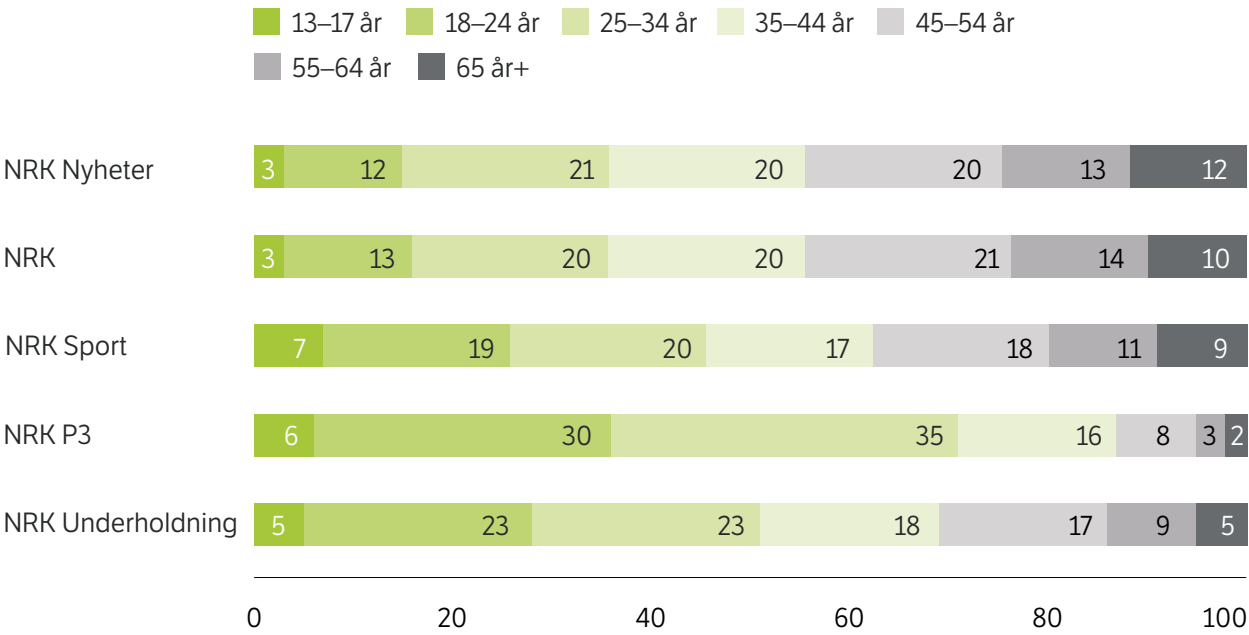
83 prosent av internettbefolkningen over 15 år bruker Facebook ukentlig. Det gjør Facebook til det mest brukte sosiale mediet, etterfulgt av Snapchat og YouTube med henholdsvis 56 og 54 prosent ukentlig dekning. Snapchat går i 2017 forbi YouTube som det nest mest brukte sosiale mediet i uka.



Internettbefolkningen 15+. Oppgitt i prosent
Kilde: Interbuss, 2017 inneholder Q1–Q3

NRK NÅR UNGT PÅ FACEBOOK

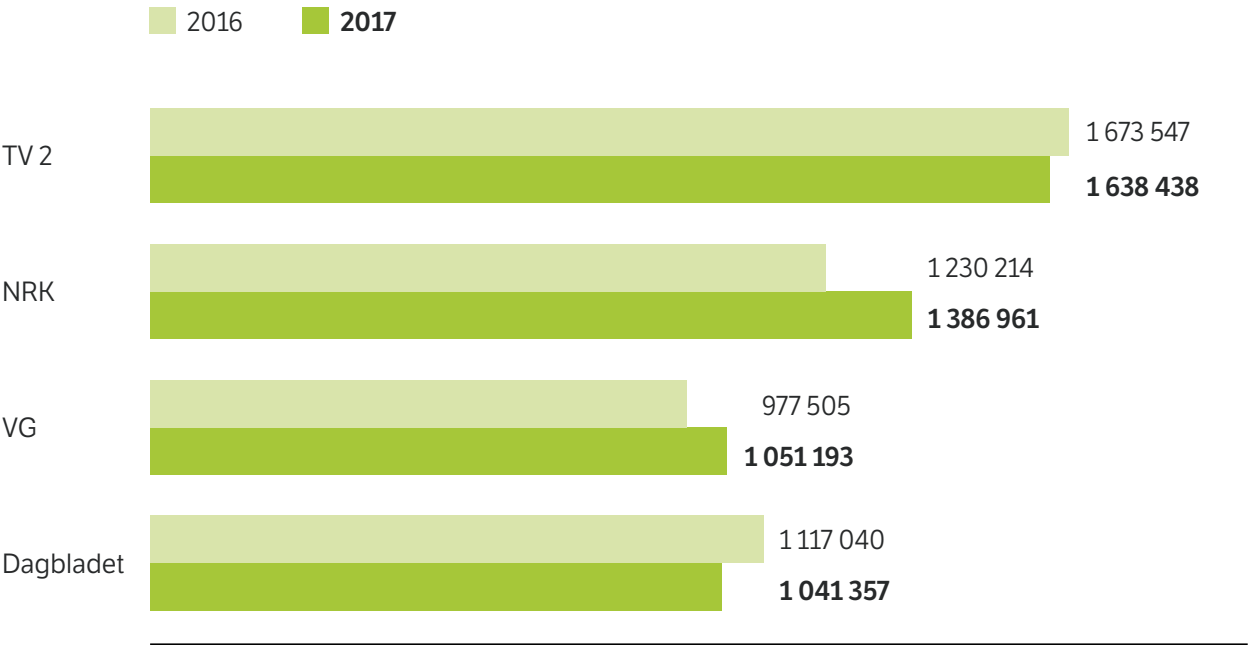
NRK treffer ungt på sosiale medier. Av NRK P3s følgere er 70 prosent av følgerne er under 35 år. Også blant følgere til NRKs hovedkonto og NRK Nyheter er over en tredjedel av følgerne under 35 år.



Aldersfordeling av følgere på NRKs fem største Facebook-kontoer. Oppgitt i prosent.
Kilde: Mingler

DELING AV ARTIKLER FRA ULIKE MEDIEHUS I SOSIALE MEDIER

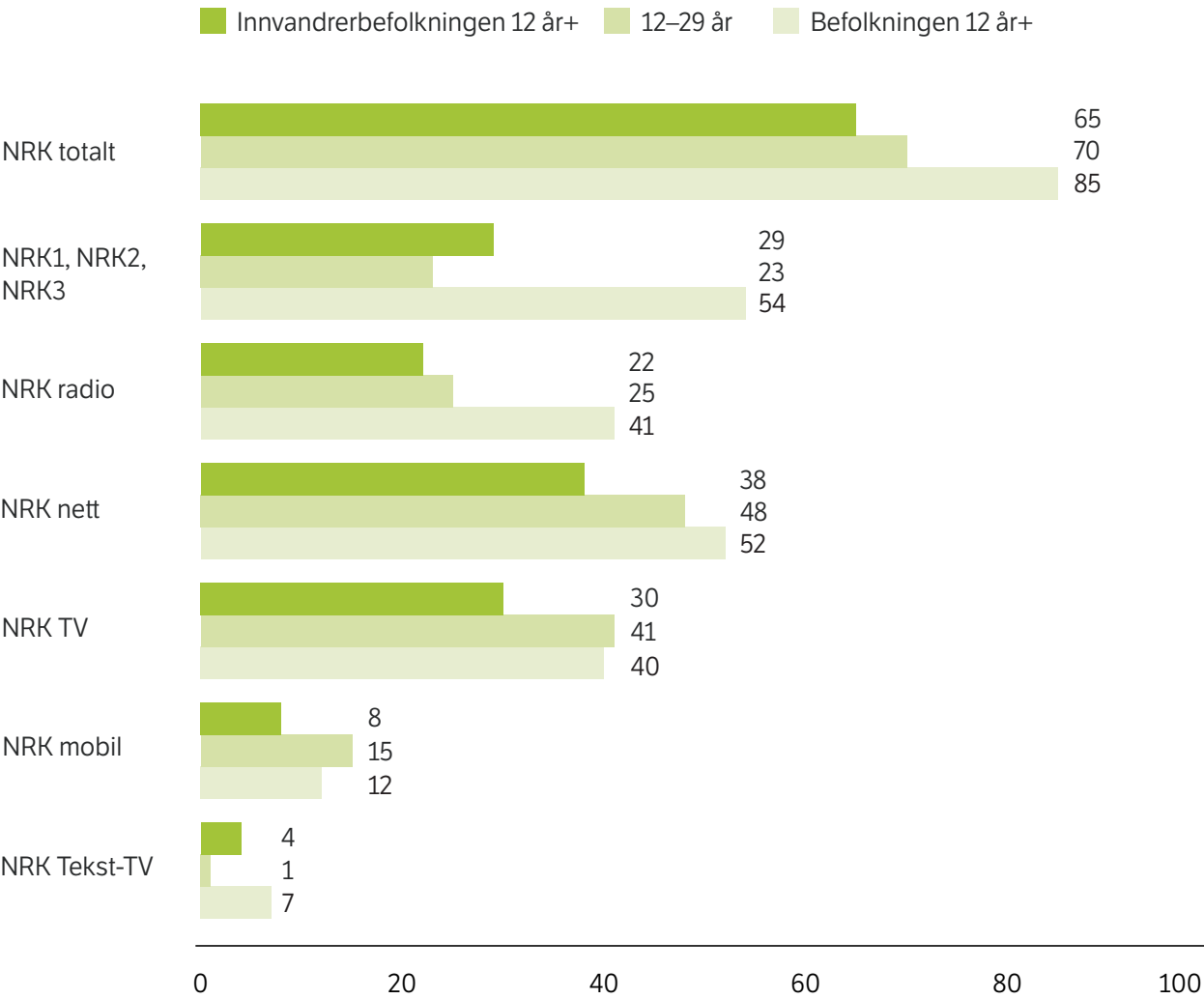
NRK øker i antall delinger i sosiale medier i 2017. Flest delinger skjer på Facebook, og TV 2 er mediehuset med flest delinger gjennom året.



Gjennomsnittlig antall delinger per måned i 2017 og 2016. Grafen viser antall ganger mediehusenes artikler deles i sosiale medier (Facebook, Twitter, G+, LinkedIn og Pintrest). På Facebook vil en deling si enten en reaksjon, kommentar eller deling av en post med lenke til artikkel.
Kilde: Storyboard

65 PROSENT AV INNVANDRERBEFOLKNINGEN BRUKER NRKS TILBUD DAGLIG

Innvandrerbefolkningen i Norge kjennetegnes av en yngre alderssammensetning enn befolkningen totalt. Medievanene blant innvandrere samsvarer derfor ofte med mediebruken til befolkningen 12–29 år generelt. I likhet med befolkningen 12–29 bruker innvandrerbefolkningen i mindre grad NRK via radio eller TV-kanalene og i større grad NRKs tilbud på nett og mobil.



Daglig dekning i prosent. Innvandrerbefolkningen er første- eller annengenerasjons innvandrere.
Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

UNGT SAMFUNNSENENGASJEMENT

Stemmer som utfordrer

NRK P3 ser etter tydelige, personlige stemmer fra et mangfoldig ungdomsmiljø. Stemmer som kan forene, stemmer som kan utfordre, stemmer som kan bringe unge i Norge sammen, på tross av forskjeller.

«Faten tar valget» satte sinnene i kok hos mange fordi programleder Faten Mahdi Al-Hussaini bar hijab. **Foto:** NRK



UNG, NORSK VIRKELIGHET

NRKs innhold skal skape ringer i vann, være noe mer enn en radiodokumentar, en nettartikkel eller en TV-serie. Målet er at historiene og samtalene skal fortsette lenge etter at siste episode er sendt eller siste avsnitt lest. Da må vi være modige og utfordre både konvensjoner og tabuer. I mange av seriene til NRK P3 er profilene subjektive deltakere i sine egne prosjekter. Og de er modige og i utvikling. Det vil si at de er programledere på P3-måten og er eksempler på folk som gir alt, som bokstavelig talt går inn med hud og hår for å fortelle viktige historier som når fram til mange.

Faten Mahdi Al-Hussaini var allerede en ung stemme som hadde markert seg i offentligheten i kampen mot ekstremisme da hun kom på skjermen med «Faten tar valget». For NRK P3 handlet det om å speile ung, norsk virkelighet i forkant av et valg, der det var spesielt viktig for NRK å treffe første- og andregangsvelgerne. Gjennom fire program skulle 22 år gamle Faten forsøke å finne det politiske partiet som best representerer hennes meninger. Men flere uker før serien ble publisert, handlet det mest om Fatens hijab. Både NRK og Faten mottok svært mange og sterke reaksjoner fra folk som syns det var provoserende med en hijab-kledd programleder.

Publiseringen av «Faten tar valget» foregikk gjennom korte videoer på NRK P3s Facebook-konto og som en serie på NRK TV og NRK1. Og tilbakemeldingene fra dem som faktisk så på, var stort sett svært positive. Nesten 500 000 har sett de to første programmene i serien. Og Fatens møte med Siv Jensen er sett over en halv million ganger. På selve valgkvelden ble saken der Faten stemte, en av de aller mest leste på nrk.no.

De aller fleste NRK-profiler er etnisk norske. I en ung målgruppe som er mangfoldig – særlig i de store byene - gjør dette at mange ikke kjenner seg igjen. Derfor er NRK opptatt av å rekruttere talenter med flerkulturell bakgrunn. Det handler om identifikasjon og om en speiling av det moderne samfunnet. Kanskje bidro «Faten tar valget» til at flere unge med minoritetsbakgrunn fikk lyst til å stemme?

KAMPEN MOT KROPPSFORAKT

NRK P3-profilen Line Elvsåshagens personlige prosjekt, «Line fikser kroppen», er til dags dato NRK TVs mest strømmede dokumentarserie med et snitt på 266 000 seere. Hvis vi ser på TSR-snittet (Total Screen Rating), hadde

serien i snitt 576 000 seere. Serien gikk løs på kroppsforakt blant unge gjennom Lines egen skam over noen kilo hun mente var overflødig, et par pupper hun følte hun ikke hadde eierskap til, og et hode som tenkte negative tanker om kroppen det sitter på. Lines frustrasjon og engasjement var ekte og hadde en tydelig resonans hos mange unge jenter.

Som et resultat av det usunne kropps fokuset har også sex blitt et problem for mange i den unge målgruppa. De synes ikke de er fine nok. Og hvordan skal da noen andre synes at man er fin? Både eksperter og målgruppa peker på kropps- og sexidealene skapt av porno-, reklame-, TV- og filmindustrien, som en hovedforklaring til problemet. Som et motsvar ønsket prosjektet å vise et vanlig, ungt norsk par som har sex. I fjerde episode av «Line fikser kroppen» møtte Line kjæresteparet Ingrid og Aksel. De to fortalte om sitt forhold til sex, hvordan han hadde vært påvirket av porno i en tidligere fase, og hvordan de sammen hadde utviklet et sunt seksuelt forhold. Episoden viste også Ingrid og Aksel som hadde sex på sitt eget soverom. Innslaget fikk mye oppmerksomhet, og episoden ble seriens mest sette. Mange unge takket Line for å vise sex på denne måten. Dette var å ta sexen tilbake fra det retusjerte og forvriddet bildet.

I likhet med de andre NRK P3-seriene levde også «Line fikser kroppen» på flere plattformer. Line Elvsåshagen er en TV-profil av sin tid, med Instagram som primærplattform. For Line er sosiale medier viktig både for å dele private hendelser og for historiefortellingen i prosjektene hennes. På denne måten er hun kontinuerlig i dialog med publikum, og Line Elvsåshagen kan kommunisere med følgerne sine både før, under og etter et prosjekt som «Line fikser kroppen». Resultatet denne gangen var høye tall både på sosiale medier, gjennom lesertall på nrk.no og gjennom serien på NRK TV.

@linefikserkroppen

ITS ABOUT 2 GO DOWN!!! i dag skal me and my girls fikse kroppen på NRK3, kl. 21.30! 🍑 du finner det allerede i nettspilleren på NRK TV 🍑🍑🍑 i det siste har jeg møtt så mange kule jenter som viser at kropp ikke er alt, at vi finnes i så utrolig mange utgaver og er fine på hvert vårt vis. jeg har aldri følt meg så #queentastic & klar for å fighte den kritiske stemmen 🍑 la oss feire kroppen!



01

UNG OG SKEIV – HELT OK?

I et land der likekjønnede kan gifte seg, er det fortsatt ikke så lett å være ung og skeiv. NRK P3-journalist Gisle Agledahl kjente et ubehag ved å leie sin guttekjæreste på gata i Oslo. Samtidig følte han seg ikke hjemme i de etablerte båsene «homo» eller «hetero». Med «Jævla homo» hadde NRK P3 ønske om å vise fram nyansene når det gjelder seksualitet og kjønnsidentitet. Prosjektet Gisle satte i gang, handlet om å finne ut hvor ubehaget hans kom fra, og om å finne sin plass i et samfunn som sender blandede signaler om seksuelt mangfold.

Som med flere av NRK P3s dokumentariske prosjekter var Gisle både en representant for seg selv og for målgruppa. Resultatet ble et prosjekt som fant sitt uttrykk både i sosiale medier og som en serie. Allerede i mars – seks måneder før den planlagte TV-serien – ble «Jævla homo» lansert gjennom en kampanje på Instagram og Facebook. På Gisles oppfordring stilte en rekke unge kjendiser opp i «Jævla homo»-genser, samtidig som Agledahl markerte seg som en ny, ung stemme med kronikken «Mer enn bare en jævla homo» på NRK Ytring. Responsen uteble ikke. I løpet av kort tid måtte NRK P3 trykke opp over 1000 gensere som gikk ut til unge folk som følte seg sett.

Da serien ble lansert i NRK TV i september, var «Jævla homo» allerede et velkjent prosjekt. Serien gikk rett til topps over de mest strømmede programmene etter mange rosende anmeldelser. I ukene etter premieren fulgte et offentlig ordskifte om homofiles/skeives kår – og hvilke begreper som er relevante og ikke.



02

@ChrisKarlsen

#jævlahomo må være det beste #nrk har laget på VELDIG lenge. Tusen takk for bidraget til å gjøre verden bedre.

@Elisabeth574

#Jævlahomo er et kjempeviktig program! Jeg heier på Gisle og håper han går med hodet høyt hevet etter denne serien!

@StianOde

Etter å ha sett #Jaevlahomo skjønner jeg hvor mye jobb vi fremdeles har igjen å gjøre, selv i 2017

01. Line Elvsåshagens personlige prosjekt engasjerte stort. **Foto:** NRK
02. Gisle Agledahl markerte seg som en ny, sterk stemme med serien «Jævla homo». **Foto:** NRK

MENNESKER PÅ FLUKT

Leo Ajkic har blitt en markant NRK-profil. Han har selv erfart hvordan det er å flykte. Leo var syv år gammel da bomber og granater begynte å smelle rundt ham i Bosnia. Med serien «Flukt» ønsket han å gi noen få av verdens 65 millioner flyktninger et ansikt, en historie. Han ønsket at vi ikke skal se dem som ofre, men som muligheter. 65 millioner muligheter. Leos fortelling og unike engasjement resulterte i Fritt Ords Pris samt Gullruten for beste dokumentarserie og beste mannlige programleder. Serien er laget av Pandora film for NRK.



03. Leo Ajkic og «Flukt» fikk Fritt Ords Pris i 2017. Foto: Pandora Film
04. Hajrah Arshad takket læreren sin Jan Dubowski i nettserien #dusåmeg. Foto: NRK

#DUSÅMEG

På ungdomsskolen var Hajrah Arshad lærernes verste mareritt. Men kontaktlærer Jan Dubowski så at hun hadde et sterkt engasjement og en tydelig stemme, og oppfordret henne til å bruke det på noe som betydde noe. Det var da alt snudde for eleven som ikke passet helt inn. Hajrah var en av flere som takket sine tidligere lærere i #dusåmeg på nrk.no. I nettserien kunne publikum sende inn sin egen takk til læreren som har betydd noe spesielt. Responsen var overveldende, med over tusen takkemeldinger på nrk.no og enda flere i sosiale medier.



Å RIVE NED TABUER

Skjult alkoholmisbruk rammer mange familier i Norge. Forskere mener det er nærmere 100 000 alkoholikere i landet, men mørketallene er store. Hva skjer når en kvinne drikker for mye? Rusmisbruk er langt mer tabubelagt for kvinner enn menn, og manglende åpenhet gjør at det er vanskeligere å søke og å ta imot hjelp. Motet de fem kvinnene i «Forført av spriten» viste ved å fortelle sine historier, viste vei framover for kvinner og pårørende som er på et vondt sted i livet.

«Stemmene i hodet» tok for seg nok et tabubelagt tema, nemlig schizofreni. Hvordan er det å være ung og leve med denne diagnosen? Denne dokumentarserien ble et nært møte med Maria, Ruth Andrea og Benjamin, tre unge mennesker som alle har erfart å leve med en alvorlig psykisk lidelse. Deres modige fortellinger om vrangforestillinger, psykoser og stemmer i hodet minner oss på hvor viktig det er å se mennesket bak en diagnose.

05. Bente Karlsen Røstad, Elisabeth Grønningsæter, Trude Bjercke Strøm, Anita Havnerås, Camilla Kristiane Moen. Fem modige kvinner som delte sin historie. Foto: Fenris Film

@tovetenn

Takk til @NRKno #forførtavspriten . Samme historie her. Edru i 5 år 🇳🇴 Rett etter Pr.grammet ringte tlf. Hun blir med meg på AA i morra 🇳🇴

«Forført av spriten» traff en nerve hos seerne, spesielt hos dem som kjente seg igjen i sykdommen.

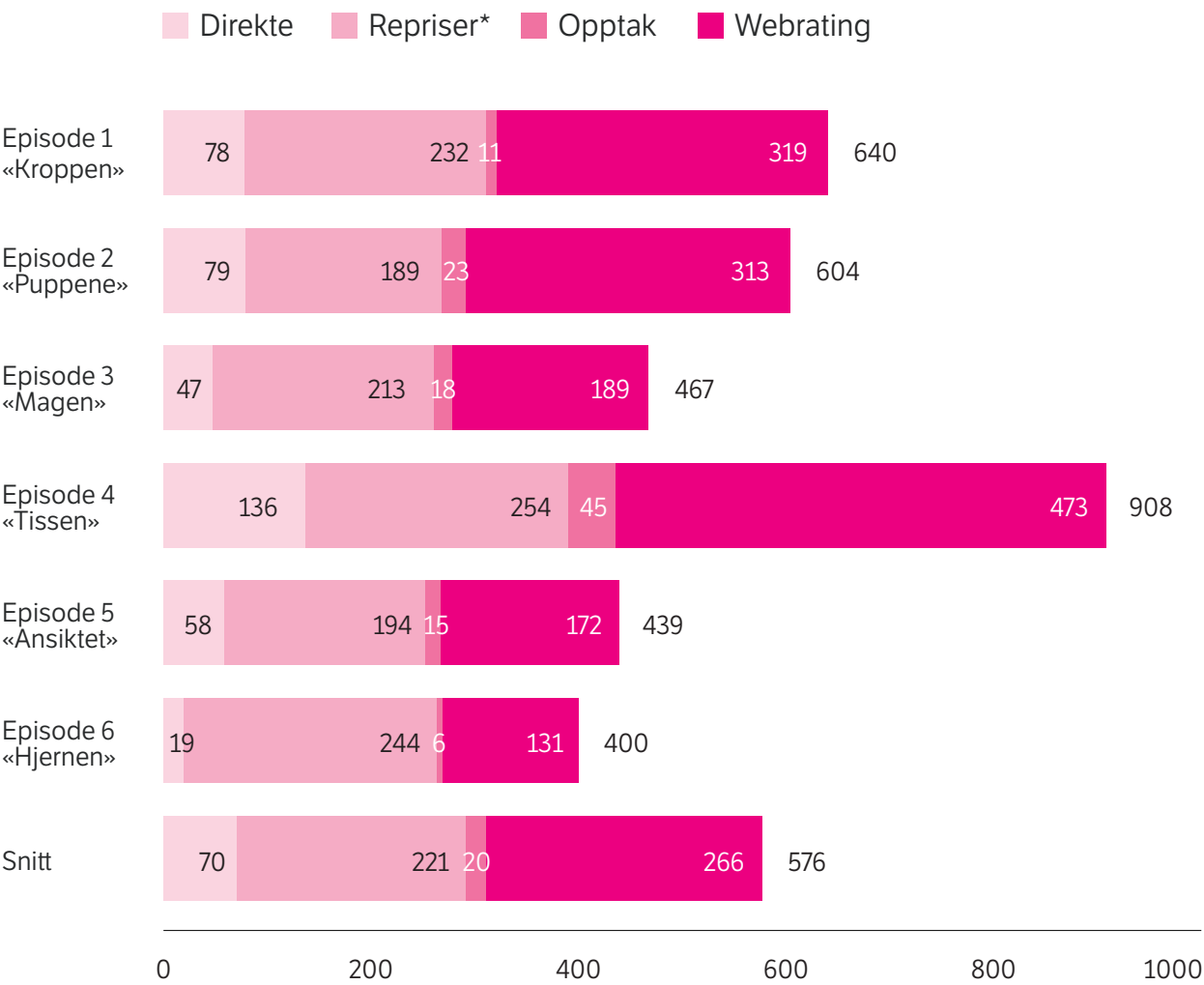
@marghau

Ruth-Andrea, Maria og Benjamin er tre ekstremt tøffe og modige mennesker - beundringsverdig #stemmeneihodet #nrk1.

TV-seerne roste de unge menneskene i «Stemmene i hodet» for motet deres.

«LINE FIKSER KROPPEN»

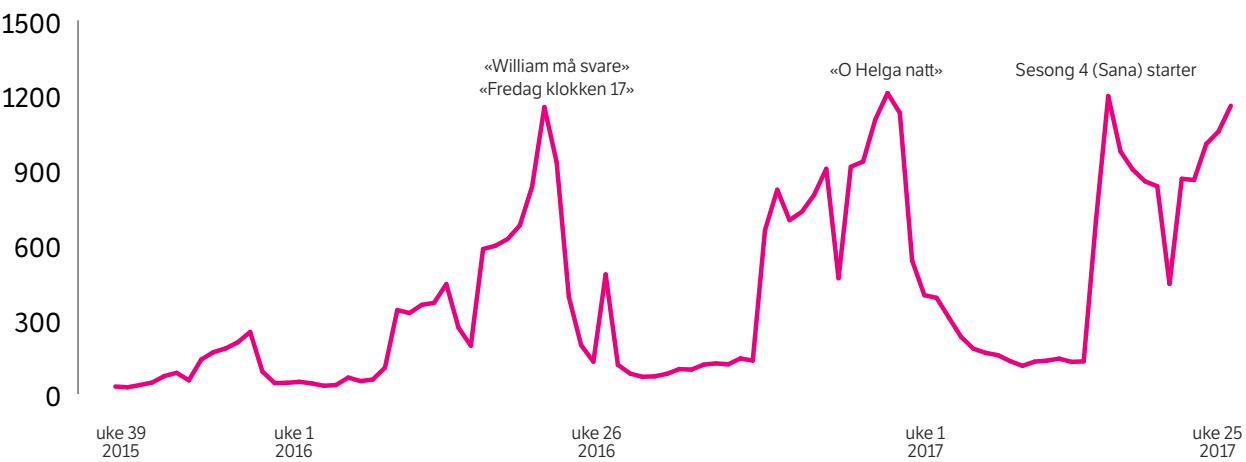
«Line fikser kroppen» ga rekordhøye seertall mot slutten av året og ble den mest strømmede dokumentarserien i NRK TV noensinne.



*Episodene har gått i reprise 3–4 ganger. Totale seertall oppgitt i tusen.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

1,2 MILLIONER VAR INNOM SKAM.P3.NO VED BEGYNNELSEN AV SESONG 4

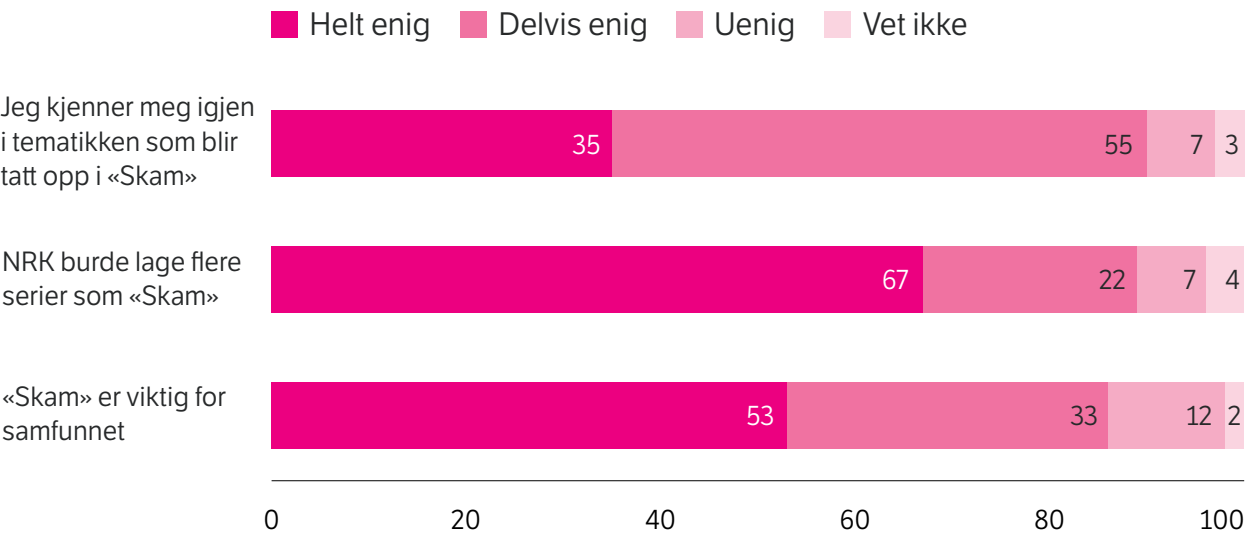
Bruken av «Skam» via skam.p3.no holdt et oppsiktsvekkende høyt nivå gjennom serien. De høyeste toppene fulgte seriens dramaturgi. Siste sesong av serien fikk også en god start, med nesten 1,2 millioner unike brukere den første uka.



Ukentlige unike brukere innom skam.p3.no.
Kilde: Kantar TNS Scores

UNGE MENER «SKAM» HAR VÆRT VIKTIG FOR SAMFUNNET

Kjennskapstesten gjort etter siste sesong av «Skam» kunne avsløre at unge kjenner seg igjen i serien og store deler av respondentene mente serien er viktig for samfunnet. I undersøkelsen kom det også frem at samtlige i målgruppa kjenner til serien.



Påstander om «Skam» stilt til 15–29 åringer. Tall oppgitt i prosent.
Kilde: Kjennskapstest «Skam» etter fjerde sesong. Gjennomført av Norstat i uke 25 2017 på bestilling fra NRK.

DRAMA

Drama i verdensklasse

Det er en stor utfordring for norske produksjonsmiljøer å henge med på utviklingen og kvalitetshevingen av medieproduksjoner internasjonalt. Emmy til «Mammon 2» viser at det er mulig for et lite miljø i et lite land å hevde seg i verdenstoppen.

«Vikingane» spilles inn både på norsk og engelsk. **Foto:** Viafilm





Emmy til «Mammon 2» er ikke bare en pris til NRK, det er en seier for hele det norske TV-dramamiljøet. Vi kan ikke regne med å vinne Emmy hvert år, men det er på det nivået vi må være. Det er ingen som kommer til å velge norsk bare fordi det er norsk. Selv om «Mammon» er den første norske serien som vinner Emmy i kategorien beste internasjonale drama, så er den ingen ensom svale. Norsk TV-drama har aldri hatt større popularitet og internasjonal oppmerksomhet. Serier som «Vikingane», «Frikjent», «Nobel», «Snøfall», «Skam» og «Side om side» viser hvilken innovasjonskraft, kvalitet og bredde det er i det norske dramamiljøet om dagen. Suksessen skyldes ikke flaks, men systematisk arbeid og uttalte ambisjoner.

TYDELIGE AMBISJONER

Ambisjonen om å være en publisist og produsent i verdensklasse gjelder i høyeste grad også innenfor drama. For drama og fiksjon er utvilsomt en viktig del av vårt oppdrag om å dekke sosiale, demokratiske og kulturelle behov. I 2017 brukte NRK nærmere 200 millioner kroner på norsk TV-drama. For 2018 er tallet drøyt 300 millioner. Lite sammenliknet med den internasjonale strømmetjenesten Netflix, som bruker over en milliard kroner på én sesong av «The Crown». Det er likevel et betydelig beløp som kommer hele den norske bransjen til gode – både skuespillere, forfattere, produsenter og regissører.

01. Emmy-vinner «Mammon 2» handlet om den karismatiske og ambisiøse statsministeren Michael Woll (Trond Espen Seim) som møter sterk motstand. Her med sine allierte, kunnskapsministeren (Bjarte Hjelmeland), statsministerens datter (Iben Akerlie) og rådgiverne Johs Hansen (Anders Danielsen Lie) og Inger Marie (Anna Bache-Wiig). **Foto:** Glenn Meling, NRK



Sitat: BBC kåret «Valkyrien» til en av de ti beste TV show i 2017 (plass nr. 9)
«In an age of political uncertainty and social unrest, this gripping Norwegian thriller’s arrival was pretty timely. It went well beyond the usual tropes of Nordic noir, with its high concept plot about a secret hospital hidden in a disused Oslo subway station.»

- Vi har satt noen tydelige mål for drama-produksjoner:
- Øke tilbudet til publikum
 - Bidra til et styrket norsk dramamiljø i samarbeid med bransjen
 - Alle dramaproduksjoner skal velges ut fra beste idé

Dramaavdelingen ble i 2016 omorganisert fra en produksjons-avdeling til en produsentavdeling, i tråd med prinsippet om beste idé og beste kompetanse. Ambisjonen er å være en god partner for det eksterne miljøet og eksterne produksjoner. Vi tror dette også er noe av forklaringen på at vi nå ser helt nye talenter vokse fram. «Vikingane» er Jon Iver Helgaker og Jonas Torgersens første dramaprojekt, og den unge serieskaperen Johan Fasting og Motlys står bak NRKs neste store serie «Heimebane», som sendes våren 2018. Nye talenter og nye ideer får utvikle seg.

02. Pål Sverre Hagen vant Gullruten 2017 som beste mannlige skuespiller i samtidsdramaet «Valkyrien». **Foto:** Johan Fredrik Bødtker, Tordenfilm



03. Sesong III av «Unge lovende» kommer i 2018 med Gine Cornelia Pedersen (øverst), idéhaver Siri Seljeseth og Alexandra Gjerpen. **Foto:** Birgit Solhaug, Monster Scripted

04. «Skam» er solgt til syv land - Frankrike, Belgia, Nederland, Spania, Italia, Tyskland og USA. Den franske versjonen har allerede hatt premiere, og Josefine Frida Pettersen (Noora) møtte franske fans utenfor en kino. **Foto:** Valentin Ehkirch, Den norske ambassaden i Paris.

I 2017 HAR NRK SENDT FØLGENDE DRAMASERIER

«Helium», drama for barn, produsert av Fabelaktig for NRK
«Jenter», to sesonger, nettdrama, NRK Super
«Min venn Marlon», småbarnsdrama 6-9 år, NRK Super
«Monster», krim, NRK Drama
«Presten», humordrama, NRK Underholdning
«Side om side», sesong 5, humordrama, NRK Underholdning
«Skam», sesong 4, nettdrama, NRK P3
«Unge lovende», sesong 2, drama for unge, produsert av Monster for NRK
«Valkyrien», samtidsdrama, produsert av Tordenfilm for NRK
«Vikingane», sesong 2, humordrama, produsert av Viafilm for NRK
«ZombieLars», drama for barn, produsert av Tordenfilm for NRK

05. Den unge serieskaperen Johan Fasting og Motlys står bak NRKs neste store serie med Ane Dahl Torp og John Carew i hovedrollene. «Heimebane» sendes våren 2018. **Foto:** NRK



NORDISK DRAMA, KULTUR OG SAMFUNNSFORHOLD

Det nordiske samarbeidet blir stadig viktigere for å møte den internasjonale konkurransen, og de nordiske allmennkringkasterne er nå enige om å styrke samarbeidet om TV-drama. Partene forplikter seg til å lage totalt tolv store dramaserier av høyeste kvalitet hvert år, og seriene skal kunne ligge tilgjengelig for hele det nordiske publikum på TV-spillerne i ett år fra premieredato.

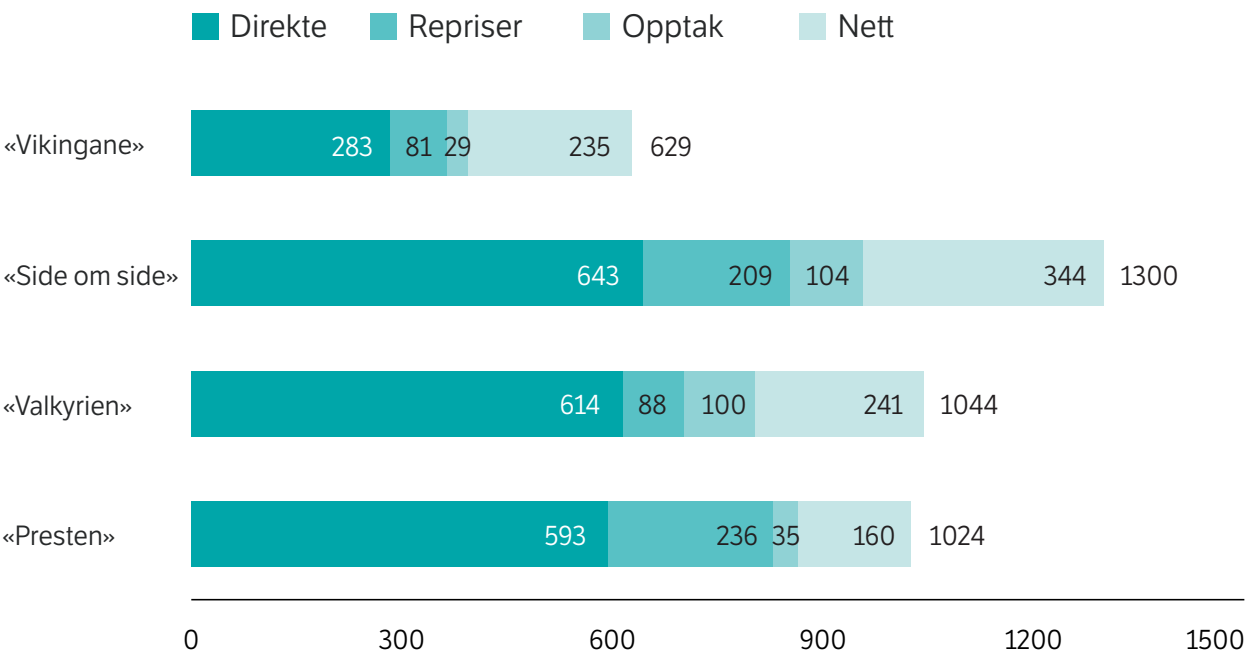
NRK er også medlem av Nordvision, som er et samarbeid mellom de nordiske allmennkringkasterne. Samarbeidet består både i samproduksjoner, utveksling av program, utvikling av formater og deling av kunnskap. For fjerde år på rad slår samarbeidet sin egen rekord med 5102 programepisoder i 2017.

NRK sendte 1246 timer nordisk innhold på NRK1, nærmere 758 timer på NRK2 og i underkant av 502 timer på NRK3/NRK Super. Tallene er inkludert repriser. Drama, dokumentar og samfunn, barneprogrammer, natur, underholdning og sport er de største kategoriene.

06. NRK viser flere store nordiske dramaserier i løpet av et år. I 2017 kunne seerne blant annet få med seg den svenske storsatsingen «Vår tid er nå», der vi følger eiere og ansatte på restaurant Djurgårdskällaren, fra fredsvåren 1945 og gjennom kjærlighet, konflikter og store endringer de påfølgende årene. **Foto:** Carl Henrik, SVT

NORSKE DRAMA- OG HUMORSERIER TREKKER SEERE PÅ TV OG NETT

Totale seertall i tusen for «Presten», «Side om side», «Valkyrien» og «Vikingane» sesong 2.



Snitt per episode.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

NRK SUPER

Det sterkeste fellesskap for alle barn i Norge

1. desember 2007 startet NRK et eget medieunivers for barn; NRK Super. I løpet av de ti årene som har gått, har verden og barna vært gjennom en liten medierevolusjon.

«ZombieLars» handler om at vi må lære å akseptere annerledeshet, både i oss selv og andre. Leonard Valestrand Eike spiller Lars. **Foto:** Agnete Brun



BYTTE AV HELTINNE

NRK Super ble startet som et svar på at barna i Norge benket seg foran amerikansk TV-innhold. Disney hadde kommet til landet med en egen barnekanal, og det unge publikummet var begeistret. Endelig var det noe på TV for dem når de selv ville se. Den største TV-stjernen av dem alle var den fiktive popstjernejenta Hannah Montana. Tenk å kunne ha et liv som henne!

«Barn trenger ikke mer TV, barn trenger å klatre i trær», var det mange som mente. NRK argumenterte med at barna nå i større grad bestemmer selv hva de vil gjøre. Og når de yngste ønsker å se TV, skylder vi å gi dem norsk innhold som reflekterer deres liv, språk og kultur.

I løpet av få år tok NRK Super igjen Disney i oppslutning. Den første norske nettdramaserien ble skapt, med hovedkarakteren Sara. Hun bodde med skilte foreldre i Larvik, lignet til forveksling på en hvilken som helst annen 11-åring i Norge og tok raskt plassen fra Hannah Montana som den karakteren jentene beundret, irriterte seg over, sammenlignet seg med og lærte av.

STRØMMETJENESTEN – DEN NYE UTFORDREREN

Disney Channel og andre amerikanske TV-kanaler finnes fremdeles i Norge, men den viktigste konkurransen om barnas tid og oppmerksomhet kommer fra et helt annet hold. Barn og unge strømmer video mer enn noen andre målgrupper, og de store aktørene innenfor dette feltet i Norge i dag er NRK Super og Netflix – i den rekkefølgen.

NRK Supers visjon er å være «Det sterkeste fellesskapet for alle barn i Norge». I en verden hvor barna har egne skjermer de bestemmer over, ser vi det som en viktig oppgave å skape opplevelser som inspirerer til refleksjon og handling i samspill med andre. Et eksempel på dette i 2017 er den nordiske spill-konkurransen «Ragnarok». Alle barn og ungdommer fra Danmark, Finland og Norge var invitert til å delta, og eventet ble publisert på allmennkringkasternes egne kanaler og på YouTube i alle land.

Også for barn er drama en viktig og populær sjanger. Drama gir rike muligheter for identifikasjon og for å fortelle mange ulike historier. I 2017 var det spesielt to serier som utmerket seg i NRK Super: Den ene er «ZombieLars», en dramaserie i tre sesonger om barn og vennskap, men aller mest om frykt og utenforskap. Den andre er «Min venn Marlon», som skildrer hvor fint og krevende det kan være i et vennskap mellom tre gutter i åtteårsalderen.

01. «ZombieLars» handler om å være annerledes i et samfunn som dyrker det gjennomsnittlige. Fra venstre Helena F. Ødven (Tess), Leonard Balestrand Eike (Lars), Dat Gia Nguyen (Robert), Hannah Raanes-Holm (Anna). **Foto:** Anna Myking, Tordenfilm

02. Skjermdump, Twitter



01



02



03

I NRK Super sier vi gjerne at vi vil lage godt innhold – og gjøre godt med innholdet vårt. Også i 2017 var «BlimE!» en viktig satsing om å se og inkludere hverandre. Barn over hele landet deltok, og dagen ble avsluttet med en direktesendt vennskapsfest i NRKs bakgård.

03. Marlon og Hugo har vært bestevenner siden barnehagen, men vennskapet settes på prøve når Sander flytter til nabolaget og begynner i klassen. Fra venstre Leon Rørtveit Sølland (Sander), Martin Evensen (Marlon) og Petter Mortensen (Hugo). **Foto:** Lena Saugen, NRK

ÅRETS TEMADAGER I NRK SUPER: SEKSUELLE OVERGREP

NRK Super har tidligere hatt temadager om skilsmisse og rus, og i år var temaet seksuelle overgrep.

Seksuelle overgrep mot barn skjer oftere enn vi tror. Gjennomsnittstiden fra et overgrep skjer til den utsatte forteller om det, er hele 17,5 år. Å snakke med barn om seksuelle overgrep er viktig for å avdekke og forebygge seksuelle overgrep, og for å gjøre barna mer bevisst på egne og andres grenser. Målet med temadagene var å gi barn kunnskap om hva et overgrep er, at det aldri er barnets skyld, at det er ulovlig og at alle barn som er utsatt for dette, har rett til å få hjelp.

Barn har ikke de samme referanserammene som voksne, så for at de skulle forstå budskapet i temadagene, måtte innholdet være så tydelig og direkte som i animasjonsserien «Kroppen min eier jeg». Serien var et samarbeid mellom Bivrost Film, Redd Barna og NRK Super, og til serien ble det laget et samtaleverktøy rettet mot skolen.

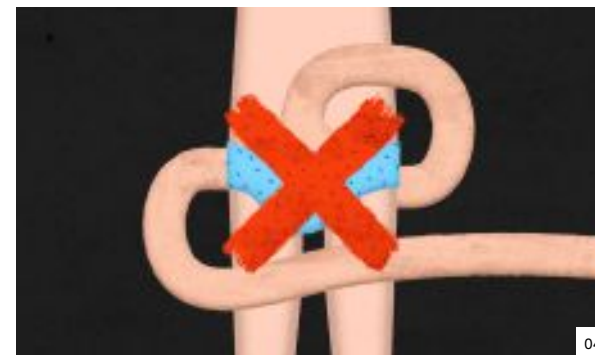
I tillegg produserte NRK Super dramaserien «Ikke din skyld» om ei ung jente som blir groomet* av sin eldre fetter, musikkvideoen «Jeg bestemmer selv», spesialsendinger av «Supernytt» og flere radioprogrammer og nettsaker. På nrksuper.no svarte et ekspertpanel fortløpende på barnas mange spørsmål.

*Grooming betegner den prosessen hvor en voksen oppretter kontakt med et barn i den hensikt å møte barnet og begå et seksuelt overgrep.

For å nå den voksne målgruppen ble det også publisert innhold om seksuelle overgrep i nyhetene, på radio, nett og i flere dokumentarer på NRK2 og NRK3. Tilbakemeldingene fra publikum har vært overveiende positive.

Dagsavisens leder 13. november 2017
«Når NRK tar initiativ som denne «kampanjen» rettet mot barn, beviser statskringkasteren sin enorme berettigelse. Ingen andre gjør det samme, og ingen andre har samme evne til å nå ut eller ta ansvar.»

04. «Kroppen min eier jeg» er en animasjonsserie for barn om grenser og seksuelle overgrep. **Foto:** Bivrost Film
05. Ekspertpanelet bestod av fra venstre Younas Mohammad-Roe fra Barnevernet, Silje Vold fra Redd Barna, Rolf-Arne Sætre fra Politiet og Else-Gro Jørgensen fra Støttesenter mot Incest. **Foto:** NRK



04



05

NÅ RIKTIG MÅLGRUPPE

NRK Super planlegger alltid innholdet først og deretter hvilke plattformer som er viktigst å publisere på for å nå riktig målgruppe. Et eksempel er dramaserien «Min venn Marlon» for aldersgruppen 4-7 år, som er laget både for radio og som videoinnhold som sendes lineært på NRK Super, og som kan strømmes i NRK Super på nett og mobil. Tittel-låten til serien er også produsert som en musikkvideo. «Min dust» finnes på NRKs plattformer og på YouTube. Låten spilles også i radiokanalen NRK P3.

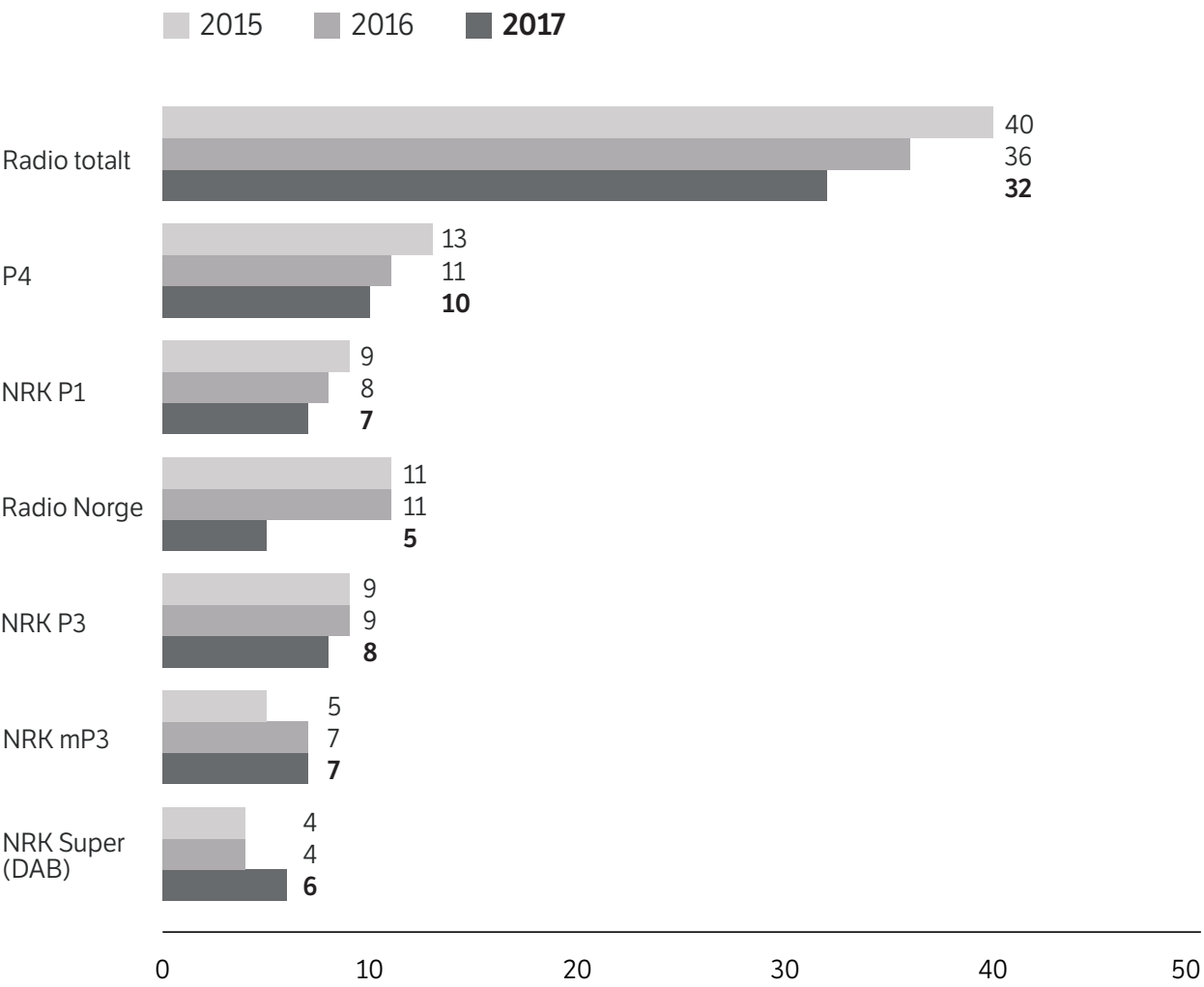


06

06. Musikkvideo fra serien «Min venn Marlon» som kom høsten 2017. **Foto:** NRK

32 PROSENT AV BARNA HØRER PÅ RADIO DAGLIG

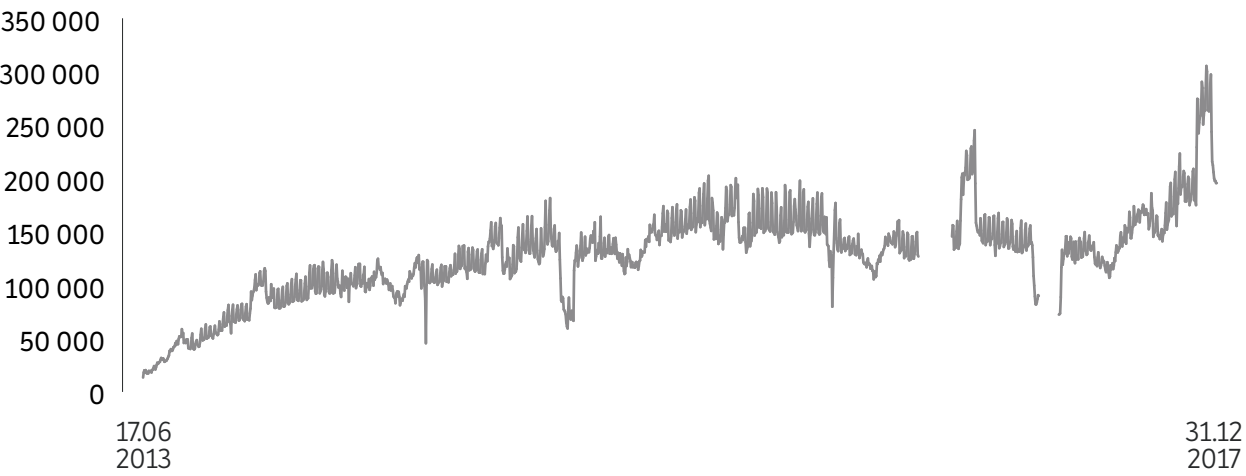
I 2017 hørte 32 prosent av barn mellom 3 og 11 år på radio daglig. P4 og NRK P3 er de to kanalene flest barn er innom daglig. NRK Super klarer seg godt til tross for en synkende bruk av radiomediet.



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

BRUKEN AV NRK SUPERS STRØMMETJENESTE ØKER

Bruken av NRK Supers strømmetjeneste har siden lanseringen i 2013 økt hvert år.



Daglige unike brukere i NRK Supers strømmetjeneste. Grafen mangler data for oktober og november i 2016 på grunn av en kodefeil i dataen, samt april 2017 på grunn av målefeil.
Kilde: Kantar TNS Scores

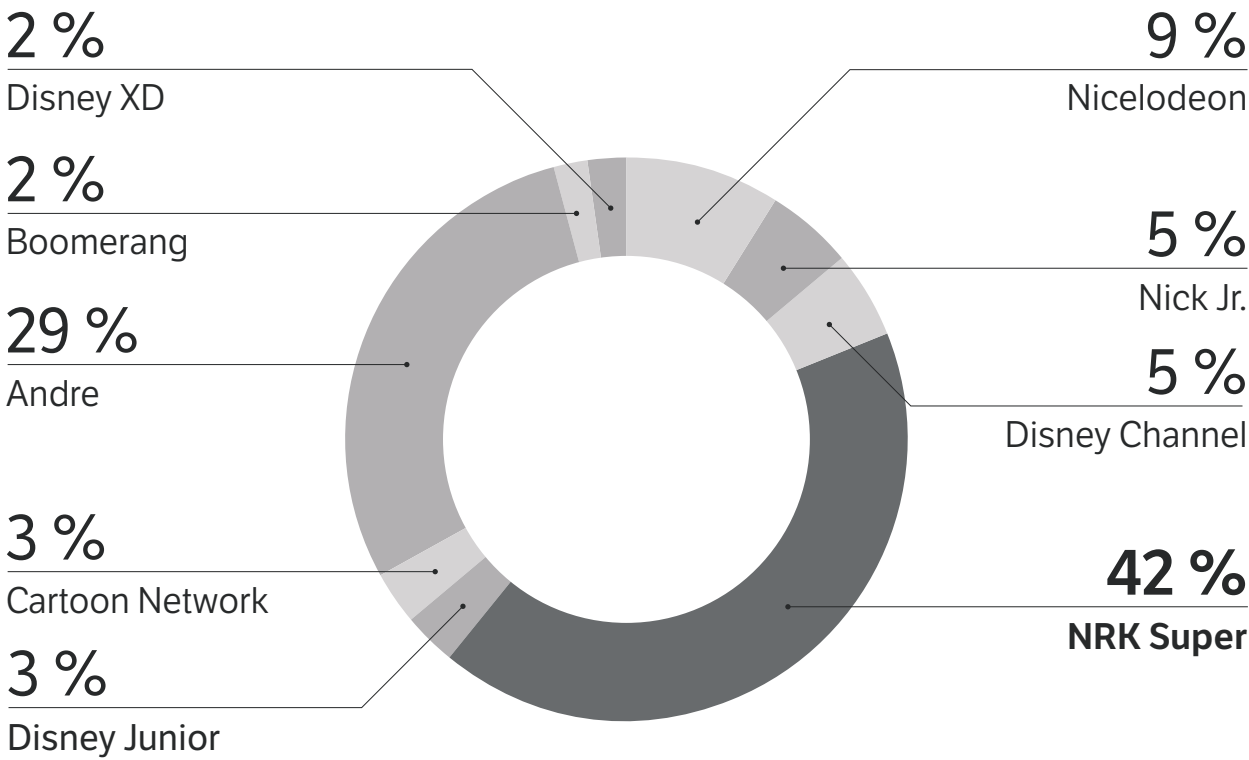
BARN SER MINDRE PÅ TRADISJONELL TV

Barn så i 2017 i gjennomsnitt 52 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.

	<u>Gj.snittlig daglig minutter sett</u>	<u>Daglig dekning i prosent</u>	<u>Daglig dekning</u>
2015	80	55	322 000
2016	71	50	291 000
2017	52	40	235 000

Tabellen viser hvor mange minutter barn ser på TV hver dag, hvor stor prosentandel av barna som er innom TV-en hver dag, og antallet barn som daglig er innom TV skjermen. Barn 2–11 år.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

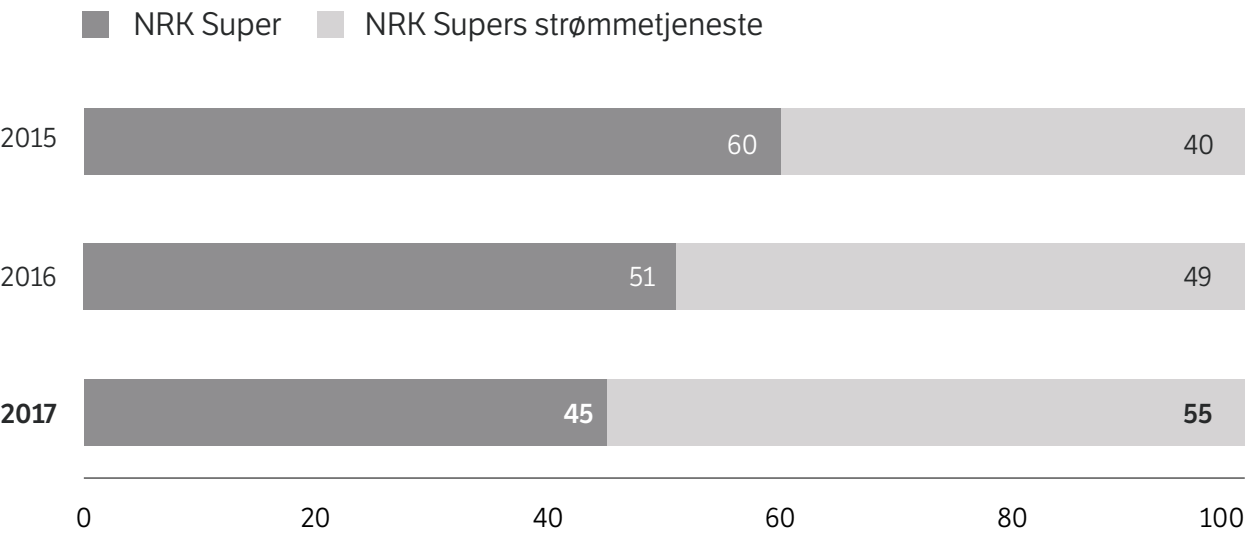
NRK SUPER ER DEN STØRSTE TV-KANALEN BLANT BARNA



Markedsandeler i gruppen 2–11 år i NRK Supers sendetid (kl. 06.30–19.30).
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

BARNA SER MER FRA NRK SUPER PÅ NETT ENN PÅ TRADISJONELL TV

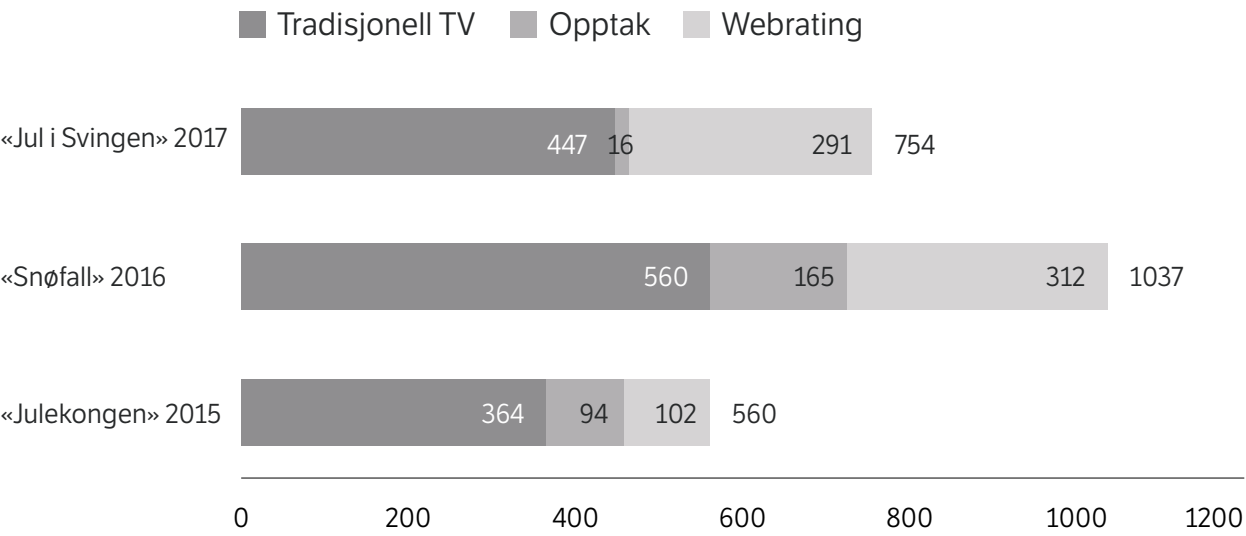
2017 er det første året barna bruker mer tid på NRK Supers strømmetjeneste enn på NRK Super på tradisjonell TV.



Andel av NRK Supers TV-innhold som konsumeres på nett og på tradisjonell TV. Barn 2–11 år. Oppgitt i prosent. Snitt per år, i 2016 uten oktober og november og i 2017 uten april og juli på grunn av målefeil.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

40 PROSENT SÅ «JUL I SVINGEN» PÅ NETT

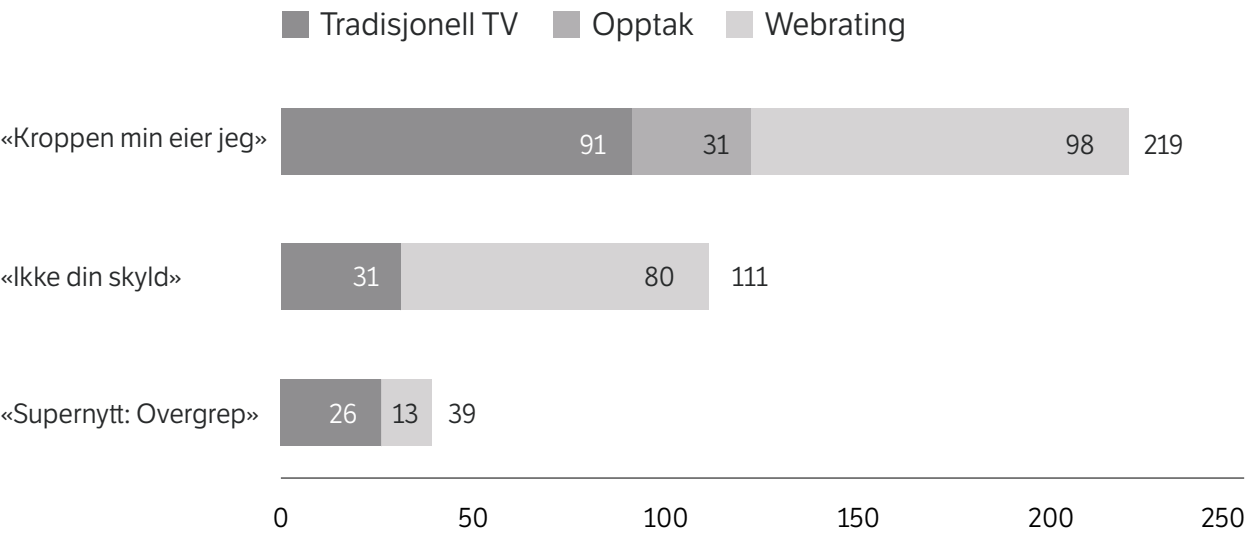
I snitt ble hver episode av årets julekalender «Jul i Svingen» sett av over 750 000 barn og voksne. Julekalenderen blir i økende grad sett på nett, og i 2017 fulgte i snitt 40 prosent julekalenderen på NRK TV og NRK Supers strømmetjeneste.



Snitt per episode. Befolkningen 2+. Rating i tusen.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

NRK SUPERS TEMAUC

I snitt ble hver episode av animasjonsserien «Kroppen min eier jeg» sett av i underkant 220 000 barn og voksne på tradisjonell TV og på nett.



Snitt per episode. Befolkningen 2+. Rating i tusen.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

DISTRIKT

Distrikt med nasjonal ambisjon

NRK skal samle og engasjere alle som bor i Norge - skape møteplasser, ny forståelse og opplevelser som setter spor. Distriktskontorene har en viktig rolle for å nå denne målsettingen.

«Sommertoget» var innom 118 kommuner i 17 fylker.
Foto: Maria Kampsæter Kleiven, NRK



NRK har en unik tilstedeværelse i landet, og med det som utgangspunkt ønsker vi å løfte de lokale historiene og de viktige sakene til et større publikum. NRK har og skal ha en annen rolle enn lokalavisene. Å speile hele landet i vår nasjonale dekning er en viktig demokratisk oppgave for NRK. NRKs journalister skal være lokale vaktbikkjer og produsere god egenjournalistikk fra hele landet, til hele landet. Målet er at 25 prosent av innholdet i NRKs viktigste nasjonale nyhetstilbud skal være produsert på distriktskontorene.

I 2017 er distriktsoppdraget for nyheter oppdatert og presisert innenfor NRKs hovedstrategi «Først – med hele bildet». Innhold fra distriktene skal produseres med tanke på et nasjonalt publikum.

SAMARBEID PÅ TVERS

Distriktsdivisjonen styrker satsingen på fordypende og undersøkende journalistikk. Et eksempel på denne satsingen er fra NRK Buskerud. Med bakgrunn i flere tips ønsket journalistene Laila Nguyen og Per Håkon Solberg å se nærmere på hvorfor stadig flere ungdommer velger å dele seksualisert materiale i sosiale medier. Prosjektet startet ved distriktskontoret i Drammen, men utviklet seg til å bli et regionalt prosjekt, hvor også journalister fra Østlandssendingen og NRK Østfold bidro med egne saker. For å forstå fenomenet best mulig brukte journalistene mye tid på å oppsøke ungdomsmiljøer og snakke direkte med ungdommene selv. Grundig research førte til at de fikk tilgang til en rekke bilder og videoer på ulike kontoer på sosiale medier. Flere ungdommer valgte å stå fram, anonymt, med sine historier. Sakene som ble publisert, ga et unikt innblikk i et ungdomsmiljø svært få kjenner fra innsiden. Totalt ble det publisert ni nettsaker, én sak på TV og to saker i radio. Både «Dagsrevyen» og «Nyhetsmorgen» på NRK P2 dekket saken, og det har blitt skrevet flere kronikker nasjonalt og lokalt.



01

HISTORIEFOTELLING PÅ NETT

Gode historier krever nye fortellermåter i en tid hvor stadig større del av NRKs publikum bruker nett og mobil. NRK Trøndelag laget fortellingen om treneren og lagkapteinen på NIL Diamonds fra Namsos. I nettversjonen var bildehistorien særlig viktig. Et annet eksempel på nyskapende digital journalistikk var NRK Rogalands sak om «Mona - jenta som tapte barndommen». Mona vokste opp i et hjem med vold og mishandling. Dyrevernnemda grep inn og tok hunden i huset, men barna ble værende igjen. Mona fikk ikke erstatning. Hun ble straffet fordi hun klarte seg for godt. NRK Østfold laget nettserien «Sult», om 16-åringene Ayah og Aliyas opplevelse av ramadan.



02

01. 10. klassingene Hannah, Emmanuel, Dorcas og Sunniva er godt kjent med at mange unge legger ut bilder av seg selv i intime situasjoner. Journalistene Laila Nguyen og Per Håkon Solberg ved NRK Buskerud fikk ungdommer i tale for å forstå bedre hvorfor ungdommer velger å legge ut sexbilder på sosiale medier. Sakene fikk nasjonal interesse. **Foto:** Laila Nguyen, NRK

02. «Trenerens tale» var en sak tilpasset nett fra NRK Trøndelag. Kåre Tørum (63) er treneren til NIL Diamonds - et fotballag for utviklingshemmede. Han skal snart avsløre en hemmelighet for kaptein Sverre Anton Sverkmo og de andre på laget. **Foto:** Håvard Karlsen, NRK

DISTRIKTSTILBUDET

NRKs distriktsdivisjon er organisert i fem regioner, 15 distriktskontorer og med fast tilstedeværelse på 46 steder i landet. Det er totalt 920 ansatte i distriktsdivisjonen. Rundt 500 av disse jobber med nyheter og distriktstilbudet, om lag 200 med riksproduksjon og de øvrige med fellestjenester, administrasjon og ledelse. NRKs 15 distriktskontorer tilbyr tre-timers morgen- og ettermiddagssending på radio. Til sammen sender NRK 53 timer distriktsradio alle hverdager. I 2017 produserte distriktskontorene også 11 ganger to distrikts-TV-sendinger alle hverdager. Det vil si en på 15 minutter kl. 18.45 og en 5-minutters sending rett før nyhetene kl. 21.00. Dette tilbudet ble endret i 2018. Distriktsdivisjonen legger ned mye arbeid i å gi publikum en oppdatering av nyheter som skjer rundt om i landet. Derfor har NRK reportere og fotografer på vakt, og ute på veien, store deler av døgnet. Drap begått av mindreårige gjerningsmenn på Sørlandet, søppelskandalen i Oslo, flommen som førte til store skader i Agder-fylkene, samt avsløringer i Østfold om at styret i stiftelsen Moss Feriekolonier hadde tatt ut mer i styrehonorar enn de hadde delt ut til vanskeligstilte barn, er noen viktige saker hvor folk har stor nytte av NRKs journalistiske tilstedeværelse rundt om i landet.



03



04

03. Sør-Norge opplevde storflom i oktober etter kraftig regnvær. Dette var den verste flommen i Agder-fylka på flere tiår. Skadeomfanget var stort, med rundt 3300 innmeldte skader til en samlet verdi av over 500 millioner kroner. **Foto:** Hilde Skarvøy Gjestland, NRK

04. Knut Røsrud fra NRK Hedmark og Oppland er en av åtte dedikerte riksreportere. **Foto:** NRK

RIKSREPORTERE

For å synliggjøre innholdet fra hele landet har NRK ansatt åtte dedikerte riksreportere som jevnlig rapporterer i de nasjonale sendingene.

- Pål Hansen, Troms
- Gisle Forland, Nordland
- Jøte Toftaker, Trøndelag
- Knut Røsrud, Hedmark og Oppland
- Christian Lura, Hordaland
- Marte Skodje, Rogaland
- Siv Kristin Sællmann, Sørlandet
- John-André Samuelsen, Vestfold og Telemark

RIKSPRODUKSJON

I tillegg til det tradisjonelle distriktsoppdraget har NRKs distriktskontorer de siste årene fått et stadig større ansvar for produksjon for riksdekkende publisering. Distriktskontorene har i dag såkalt sjangeransvar for natur, livssyn, vitenskap, «hverdagsdokumentar» og «sakte-TV». Dessuten produserer distriktsdivisjonen innhold for barn og innen dokumentarsjangeren. Distriktsdivisjonen har også et viktig ansvar for radiokanalene NRK P1, NRK P1+ og NRK mP3. Brennpunkt-dokumentaren «Lykkelandet» vekket stor oppmerksomhet. Teamet fra Bergen kartla et nettverk av 140 rumenere i byen. Avsløringer av sammenhenger mellom tiggere, menneskehandel, narkohandel og prostitusjon skapte et enormt engasjement rundt tigging og organisert kriminalitet



05



06

05. Brennpunkt-dokumentaren «Lykkelandet» avdekket sammenhenger mellom tiggere, menneskehandel, narkohandel og prostitusjon i Bergen. **Foto:** NRK

06. «Skårungen» fra Lofoten var en satsing fra nord, der fiskeryrket ble satt i fokus. Gjennom ti episoder fikk vi følge tolv kvinner og menn som konkurrerte om å bli den beste fiskeren. Silje Nordnes, best kjent fra «P3morgen», var programleder. **Foto:** Jørn Resvoll, NRK



07

OPPLEVELSER SOM SETTER SPOR

«Sakte-TV» har sitt utspring i miljøet i Bergen, og i 2017 rullet «Sommertoget» gjennom landet etter to års planlegging. 118 kommuner i 17 fylker fikk besøk, og i en egen rute som tråklet seg gjennom all annen togtrafikk, stoppet «Sommertoget» på 172 stasjoner. Det var et komplisert puslespill som skulle legges for å ta hensyn til både sikkerhet og øvrig togtrafikk. NRKs sommertog skulle stå i ro i spor 1 for å lage «Sommeråpent» fra perrongen, og det skulle kjøre langsomt mellom stasjonene for å lage opplevelsesrike «minutt for minutt»-sendinger.

NRK skal være tett på publikum, vi skal skape åpne møteplasser og opplevelser som setter spor. «Sommertoget» gjorde alt dette. Sporene hos publikum ble synlig som postkort, meldinger og e-poster direkte til redaksjonen. Sporene er synlig som lokale arrangement og tiltak rundt «Sommertoget». NRK har fått hilsener fra eldrester, der de hele sommeren spiste i TV-stuen for å kunne følge sendingene. En gammel dame begynte å snakke igjen da hjemplassen hennes kom på skjermen. Sporene er også synlig gjennom flere tusen medieoppslag om «Sommertoget». De aller fleste i lokalavisene vitnet om stort engasjement.

07. NRKs sommertog besøkte 118 kommuner i 17 fylker og skapte opplevelser som har satt spor. **Foto:** Markus Thonhaugen, NRK



08

Sitat: Redaktør Hilde Eika Nesje, Bø Blad

«Det NRK gjer med slike sendingar er å sy saman ein nasjon. Nesten kvar ein krik og krok blir presentert på ulikt vis, og publikum undrar seg over kor mange dalar og skogkratt, holmer og skjær det bur nordmenn på. I lengda blir ein rett og slett ikkje bare stolt av eigen plass som kjem på TV, men heile Noreg. Ein blir stolt av landet sitt og mangfaldet, og da har rikskringkastinga gjort ein god jobb»

08. Fantorangen var alltid like populær blant barna som møtte fram på perrongen. **Foto:** Thomas Hellum, NRK

15 DISTRIKTSKONTORER MED EGNE TV- OG RADIOSENDINGER

Radio	Daglig dekning i prosent
NRK Sogn og Fjordane	41
NRK Finnmark	36
NRK Troms	34
NRK Nordland	29
NRK Møre og Romsdal	26
NRK Sørlandet	26
NRK Hordaland	26
NRK Trøndelag	26
NRK Telemark	25
NRK Hedmark/Oppland	25
NRK Rogaland	24
NRK Buskerud	20
NRK Vestfold	19
NRK Østfold	19
NRK Østlandssendingen	18

TV	Sendeområde	Daglig dekning i prosent
Nordland	Nordland	31
Nordnytt	Troms og Finnmark	29
Møre og Romsdal	Møre og Romsdal	28
Sørlandet	Aust-Agder og Vest-Agder	25
Vestlandsrevyen	Hordaland og Sogn og Fjordane	24
Midtnytt	Trøndelag-fylkene	24
Østnytt	Hedmark og Oppland	23
Østfold	Østfold	21
Rogaland	Rogaland	21
Østafjells	Buskerud, Vestfold og Telemark	17
Østlandssendingen	Oslo og Akershus	16

Daglig dekning i prosent for distriktsendingene på TV og radio. Radiodekningen er inkludert korte nyhetsbulletiner.
Kilde: Kantar TNS Forbruker & media

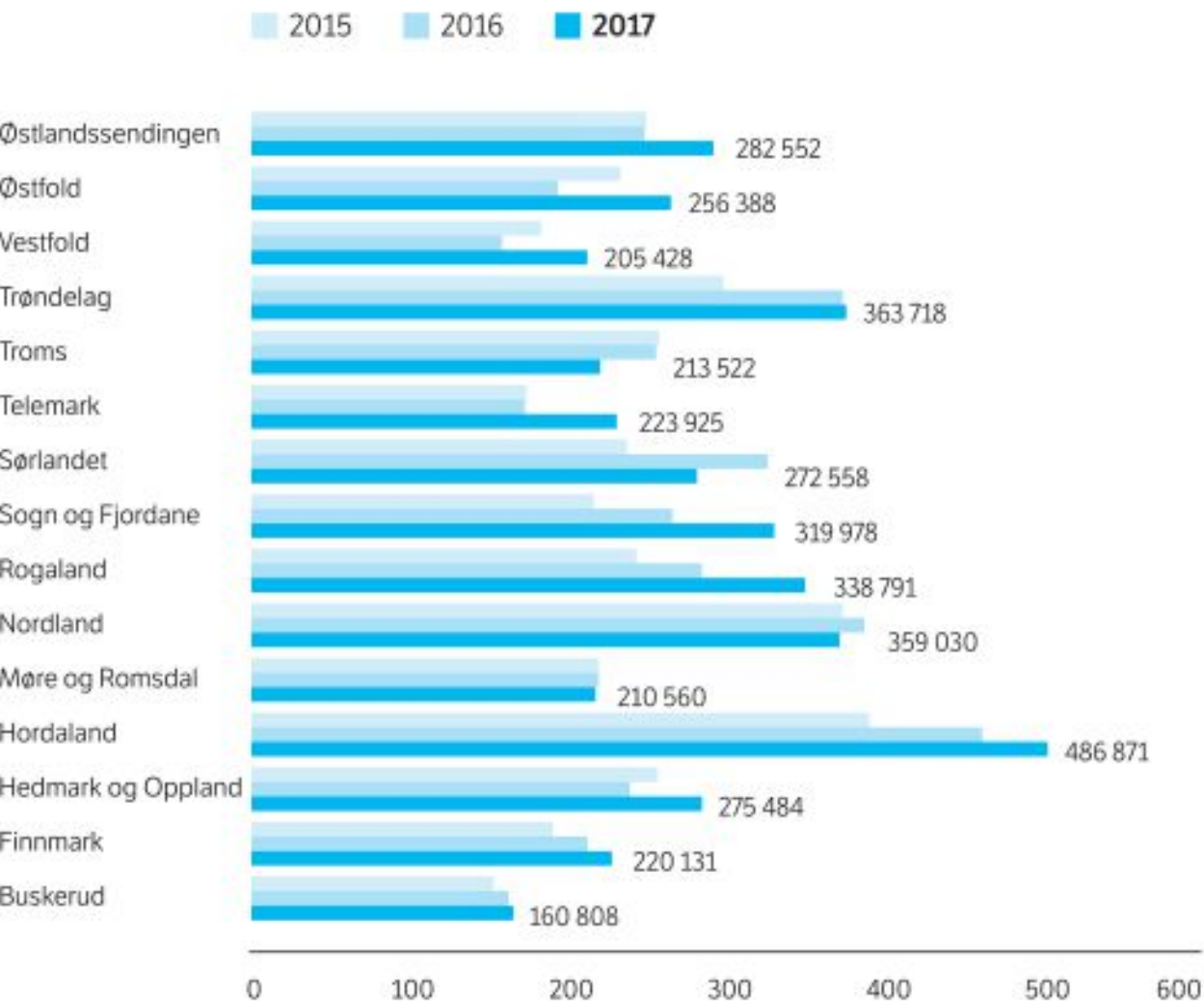
767 000 LYTTER TIL DISTRIKTSSENDINGENE PÅ NRK P1 HVER MORGEN

	2015	2016	2017
Distriktsmorgen kl. 06–09	890	879	767
Distriktssending kl. 14–17	845	820	669

Daglig dekning i tusen, for distriktssendingene på NRK P1 alle hverdager.
Kilde: Kantar TNS PPM

NESTEN TO MILLIONER UNIKE BRUKERE BESØKTE DISTRIKTSSIDENE HVER UKE

Bruken av distriktssidene på nett øker i 2017, og det er i hovedsak bruken av distriktssidene på mobil som øker, mens bruken på nett holder seg stabil. I snitt besøkte 1,96 millioner unike brukere distriktssidene hver uke i 2017.



Snitt ukentlige unike brukere på nett og mobil.
Kilde: Kantar TNS Scores

NRK RADIO

Radio når du vil

I 2017 sluttet riksdekkende radio å sende på FM.
Digitaliseringen av radioen gir publikum et rikere
tilbud og økt konkurranse blant aktørene.

Foto: Digitalradio Norge



NRKs radiokanaler samlet har tapt fem prosentpoeng i daglig dekning fra 2016 til 2017 og to prosentpoeng i andelen av radiomarkedet. Nedgangen kan antakelig tilskrives både at NRK valgte å gå foran og slukke FM-sendingene før de kommersielle kanalene, og at radiolytterne har fått flere nasjonale kanaler å velge imellom.

Forholdet mellom aktørene i radiomarkedet i Norge er likevel bemerkelsesverdig stabilt. Helt siden P4s oppstart og NRKs trekanalinndeling i 1993 har NRK hatt om lag to tredeler av markedet, mens de kommersielle har hatt om lag en tredel.

Direkte kringkastet radio i DAB+ står for hoveddelen av radiotilbudet fra NRK. Radiokanalene kan også strømmes direkte på radio.nrk.no og i NRKs mobilapper. Det kringkastede innholdet har klart størst publikumsoppslutning. Men akkurat som for TV-seingen øker bruken av strømming blant særlig yngre radiolyttere. NRK jobber ut fra den antakelse at bruken av «valgbar radio» eller «radio du hører fra starten» vil øke over tid.

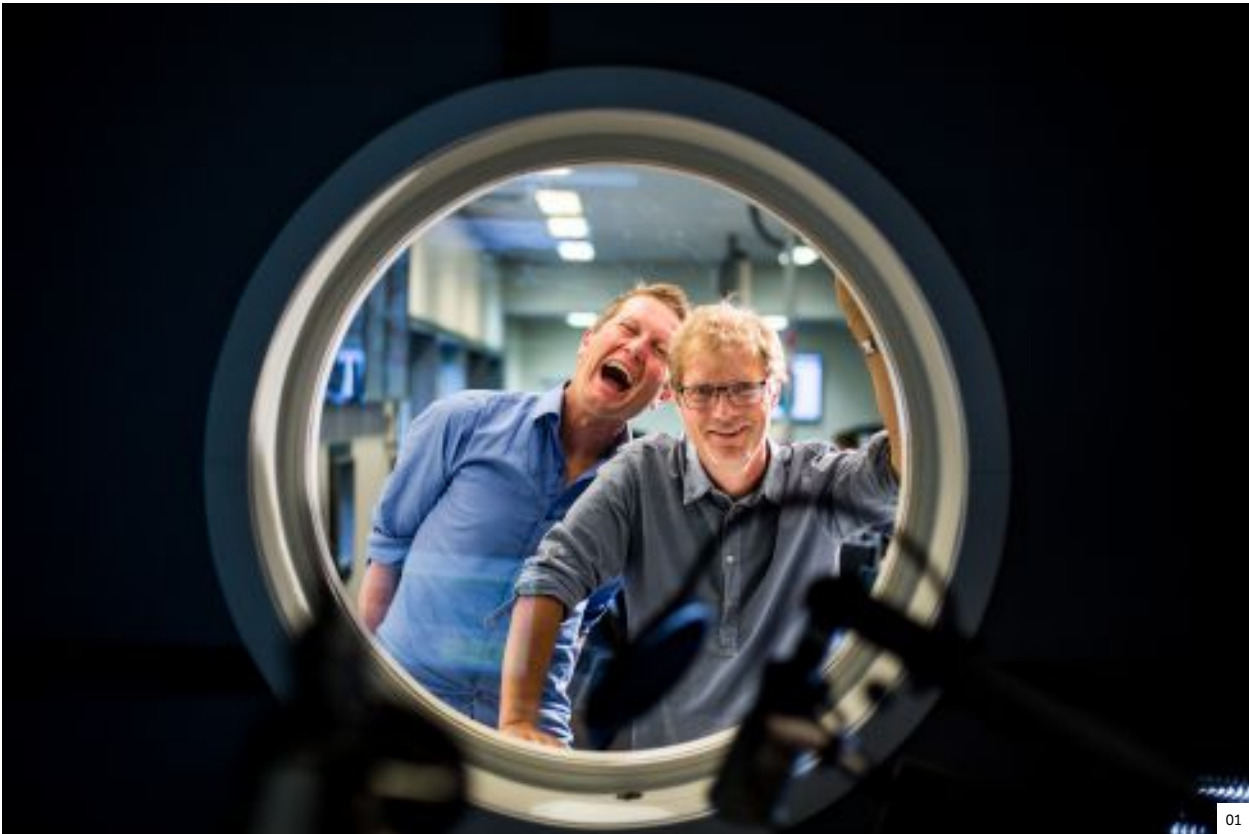
NRK RADIO

I NRK Radio kan lytterne velge programmer fra kanalenes sendeskjemaer og lytte til dette i ettertid. Det er spesielt programkategorier som krever ekstra oppmerksomhet fra lytteren, som egner seg godt som «radio når du vil». Det kan f.eks. være radiodrama, dokumentarer eller samtaleprogrammer.

NRK lager tre tilbud som er eksklusive for NRK Radio. «Urørt» (NRK P3) er en musikkstrøm som er satt sammen av sanger som er lastet opp til NRK P3s «Urørt»-tjeneste av norske band uten platekontrakt. «National Rap Show» (NRK P3) er en løpende reprisering av NRK P3-programmet om hiphop og rap som har gått i kanalen i om lag 20 år. Lyttere med spesiell interesse for denne sjangeren har få andre tilbud på nasjonal radio. «Radioresepsjonen» er en tilsvarende løpende reprisering av underholdningsprogrammet som i dag går i NRK P13, men tidligere ble sendt på NRK P3. Her sendes høydepunkter av samtalene i programmet, ikke musikken som er spilt da det ble kringkastet.

Sitat: Sigrid til NRK P3 i januar 2018

«Urørt er kanskje det viktigste som har skjedd meg».



01



02

01. Johan Mihle Laugaland og Øystein Ellingsen fra NRK Rogaland sendte direkte i 24 timer i forbindelse med slukking av FM i fylket. Foto: Erik Waage, NRK
02. Sigrid Raabe på Øyafestivalen i 2017. Foto: Tom Øverlie, NRK

PODKAST

NRK ønsker å være Norges ledende produsent av kvalitetspodkaster som folk blir hektet på, både gjennom de faste de følger i hverdagen og gjennom serier som står ut. I 2017 har NRK jobbet aktivt med flere serier med tanke på podkastpublisering først. Mange krever lang produksjonstid, og det er først i 2018 publikum får høre resultatet. Som for eksempel «Hos Peder», «Hele historien» og en ny serie fra teamet bak «Purk eller skurk?». En annen nyhet er «Andre generasjonen», hvor du får følge «ballongutta» fra «Skam». Mye av det NRK har laget til nå er dokumentar og historiefortelling. Framover ønsker NRK også å satse mer på humor, som er den mest populære sjangeren på podkast. De fleste seriene som lages for podkast, sendes også på radio. Om lag to til tre prosent av befolkningen over 12 år bruker minst én podkast fra NRK i løpet av en dag. For yngre målgrupper, spesielt lyttere i alderen 20-29 år, er denne bruken om lag dobbelt så stor (Kantar Media), og i NRKs Ung-undersøkelse (høst 2017) oppgir 11 prosent i målgruppen 15 til 29 år at de hører podkast daglig. 31 prosent oppgir at de foretrekker å høre lydinhold på podkast.

- TOPPLISTE 2017 FOR NRK PODKAST (ANTALL NEDLASTINGER).**
- «Ekko - et aktuelt samfunnsprogram» (8 457 615)
 - «Radiosepsjonen» (6 530 309)
 - «Heia Fotball» (4 562 390)
 - «Radiosepsjonens arkivpodkast» (3 696 519)
 - «Filmpolitiet» (2 416 965)
 - «Lørdagsrådet» (2 410 307)
 - «Dagsnytt 18» (1 652 879)
 - «P3morgen» (1 262 710)
 - «Politisk kvarter» (972 963)
 - «Verdibørsen» (835 913)
 - «Purk eller skurk?» (710 488) (kun 9 episoder)



NRKS KANALTILBUD

NRK P1
er Norges største radiokanal. Målet er å gi selskap, oppdatering og opplevelser. Den er en viktig arena for å samle det norske folk på samme måte som NRK1 på TV.

NRK P2
lages for aktive lyttere med interesse for nyheter, kultur og samfunnsdebatt.

NRK P3
tilbyr musikk, underholdning og samfunnsengasjement for unge nordmenn. Kanalen legger vekt på å være en felles arena for målgruppen under 30 år.

NRK P1+
er en tradisjonell radiokanal, med vekt på hørbarhet, taletydighet og musikk av både nyere og eldre dato. Den jevnlig lytter er gjerne over 60 år og interessert i et bredt spekter av emner

NRK Sápmi Radio
er NRKs radiokanal på samisk som tilbyr aktuelle og underholdende programmer med både samisk, øvrig norsk og internasjonal musikk.

NRK mP3
er NRKs kanal for tenåringer. Kanalen har en høy andel musikk for å være relevant for en krevende målgruppe, men har også sendeflater med aktuelle innslag og fellesskap for ungdom over hele Norge. «P3nyheter» sendes også på denne kanalen. Måling av bruken viser at NRK mP3 treffer relativt godt i flerkulturelle målgrupper.

NRK P13
er en radiokanal med et rock-uttrykk som appellerer til en målgruppe som har vokst fra NRK P3, men som synes NRK P1 og NRK P2 er for kjedelige. Kanalen legger vekt på aktuelt kultur- og samfunnsstoff, men med underholdende og gjerne satirisk vri. I tillegg har NRK P13 sendeflater med rock-historisk innhold og legger vekt på ny musikk, både utenlandsk og norsk. Også NRK P13 sender nyheter fra «Dagsnytt».

03. NRK P1+ har vokst jevnt de tre siste årene og har åtte prosent markedsandel. Rune Alstedt, Madeleine Cederström, Bård Ose og Erik Forfod er noen av programlederne på kanalen.
Foto: Ole Kaland, NRK

NRKS KANALTILBUD FORTS.

NRK Alltid Nyheter
er NRKs løpende nyhetstilbud på radio. Her er det nyhetssendinger fra NRK P1 og NRK P2 samt lyden av enkeltssendinger fra NRK1 og NRK2, i tillegg til egenproduserte nyhetssendinger gjennom dagen. På kveldstid har NRK en avtale med BBC World Service om å videreføre internasjonale nyheter. Kanalen utnytter også en avtale med Sveriges Radio om utveksling av nyhetsinnslag og nyhetssendinger. NRK Alltid Nyheter har en svært lav terskel for å legge om sendeskjemaet ved store nyhetshendelser og –begivenheter. Disse ekstrasendingene kan erstatte sendinger også på NRK P1 og andre kanaler dersom hendelsene er viktige nok for publikum. Måling av bruken viser at NRK Alltid Nyheter treffer relativt godt i flerkulturelle målgrupper.

NRK Radio Super
er Norges eneste radiokanal for barn og den eneste kanalen som sender musikk for barn, både i form av ny og gammel norsk musikk og internasjonal musikk med appell til barn. Hver ettermiddag sender kanalen direkte, spesielt rettet til eldre barn som gjør lekser eller slapper av etter skoletid. Øvrige deler av dagen sendes også hørespill og opplesninger, gjerne fra NRKs radioarkiv. NRK Radio Super sender på DAB+ fram til kl. 21.00 hver kveld, men finnes på netradio hele døgnet.

NRK Klassisk
er en musikk kanal, men med både aktuelle og musikkjournalistiske sendeflater. De siste årene har vi utviklet kanalen til å bli godt og relevant selskap for generelt interesserte lyttere, men med klassisk musikk i stedet for popmusikken som er vanlig i de fleste andre kanaler. En viktig del av dette er at også NRK Klassisk sender nyheter fra «Dagsnytt» hver time.

NRK Jazz
er en tilsvarende musikk kanal, men med svært høy musikkandel og færre sendeflater med programledelse. Kanalen sender også «Dagsnytt» hver time. I 2018 ser vi for oss å utvikle kanalen i samme retning som NRK Klassisk, med økt bemanning og enda tydeligere programprofil.

NRK Folkemusikk
er en musikk kanal uten programledelse, men der vi gjør tilgjengelig norsk folkemusikk, enten utgitt på plate eller fra egne arkivopptak. Kanalen sender døgnet rundt på NRK Radio, men på DAB+ deler den plass med NRK Radio Super og sender etter kl. 2100. Redaksjonell behandling av folkemusikk ligger stadig til NRK P2.

NRK Sport
har vært en radiokanal der NRK sender lyden av sportssendinger fra andre radio- og TV-kanaler. De siste årene har kanalen også hatt flere og flere egne eksklusive produksjoner, altså sportsoverføringer som ikke er sendt samtidig i NRK P1. Blant disse satsingene har vært overføring av samtlige kamper i Eliteserien i fotball for menn samt egne radiosendinger fra Tour de France (sykkel) og en rekke verdenscuprenn i nordiske og alpine grener.

TJENESTER PÅ DAB+

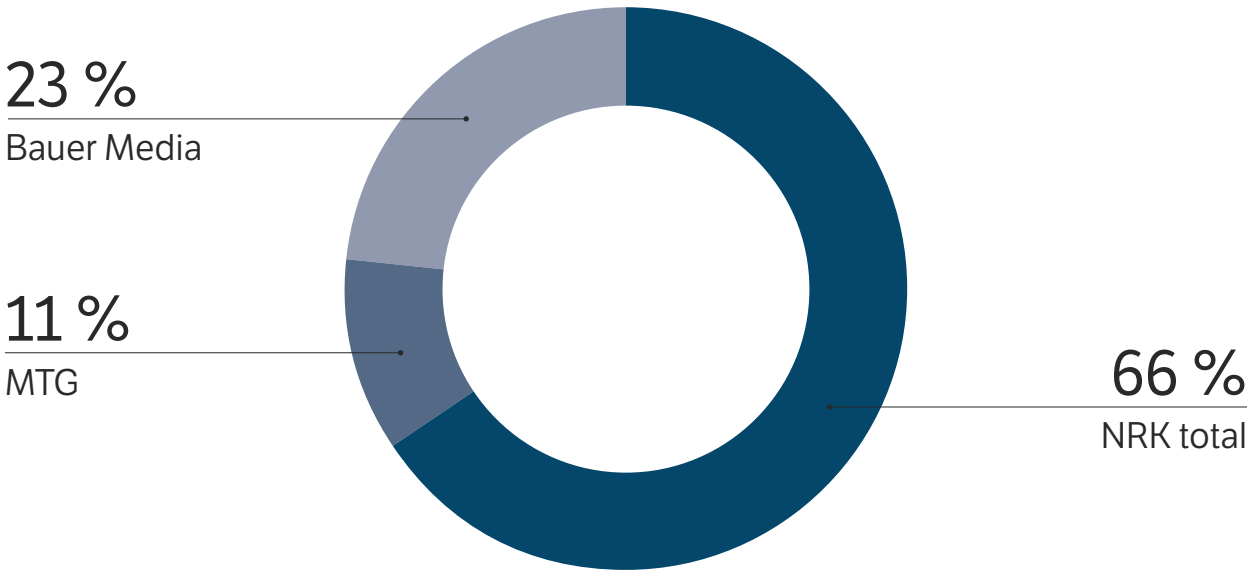
NRK tilbyr to tjenester på DAB+ som velges på samme måte som en kanal, men som ikke har det program- eller musikktilbudet som en tradisjonell radiokanal har.

NRK Vær
består av værmeldinger lest av meteorologer fra Meteorologisk Institutt i Oslo, Værvarslinga på Vestlandet og Værvarslinga i Nord-Norge. Disse sendes om igjen fram til en ny oppdatering er lest inn. Værvarsler er følgelig alltid tilgjengelig på radio.

NRK Trafikk
består på samme måte av trafikkmeldinger lest av NRK Trafikks redaksjon i Trondheim. Kanalen er delt i syv regioner, og som i NRK Vær går meldingene i hver region om igjen fram til hendelsen er avsluttet eller en ny oppdatering er lest inn.

MARKEDSANDELER FOR NORSKE RADIOKANALER

NRK har totalt 66 prosent markedsandel på radio i 2017 og går ned to prosentpoeng fra 2016, men er fortsatt størst blant konkurrentene.



Kilde: Kantar TNS PPM

MARKEDSANDELER FOR NORSKE RADIOKANALER

NRK P1 er den største radiokanalen i Norge med 41 prosent markedsandel. Det har i forbindelse med digitaliseringen blitt lansert en rekke nye kanaler. Noen er nyetablerte, som f.eks. NRK P1+, og andre har fått bedre kringkastet distribusjon. I løpet av 2017 så vi at særlig de store allmennkanalene NRK P1, P4 og Radio Norge tapte markedsandeler. Også NRK P3, som i praksis har vært alene som riksdekkende kanal for unge mennesker, har merket den økte konkurransen.

	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>
NRK P1	44,6	45,0	40,7
NRK P2	4,2	4,7	4,8
NRK P3	7,1	7,5	5,5
NRK Nyheter	0,9	0,9	1,0
NRK mP3	2,8	2,9	2,7
NRK Sport	0,3	0,6	0,9
NRK Klassisk	0,3	0,3	0,4
NRK P13	0,9	0,9	1,2
NRK P1+	4,3	5,0	8,0
NRK Radio Super			0,3
P4	18,5	17,5	15,6
P5	1,2	1,6	2,4
P6		0,4	0,9
P7		1,0	1,5
P8		0,2	0,4
P9 Retro			0,1
P10 Country			0,3
NRJ	1,3	1,4	1,2
Radio Norge	9,5	7,8	6,7
Kiss	1,2	0,8	0,7
Radio Rock	0,8	0,6	1,2
Radio Soft	0,2	0,5	0,3
Norsk Pop			0,4
Radio Topp 40			0,7
Radio Vinyl			0,7

Kilde: Kantar TNS PPM

NRK P1+ VOKSER

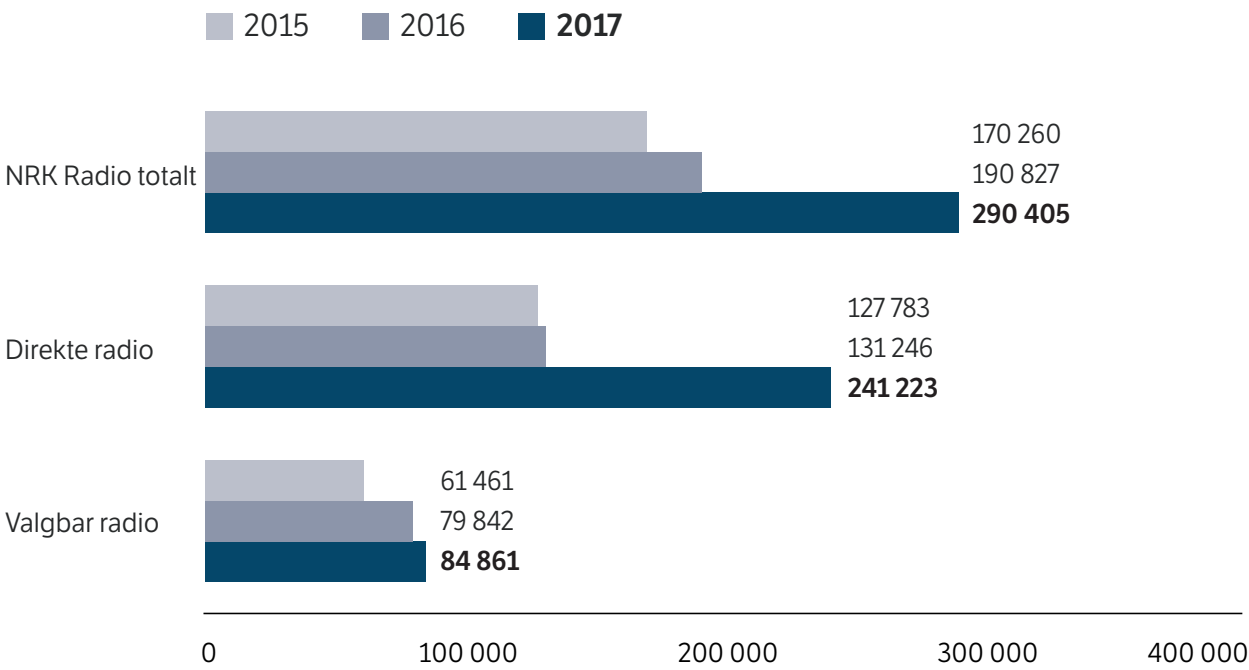
Totalt 1,9 millioner, eller 43 prosent av befolkningen 12 år eller eldre, hører NRK på radio daglig. Lyttingen går noe ned, fra 48 prosent daglig dekning i 2016. NRK P1 er den største kanalen med omtrent 1,3 millioner daglige lyttere. Deretter følger NRK P3 som har 545 000 lyttere hver dag. NRK P1+ er den eneste av NRKs kanaler som øker fra i fjor til i år, og er den tredje største radiokanalen til NRK i 2017.

	<u>2017</u>	
	<u>Daglig dekning</u>	<u>Daglig dekning i prosent</u>
NRK P1	1 281 000	28,6
NRK P2	238 000	5,3
NRK P3	345 000	7,7
NRK Nyheter	79 000	1,8
NRK mP3	209 000	4,7
NRK Sport	53 000	1,2
NRK Klassisk	33 000	0,7
NRK P13	78 000	1,7
NRK P1+	257 000	5,7
NRK Radio Super*	31 000	0,7
NRK Total	1 918 000	42,8

Daglig dekning for NRKs radiokanaler i 2017.
*NRK Radio Supers daglige dekning er i befolkningen 12 år+, dvs. utenfor kanalens egentlige målgruppe, men vi ser at mye av lyttingen på kanalen er blant personer med barn yngre enn 12 år i husstanden.
Kilde: Kantar TNS PPM

NRK RADIO NÅR DU VIL

I NRK Radio på nett kan du høre radio direkte eller sette på ditt favorittprogram når du vil. Radiolyttingen på NRKs kanaler på nett øker i 2017, som er i tråd med digitaliseringen av radionettet. I tillegg bidrar bedre måling av mobil-appene til veksten i 2017. Radio på internett foregår i størst grad direkte.



Ukentlige unike brukere. Ukene 38–41 er tatt ut fra snittet på grunn av målefeil i disse ukene i 2017.
Kilde: Kantar TNS Scores

PROGRAMPROFIL NRK P1

	Antall timer	Prosentandel
Annet	14	0,2
Barneprogram	2	0,0
Drama	96	1,1
Musikk	2 082	23,8
Nyheter	727	8,3
Portretter	52	0,6
Regionale sendinger	1 271	14,5
Religion/livsfilosofi	246	2,8
Samfunnssp�rsm�l	412	4,7
Sport	271	3,1
Underholdning	3 492	39,9
Vitenskap	95	1,1
Total sendetid	8 760	100,0

Hele døgnet fordelt på sjanger
Kilde: Kantar TNS PPM

PROGRAMPROFIL NRK P2

	Antall timer	Prosentandel
Annet	52	0,6
Drama	234	2,7
Kunst/Kultur/Medier	1 704	19,5
Musikk	3 055	34,9
Nyheter	749	8,6
Portretter	173	2,0
Programinformasjon	1	0,0
Religion/livsfilosofi	309	3,5
Samfunnssp�rsm�l	2 181	24,9
Samiske sendinger – samisk kultur	22	0,3
Underholdning	57	0,7
Vitenskap	223	2,5
Total sendetid	8 760	100,0

Hele døgnet fordelt på sjanger
Kilde: Kantar TNS PPM

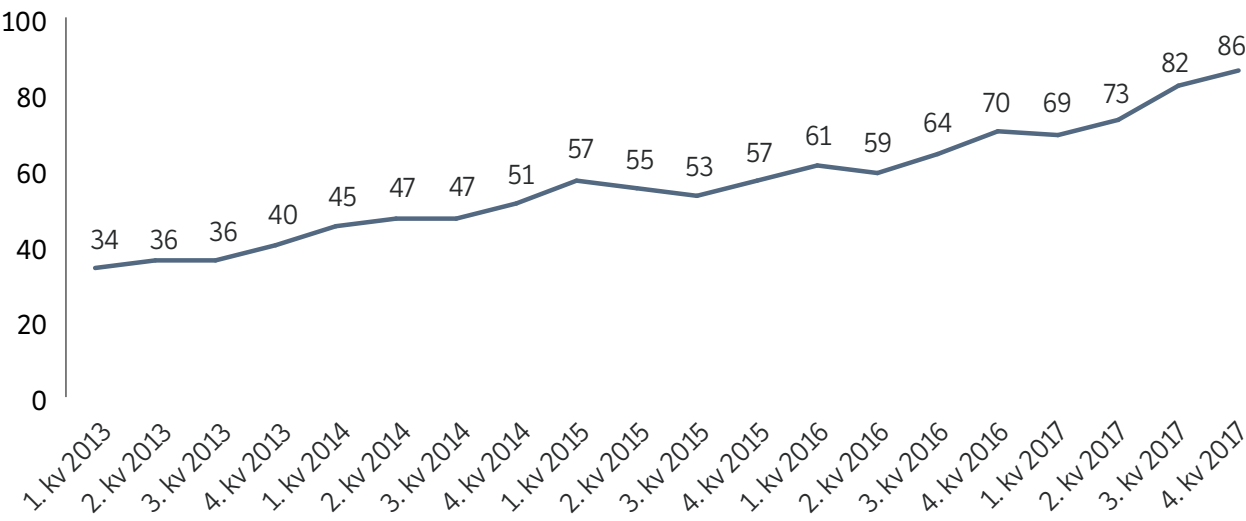
PROGRAMPROFIL NRK P3

	Antall timer	Prosentandel
Annet	102	1,2
Hjem/fritid	28	0,3
Kunst/Kultur/Medier	179	2,0
Musikk	6 116	69,8
Nyheter	134	1,5
Samfunnssp�rsm�l	504	5,8
Underholdning	1 697	19,4
Total sendetid	8 760	100,0

Hele døgnet fordelt på sjanger
Kilde: Kantar TNS PPM

OVER FIRE AV FEM LYTTET DAGLIG TIL DIGITALRADIO

Bruken av digitalradio øker stadig og i 2017 er det 86 prosent som hører digitalradio daglig. Digital radiolytting vil si lytting via PC/Mac, mobil med radioapp, nettbrett, internettradio-apparat, 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: Kantar TNS Digitalradiundersøkelsen

NRK TV

TV når du vil

I 2017 har vi målt den tydeligste endringen i bruk av TV noensinne i Norge.

Den norske dokumentarserien «Innafor» skapte engasjement både med sesong 1 i januar og sesong 2 i desember 2017. Emma Clare Gabrielsen var programleder.
Foto: Stephen Butkus, NRK



Vi står nå midt i det vi kan kalle «TV-digitalisering 2.0». Strømming av TV-innhold utgjør en stadig større del av TV-seingen i Norge. «Vippepunktet», der strømming står for mer av TV-bruken enn lineær-TV, har flyttet seg fra aldersgruppen 20-29 år til 30-39 på bare ett år.

Den første digitaliseringen av TV skjedde da bakkenettet forlot analog utspilling for ti år siden. En større del av befolkningen fikk tilgang til flere kanaler, og TV-seingen i Norge økte. «TV-digitalisering 2.0» kjennetegnes av økt spredning av seingen på flere digitale plattformer og tjenester. Markedet er globalt, mindre forutsigbart og konkurransen er hard. Men fortsatt ser vi at det er mest seing på kveldstid, og at folk foretrekker å se på den store TV-skjermen.

Vi forventer at utviklingen vil fortsette, og at stadig større deler av befolkningen vil strømme mer TV-innhold. For at NRK skal oppfylle samfunnsoppdraget, må vi klare å holde tritt med endringer i medievane og tilby det norske folk en strømmetjeneste som svarer til deres forventninger. Vi forbereder oss på en hverdag der strømming står for hoveddelen av TV-bruken for mange i Norge. Dette stiller høye krav til tjenesten NRK TV.

Sitat: Filmprodusent Anders Tangen i Rushprint, 1. februar 2018

«NRK så utviklingen tidlig, og bransjen kommer til å overleve på grunn av det. I hvert fall vil den få en større vekst fordi NRK må produsere mye for å fylle denne tjenesten. Vi var på tv-pitch på Island, og folk fra andre land tviholdt fortsatt på lineær-tvens krav til slotter; klokka halv ni på fredag, liksom. Folk tenker gammeldags, og ingen vil snu skuta. Derfor fosser kommersielle strømmetjenester som Netflix fram. Mange snakker hele tiden om endringer. Men vi er i endring hele tiden. Endringer trenger ikke en begynnelse og slutt.»

SUKSESSER I NRK TV

I 2017 har flere titler enn tidligere hatt høye seertall i NRK TV. 146 programmer passerte 100 000 i nettrating i 2017, mot 109 titler i 2016. Da siste episode av «Skam» ble publisert ved solnedgang 12. mai 2017, fikk publikum servert en finale som feiret den muslimske høytiden eid, og vi tok farvel med hele vennegjengen med Sana i sentrum. Serien avsluttet med en hyllest til kjærligheten, et verdig punktum for en banebrytende serie. «Skam»-finalen var det programmet som stod for mest tid brukt i NRK TV i 2017.



«Skam» dominerer listen over mest sette programmer sammen med andre dramatiske titler som «Side om side», «Unge lovende», «Vikingane», «Valkyrien» og «Presten», men i topplistene for 2017 finner vi også flere titler enn tidligere som ikke er fiksjon.

«Flukt» med Leo Ajkic satte tonen i januar for et år fylt av dokumentartitler og ungt innhold. «Helene sjekker inn» var tilbake med sterke møter med norsk virkelighet, og nykommeren «Innafor» skapte engasjement og høye seertall både med sesong 1 i januar og sesong 2 i desember. De aller høyeste seertallene fikk Line Elvsåshagens nye serie «Line fikser kroppen». Med et snitt på 247 000 i nettrating ble dette den mest sette dokumentarserien i NRK TVs historie.

I tillegg til norske programmer har NRK TV også hatt suksess med innkjøpt internasjonalt innhold. «Saken Kevin» fra SVT fikk stor plass i nyhetsbildet. Franske «Le Bureau» ble publisert som en ren strømme-serie på strømme-tjenesters premisser; med lange rettigheter og alle episodene tilgjengelig på én gang i NRK TV. Serien vokste raskt i bruk og oppslutning. Den kritikerroste

01. Siste episode av «Skam» ble publisert ved solnedgang 12. mai 2017. Serien avsluttet med en hyllest til kjærligheten. **Foto:** NRK

dokumentarserien «Vietnam» ble publisert på samme måte og passerte på tre måneder de lineære seertallene. Første episode alene har en nettrating på 110 000. Felles for begge de sistnevnte seriene er at de har et langt liv og stadig oppdages av nye brukere. Det samme gjelder kulturserien «Takin Ova», om norsk hiphops historie. Serien ble publisert i NRK TV i oktober og ble årets mest sette kulturprogram i NRK TV.



ALLMENNKRINGKASTINGSALGORITMER

NRK TV er Norges nest mest brukte strømmetjeneste etter Netflix. Daglig unike brukere steg fra et gjennomsnitt på 303 000 i 2016 til 330 000 i 2017. Selv om utgangspunktet er godt, så er dette en beskjeden vekst i dagens strømmemarked.

I konkurransen mellom de ulike strømmetjenestene er kappløpet om de beste brukerdataene og klokkeste anbefalingsalgoritmene sentralt. Der andre aktører ikke bryr seg om hva du ser så lenge du ser, er NRKs oppgave å punktere filterbobler og lufte i ekkokamre. Hos NRK TV vil du aldri havne i en situasjon der du bare får anbefalt komedier fordi det er det du har sett mest av. NRK TV jobber for smarte algoritmer som gir deg ting du liker, men også overrasker med innhold som ligger litt utenfor ditt vanlige mønster. Samtidig er vi opptatt av å ivareta den enkeltes personvern i kunnskapen vi får om deres seervaner.

Våren 2017 tok vi for første gang i bruk datadreven publisering i NRK TV. Mens vi tidligere manuelt anbefalte ca. 250 titler daglig, kunne vi med datadreven hjelp foreslå ca. 15 000 titler hver dag. Videreutvikling av og samspill mellom manuell kuratering, redaksjonell kunnskap og datadreven hjelp vil gjøre tjenesten bedre for publikum i tiden som kommer.

Norge ligger langt framme teknologisk. Det finnes ingen lærebok i hvordan få ut godt allmennkringkasterinnhold i et strømmemarked. Vi lærer på veien og deler med våre nordiske kolleger.

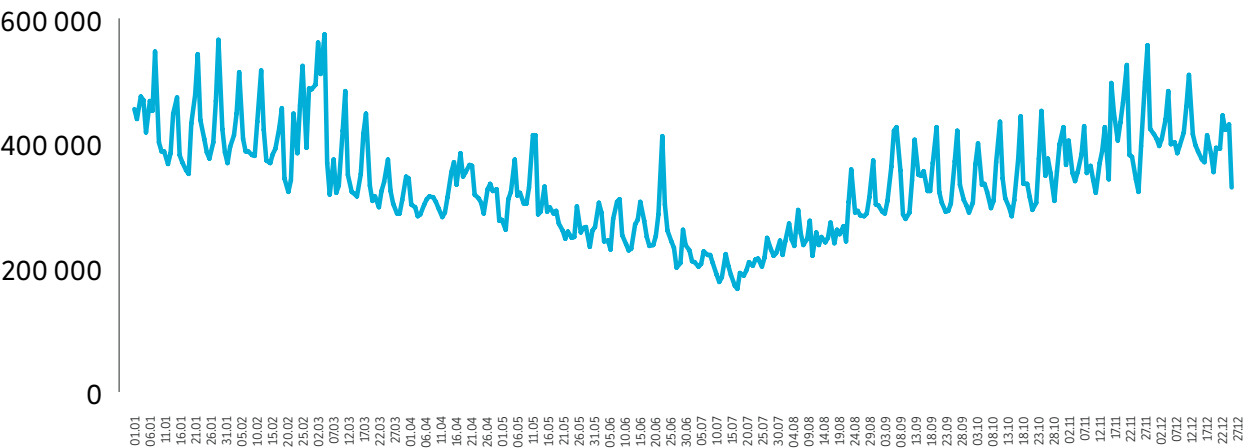
Strømming betyr ikke frislipp av alle programmer som brukeren må finne selv. Avtaler med publikum er fortsatt viktig. Serieavtaler kan være at en hel serie publiseres samme dag, men vi har også ukes-avtaler når innholdet er så sterkt at det oppleves som positivt å glede seg til neste uke. Vi ser tydelig at bevisst publisering av sterke titler som trekker folk til strømmetjenesten, øker bruken av andre titler i NRK TV. Ved godt strukturert publisering blir man som seer eksponert for en større del av innholdsporteføljen og en unik sjangerbredde. God publisering fører til at folk oppdager og utforsker innhold de ellers ikke ville sett.



02. Line kommer tett på alle kroppens deler i «Line fikser kroppen». Serien ble den mest sette dokumentarserien i NRK TVs historie. **Foto:** Kristin Granbo, NRK.
03. NRK jobber for smarte algoritmer som gir deg ting du liker, men også overrasker med innhold som ligger litt utenfor ditt vanlige mønster. Årets mest sette kulturprogram i NRK TV var «Takin Ova» om norsk hiphops historie. I anbefalingen er serien kombinert med dokumentar og underholdning i NRK TV. «Takin Ova» er tegnet av Mikael Noguchi.

330 000 BRUKER NRK TV DAGLIG

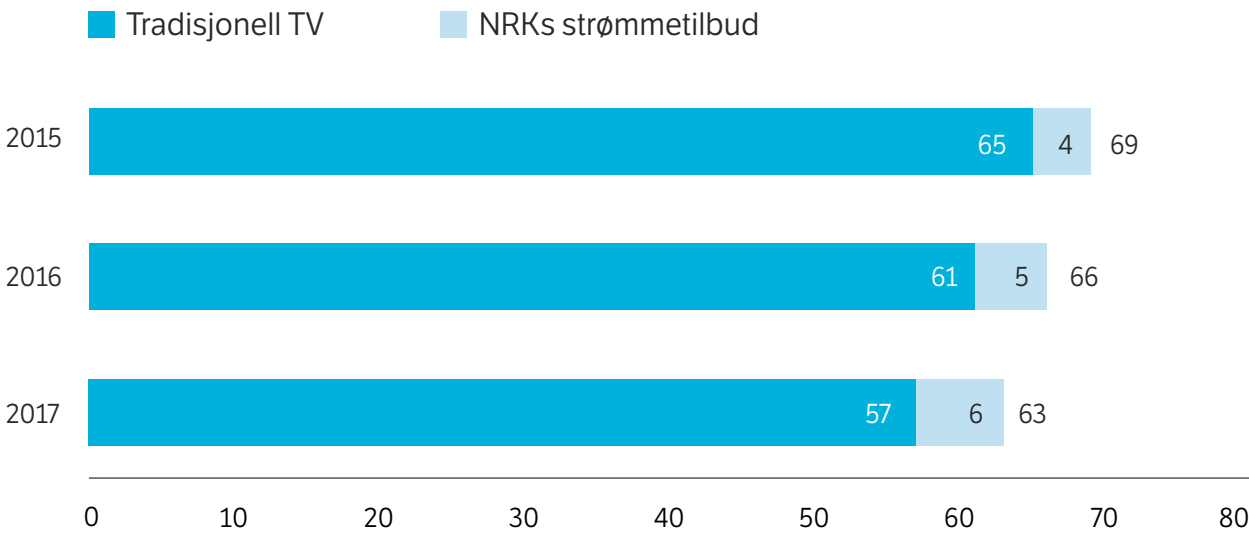
Nivået på bruken av NRK TV varierer med sesongene. I 2017 var den daglige bruken høyest tidlig og sent på året. I snitt var 330 000 unike brukere innom NRK TV hver dag i 2017.



Daglige unike brukere NRK TV.
Kilde: Kantar TNS Scores

BRUKEN AV NRKS STRØMMETILBUD ØKER, MEN BRUKEN AV TRADISJONELL TV ER FORTSATT STØRST

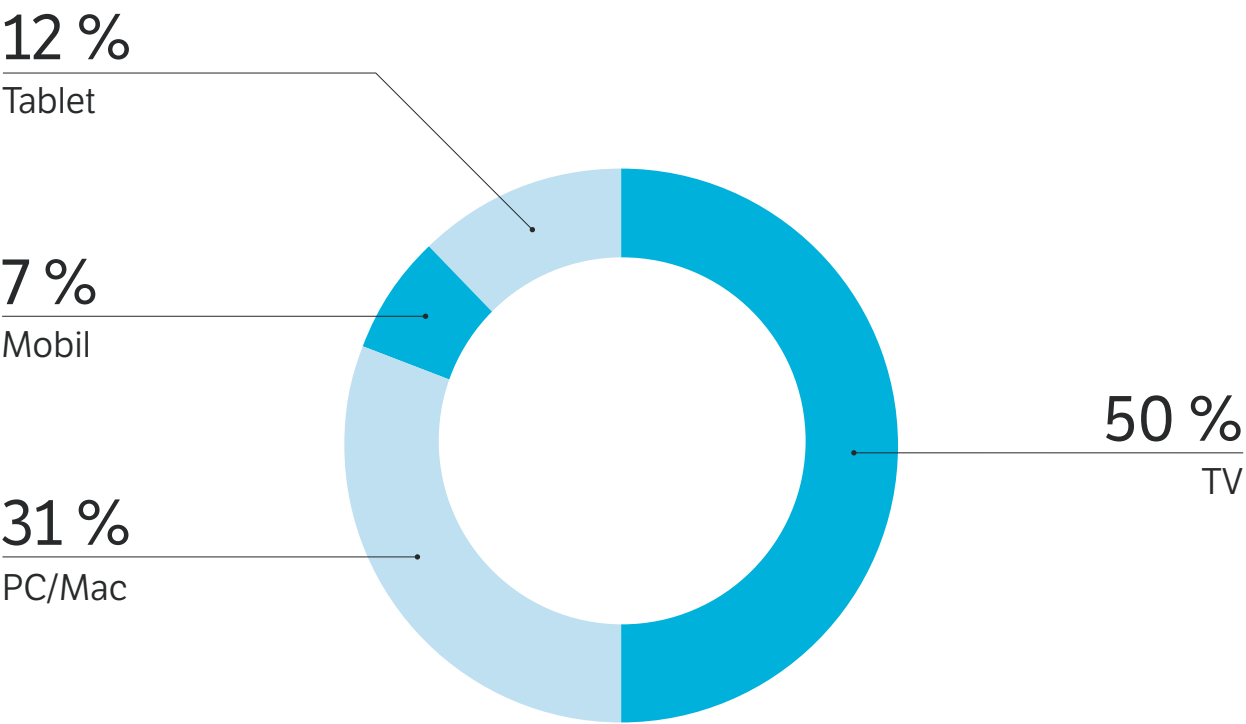
I 2017 konsumerte hver enkelt nordmann i gjennomsnitt 57 minutter NRK-innhold på tradisjonell TV og 6 minutter NRK-innhold på nett hver dag. Sammenlignet med fjoråret ser befolkningen litt mindre på NRKs TV-kanaler, og noe mer på NRK TV, men det er fremdeles tradisjonell TV befolkningen bruker mest tid på.



I denne figuren er NRK TV, klipp og innhold fra NRK Supers strømmetjeneste inkludert i NRKs strømmetilbud. Grafen viser hvor mange minutter en gjennomsnittlig nordmann ser NRK-innhold på tradisjonell TV og på nett hver dag. Befolkningen 2+.
Kilde: Kantar TNS Scores og Kantar TNS TV-undersøkelsen

PUBLIKUM SER NRK TV PÅ ULIKE ENHETER

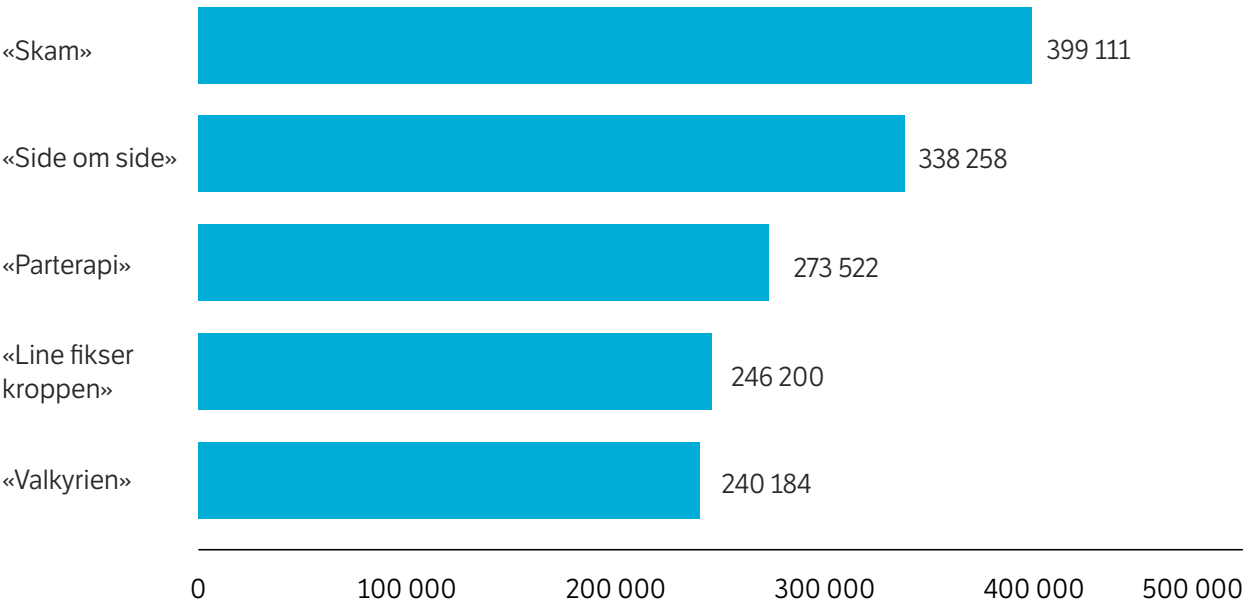
TV-skjermen blir en stadig viktigere skjerm for konsum av NRK TV. I 2017 foregikk halvparten av tiden brukt på NRK TV via en TV-skjerm. Selv om stadig flere beveger seg fra lineær TV til strømming er det ingenting som tyder på at TV-skjermen kommer til å forsvinne fra de norske hjem.



Grafen viser totalt tid brukt på strømmetjenesten NRK TV fordelt på ulike enheter.
Kilde: Kantar TNS Scores

DRAMA OG UNGT INNHOLD BLIR SETT AV MANGE PÅ NRK TV

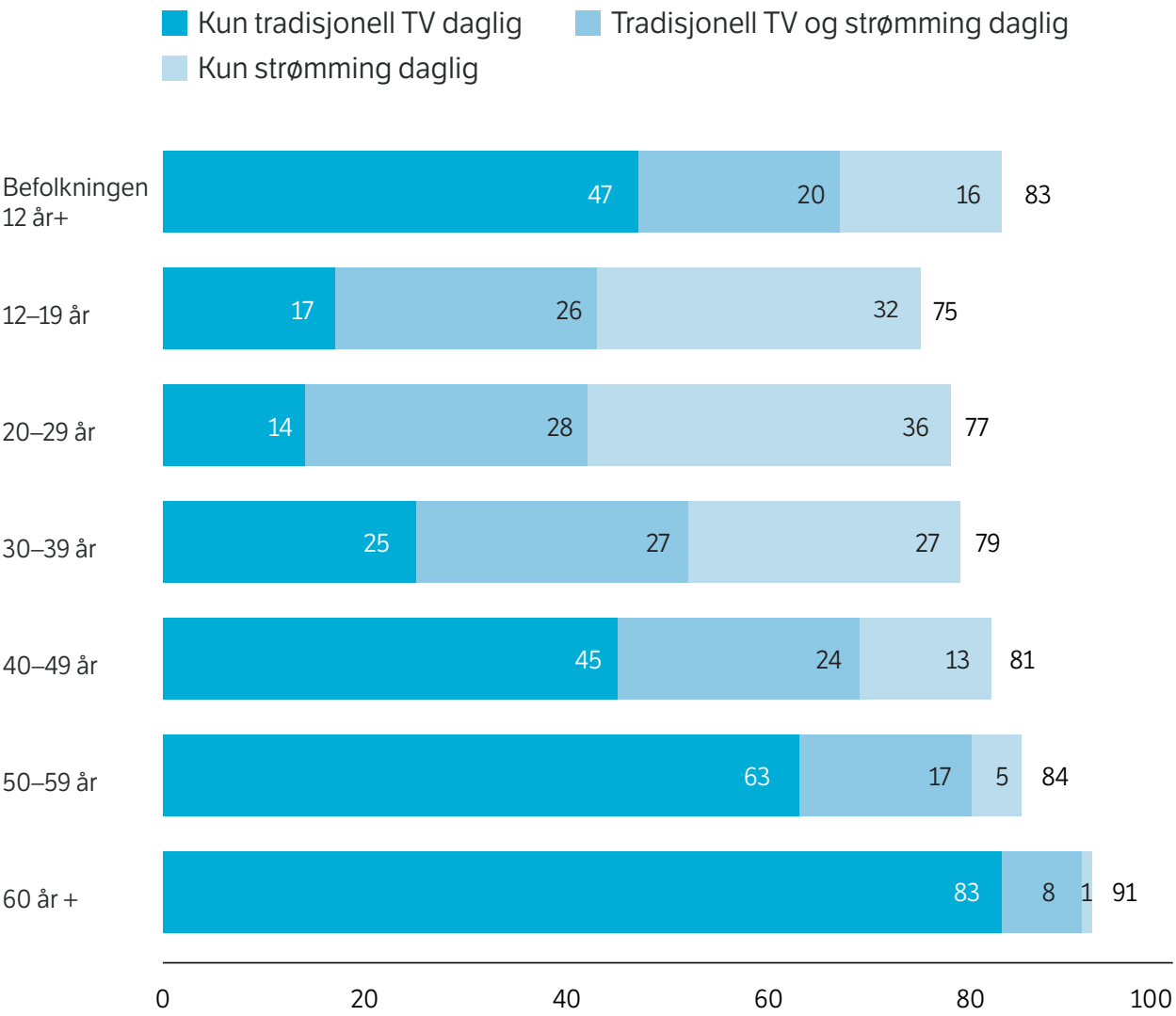
«Skam» var den mest sette serien i NRK TV også i 2017. «Line fikser kroppen» ble den mest sette fakta/dokumentarserien noen sinne.



Gjennomsnittlig rating på nett, for fem av de mest sette seriene i NRK TV ekskludert NRK Supers TV-innhold.
Kilde: Kantar TNS Scores

TV-SEING SKJER PÅ ULIKE MÅTER AVHENGIG AV ALDER

Publikum konsumerer innhold på ulike plattformer og brukermønsteret henger sammen med alder. Blant 20–29-åringene ser over en av tre kun TV-innhold via strømming, noe som er en økning fra 2016. Blant befolkningen over 60 år ser fire av fem kun på tradisjonell TV.



Daglig bruk av ulike tjenester. Oppgitt i prosent.
Kilde: Kantar TNS Gallup media uke 1–50 2017

NRK SÁPMI

Samisk jubileumsår

NRK Sápmis ambisjon er å være unge samers førstevalg. I tillegg er oppdraget å øke kunnskapen om det samiske samfunnet i hele den norske befolkningen.

Foto: Edmund Grønmo, NRK



Det samiske samfunnet er i endring. Mange unge samer bor i urbane områder, og to av tre samer snakker ikke samisk. Flyttestrømmen går fra tradisjonelle samiske bosettingsområder til sentrale og bynære strøk over hele landet. I byene vokser antallet registrerte velgere til sametinget, og store deler av nett-trafikken på NRK Sápmi kommer fra folk bosatt utenfor Finnmark. Dette er trender NRK Sápmi tar hensyn til når vi skal planlegge tilbudet framover. NRK Sápmi produserer nyheter, kultur, underholdning og barneinnhold på samisk samt norsk, til nett, mobil, radio og TV.

SAMISK HUNDREÅRSJUBILEUM

2017 var et samisk jubileumsår. For 100 år siden, 6. februar 1917, møttes samer fra Sverige, Finland og Norge til en felles samekonferanse for første gang. NRK Sápmi markerte jubileet gjennom hele året og spesielt på Samenes nasjonaldag 6. februar. Dagen ble markert med direktesending på NRK1 fra feiringen i Trondheim og festforestillingen «Jielemen Aavoe» fra Olavshallen i samarbeid med Kringkastingsorkestret, og med «Beaivváš sámi teahter», en dokumentar om foregangskvinnen Elsa Laula Renberg.



01

01. Anneli Drecker, Margaret Berger og joikementor Ánde Somby.
Foto: Johan Mathias Gaup, NRK

JOIK I «MUITTE MU» OG «STJERNEKAMP»

Før 6. februar hadde NRK allerede startet det samiske jubileumsåret med «Muitte mu - Husk meg». I denne underholdningsserien lærte kjente norske artister å joike. Elisabeth Andreassen var en av artistene som komponerte joik til sin kjære mann med god hjelp av den samiske artisten og joiker Sara Marielle Gaup. Ett av målene med konseptet var å bidra til at joik når den nasjonale scenen. En fin oppfølging var det derfor da de tre finalistene i «Stjernekamp», Ida Maria Børli Sivertsen, Didrik Solli-Tangen og Adam Douglas, framførte og konkurrerte om hvem som var den beste joikeren. «Muitte mu» og joik som kategori i «Stjernekamp» har skapt stor debatt og interesse for joik.

«REINFLYTTING MINUTT FOR MINUTT»
/ «GIÐÐAJOHTIN MINUHTAS MINUKTII»

«Reinflytting minutt for minutt» var sakte-TV i ordets rette forstand. Gjennom én uke fikk seerne innblikk i en livsstil som har eksistert i uminnelige tider. I programmet fulgte vi familien Saras årlige reise fra vinterbeitene på Finnmarksvidda og til sommerbeitene på Finnmarkskysten. En egen nettside med chatfunksjon samt tilstedeværelse i sosiale medier bidro til at publikum kunne påvirke sendingen mens den pågikk. Redaksjonen mottok alt fra musikkønsker til spørsmål om rein, reindrift og samisk kultur. Sendingen måtte avsluttes på grunn av dårlig vær før reinflokken var kommet helt fram til sommerbeitet, men reinflytting var likevel en stor publikumssuksess. Direkte-strømmingen på nett ble fulgt i over 130 land, og redaksjonen fikk over 13 000 meldinger i uken da sendingen pågikk.



02

02. Regitoget fra «Reinflytting minutt for minutt».
Foto: Edmund Grønmo, NRK
03. Talkshowet «Studio Sápmi» sendte i alt 13 episoder fordelt på to sesonger, vinter og høst. Foto: NRK

«STUDIO SÁPMI»
– SAMISK TALKSHOW

Det samiske talkshowet «Studio Sápmi» har yngre samer som hovedmålgruppe. Programmet er et studiobasert kulturprogram i underholdningsformat, med aktuelle gjester fra hele Sápmi (Norge, Sverige, Finland og Russland). Talkshowet tar for seg samisk kultur og internasjonal populærkultur i et samisk perspektiv. «Studio Sápmi» er også blitt en viktig musikkscene for unge samiske artister. I hvert program presenteres og opptrer en samisk artist eller band.



03

NYHETER

Nyhetsredaksjonens hovedformål er å prioritere og formidle de viktigste samiske nyhets- og aktualitetssakene til den samiske befolkningen og til den norske befolkningen. I januar 2018 fikk NRK Sápmi ny forside på nett. Hensikten med omleggingen er å kunne hente og deske stoff til forsiden fra hele NRK Sápmi og produksjonen til de nordiske samarbeidspartnerne. Den samiske forsiden skal i enda større grad vise hele bredden i NRK Sápmis tilbud. Nyhetsinnhold som særskilt retter seg mot unge målgrupper, publiseres også på NRK Sápmis Facebook-side og i særskilte tilfeller på Instagram.

RADIO OG TV

NRK Sápmis morgensending «Buorri Idit Sápmi» er å høre daglig kl. 07.00 – 09.00 på DAB-kanalen NRK Sápmi og er en nordisk sending i samarbeid med SVT Sápmi og YLE Sápmi. Nyhetene oppdateres på nordsamisk hver hele time fram til og med kl. 17.00. Kl. 21.00 leveres nyheter på nordsamisk, lulesamisk og sørsamisk. NRK Sápmi leverer også innhold til andre nyhets- og aktualitetsprogrammer på NRKs kanaler ved behov og på bestilling. NRK Sápmis radiotilbud er tilgjengelig på NRK Radio.

«Oddasat», som sendes daglig på NRK1, er NRK Sápmis hovedprodukt for nyheter på TV, men NRK Sápmi leverer også nyheter og aktualiteter til NRKs øvrige TV-sendinger. «Oddasat» er et samarbeidsprodukt med SVT Sápmi og YLE Sápmi. NRK Sápmis nyheter for TV er tilgjengelig på NRK TV.

VIKTIGE NYHETSSAKER I ÅRET SOM GIKK

NRK Sápmi har levert omkring 4600 nettnyheter på egen og andre NRK-fronter i 2017, hvorav omkring 60 prosent på samisk. Flere av nyhetssakene fikk oppmerksomhet og dominerte det samiske og nasjonale nyhetsbildet i 2017. Blant de viktige sakene var:

1. **Dakota-saken**
Rundt 150 artikler omhandlet Dakota Access Pipeline, hvor NRK Sápmi avdekket norske bankers etisk omstridte investeringer i den amerikanske oljerørledningen som berørte urfolksamfunn i USA. Sakskomplekset vant flere nasjonale og lokale journalistpriser. Den journalistiske dekningen førte til stor oppmerksomhet omkring urfolks rettigheter i USA og norske finansinstitusjoners investeringspraksis i prosjekter som berører urfolk. Flere norske finansinstitusjoner valgte å trekke seg ut av Dakota-prosjektet.

2. **Bane NOR og samiske skilt**
NRK Sápmi avslørte at Bane NOR i en årrekke har unnlatt å skilte togstasjoner på samisk og dermed har handlet i strid med stadnamnlova. Det journalistiske arbeidet førte til endringer i selskapets praksis.

3. **Debatt om joik**
NRK Sápmi har i 2017 hatt journalistisk fokus på joik, gjennom programmene «Muitte mu» og gjennom introduksjon av joik som kategori i underholdningsprogrammet «Stjernekamp». Et av resultatene fra denne satsingen var nyhetsdekningen av ulike oppfatninger i det samiske samfunnet om bruk av joik.

4. **Sannhetskommisjonen**
NRK Sápmi offentliggjorde i 2017 regjeringsdokumenter som avdekket at regjeringen ikke ønsket å opprette en egen kommisjon for fornorskingen av samer og kvener i Norge. Saken ble grundig dekket fram til endelig vedtak i stortinget, som vedtok å opprette sannhetskommisjonen.

SAMISK BARNETILBUD

NRK Sápmi har som ambisjon å utvikle innhold til mobil og nett som blir samiske barns førstevalg, uavhengig av landegrense. NRK Sápmi har sammen med NRK Supers dukkemakere utviklet en figur for samiske småbarn. Småbarnas gode og trofaste Binnabánnaš er underholdende og engasjerende og skal være spesielt viktig i utviklingen av barnas språk. Derfor skal figuren lære seg flere samiske språk. I 2017 har Binnabánnaš i samarbeid med Yle Sápmi lært seg enare- og østsamisk.

«STÁLUGILVVUT»

Stallo er en mytologisk ond, men dum skikkelse i samisk fortellertradisjon. Over mange år har NRK Sápmi produsert konkurranseprogrammet «Stálugilvvut», hvor samiske barn konkurrerer mot Stallo. Etter at Stallo har stjålet barnas julegaver, har to barn funnet veien til Stallos Lavvo i håp om få tilbake julegavene. I den tradisjonelle fortellingen er listighet det som skal til for å overvinne Stallo. I hver episode møter to nye barn Stallo i ulike konkurranser for å få tilbake julegavene Stallo har stjålet.



«IEŽÁR»

«ležár» er en reportasjeserie med samiske barn og betyr «selfie». I serien blir vi kjent med samiske barn og følger dem i deres hverdag og drømmer. Målet er å inspirere barn som ser programmet, til å våge å stole på seg selv og styrke deres selvbilde. I serien skal barnas egne refleksjoner og tanker tas på alvor. I 2017 vant en av «ležár»-episodene prisen for beste barne- og ungdomsproduksjon under Northern Character 2017 festivalen i Murmansk.

04. Første episode av «Stálugilvvut» i 2017 er nominert til finalen under årets Prix Jeunesse International 2018 (barnas «Oscar-utdeling»). Foto: NRK



SAMETINGSVALGET

Sametingsvalget gjennomføres samtidig med stortingsvalget. Valgdeltakelsen har gradvis gått ned, og i 2013 brukte 67,8 prosent stemmeretten av 15 005 stemmeberettigede. NRK Sápmis mål med valgsatsingen var å øke interessen for Sametingsvalget, bidra til å øke innmeldingen til valgmanntallet og øke oppslutningen om Sametingsvalget. NRK Sápmi skal gi velgeren innsikt og kunnskap til å ta et valg. Denne gang rettet vi spesielt oppmerksomheten mot første- og andregangselgeren. NRK Sápmis valgsatsing var todelt:

- 1. Dekning av valget i eksisterende nyhets- og aktualitetsinnholdstilbud
- 2. Egen ungsatsing for å øke interessen blant yngre velgere.

NRK Sápmi inviterte de samiske avisene Ávvir og Ságat til samarbeid og hadde et utstrakt samarbeid med Ávvir i ungsatsingen. I tillegg samarbeidet Ávvir, Sagat og NRK Sápmi om gjennomføring av flere meningsmålinger med partibarometer før valget.

05. «ležár» er en reportasjeserie med samiske barn og betyr «selfie». Foto: NRK

SAMLET PROGRAMPROFIL FOR TV-TILBUDET TIL NRK SÁPMI			
	2015	2016	2017
Barn	76	75	92
Fakta	1	2	3
Kultur	40	28	165
Nyheter	164	147	142
Underholdning	1		28
Valg			1
Totalt	282	252	433

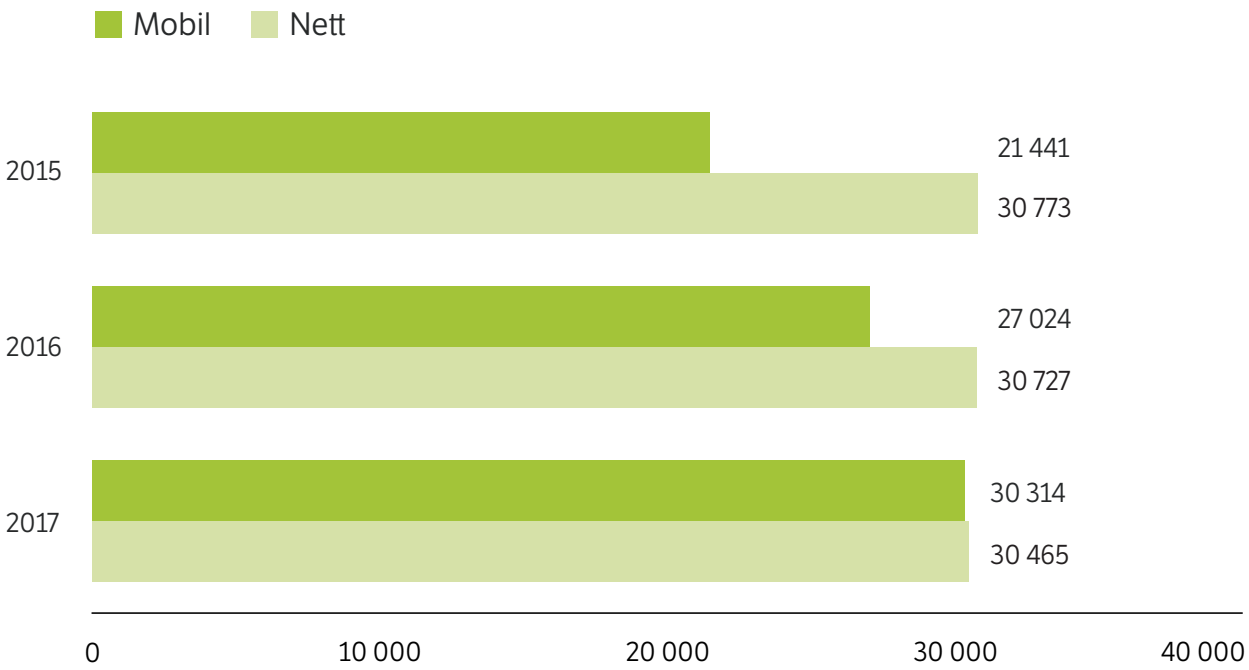
PROGRAMPROFIL FOR RADIO-TILBUDET TIL NRK SÁPMI			
	2015	2016	2017
Nyheter på samisk	143	161	158
Nyheter på norsk	19	0	0
Aktualiteter	105	77	1 243
Barn og ungdom	6	8	0
Religion	50	50	30
Kultur, underholdning	1 367	1 393	0
Kultur, underholdning på norsk	39	12	22
Totalt	1 729	1 701	1 453

PROGRAMPROFIL FOR DAB-TILBUDET TIL NRK SÁPMI			
	2015	2016	2017
Nyheter på samisk	218	238	140
Nyheter på norsk	19	0	0
Aktualiteter	215	154	3 158
Barn og ungdom	12	16	0
Religion	133	130	89
Kultur, underholdning	3 553	3 644	857
Kultur, underholdning på norsk	86	64	0
Musikk	2 257	2 322	4 292
Sametinget	116	0	59
Totalt	6 609	6 569	8 594

Antall sendetimer.
Kilde: NRK Statistikk

FLERE BRUKER NRK SÁPMIS NETTSIDER

I tillegg til TV- og radiotilbud har NRK Sápmi et tilbud på nett og mobil. Bruken av innholdet på nett er stabil fra fjoråret og vi ser en økning på mobil. I 2017 har NRK Sápmi like mange unike brukere på nett som på mobil.



Ukentlige unike brukere på NRK Sápmis nettsider på nett og mobil.
Kilde: Kantar TNS Scores

Hurtig, bredt og dypt

NRK skal medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne delta aktivt i demokratiske prosesser. Det er neppe noe som ligger nærmere kjernen av dette oppdraget enn å dekke et stortingsvalg - den største og viktigste demokratiske prosessen vi som borgere kan delta i.



Mye av den informasjonen og meningsbrytningen som foregår i offentligheten, retter seg mot dem som allerede er engasjert i nyheter og politikk. NRKs ambisjon er å være Norges viktigste nyhetsformidler. Da må også NRK Nyheter treffe bredt i hele befolkningen med innholdet, ikke bare i deler av den.

I planleggingen av vår dekning av stortingsvalget 2017 var oppgaven like tydelig som den var vanskelig: NRK må vekke interesse og engasjement hos dem som tenker at politikk og valg ikke angår dem. Samtidig skal NRK være en arena også for de mer politisk interesserte. Å dekke et stortingsvalg i 2017 krever derfor satsing og samarbeid på tvers av divisjoner, avdelinger, redaksjoner og faggrupper i hele NRK. Oppgaven kan ikke løses bare ved hjelp av etablerte nyhets- og debattflater som «Politisk kvarter», «Dagsrevyen», «Debatten» og «Dagsnytt 18». Valgstoffet må formidles på måter som gjør at det treffer de ulike målgruppene der de er, og på de medieplattformene de bruker, enten det er via kringkastet TV og radio, på nett, mobil eller i sosiale medier.



01

Med NRK Nyheter i spissen bestemte «Prosjekt stortingsvalg 2017» at man skulle gjøre en ekstra innsats for å nå fram til dem det er ekstra vanskelig å nå; andregangsvelgerne, unge voksne i begynnelsen av 20-årene.

Det ble laget en målplakat for prosjektet som satte publikums behov i sentrum. Plakaten var oversiktlig og konkret og fungerte som et styringsdokument for alle involverte i valgprosjektet.

01. NRK hadde som mål at flere unge borgere skulle gå til valgurnene. Et virkemiddel var gensere med påskriften #Stem. NRK ga en genser til 20 unge mennesker med til sammen over en million følgere på Instagram, med ønske om at de skulle oppfordre følgerne sine til å bruke stemmeretten. **Foto:** NRK

Noen av hovedsatsingene under valget:

- Med **«Din stemme»** på NRK1 var målet å få folk til å forstå sakene og de politiske standpunktene. NRK tok pulsen på valgkampen, med reportasjer, direkteinnslag og aktuelle gjester i studio. To av sendingene ble erstattet med «Norge stemmer», som ble laget av NRKs distriktskontorer.
- I **«Detektor»** faktasjekket NRK politikernes påstander i valgkampen. Ikke for å arrestere dem, men for å bidra til en mer opplyst politisk samtale. «Detektor» gikk som fire TV-program på NRK1. I tillegg var det en egen satsing på nett.
- **Distriktskontorene** arrangerte debattmøter ulike steder i landet gjennom hele valgkampen, med nrk.no som primær plattform. Flere av møtene ble også sendt direkte på TV. De fleste av debattene var samarbeidsprosjekter med andre lokale og regionale aviser.
- **«Verdens Rikeste Land».** Niklas Baarli og Tuva Fellman fra NRK P3 dro på verdiskapningsturné for å finne ut hva Norge er bygget av.
- **«Faten tar valget»** var en nettserie om Faten som gjennom fire program skulle lete seg fram til det partiet som passet best for henne.
- **«Valgfri»** - var et politisk talkshow på fredager, sendt fra valgstudio foran Stortinget.
- **«Valgmorgen»**-sender i NRK P2 og Alltid Nyheter var en sammensmelting av «Nyhetsmorgen» og «Politisk kvarter».



02



03



04



05

NRK VAR VIKTIG

Over 40 prosent i aldersgruppen 23-29 visste ikke hva de skulle stemme før valgkampen startet. I følge NRKs valgundersøkelse svarte en tilsvarende andel at NRKs valgdekning var et viktig verktøy for dem når de skulle finne ut hva de skulle stemme. Den samme undersøkelsen viser at NRK klarte å nå ni av ti over 18 år med valgstoff i løpet av valgkampen.



06

02. «Valgfri» fredag kveld med Atle Bjørstrøm og Live Nelvik var NRKs politiske talkshow, der formålet var å erstatte konfrontasjon og fokus på konflikt med vennlighet og humor. **Foto:** NRK

03. Valgstudio foran Stortinget ble også brukt til radiosendinger som «Politisk valgkvarter» om morgenen og «Dagsnytt 18» om kvelden. Her er programleder Ugo Fermariello. **Foto:** NRK

04. Miljøet for faktasjekk i Norge ble større med etableringen av den uavhengige organisasjonen Faktisk.no i juli 2017. «Detektor»-redaksjonen i NRK samarbeidet med Faktisk.no under valgkampen. NRK gikk også inn på eiersiden til den ideelle organisasjonen. **Foto:** NRK

05. Hva har sykehuset, NAV-kontoret og oljeplattformen til felles? Det er der folk jobber. Niklas Baarli og Tuva Fellman reiste på verdiskapningsturné i Norge for å finne ut hva landet er bygget av. Hva driver den oppvoksede generasjon med? Det ble til tolv livesendinger på NRK P3. **Foto:** NRK

06. Det ble opprettet en grafisk valgregaksjon for illustrasjoner og innholdsgrafikk. Redaksjonen jobbet tett på innholdet og forklarte komplekse saker for folket til bruk inn i valgmaten, på sosiale medier, i nettsaker og til bruk i TV-sendinger.



07

NRK SAMLET PÅ VALGNATTEN

På selve valgvelden var det nærmere 1,2 millioner seere som så på NRK1 i tidsrommet fra valgdagsmålingene ble offentliggjort kl. 21.00 og fram til kl. 23.00. Totalt var 2,3 millioner mennesker innom «Valgnatt»-sendingen på NRK1. Det er flere enn på tilsvarende sending ved forrige stortingsvalg. De høye seertallene viser at NRK1 fortsatt er en fellesarena som evner å samle store deler av befolkningen rundt viktige nasjonale begivenheter.

Det var de eldste som så mest på TV-sendingene, men også mange unge mennesker var innom «Valgnatt»-sendingen, som ble den mest sette sendingen i løpet av valgkampen, etterfulgt av åpningsdebatten fra Arendal og den avsluttende partilederdebatte fra Bergen. NRK sendte fire store TV-debatter – fra Arendal, Loen, Tromsø og Bergen.

Sitat: Tone Angell Jensen, kommentator i Nordlys

«Statskanalen har flyttet de store debattene ut av Oslo i denne valgkampen. Til Arendal, Jostedalsbreen og Tromsø. Den siste, partilederdebatte 8. september, skal gå fra Bergen. Man har latt folket slippe mer til, det samsvarer godt både med samfunnsoppdraget og NRKs egne vedtekter. Å la toppolitikerne våre møte det folket de skal tjene, utenom de godt regisserte partitilstelningene, vekker interesse. Det viser den kjempelange køen det var for å komme inn på statsministerdebatten i Tromsø».

07. Arendal: NRKs partilederdebatte fra Arendal 14. august markerte starten på valgkampen. Ingunn Solheim og Jarle Roheim Håkonsen ledet debatten om skattepolitikk, økonomi, arbeidsliv og «norske verdier». TV-debatten førte til stort engasjement målt blant annet som høy aktivitet på twitter under emneknaggen #NRKvalg, antall brukere som gjennomførte valgmaten, og 65 000 stemmer i den uhytidelige kåringen av hvilken partileder som gjorde det best. **Foto:** NRK

STABILT OPPDRAG, NYE LØSNINGER

NRKs oppdrag om å dekke sosiale, kulturelle og demokratiske behov i samfunnet er stabilt og uforandret gjennom mange år. Men forutsetningene for å løse det har endret seg og vil endre seg dramatisk fremover. Nett og mobil er blitt nordmenns viktigste kilde til nyheter.

I 2017 har NRK Nyheter vært gjennom en omfattende omorganisering for å møte publikums nye behov. Nett og mobil har fått en viktigere prioritet i nyhetsarbeidet. Samtidig skal NRK videreutvikle den sterke posisjonen som nyhetsleverandør på TV og radio. «Dagsrevyen» og «Dagsnytt» kommer til å være to av Norges viktigste nyhetsprodukter også i årene fremover, og vi skal jobbe for å innfri på alle plattformene.

NRK Nyheter har som mål å være først med hele bildet. I dette ligger ambisjonen om både å være ledende på de løpende nyhetene og å være best på dybde og egne avsløringer. I den nye organiseringen av nyhetsdivisjonen er ansvaret for den hurtige og løpende nyhetsoppdateringen samlet i en spesialisert Direktelinje. Programflater på radio og TV er samlet i en Nyhetsprogramlinje, mens fagredaksjonene Innenriks, Utenriks, Kultur, Økonomi og politikk er samlet i en tredje Faglinje.

NRK Nyheter har tidligere fått kritikk for å ha vært for sent ute med å rapportere på store nyhetssaker. Det er en klar forventning hos publikum at NRK Nyheter leverer først og best på de store hendelsene. Omorganiseringen i 2017 har bidratt til at NRK nå oftest er blant de første til å melde nyhetssaker. NRKs løpende profilmålinger viser at nrk.no nå er det nettstedet flest oppgir at de foretrekker å gå til først ved breaking news.

NRK Nyheter har også intensivert arbeidet med gravende og fordypende journalistikk. Av store avsløringer det siste året kan nevnes koranskolesaken og nødnettsaken.

NRKs nyhetsdivisjon har 365 medarbeidere totalt. I tillegg til løpende nyhetsdekning på alle plattformer produserer vi en rekke programtitler gjennom døgnet og uken, så som «Dagsrevyen», «Dagsrevyen 21», «Kveldsnytt», «Nyhetsmorgen», «Nyhetslunsj», «Nyhetsettermiddag», «Politisk kvarter», «Kulturnytt», «Dagsnytt 18», «Debatten», «Torp», «Urix» TV, «Urix» radio, «Ukeslutt», «Ytring» og radiokanalen Alltid Nyheter.

07. NRKs utenriksredaksjon består av 20 journalister hjemme og 10 korrespondenter med kontor i Nairobi, Beijing, Istanbul, Kairo, Moskva, Berlin, Brussel, London og Washington D.C. I en tid med overflod av tilgjengelige internasjonale nyhetskilder er det viktig å levere kvalitetssikret utenriksjournalistikk tilpasset et norsk publikum. **Foto:** Ole Kaland, NRK.



08

NRK I VERDEN

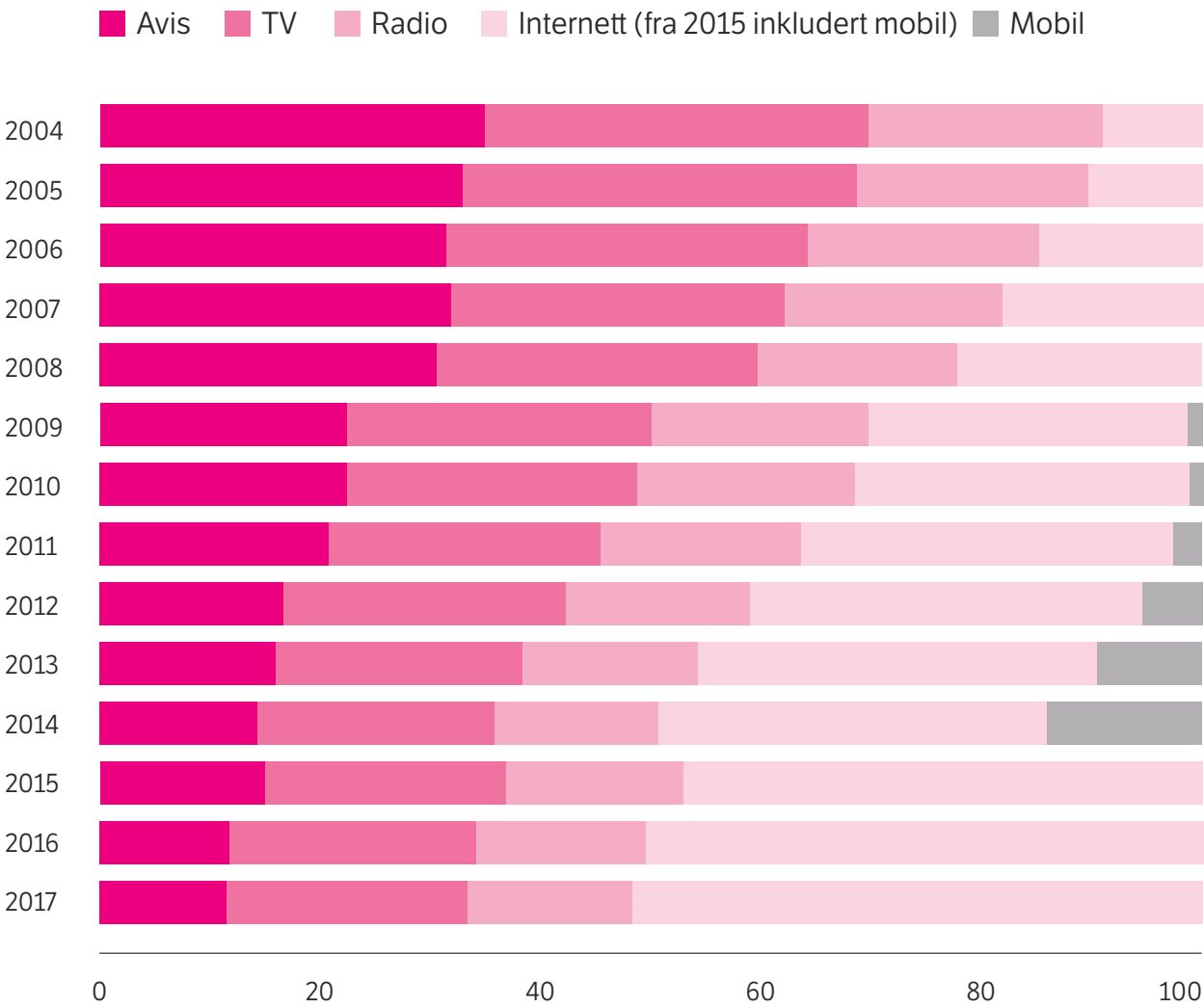
Donald Trumps første år som president i USA preget nyhetsåret 2017 – både hans politikk innad i USA og presidentens rolle på den internasjonale scenen, som for eksempel i konflikten rundt Nord-Koreas atomprogram. For første gang på lang tid ble faren for atomkrig satt på dagsorden igjen, noe som også bidro til at Nobels fredspris for 2017 gikk til kampen mot atomvåpen.

Terroraksjoner i flere europeiske land og dekningen av IS' fall i Irak og Syria preget også nyhetsåret 2017. Det samme gjelder saker knyttet til flyktninger og migrasjon. Det har vært viktige valg i store europeiske land som Frankrike og Tyskland, mens #metoo-kampanjen ble en stor nyhetssak mot slutten av året. NRK har vært til stede med våre reportere og korrespondenter ved de store begivenhetene i 2017. Tilstedeværelsen er viktig for presisjonen i nyhetsformidlingen og tilliten til den informasjonen som blir presentert i våre nyhetsformater. NRKs utenriksredaksjon har i 2017 brukt mye tid på å forklare hva som ligger bak nyhetshendelsene. I serien «Urix forklarer» får NRKs brukere både analyserende artikler som gir bakgrunn og korte videoer med enkle analyser, kart, grafikk, bilder og tekst som gir forståelse for hvorfor ting skjer. Videoene er en blanding av fortellergrep fra TV, nett og sosiale medier og publiseres på alle plattformer. Disse forklarer-videoene er også med på å fornye fortellerformen på TV.

I utenriksmagasinet «Urix» som sendes fire dager i uka på NRK2, «brettes» aktuelle saker ut i reportasjer og med studiogjester. Den utvidede satsingen på programmet resulterte i 128 utgaver med dybde og analyse, ledet av erfarne utenriksjournalister. I tillegg lager også utenriksredaksjonen radioprogrammet «Urix på lørdag» samt mange nyhets- og kommentarartikler på nrk.no hver eneste uke. I sum gir dette NRKs publikum god mulighet til å orientere seg og forstå verden utenfor.

«MIN VIKTIGSTE NYHETSKILDE»

NRK arbeider kontinuerlig med å tilpasse nyhetspresentasjonen til folks medievaner. Internett har de seneste årene vokst frem som den viktigste kilden til nyheter for en størst andel av befolkningen, men som tallene viser er det viktig å lykkes på alle plattformene for å gi befolkningen et best mulig nyhetstilbud. En betydelig andel av befolkningen mener enten TV eller radio er den viktigste nyhetskilden.



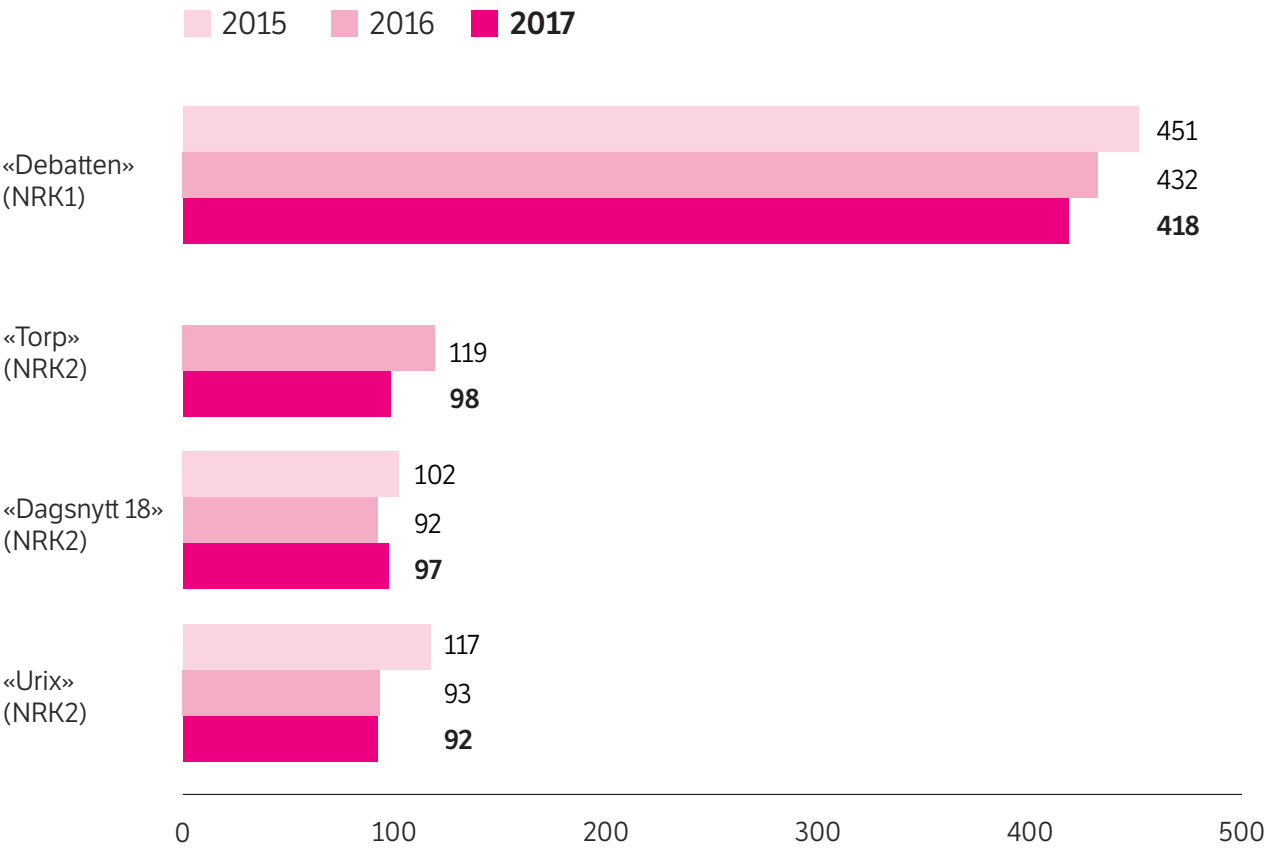
Spørsmålet som ble stilt: «... er min viktigste nyhetskilde». Fra og med 2015 er mobil en del av internett. Oppgitt i prosent.
Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

SEERTALL FOR NYHETSSENDINGER PÅ NRK1

	2015	2016	2017
«Dagsrevyen» alle dager	703	659	641
«Dagsrevyen 21» mandag–torsdag	517	481	482
«Kveldsnytt» alle dager	433	407	383

Rating i tusen. Snitt for 2017.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

SEERTALL FOR DEBATT- OG AKTUALITETSPROGRAMMER PÅ NRK



Rating i tusen. Snitt for førstegangssendinger i 2017.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

KULTUR OG MANGFOLD

Kultur og identitet

NRKs kulturinnhold skal balansere mellom det å løse det «tradisjonelle» kulturoppdraget og åpne opp sjangeren for å treffe nye målgrupper.

19 år gamle Tim får spille med KORK.
Foto: Vilde Alette Monrad-Krohn og Patrick da Silva Sæther



NRK skal styrke norsk kultur, språk og identitet. Med sterk internasjonal konkurranse og et økende konsum av engelskspråklig innhold er oppdraget å «styrke norsk og samisk språk» en viktig del av oppdraget. Konkurransen og omverden utfordrer vår formidling av «det norske». Hvem er vi i dag, hvordan utvikler vi oss som nasjon? Hva er våre felles verdier, hva kan vi samles om, og hva utfordrer oss?

LEKEGRIND FOR DIGITALT INNHOLD

Kulturavdelingen opprettet i 2017 en egen avdeling for «digital og event», som er en forskningspark og lekegrind for å utvikle digitalt kulturinnhold. Eventer fra kulturavdelingen skal berøre, overraske, underholde og skape engasjement gjennom unike kulturopplevelser. De skal tilrettelegge for magiske møter mellom de potensielt og de spesielt interesserte. Netthistorien «Blås i det» er et eksempel på et av disse magiske møtene. Vi møter 19 år gamle Tim og følger hans opplevelse av å få spille sammen med Kringkastingsorkestret. Tim spiller i Torshovkorpset, som trolig er verdens første og største korps hvor musikantene er psykisk utviklingshemmede.

Et annet eksempel er «Maratonsendingen om Jeff Buckley». Dette ble en flere timer lang sending på radio, streaming på nrk.no og et program i NRK TV. Satsingen ble også fulgt av en featureartikkel.

ARKIVET OG DE STORE SPØRSMÅLENE

I «Lisenskontrolløren og livet» granskes den norske folkesjela ved dypdykk i NRKs arkiv. Programleder Njål Engesæth tar oss gjennom historien for å utforske og besvare noen av livets store spørsmål. Når er det historien gjentar seg? Hva er likt til alle tider? Hva er egentlig likt selv om det ser ulikt ut? Hvorfor er kjærligheten så vanskelig når den samtidig er så viktig? Dette er en serie om det tidløse, det vanskelige, det pinlige og det fantastiske ved det å være menneske.

Der programleder Engesæth i «Lisenskontrolløren og livet» forteller om hvordan felles opplevelser har vært med på å forme oss som mennesker og nasjon, får vi et musikalsk dypdykk i en tilsvarende formende epoke i dokumentarserien «Takin Ova». I denne dokumentarserien fortelles historien om norsk hiphop gjennom møter med sentrale aktører fra da hiphopen kom til Norge som en subkultur tidlig på 80-tallet, og til i dag, hvor den er en stor kommersiell suksess. Denne serien er et viktig dokument over sjangerens utvikling.



01



02



03

01. Liv Ullmann var gjest i en av episodene i «Lisenkontrolløren og livet». Foto: Jørn Veberg, NRK
02. Lars Vaular i serien «Takin Ova» - historien om norsk hiphop. Foto: NRK

03. Tradisjonshåndverk i kombinasjon med leken skaperglede var en suksessoppskrift også i 2017. Serien viser at bærekraft, kreativt gjenbruk, reparasjoner og kunnskap fra gamle dager kan gjøre hverdagen rikere for små og store. Foto: Thomas Kvitvik, NRK



04

SLAMPOESI OG JAZZ

Kulturopplevelser i radio er flettet inn i mange flater. Ambisjonen er å nå både bredere og yngre med kulturinnholdet. Ettermiddagsprogrammene «Studio 2» og «Salongen» var to av satsingene fra NRK P2 som skulle styrke posisjonen hos kultur- og samfunnsinteresserte – med utvidet og aktiv publikumskontakt som en del av nysatsingen. I tillegg ble det utviklet spesialprogrammer innen litteratur og andre relevante og aktuelle kultursjangere. I «Faktasjekken» med Hans Olav Brenner på NRK P2 jaktet vi på Norges beste sakprosa skrevet etter andre verdenskrig. Med serien «Da Luther kom til Norge» markerte vi at det er 500 år siden Martin Luther publiserte sine 95 teser i Wittenberg. Poesisjangeren ble fornyet med NRK P2-programmet «Ordet fanger». Programmet nådde ut til et bredt publikum gjennom å fortelle hvordan poesien engasjerer og lever som kunstuttrykk på tvers av sjangere i dagens Norge. En av de store satsingene fra Radioteatret var «22. juli – Hvordan kunne det skje?», sesong tre av en dramaserie om hendelser i norsk historie. Alle episoder ble sendt samme dag på NRK P2 og publisert på podkast. Serien fenget publikum både på direkteradio og podkast.

KORK - HELE LANDETS ORKESTER

Krinkastingsorkestret legger vekt på aktiviteter som når ut til mange - som «Hele landets orkester». Kontakt med folk rundt om i landet er viktig og prioritert. Til sammen hadde orkesteret 61 eksterne samarbeid i 2017. Krinkastingsorkestret samarbeider med kulturaktører i hele landet, på tvers av stilretninger og fagfelt. De møter publikum direkte, på flere arenaer og i flere områder i landet. I 2017 samarbeidet KORK med Aftenposten, Gloppen Musikkfest i Sogn og Fjordane, Oslo Friluftsråd, Ski kulturhus, Warner, festivaler, plateselskaper og mere. Krinkastingsorkestret bidrar inn i store NRK-begivenheter som NRK sin årlige innsamlingsaksjon, NRKs juleparty i samarbeid med underholdningsavdelingen, Nobelkonserten og produksjoner som «Klassisk vorspiel» på radio (NRK Klassisk) og på TV. Et utvalg av amatørmusikere rundt om i Norge sang og spilte julesanger med KORK som akkompagnement.

04. «Oslo-Filharmonien på Slottsplassen». Sammen med internasjonalt anerkjente solister ble det spilt amerikanske klassikere som Bernstein og Gershwin på en slottsplass fylt av et entusiastisk og ungt publikum. Foto: Fred-Olav Vatne

MODIG FORMIDLER AV
NY NORSK MUSIKK

Musikkmarkedet er i endring. Ikke bare har urbanmusikken forbigått rocken i popularitet i den vestlige verden, strømming er nå for første gang oppgitt som den viktigste kilden til ny musikk blant unge mennesker. Radiolyttingen lider noe som følge av denne utviklingen. Likevel har NRK P3 hatt en tydelig ambisjon om å fortsette å satse på ny musikk for å kunne stå ut i et stadig mer fragmentert radio- og mediemarked. Hvem skal satse på ny, norsk musikk om ikke NRK P3? Hovedfokuset til NRK P3 er nettopp ny, norsk musikk. For selv om den nye norske musikken er tilgjengelig hos strømmetjenester som Spotify, er det ikke slik at folk oppsøker musikken av den grunn.

NRK P3 har gjennom hele 2017 spilt stadig mer ny, norsk musikk og satt en ny standard med hensyn til mengde. Nærmere halvparten (48 prosent) av musikken som ble spilt på kanalen sist år, er norsk.

Med en tydelig satsing på nye artister som Hkeem, Unge Ferrari, Fieh, Sassy009, Ezzari og Linda Vidala har kanalen bidratt sterkt til å utvide den norske musikkscenen og gitt den selvtilit.

Likevel er det Sigrïd som skinner sterkest fra året som er gått. NRK P3 var først ute med å løfte opp og fram Sigrïd. Allerede i 2013 spilte kanalen hennes første single «Two Fish». Dette ga Sigrïd et skyv i retning av å fortsette med musikk. I dag topper Sigrïd BBCs liste over hvem de har størst tro på i 2018, og hun reiser verden rundt for TV-opptredener i de største markedene i verden.

Mangfoldet NRK P3 har stått for i året som er gått, speiles i antallet låter kanalen har spilt. I overkant av 12 000 låter har fått eksponering på kanalen. Det er mye. Videre har NRK P3 gitt om lag 200 ulike norske artister flere spillinger i året som har gått.

NRK P3 er gjennom spillelistene og «Urørt» med på å gi norske artister pågangsmot og selvtilit til å satse på musikk. En tydelig trend er at stadig flere også tør å satse på det norske språket i musikken. Hele tre av de fem mest spilte låtene på kanalen var på morsmålet i 2017.



05. Sigrïd ble årets nykommer på «P3 Gull 2017». Foto: Tom Øverlie, NRK

MANGFOLD

NRK har et særlig ansvar for å synliggjøre et flerkulturelt mangfold og Norges nasjonale minoriteter. Dette gjør vi gjennom innhold som søker å nå bredt til ulike målgrupper. Innholdet er innnevnt i publiseringer på tvers av sjangere og flater. Eksempelene er mange, som «Flukt» med programleder Leo Ajkic og dokumentarfilmen «Hjerte av gull» om filippinske kvinner som drevet av nød, forlater sine egne barn og familier for å jobbe i Norge - og passe på norske barn og familier. Mangfoldet synes også i deltakere og casting i ulike programmer. Som f. eks. i «Stjerneekamp», «Brillebjørn», NRK Supers programmer, «Familieekspedisjonen» og gjennom nyhetsankere i «Dagsrevyen».



I tillegg til bredden i publisert innhold og medvirkning legger vi vekt på organisasjonens mangfold. Et mangfoldig NRK, med kjennskap til mange kulturer, er en vesentlig forutsetning for å kunne produsere et mangfoldig og relevant innhold. Kompetanse og erfaring fra/med ulike flerkulturelle ståsted er viktig å ha/innhente i alle redaksjonelle miljø og på ledernivå. NRK har som mål å rekruttere flere ansatte med flerkulturell kompetanse for å kunne levere best mulig innhold til hele befolkningen. Vi definerer flerkulturell kompetanse som språk, nettverk og perspektiv fra innvandrergupper eller andre kulturelle minoriteter.

NYTT TILBUD TIL DEN KVENSKE/
NORSKFINSKE MINORITETEN

På tampen av året 2017 (13. desember) kunne kringkastingssjef Thor Gjermund Eriksen lansere NRKs nye tilbud til kvener og norskfinner. Det nye tilbudet er digitalt og tar sikte på å nå flere kvener og norskfinner enn finsksendingen (et 12 minutter langt radioprogram gikk på

lufta i Nord-Norge en gang i uka fram til FM-slukkingen). Etter slukkingen var det ikke lenger mulig å fortsette denne distribusjonen.

Et nytt tilbud på nett ble konklusjonen på et utredningsarbeid som NRK startet i januar 2017 for å finne ut hva som ville være den beste måten å erstatte finsksendingen på. NRK Troms arbeidet med dette sammen med blant annet NRKs utviklingsavdeling og hadde også workshops og innsiktsintervjuer med kvener i alle aldre. Utviklingsarbeidet viste at det var viktig for målgruppen at det nye tilbudet tok opp i seg: stolthet og fellesskapsfølelsen, behovet for å delta i et større stolt fellesskap og dele sin kultur, leken språklæring skriftlig og muntlig (å både høre, lese og praktisere språket), nettverksbehovet (å snakke med andre om det kvenske i et større stolt fellesskap og dele sin kultur). Dette ble utgangspunktet for det som i dag er

www.nrk.no/kvensk
www.nrk.no/kveeni

Barn/unge og unge voksne med barn er en viktig målgruppe ettersom det er de som skal redde det utryddingstruede språket. Det har samtidig vært viktig for NRK at også eldre skal finne et tilbud på nettsiden.



06. Fra serien «Familieekspedisjonen». Her familien Azeem. Foto: NRK
07. RK/kveeni – NRKs nye tilbud for (og om) den kvenske minoriteten. Foto: NRK

Siden lanseringsdatoen (ca to måneder) er det publisert til sammen 33 artikler på nrk.no/kvensk. En blanding av egenproduserte artikler og tidligere produserte programmer for NRK som er publisert på nytt (ligger i NRK TV). Mye av innholdet på nettsiden er på norsk ettersom kvener flest ikke lenger kan språket. Men redaksjonen har et tydelig mål om også å skrive kvensk eller finsk på siden og å gi et tilbud om å få høre på kvensk og finsk tale. Så langt har det vært:

- 6 artikler med kvensk tekst (hele artikkelen eller et sammendrag),
- 3 av TV-programmene som er lagt ut, er med en kort kvensk tekst.
- I 3 saker har vi lagt ut en eller flere lydenker med kvensk tale samt 1 med finsk tale.
- 2 artikler inneholder video med kvensk tale og 1 med finsk.

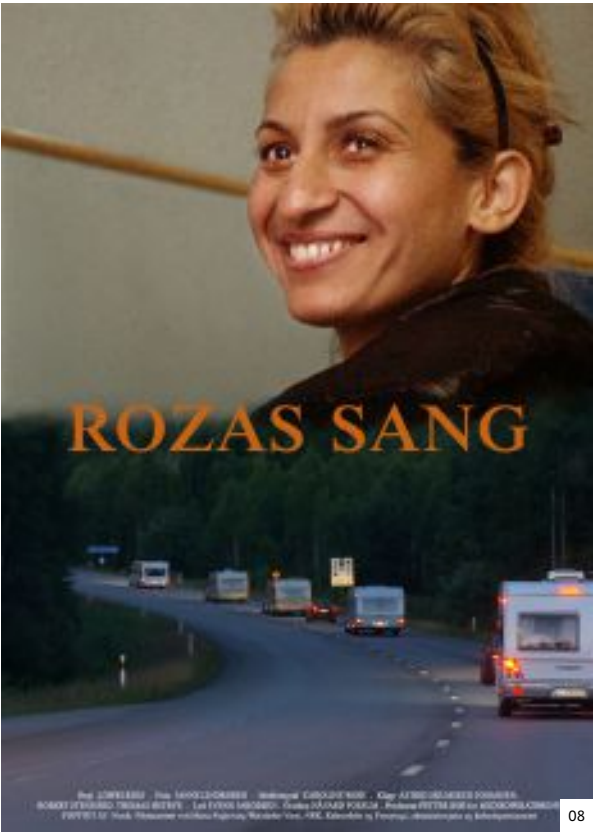
Et erklært mål er at vi skal ha et tilbud til barn, unge og unge foreldre med barn. Dette er langt framme i valg av stoff. Vi har av den grunn lagt ut enkle konkurranser for barn, i et samarbeid med NRK Super. Et annet tilbud er eventyr fortalt på kvensk og norsk, og dette er noe vi skal publisere flere av for å se om det kan fenge barna. Vi har også lagt ut en lydenke Meänraatio, Sveriges Radios tilbud til den kvenske befolkningen, der Meänkieli-redaksjonen i SR blant annet har et tilbud til barn. Meänkieli er ganske likt kvensk, og det er mulig å forstå for dem som kan kvensk eller finsk.

Arbeidet er i gang med å få til en «klippbank» eller et medietek der alle TV-programmer, både NRKs og andres, om kvenske temaer skal samles. Det er også et mål å få til et samarbeid med andre medier, som Ruijan Kaiku (den kvenske avisa i Norge), Meänraatio, SVT og YLE. Av kvensk TV-sendt innhold i 2017 kan nevnes filmen «Stein, saks og sisu», en historie om kvensk kultur i Alta, om skiferdrift i kombinasjon med jordbruk og fiske.

Effekten av å publisere kvensk stoff på en egen nettside er allerede merkbar, med bl.a. flere saker løftet opp i distriktssendingen på TV (Nordnytt) og i bl.a. «Språkteigen» (NRK P2). Konklusjonen etter kort tids drift av den kvenske nettsiden er at vi har kommet et godt stykke på vei med det nye tilbudet, og vi får mye positiv tilbakemelding fra de kvenske miljøene. Av tilbakemeldingene ser vi også at vi klarer å spre kunnskap om kvenene ut til andre.

INNHold Til Andre Minoriteter

NRK skal ha programmer for nasjonale og språklige minoriteter. Dette innholdet synliggjøres i ulike flater og sjangere og er en blanding av egenprodusert (reportasjer, dokumentarer, filmer) og innkjøpt materiale. F.eks. belyses skogfinnene i radioreportasjer fra NRK Oppland, blant annet i reportasjer om norsk skogfinsk museum i Grue. «P2-portrettet» har i 2017 portrettert «Aina Tvangsberg – en sterk kvinne av skogfinneslekt». NRK P2s «Museum» omhandlet blant annet flyktningruter fra annen verdenskrig i et program om flyktningleiren på Kjesäter utenfor Stockholm, som ble første stopp for nesten 50 000 norske krigsflykninger under annen verdenskrig. I et annet program gjennomgikk «Museum» jødisk historie gjennom tusen år og besøkte det jødiske museet POLIN i Warszawa. NRKs programflater «Ekko», «Verdibørsen», «Salongen», «Verden i går» og andre nyhets- og magasinflater har et variert innhold for og om de nasjonale minoritetene.



08

08. «Rozas sang», norsk dokumentar om den norske romkvinnen Roza. Livsformen hennes er vanskelig å opprettholde i dagens Norge, men Roza setter selv premissene for sitt eget liv. Serien er produsert av Medieoperatørene AS. **Foto:** Medieoperatørene AS



09



10

09. «Mot en av mine minste» er en norsk dokumentar om to barn av romani-slekt som ble tatt fra sin familie og satt på barneheim og deretter i fosterhjem. Vi følger historien til Martin og Solveig og ser nærmere på statens nådeløse politikk mot folkeslaget de siste hundre år. Produsert av Marius Loland/Sørnorsk Filmsenter. **Foto:** Marius Loland, Mediart

10. «Drømmen om en jødisk jul» er en ukonvensjonell musikkdokumentar som forteller historien om en gruppe jødiske komponister som skrev lydsporet til den amerikanske julen, blant dem Irving Berlin, Mel Tormé, Ray Evans, og Gloria Shayne Baker. En utrolig historie om ukjente immigranter som ble uerstattelige aktører i underholdningsindustrien og som skjønte at julen var den perfekte tiden for å tenke seg en bedre verden - i alle fall for én dag i året - og få oss til å tro det. **Foto:** Medieoperatørene as

MUSIKKPROFIL NRK P1

	Antall timer
Diverse lett musikk/pop/rock	126
Diverse musikk	624
Lett musikk	23
Musikk	42
Norsk musikk	89
Pop/rock	1 138
Klassisk musikk	40
Totalt NRK P1	2 082

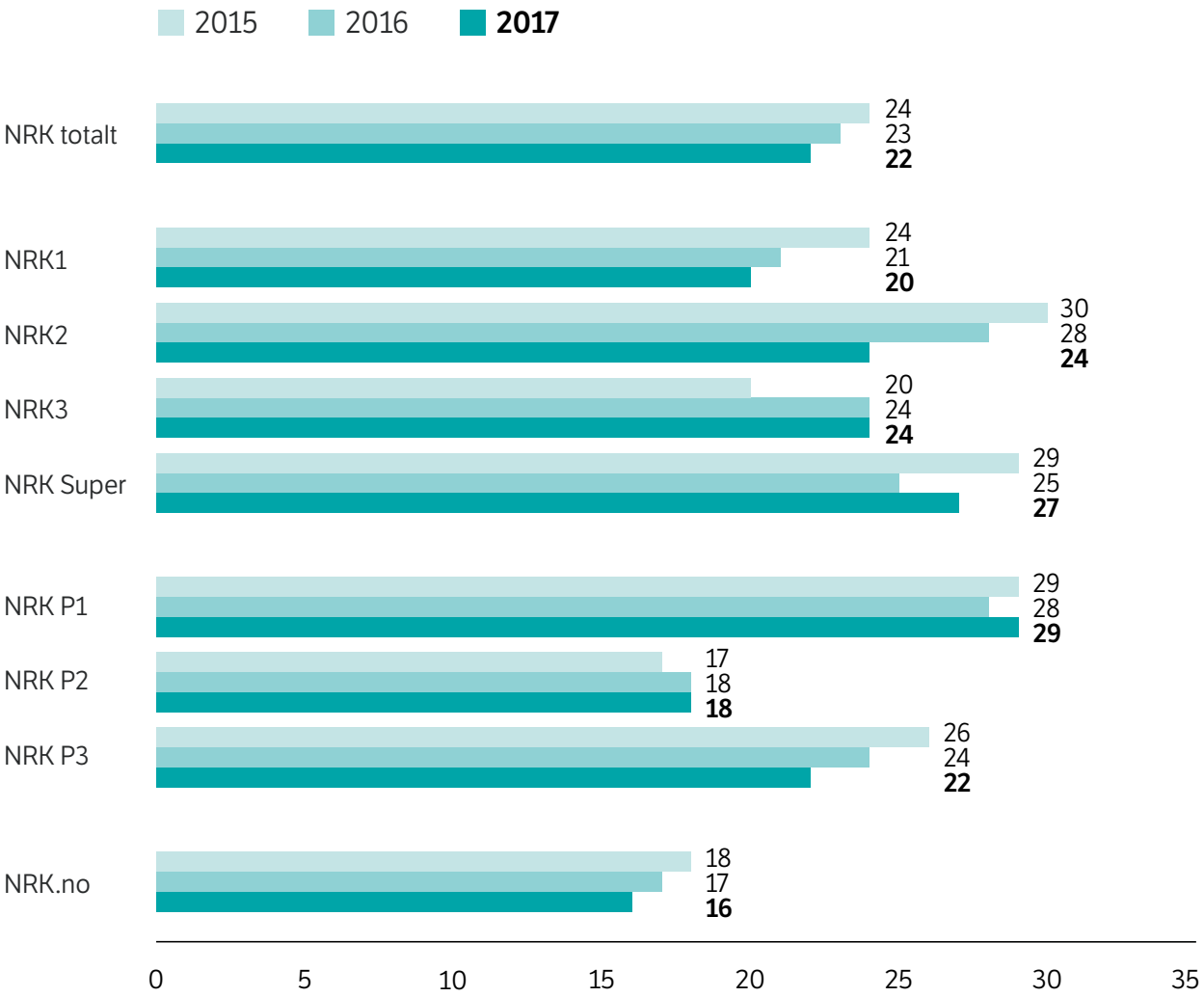
Kilde: Kantar TNS PPM

MUSIKKPROFIL NRK P2

	Antall timer
Blues	53
Diverse musikk	114
Etnomusikk/verdensmusikk	123
Folkemusikk	98
Jazz	176
Musikk	44
Klassisk musikk	2 447
Totalt NRK P2	3 055

Kilde: Kantar TNS PPM

NYNORSKANDELEN I NRK



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 NRK P1 inneholder distriktssendingene. Oppgitt i prosent.
Kilde: Opoint og NRK Statistikk

MUSIKKPROFIL NRK P3

	Antall timer
Diverse lett musikk/pop/rock	763
Diverse musikk	157
Hipphopp, Dance, House, Techno, Trance	4
Musikk	10
Norsk musikk	174
Pop/rock	5 008
Totalt NRK P3	6 116

Kilde: Kantar TNS PPM

ALDRI FØR HAR NRK P3 SPILT MER NORSK MUSIKK

NRKs tre største radiokanaler sender en høyere andel norsk musikk i 2017 sammenlignet med 2015 og 2016. NRK P3 har aldri spilt så mye norsk musikk, og spiller for første gang mer norsk musikk enn NRK P1. Andel norsk språk på NRK P2 er lav sammenlignet 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		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
NRK P1	45	46	46	66	66	63	93	97	95
NRK P2	36	36	35	19	19	25	56	58	62
NRK P3	39	41	48	29	31	33	94	95	96

Andel norsk musikk av totalt avspilt musikk, i prosent. Norsk musikk vil si musikk av norsk artist/utøver, komponist, tekstforfatter eller med norsk språk. Oppgitt i prosent.
Kilde: NRK Statistikk

MEDIEMANGFOLD

Åpen og opplyst

Det er først når et mangfold av uavhengige medier blir lest og brukt at mediemangfoldet har en demokratisk verdi.

Ingunn Solheim og Jarle Roheim Håkonsen ledet partilederdebattene, som ble lagt til fire ulike steder landet. **Foto:** Julie Naglestad, NRK



Akkurat som at NRKs innhold ikke får verdi før det treffer publikum, har heller ikke mediemangfold en verdi før det blir brukt i befolkningen. Mediemangfold forstås gjerne som en forutsetning for et velfungerende demokrati, der alle har mulighet til å ytre seg fritt. Men det er ikke nok å bare ha retten til å kunne ytre seg. Ulike meninger må også ha et sted, en felles arena, der de kan møtes og brynes på hverandre.

I NRK-plakaten vedtatt i stortinget i juni 2017, heter det at «NRK har et selvstendig ansvar for å bidra til norsk mediemangfold regionalt og nasjonalt». Etter at NRKs vedtekter ble revidert og vedtatt på NRKs generalforsamling 19. desember samme år, er dette ansvaret formelt en del av NRKs oppdrag fra og med 2018.

NRK anser ansvaret for å bidra til norsk mediemangfold som en todelt oppgave. For det første bidrar NRK til norsk mediemangfold i kraft av å oppfylle allmennkringkasteroppdraget om unik innholdsbredde og tilgjengelighet for alle. Dette oppdraget er også statens viktigste virkemiddel for å oppfylle infrastrukturkravet i Grunnlovens § 100 om å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst samtale.

For det andre bidrar NRK til mediemangfold gjennom samarbeid og deling med andre medieaktører. NRK skal være rause og åpne for samarbeid og deling, men det er avgjørende at NRKs evne til å løse oppdraget ikke svekkes. Som allmennkringkaster må NRK være uavhengig, ha redaksjonell frihet og kontroll og verne om troverdigheten.

AKTIVITETER I ÅRET SOM GIKK

NRK har gjennom mange år hatt ulike former for samarbeid med andre. «VG-lista Topp 20» har for eksempel eksistert i 20 år. Samarbeidet mellom NRK og VG har etter hvert utviklet seg til Nordens største gratiskonsert for unge mennesker på Rådhusplassen i Oslo og bidrar til å løfte fram norske talenter til et ungt publikum.

NRK bruker omtrent 190 millioner kroner på musikkrettigheter hvert år og er dermed en viktig

inntektskilde for mange norske artister og låtskrivere. I 2017 har vi som første medieaktør i Norge inngått en avtale med organisasjonene TONO, IFPI, Gramo og FONO om rettigheter til å bruke musikk i innholdet som publiseres til sosiale medier. NRK har vært en pådriver for å få på plass så enkle rapporteringsrutiner som mulig. I arbeidet har vi vært opptatt av at mindre medieaktører med færre ressurser enn NRK skal kunne bruke musikkinnhold i sosiale medier på en lovlig måte som sikrer inntekter til dem som har opphavsrett.

NRK har til enhver tid kontrakter med private produksjonsselskaper for rundt en halv milliard kroner samlet. Disse oppdragene skaper og opprettholder arbeidsplasser, og de gir rom for kreativ utvikling av innhold som ellers ikke hadde blitt tilgjengelig for det norske publikummet. De bidrar også til å opprettholde et volum og en kompetanse i bransjen som kommer andre medier og oppdragsgivere til gode.

SPORTSSAMARBEID

Sport er et annet område for samarbeid. I 2017 gikk NRK og TV 2 sammen om å dekke EM for kvinner i fotball og Confederation cup (Prøve-VM) for menn. NRK har også samarbeidet med VG om å publisere fra sjakkbegivenhetene i 2016 og 2017. VG kjøper rettigheter fra NRK, og så samarbeider vi om teknologi og felles løsninger, noe begge er tjent med. Når det gjelder fotball, har NRK visningsrettighetene til alle kampene i NM for menn i perioden 2016-2021. NRK Sport har tatt initiativ til et samarbeid med alle distriktskontorene om dekningen. NRK har delt strømmer fra fotballkampene med lokale mediehus og samarbeidet om dekningen av kampene. Både NRK og de lokale mediehusene har nådd bredt ut med viktig regionalt innhold. Det har skapt entusiasme hos publikum rundt mange lokaloppgjør og gitt muligheter for å bruke ressurser mer effektivt enn om man jobber hver for seg. Samlet sett gir det et bredere og bedre tilbud til publikum. Lokalavisene har fått tilgang til levende bilder fra

cupen med anledning til å pakke det inn som en del av det lokale fotballproduktet, noe som har generert både kjøp og gode seertall på nettet.

RINGVIRKNINGER

Før stortingsvalget gikk NRK også inn på eiersiden av faktisk.no, sammen med mediebedriftene VG, Dagbladet og TV 2. Faktisk.no er en ideell organisasjon og uavhengig redaksjon for faktasjekk av samfunnsdebatten og det offentlige ordskiftet i Norge.

Flere av NRKs store innholdssatsinger gir lokale og regionale ringvirkninger. «Sommertoget» i 2017 var en nasjonal satsing fra NRK som ga både anledning og råstoff for mange egensaker i landets lokalaviser. En rapport fra Retriever viser at det ble laget 1751 oppslag om «Sommertoget» i de ukene NRK reiste rundt, fordelt på 291 publikasjoner. Lokalaviser står for 87 prosent av oppslagene. Innslag i TV og radio er ikke med i rapporten, som er gjort for perioden juni til og med august.

Et annet eksempel er dekningen av stortingsvalget i 2017. Dekning av politiske valg ligger i kjernen av NRKs allmennkringkasteroppdrag. NRKs fire store TV-debatter i Arendal, Bergen, Loen og Tromsø samlet folket på NRKs plattformer, men begivenhetene genererte også journalistikk i andre mediehus, slik at de ulike mediene sammen løftet fram de politiske debattene.

NRK er også en fellesarena som gir plass, synlighet og bred oppmerksomhet til andre mediers innhold. Lokale debatter som starter på mindre arenaer som for eksempel Avisa Nordlys og Nordnorsk debatt eller Vårt Land og Verdidebatt,

treffer et større publikum når debattene derfra blir løftet fram i «Dagsnytt 18», «Her og nå» eller «Debatten» på NRK1.

LOKALT OG REGIONALT SAMARBEID

I 2017 invitert vi til samarbeidsmøter med redaktører fra samtlige lokale medier i Norge. Til sammen er det blitt holdt 16 møter fra Varangerbotn i nord til Kristiansand i sør. Møtene har vært åpne og uformelle, og vi har lagt vekt på å komme fram til konkrete tiltak som kan bidra til at vi sammen løfter fram den lokale journalistikken og gir publikum et bedre og mer mangfoldig medietilbud. Det er også et mål at samarbeidet ikke underminerer de ulike medienes forretningsmodeller eller hindrer konkurranse om egenproduserte saker og det som gjør de ulike mediene unike

Noen hovedfunn fra samarbeidsmøtene:

- Generelt en interesse for økt samarbeid.
- Erfaringer fra samarbeid i forkant av politiske valg er positive og kan videreutvikles.
- Manglende ressurser til å drive kritisk journalistikk i eget område bekymrer. På de fleste møtene ble det diskutert hvorvidt en kan få til felles «graveprosjekter».
- Tillit og personlige relasjoner er viktig for å få til samarbeid.
- Felles kompetansetiltak er «lavt-hengende frukter».

Foran valget var det flere av NRKs distriktskontor og NRK Sápmi som samarbeidet med lokale medier om felles partimålinger og valgarrangementer. På selve valgdagen ble det også arrangert felles valgsendinger flere steder i landet.

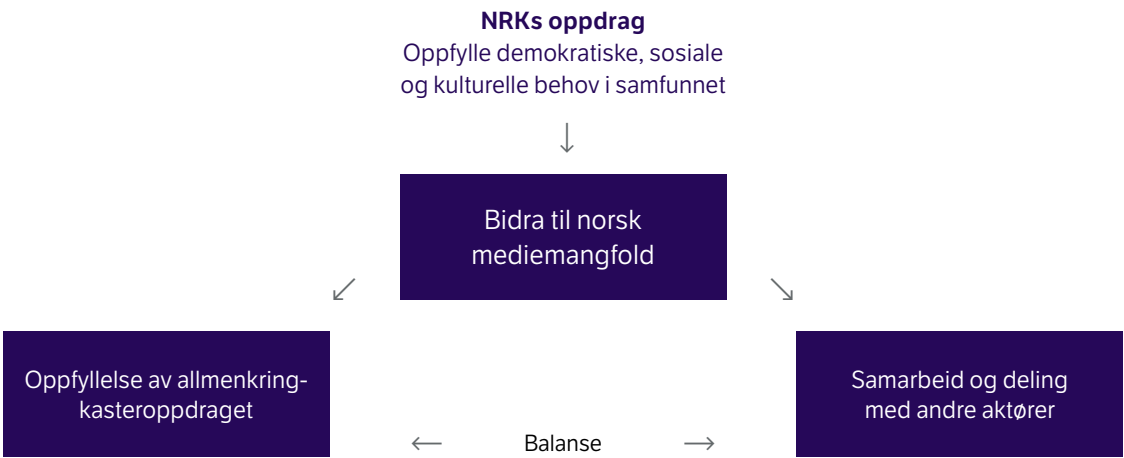


01



02

01. «Sommertoget» satte spor på mange måter. **Foto:** NRK
02. Mange ordførere stilte opp for å ta imot «Sommertoget» når det kom på besøk. Programleder Lotte Olsen Jessa. **Foto:** NRK



430 000 SÅ «VG-LISTA TOPP 20»
FRA RÅDHUSPLASSEN

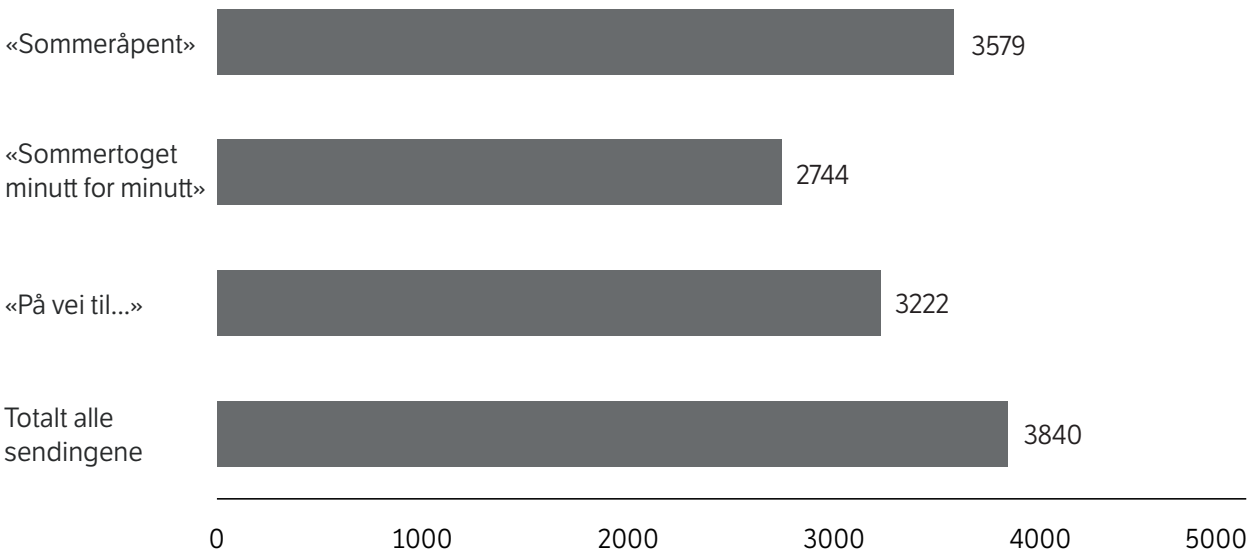
«VG-lista Topp 20» ble flyttet fra fredag til lørdag i 2017, og dette forklarer nedgangen i seertallene. 12–19-åringene så like mye i 2017 som i 2016 på tross av endringen i sendedag.

	Rating i tusen	Markedsandeler i prosent
VG-lista 2016 (fredag)	626	50
VG-lista 2017 (lørdag)	430	42

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

3,8 MILLIONER VAR INNOM «SOMMERTOGET» OG «SOMMERÅPENT»

«Sommeråpent» var med «Sommertoget» på reisen gjennom Norge sommeren 2017. Både «På vei til...»-sendingene og «Sommertoget minutt for minutt» økte sine daglige seertall utover i sesongen, men hadde lavere daglige seertall midt på sommeren. Totalt var 2,7 millioner innom «Sommertoget minutt for minutt» og i totalt var 3,2 millioner innom «På vei til...»-sendingene. Sammenlignet med annen «sakte TV» hadde «Sommertoget» en høy total dekning i forhold til antall timer sendt.



Totalt for alle sendinger. Total dekning oppgitt i tusen.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

SPORT

Store og små øyeblikk

NRK Sport skal speile både bredden og de store hendelsene i norsk idrett.

Karsten Warholm ble verdensmester 9. august under VM i friidrett i London. **Foto:** Reuters



Konkurransen om oppmerksomhet blir stadig sterkere, og i en fragmentert medievirkelighet er det viktigere enn noen gang å ha idrettsbegivenheter som samler og engasjerer folk. Samtidig skal NRK, gjennom journalistisk undersøkende prosjekter, også ha et kritisk søkelys på hvordan idretten forvaltes og utvikler seg.

DE STORE EVENTENE

I løpet av februar og mars 2017 sendte NRK Sport fra tre VM; alpint, skiskyting og nordiske grener. Seingen på den store skjermen er lavere enn tidligere år, men vi ser at stadig flere følger sendingene fra andre skjermer. Under herrestafetten i VM i Lahti fulgte 300 000 unike brukere sendingen via NRK TV. NRK Sport hadde som eneste kringkaster et kveldsprogram 10 kvelder under VM i Lahti.

Sjakk var også i 2017 en folkefest der du ikke trenger å kunne noe om sjakk for å bli engasjert. TV-sendingene er blitt et viktig samlingspunkt for svært mange i jula, og interaksjonen med publikum engasjerer nye grupper. Publikum inviteres til å bli med på moroa, og de deltok også dette året med bilder, forslag til trekk og med spørsmål til våre eksperter og programledere om spillets gang. Dette skapte en nærhet mellom seerne og de som var i studio.

Verdens mest ekstreme hoppkonkurranse ble utviklet i samarbeid mellom Skiforbundet og NRK og fant sted i Norge i mars. Turneringen strekker seg over elleve dager og fire ulike hoppbakker fra ulike deler av landet. Målet var å lage det mest spektakulære hoppeventet i verden, og publikum satte pris på det. Like mange så på «Raw Air» som på det tradisjonsrike nyttårshopprennet. NRK utviklet også grafisk analyseverktøy, ny visuell innpakning og en 360-graders «Hopplevelse» (VR) for å løfte produktet.

Idrett handler om stjerner som Johannes Høsflot Klæbo, Marit Bjørgen og Karsten Warholm. Men idrett handler også om inkludering og fellesskap. NRK Sport er stolt over igjen å ha fortalt historier fra verdens største idrettsarrangement for mennesker med utviklingshemming, Special Olympics World Winter Games i Østerrike. Gjennom vår programlederduo Mats Sollid og Erling Due Bergseth, som begge er utviklingshemmede, fikk vi møte mennesker som daglig kjemper kamper – og som viser at alt er mulig. Blant dem er langrennsløperen Bjørn Eide Pedersen som ble født med hjerneblødning. Med ekstremt humor og viljestyrke har han kjempet seg fram i livet.



01



02

01. Programlederduoen Mats Sollid og Erling Due Bergseth tar oss med tilbake til elleve uforglemmelige dager med Special Olympics i Østerrike, verdensleker for utviklingshemmede. **Foto:** NRK
02. Bjørn Eide Pedersen har helt siden han var liten slitt med balansen, men det har ikke stoppet 32-åringen i langrennssporet. Her fra årets Special Olympics. **Foto:** NRK



03

MER ENN KOMMENTARER OG REFERATER

- Ulsteinvik løper fra resten av verden! ropte Jann Post da Karsten Warholm løp inn til gull under VM i friidrett i august.

Måten vi velger ut noen hovedhistorier på som publikum skal følge tett gjennom hele kvelden, er helt vesentlig i formidlingen. Da velger vi bort andre øvelser for å bygge en hovedhistorie omkring vårt norske håp. Bare sånn kan publikum virkelig være med å kjenne etter hva som står på spill når startskuddet går. Historiefortelling er i bunn og grunn kjernen i alt NRKs sportsavdeling gjør, og vi ønsker å komme tett på utøverne. Vi vet at publikum ønsker gode historier som går i dybden og kan gi bedre forståelse av prestasjoner til idrettspersonglighetene. Foran VM i Lahti jobbet vi fram flere store, godt gjennomarbeidede langlesninger på nrk.no, som går bak resultatene til noen av Norges mest kjente idrettsutøvere.

03. Karsten Warholm måtte få hjelp fra en fotograf for å våkne opp etter gullmedaljen. Slik så det ut da han ba en fotograf om hjelp. **Foto:** Kai Pfaffenbach, Reuters

Et eksempel er artikkelen om Aksel Lund Svindal, som med gode bilder, sterke videoklipp og egne illustrasjoner fikk mer enn 200 000 unike lesere.



04

Vi gikk også i dybden på Karsten Warholm i august, bare dager før han ble verdensmester, og fortalte historien om hans 13 steg.



05

04. Skjermdump. Kilde: NRK
05. Skjermdump. Kilde: NRK

UNDERSØKENDE JOURNALISTIKK

Høsten 2017 etablerte NRK Sport, SVT Sport og YLE Sport et nordisk samarbeid for undersøkende sportsjournalistikk. Vi så for oss at vi sammen kunne sette dagsorden på tvers av landegrensene. Første tema vi har tatt tak i, var likestilling i toppidretten. Er det inntektsforskjeller mellom mannlige og kvinnelige toppidrettsutøvere? Forskjellsbehandler særforbund og sponsorer på bakgrunn av kjønn, og får jenter og gutter like muligheter til å utvikle seg og leve av idrett på sikt?

Innsamling av inntektsinformasjon til 110 av Norges beste kvinner og menn viste at herrene tjente over 100 millioner mer enn kvinnene, og saken fikk brede nyhetsoppslag på flere plattformer.



BRUK AV SOSIALE MEDIER

NRK skal treffe publikum der de er, og to store begivenheter i sommer var EM i fotball og VM i friidrett. På sosiale medier la vi hovedvekt på å gi det norske folk de gode øyeblikkene, informere og overraske. Med tre sendinger på Facebook Live kunne det norske folk kommunisere direkte med våre eksperter og kommentatorer. Engasjement og gode øyeblikk både ga og fikk vi via Instastory og Snapchat. På sistnevnte lot vi utøvere og spillere filme seg selv for å fortelle hva som skulle skje, hvordan de hadde det før konkurransen og ikke minst reaksjoner etter løp/kamp. Vi fikk inn mange spørsmål, hilsener og bilder til heltene fra fansen, der flesteparten var under 18 år. Dette er et publikum NRK ikke når like godt på de tradisjonelle plattformene.

Sitat: Isabelle Pedersen, hekkeløper.

«Jeg har alltid likt å dele min reise fra innsiden og vise at bak idrettsutøvere er det også et menneske. De fleste som ga meg respons tilbake via Sportens Snap-konto, var sportsglade mennesker – særlig barn og unge.»

06. NRKs undersøkelse viser kort fortalt at jenter og gutter ikke har samme muligheter til å kunne leve av idretten sin. **Illustrasjon:** NRK

E-SPORT

I desember sendte NRK Sport finalen i Counter-Strike fra Odense i Danmark. Hele sendingen kunne sees på nrk.no. Hensikten var å ta de unge gamerne på alvor og løfte fram det de er opptatt av. Unge gutter og jenter som driver med spill, opplever ikke at NRK er relevante for dem. Den voksne generasjonen forstår heller ikke at gaming er en idrett i eksplosiv utvikling i hele verden. Håpet var å bidra til en større felles forståelse mellom generasjonene. Counter-Strike er et skytespill, men det er også et strategisk og taktisk spill. Det ser voldelig ut, men det er et spill som samler millioner av unge over hele verden. Vi mener det både er riktig og viktig å vise fram fenomenet, og ønsket var å bidra til å skape en større forståelse for den prestasjonen det faktisk er å være i verdenstoppen i Counter-Strike.

Prosjektet var et samarbeid mellom fagmiljøer i NRK Super, NRK P3 og NRK Sport. Tilbakemeldingene fra både ungdom og foreldre var overveldende positive og gir inspirasjon til å følge opp med nye sendinger.

@GHeltveit

Det ble kanskje tap for @FaZeClan, men her er det ikke reaultatet som er det viktigste, det er at @NRK_Sport faktisk sender en turneringsfinale innen CS:GO. Helt utrolig viktig for utviklingen av e-sport både her i Norge og ellers i verden. #nrkesport

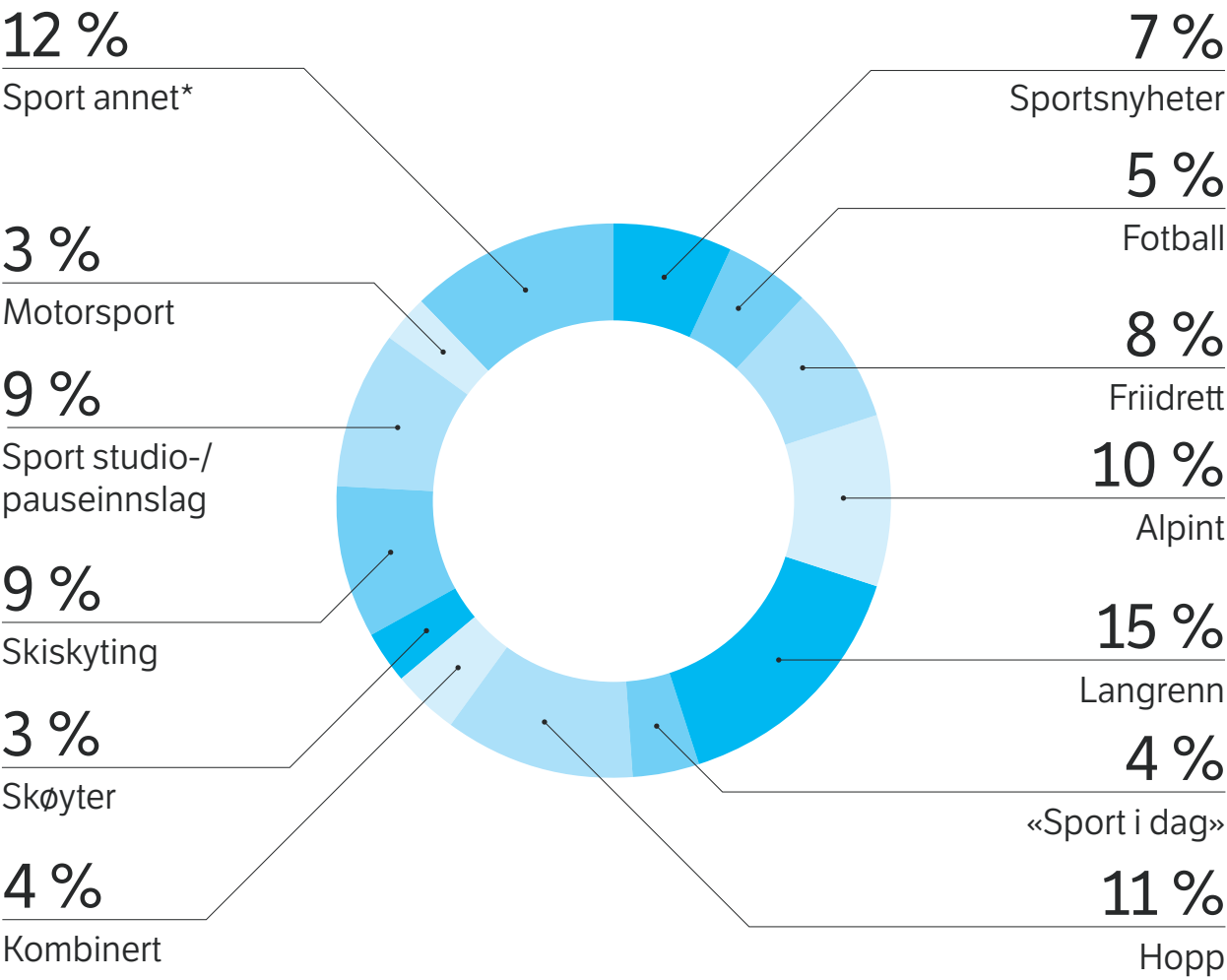


@DanielRTRD

Liker at NRK endelig har skjønnt det! #nrkesport

BRED DEKNING AV SPORT PÅ NRK1

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

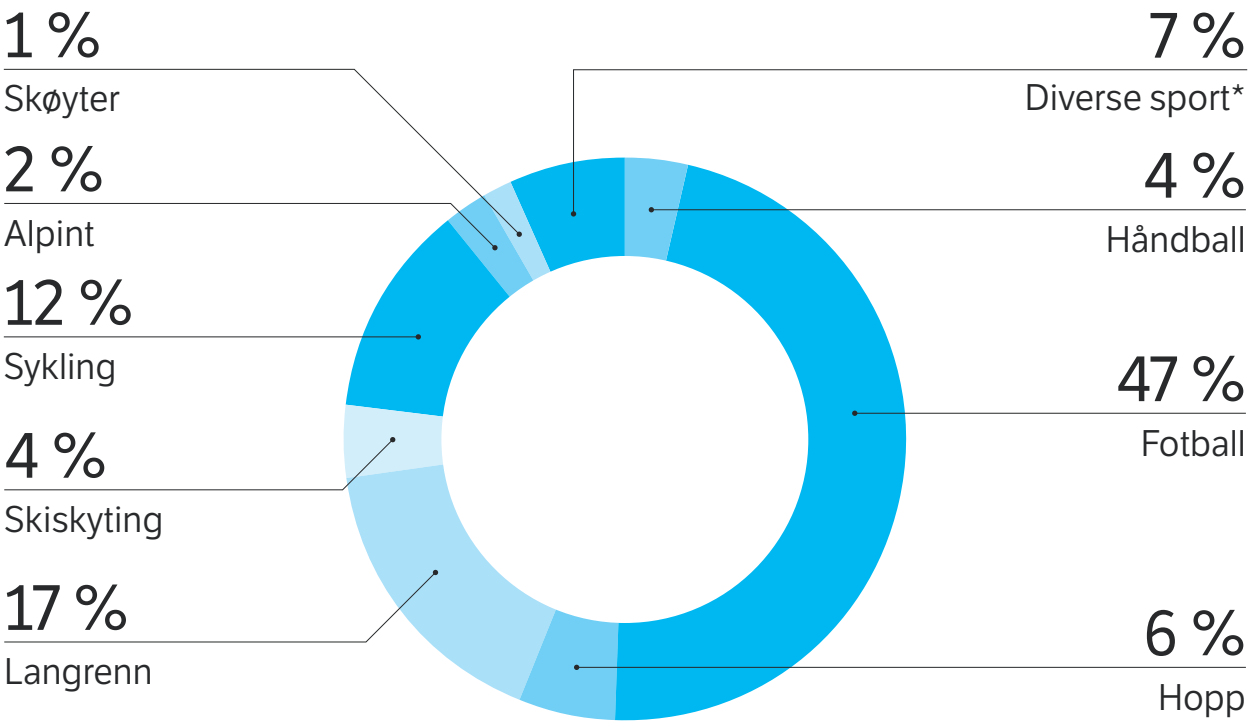


* Hestesport 1 %, Snowboard/Freestyle 1 %, Svømming 1 %, Sykkel 0,5 %, Tennis 0,2 %, Kunstløp 0,1 %, i tillegg til sjakk, Finnmarksløpet, skiskytterstevnet og featureprogrammer.

876 timer sport på NRK1 fordelt på sportsgrener i prosent.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

BRED DEKNING AV SPORT PÅ NRK P1

NRK sendte i 2017 sport fra en rekke grener på radio. NRK P1 sendte 271 timer sport fra en rekke ulike sportsgrener.

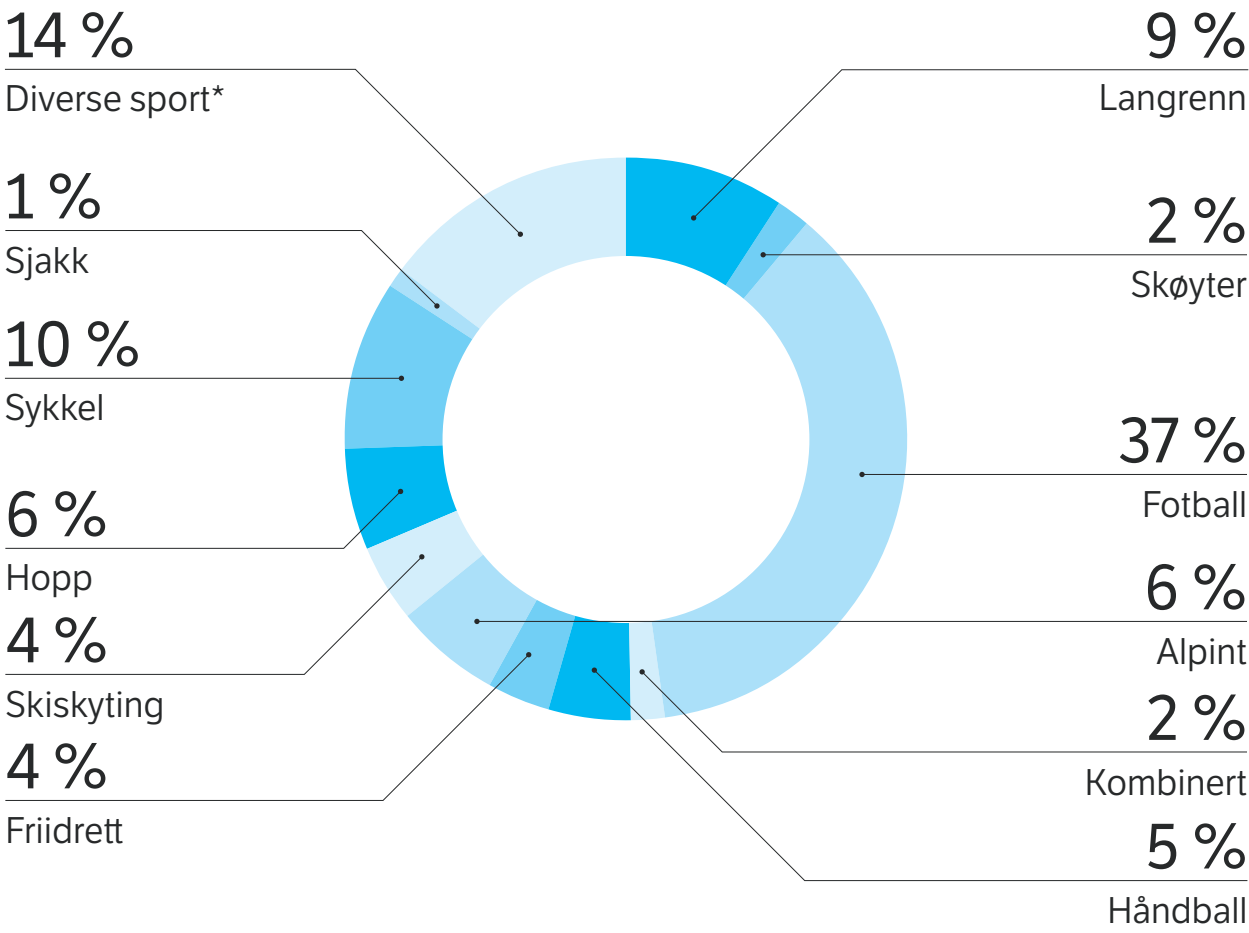


* Diverse sport: Ulike sportsoverføringer

Kilde: Kantar TNS PPM

BRED DEKNING AV SPORT PÅ KANALEN NRK SPORT

NRK Sport sendte i 2017 1549 timer sport fordelt på ulike sportsgrener.



* Diverse sport: Vinterstudio, Mesterportrett, VM-kveld og sportsnyheter.

Kilde: Kantar TNS PPM

VM PÅ SKI DOMINERER, VM I FRIIDRETT OVERRASKER

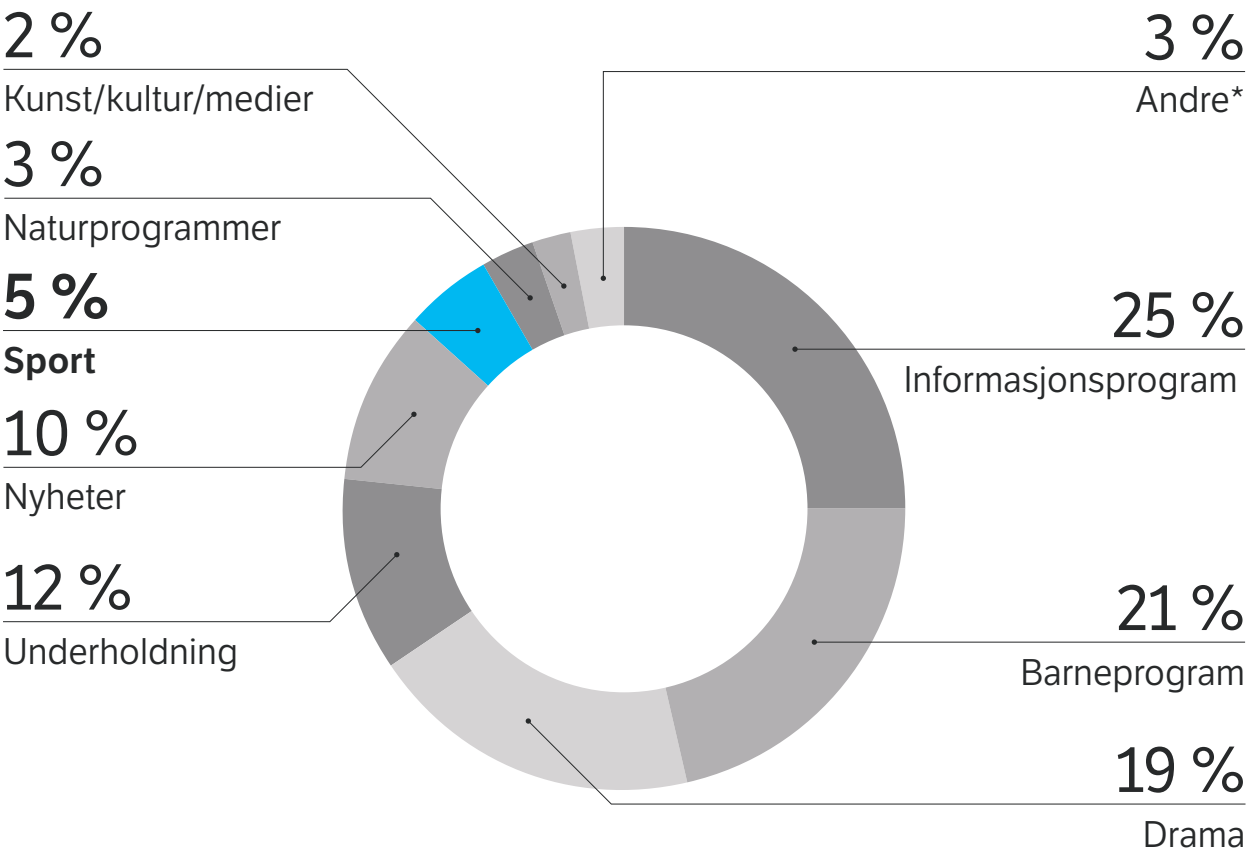
Som normalt er vintersport mest populært på NRK1 og i 2017 var det VM på ski som ble sett av flest. 5-mila er øverst på lista over mest sette sportsoverføringer med over en million seere gjennom hele den lange sendingen. Den store overraskelsen var Karsten Warholms gull på 400 meter hekk under VM i friidrett. Nesten 900 000 fulgte hele friidrettssendingen, selv om det var sensommer og lavsesong for TV-seing.

	Rating i tusen	Andel av seing i sendetid (%)
VM ski: 50 km, menn	1 171	86
Tour de Ski: 9 km fri teknikk jaktstart	980	78
VM ski: 30 km, kvinner	949	86
VM ski: Langrenn 30 km skiathlon, menn	905	83
VM ski: Lagsprint finaler, kvinner og menn	877	84
VM friidrett	860	58
VM ski: Stafett, menn	854	91
VM ski: Sprint fri teknikk, finaler	852	75
VM Skiskyting: Stafett, menn	810	77
VM ski: Stafett, kvinner	787	88

Tabellen viser mest sette sportsoverføringer på NRK1 i 2017.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

SPORT UTGJØR 5 PROSENT AV SENDETIDEN TIL NRKS TV-KANALER, MEN UTGJØR HELE 18 PROSENT AV TIDEN PUBLIKUM SER PÅ NRK

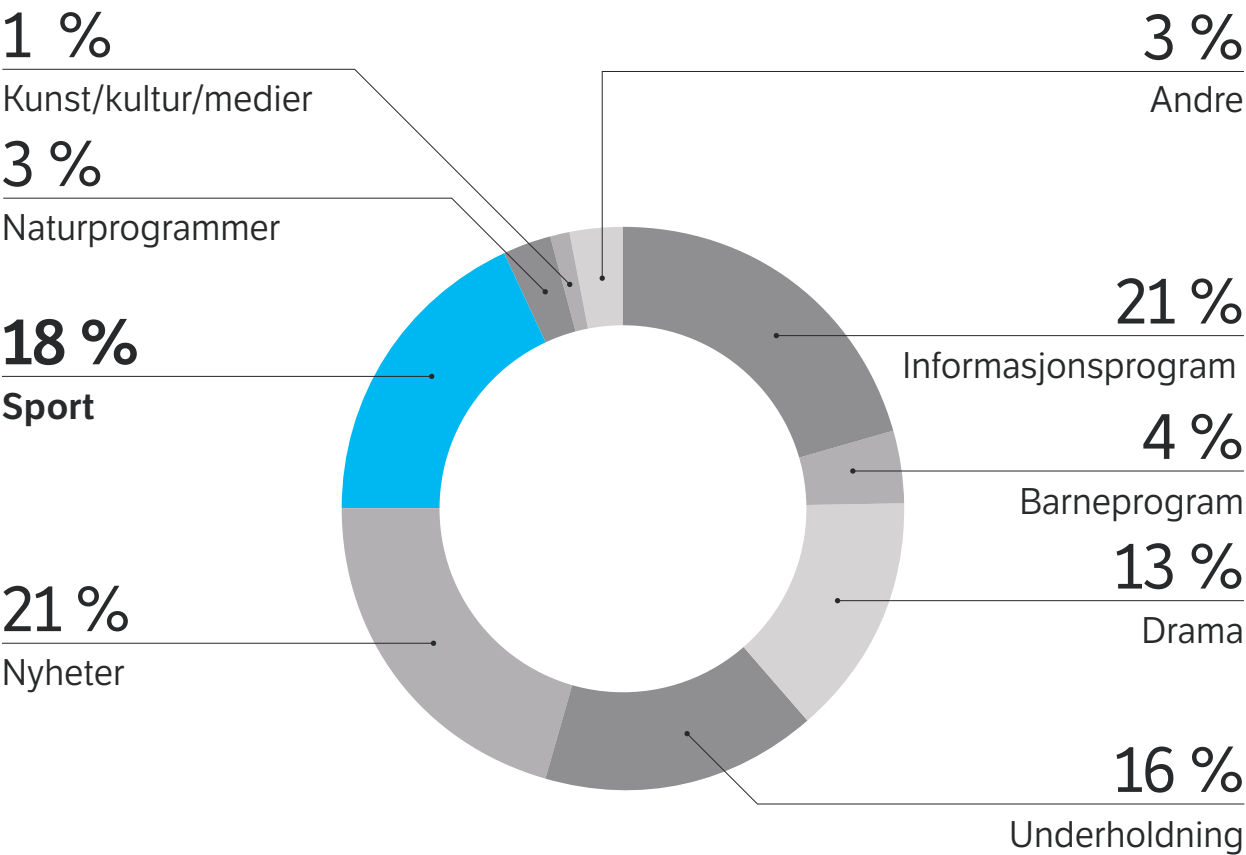
Sendetimer på NRKs TV-kanaler fordelt på sjangere.



* Musikk 1,2 %, Vitenskap 1,1 %, Religion/livsfilosofi 0,3 %, Undervisning 0,2 %, Pauseprogram 0,2 %

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

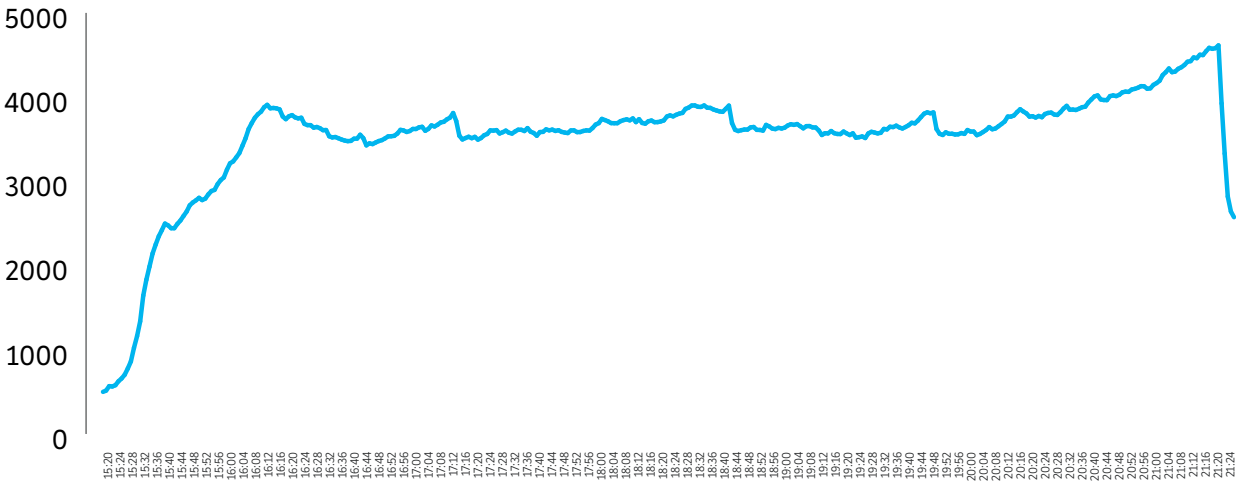
Befolkningen så i snitt 358 timer på NRK i 2017. I snitt ble 65 av disse timene brukt på sport. Konsumerte timer fordelt på sjanger.



Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

DIREKTEOVERFØRT E-SPORT FOR FØRSTE GANG

Direkteoverføringen av ESL Pro League-finalen i dataspillet Counter-Strike ble sendt på nrk.no for første gang i 2017. Dette er første gangen NRK Sport dekker og direkteoverfører e-sport. Til sammen var over 27 000 unike brukere innom direkteoverføringen på nrk.no. Counter-Strike-finalen var i 2017 blant de fem mest sette direkteoverføringene på nett i desember.



Unike brukere minutt for minutt fra sendingens start til slutt.
Kilde: Kantar TNS Scores

UNDERHOLDNING

Samler og engasjerer

NRKs underholdningstilbud skal samle familien, spre glede og gi felles referanser. Samtidig er humor og satire viktige virkemidler for å utfordre, provosere og gi nye perspektiver på tiden vi lever i.

Over én million mennesker fulgte med da Anders Jacobsen ble kåret til den åttende Mesternes mester i Hellas, 2017. **Foto:** Rubicon TV



EN VALGBAR VERDEN

I en tid der folks medievaner endrer seg raskere enn vi knapt klarer å følge med på, er det fortsatt underholdningssatsinger som evner å samle folk foran TV-skjermen når det sendes lineært. «Mesternes mester», «Stjernekamp», «Melodi Grand Prix», «Eurovision Song Contest», «Nytt på nytt» og det tradisjonsrike «Kvelden før kvelden» er gode eksempler.

DEN VIKTIGE SAMFUNNSSATIREN

Det er et uttalt mål for NRK at vi skal drive satire om og med alle. At vi skal pleie, utvikle og utfordre den norske offentligheten og forhindre at den krymper og blir for trang. Satire er en viktig del av samfunnsdebatten. Den får deg til å tenke nytt og annerledes og setter nyhetssakene på spissen. At du i tillegg ler av det, er et fint pluss. Trender fra USA viser at det er mange som får nyhetene sine servert hovedsakelig gjennom satireprogrammer. Satire er en underholdende måte å få med seg nyhetene på. Det gir deg en belønning for å følge med på nyhetene. Og det stiller krav til satiren: Den må være god.

NRKs satireflaggskip «Nytt på nytt» treffer svært bredt i befolkningen. I 2017 benket 1 531 000 nordmenn seg foran TV, nettbrett og mobil for å få med seg Bård Tufte Johansens første sending som programleder. Gjennom året så i gjennomsnitt over 1,2 millioner mennesker Bård, Pernille og Johan «oppsummere ukas nyheter» på en frekk, treffende og munter måte. Grunnlovsfedrene var åpenbart inne på noe da de ga satiren marsjordre med sin §100: «Frimodige Ytringer om Statsstyrelsen og hvilken som helst anden Gjenstand ere Enhver tilladte.» Og ungdommen er enig med grunnlovsfedrene: 42,5 prosent av NRK «Satiriks»' drøyt 160 000 følgere er 18-24 år, og «Satiriks» får unge til å bli mer interessert i å følge med på samfunnsdebatten. Vi ser også gode diskusjoner i kommentarfeltet, der redaksjonen har jobbet over lang tid for at «Satiriks» skal oppleves som «djevelens advokat», noe som får andre, helt vanlige folk til



01



02

01. Haddy N'jie, Jørn Hoel og Ingrid Gjessing Linhave klarte å samle nærmere halvannen million TV-seere med «Kvelden før kvelden». Foto: Ole Kaland, NRK
02. «Satiriks» engasjerer unge målgrupper i viktige samfunnsspørsmål, der verdensbildet kan få en korrigering gjennom en dæsj satire. Foto: NRK

å komme med fornuftige motsvar. I en tid hvor det å føle seg krenket er på moten, har ungdom innført sitt eget begrep om dem som har fått meningene sine utfordret. De er «butthurt», sier de. Oversatt for voksne: Verdensbildet ditt har møtt en dæsj satire og er litt sår der bak.

For å nå den delen av publikummet vårt som ikke ser lineær TV i særlig grad, publiserer NRK en del av underholdningstilbudet gjennom sosiale medier, med en tydelig peker til NRK TV. Med det ønsker vi å vise dem at NRK TV er et fantastisk alternativ og at de der kan se det de vil når de vil.



03



04



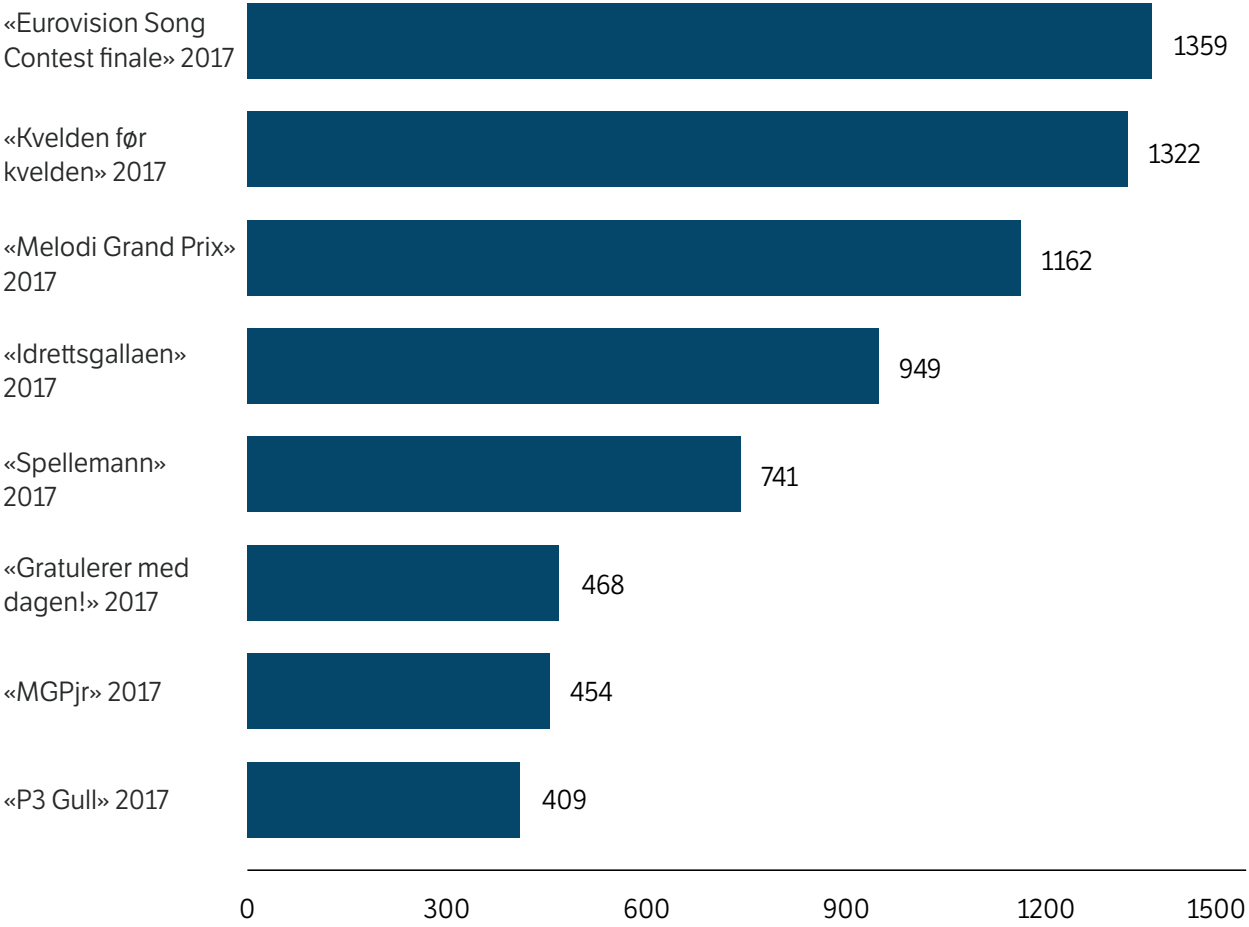
05

03. Robert Stoltenbergs «Hytteliv» samler og engasjerer mange gjennom publiseringene på Facebook og NRK TV. Foto: NRK
04. Jowst (Joachim With Steen) vant den norske finalen i MGP og representerte Norge i Eurovision Song Contest i 2017. 1 354 000 så finalen, og andelen blant 12-19 var hele 90 prosent. Foto: Julia Marie Naglestad, NRK

05. Den ultimate entertainer blant ti stjernedeltakere ble Adam Douglas (t.v.). «Stjernekamp» hadde sin sterkeste sesong noensinne seermessig. Og tenåringerne med deres foreldregenerasjon økte mest. I målgruppen 12-19 og 40-49 var markedsandelen 59 prosent. Foto: Jan Otto Wiig/Runar Blekken, NRK

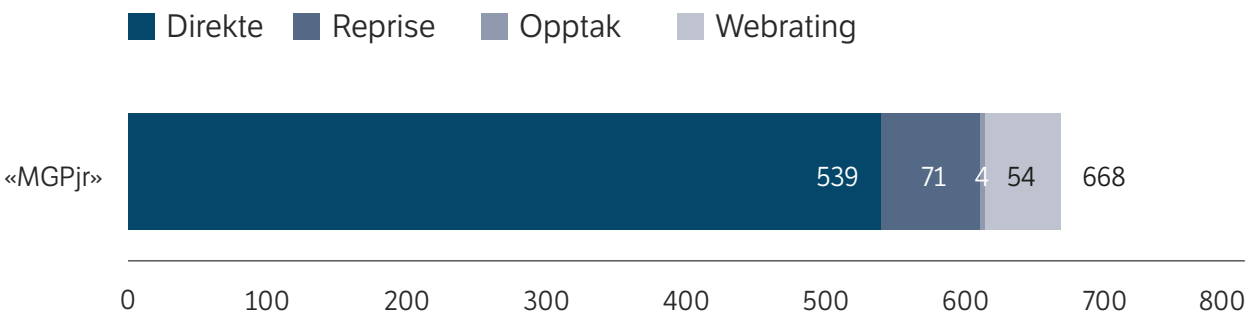
DEN INTERNASJONALE FINALEN I «MELODI GRAND PRIX» SAMLET OVER 1,3 MILLIONER

Eventer fortsetter å samle TV-publikummet og sees gjerne på lineære TV-kanaler. Blant de mest sette eventene på NRK i 2017 finner vi den internasjonale og norske finalen i «Melodi Grand Prix» og «Kvelden før kvelden», som alle ble sett av over én million seere.



Største underholdningseventer på NRK. Rating i tusen.
Kilde: Kantar TNS TV-Undersøkelsen

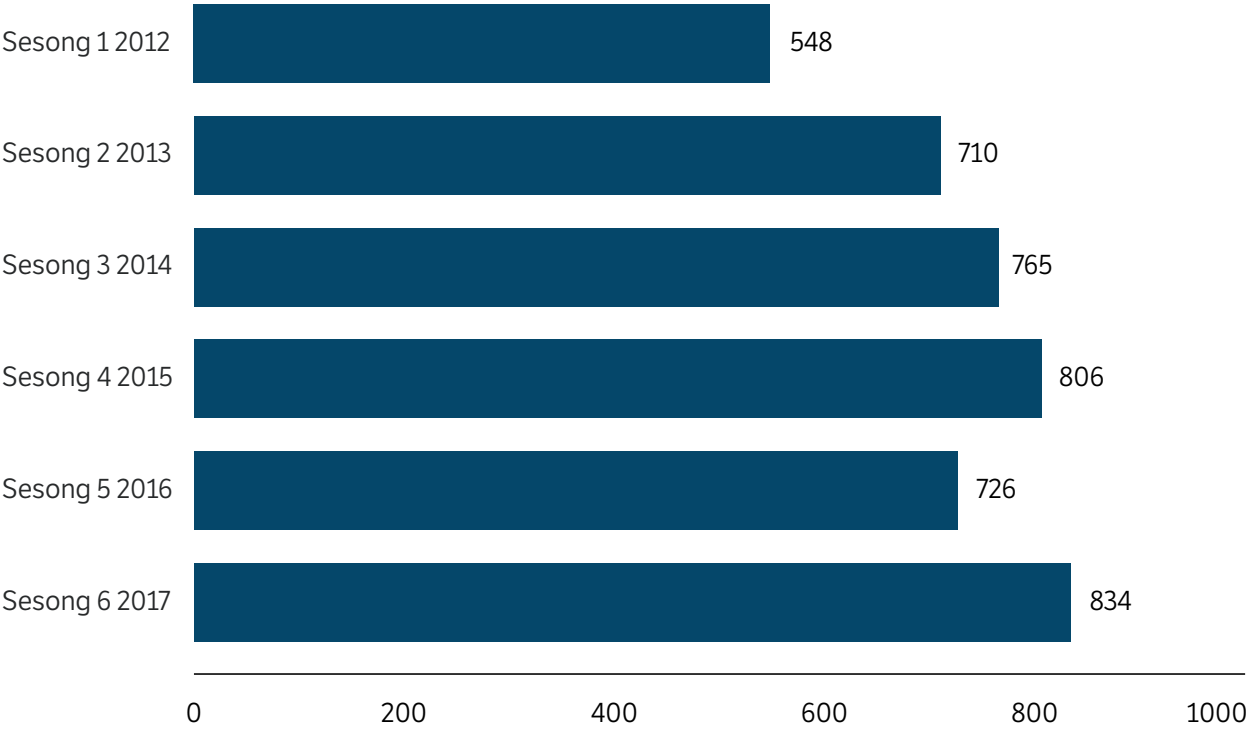
NESTEN 670 000 SÅ FINALEN I «MGPJR»



Total rating i tusen for «MGPjr»-finalen 2017.
Kilde: Kantar TNS Scores og Kantar TNS TV-undersøkelsen

REKORDTALL FOR «STJERNEKAMP»

«Stjernekamp» hadde sin beste sesong noensinne høsten 2017 og hadde i snitt en markedsandel på over 50 prosent. «Stjernekamp» hadde i 2017 en vekst på 15 prosent fra forrige sesong. Programmet treffer spesielt godt hos familiene, med både voksne og barn som trofaste seere. 20–29 åringene ser minst på «Stjernekamp», men så betydelig mer da temaet var hip hop.



Rating oppgitt i tusen.
Kilde: Kantar TNS TV-Undersøkelsen

NATUR OG VITENSKAP

Unik sjangerbredde

NRK skal tilby ny kunnskap og innsikt på viktige områder som vitenskap, natur, livsstil, helse, forbruk og livssyn.

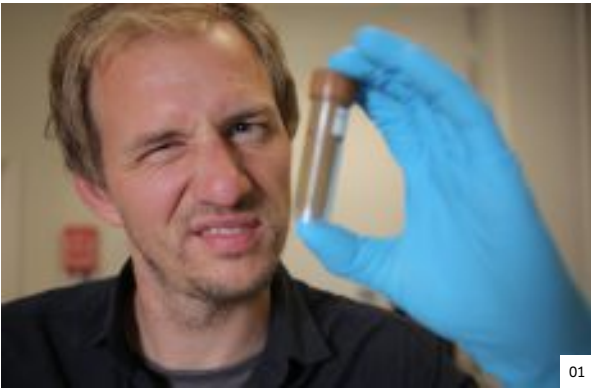
Programleder i «Newton», Lydia Giesemann, sammen med Jonas og Henrik fra «FlippKlipp». De figurerte som menneskelige forsøksdyr i serien som handlet om hvordan vi har brukt dyr for å oppnå vitenskapelige framskritt.
Foto: Erlend Lånke Solbu, NRK



NRK har en sterk tradisjon når det gjelder fakta- og vitenskapsformidling. Vi videreutvikler og fornyer solide suksesser, samtidig som vi jobber kontinuerlig med nye formater og prosjekter. Et nytt program i 2017 var «Viten og vilje», mens vitenskapsprogrammet «Newton» for barn er et eksempel på hvordan NRK videreutvikler populære konsepter.

NYTT VITENSKAPSPROGRAM

Havet fylles av plast, vi sitter oss fordervet, vi stresser døgnet rundt med pc og skjerm og tarmen seiler opp som et utforsket univers. Det nye vitenskapsprogrammet «Viten og vilje» tar for seg våre daglige frustrasjoner og utfordringer og hadde premiere i november. Vi starter ikke lenger med forskernes funn og oppdagelser, men med problemet som angår den enkelte. Deretter undersøker programleder Per Olav Alvestad hvordan vitenskapen kan bidra til løsninger på problemet. Publiseringen har vært bred og allsidig, og satsingen var en synlig del av mediebildet i publiseringsmåneden november. Nettredaksjonen samarbeidet med «Dagsnytt», og det ble laget flere nyhetssaker med utgangspunkt i programmene. Engasjementet rundt tematikken på nett ble stort. På nrk.no var saken om at vi kan komme til å spise vårt eget plastsøppel, den mest delte den dagen den ble publisert. «P3nyheter» laget Facebook-videoer på hovedpersonene i programmene, og filmene fikk stor rekkevidde på Facebook-kontoene til NRK P3 og Viten. Lineært hadde sendingene i snitt 30 prosent i markedsandel, og programmet om avføringstransplantasjon hadde cirka 370 000 seere.



01

KAN VI KURERE ALDRING?

Vitenskapen om aldring omfatter så ulike fagfelt som nanoteknologi, organdyrking, genredigering, datateknologi, trening og kosthold. Å bringe ny og ofte avansert forskning tett på livet i et TV-program var ambisjonen for serien «Evig ung». Programleder var Solveig Hareide, og hun hadde med seg tre generasjoner av sin familie. Hun vil gjerne leve så godt og så lenge som mulig sammen med dem hun er glad i. I serien utforsket Solveig hva hun selv kan gjøre og hva forskerne kan hjelpe oss med. Svarene var langt mer optimistiske enn programlederen hadde drømt om.



02

01. Frisk avføring kan brukes som medisin mot enkelte sykdommer, ikke bare i tarmen, men også mot psykiske lidelser. Men da må man bytte ut sin egen avføring med en annen persons. Et tilsynelatende drastisk tiltak som enkelte er villig til å prøve for å bli friske og få et bedre liv. Programleder Per Olav Alvestad. **Foto:** NRK

02. Fire generasjoner som alle kan få hjelp av vitenskapen til å leve et langt og godt liv. Mange mener at vi snart kan bli 150 år. **Foto:** Erlend Lånke Solbu, NRK



03

PÅ LAG MED NATUREN

Jens Kvernmo har tatt filme-selv-sjangeren til et nytt nivå. Den økonomiutdannede ungkaren, med bakgrunn som skarpskytter fra Afghanistan, tok med seg sekk og hund og rifle og dro til det tøffe fjellmassivet Sylan i Trøndelag. Han ville teste om han klarte å tilbringe en hel vinter alene. Jens filmet, og publikum fikk være med mens han sloss mot vinterstormene, fisket og jaktet - og kjempet mot ensomheten. «Vinterdrømmen» traff en nerve i tiden, der flere og flere bruker naturen som rekreasjon. Seerkurven viste at ingen seere falt av underveis, og Jens reiser nå land og strand rundt for å holde foredrag for fulle hus.

«TSUNAMIEN I OSLOFJORDEN»

Et lytterspørsmål til «Abels tårn» på NRK P2 var starten på årets mest leste sak på nrk.no med over en halv million unike brukere. Hva skyldtes det mystiske bølgefenomenet som daglig kunne observeres i Indre Oslofjord? En kajakkpadler hadde sett vannet synke før Kiel-ferga seilte forbi. Barn ble trukket ut mot sjøen, båter ble slått mot land og strender ble

vasket bort. Spørsmålet førte til publisert forskning fra Universitetet i Oslo, flere oppfølginger i NRK P2 – og nettsaken «Tsunamien i Oslofjorden». Og til sist at Color Line senket farten på sine store ferger langs den aktuelle strekningen.



Tsunamien i Oslofjorden
Den mystiske bølgen trakk barn ut mot sjøen, slo båter mot land og vasket bort strender. «What the fuck is going on», tenkte Tone Henning Larsen.

04

03. Jens Kvernmo overvintret i naturen og kom tett på dyrelivet. **Foto:** Jens Kvernmo

04. Fenomenet med kjempebølgen i Oslofjorden skapte stort engasjement blant dem som leste denne artikkelen på nrk.no. **Foto:** NRK

«NEWTON» – FORNYELSE AV TRADISJONELT PROGRAM

«Newton» på TV har lange tradisjoner. Første program ble sendt allerede i 1995. Mediebruken de siste årene viser at færre i målgruppen 8-12 år ser lineær TV, og det var noe av bakgrunnen for at redaksjonen etablerte en egen YouTube-kanal for å nå bedre ut til målgruppen. Innholdet ble samtidig mer tilpasset det seerne allerede er opptatt av, for eksempel å vise fysikken i «bottle flip challenge» eller fysiologien i «mannequin challenge».

«Newton» har nå ti magasinsendinger i halvåret, og disse fylles med egenprodusert stoff som har vært førstegangspublisert på YouTube. I tillegg embeddes mange av videoene og legges på nettsiden nrk.no/newton. De legges også ut på nrksuper.no sin forside.

Ved utgangen av året 2017 hadde kanalen nesten 30 millioner sette minutter og 6,3 millioner klikk. Gjennomsnittlig seertid på videoene er 4,45 minutter. Flere av videoene er sett over 100 000 ganger, og tilbakemeldingene fra målgruppen er gode både i kommentarfeltet og på de ukentlige skolebesøkene som redaksjonen gjennomfører. Redaksjonen reiser ut til skolene for å holde seg oppdatert på det som rører seg blant 8-12 åringene.

«Newton» har opprettholdt seeroppslutningen i magasinsendingene sine på TV, samtidig som programmet har lyktes i å nå ut til flere gjennom publiseringen på YouTube.

«Newton» er unntaket som bekrefter regelen når det gjelder NRKs bruk av sosiale medier. Sosiale medier er ikke en fjerde publiseringskanal for NRK, men et verktøy vi tar i bruk for å nå ut til publikumssegmenter som vi ellers ikke når godt nok ut til med innhold som er laget til TV, radio og nett. Dette er hovedsakelig unge målgrupper og folk med innvandrerbakgrunn.

TOK TILBAKE TIDEN

Siri og Jørn Hofsø Hjellnes ønsket et enklere, roligere liv. De flyttet til en liten hytte ved havgapet i Lofoten sammen med sine to smågutter, Sindre og Jens Arne. Gjennom syv programmer av serien «Tid til å leve» fikk seerne følge med på hvordan den vesle familien klarte å bo uten naboer, bilvei og strøm - på gamlemåten. De våget det kanskje mange bare drømmer om, nemlig å ta seg et friår fra bylivets stramme timeplan. Hovedpublisering av serien var gjennom NRK1, og 585 000 seere fulgte i snitt med på familiens eventyr. Det vil si at en serie om å ta det med ro klarte å samle i snitt over 40 prosent av all lineær TV-seeing på akkurat det tidspunktet.



05



06



07

05. Jens Arne, Jørn, Siri og Sindre Hofsø Hjellnes flyttet til et enklere liv i Lofoten i serien «Tid til å leve». **Foto:** NRK
06. Dyrearter som har vært lenge borte, er i ferd med å vende tilbake. Det er nå havørn i Oslofjorden og ulv i Østmarka utenfor hovedstaden vår. Noe er i ferd med å skje med naturen og måten vi lever på. Serien «Rewilding – Dyrene kommer tilbake» viser noen overraskende funn. **Foto:** NRK

07. Dokumentarfilmen «Dronning uten land» er nå nominert til flere internasjonale priser. Naturfotograf Asgeir Helgestad har fulgt den flotte isbjørnbinna Frost gjennom fire år på Svalbard. Resultatet er unik dokumentasjon av det smeltende isriket der nord. **Foto:** Asgeir Helgestad



08

NRK SKOLE – I DIALOG MED LÆRERNE

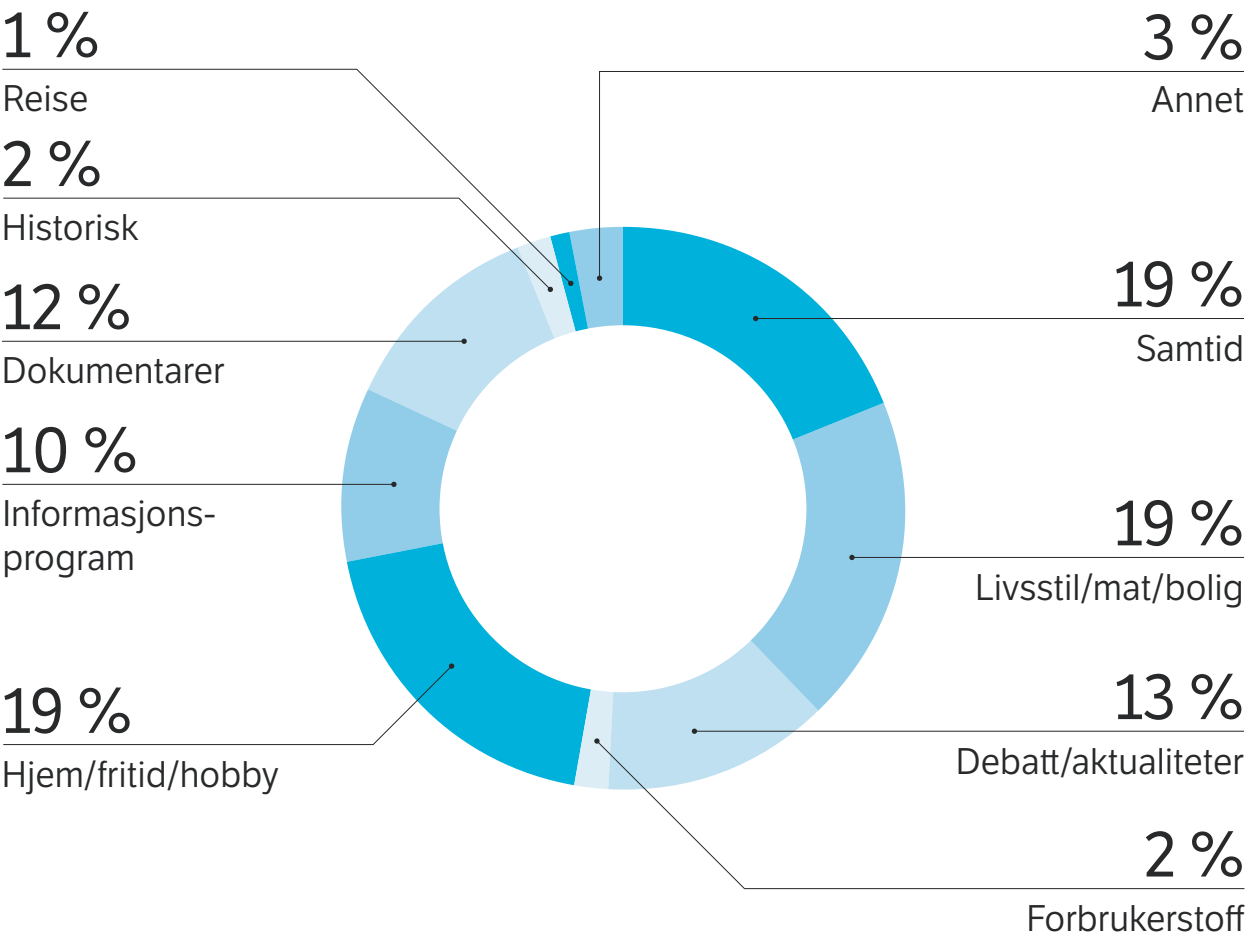
NRK Skole tilbyr nå over 8000 videoer som er tilpasset pensum i skolen. Mye av innholdet er hentet fra NRKs arkiver, og noe er egenproduksjoner. Etter at NRK Skoles nettsider ble helt nye i 2016, har 2017 vært et år der trafikken sakte men sikkert er bygget opp igjen. Ved utgangen av året besøkes NRK Skole av opptil 150 000 personer hver måned.

NRK Skole klarer å nå målsettingen om at over halvparten av Norges 90 000 lærere bruker nettstedet jevnlig. Redaksjonen har deltatt på store skolemesser i løpet av 2017 og snakket med lærere både der og via sosiale medier. Nettsidene utvikler seg i dialog med lærerne.

I 2017 lanserte NRK Skole Musikkparken, en nettressurs for musikkelever og andre som vil lære mer om musikk. Her får man grundig innføring i musikkhistorie, komponering, teori, instruksjon og ledelse.

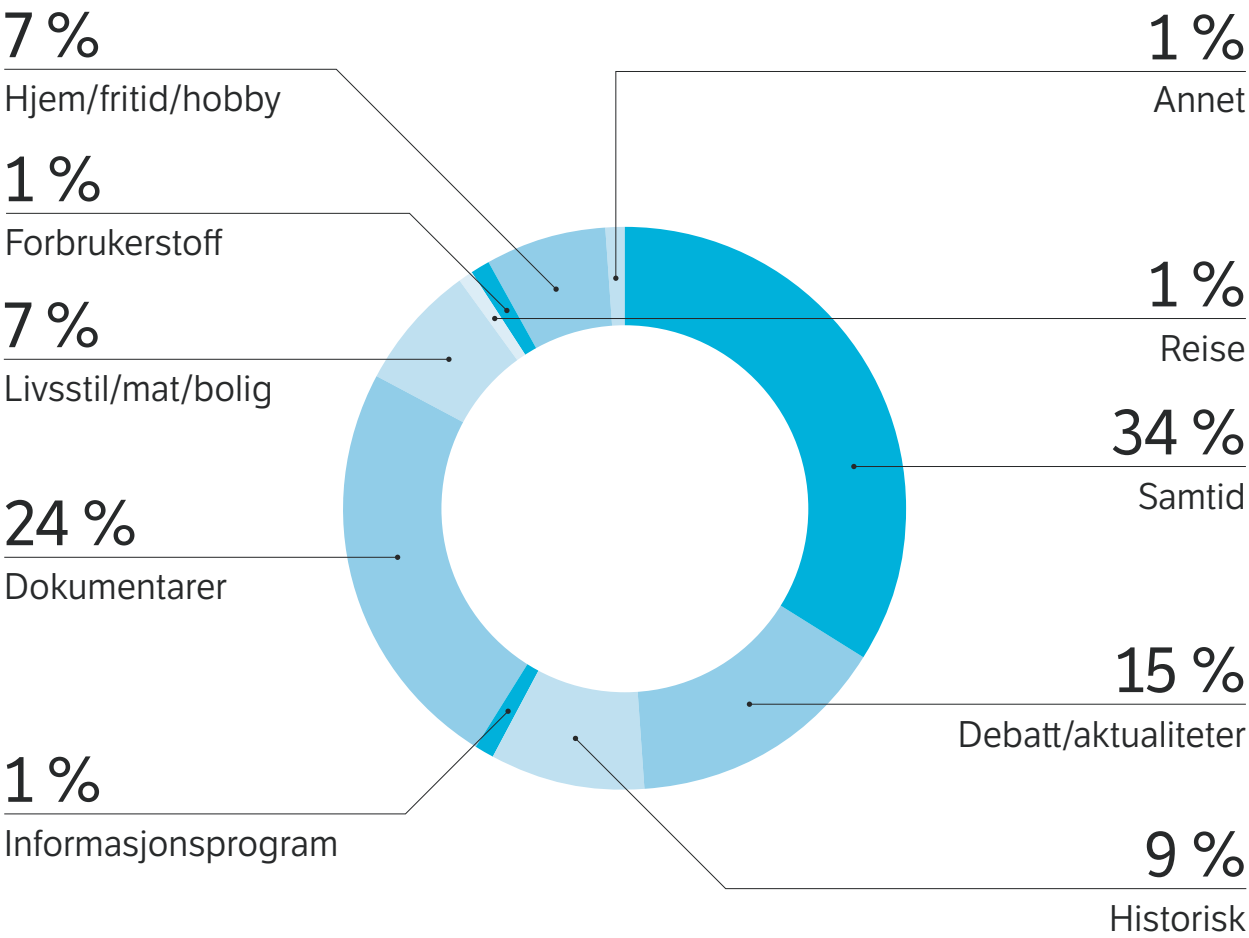
08. Pensum i matematikk for ungdomsskolen er også i ferd med å dekkes på plattformen NRK Skole. Mattelærer Tom Olav Moen går gjennom de helt grunnleggende begrepene, og disse videoene treffer også ungdommene direkte på YouTube. **Foto:** NRK

NRK GIR DEG ET BREDT TILBUD AV INFORMASJONSPROGRAMMER PÅ NRK1



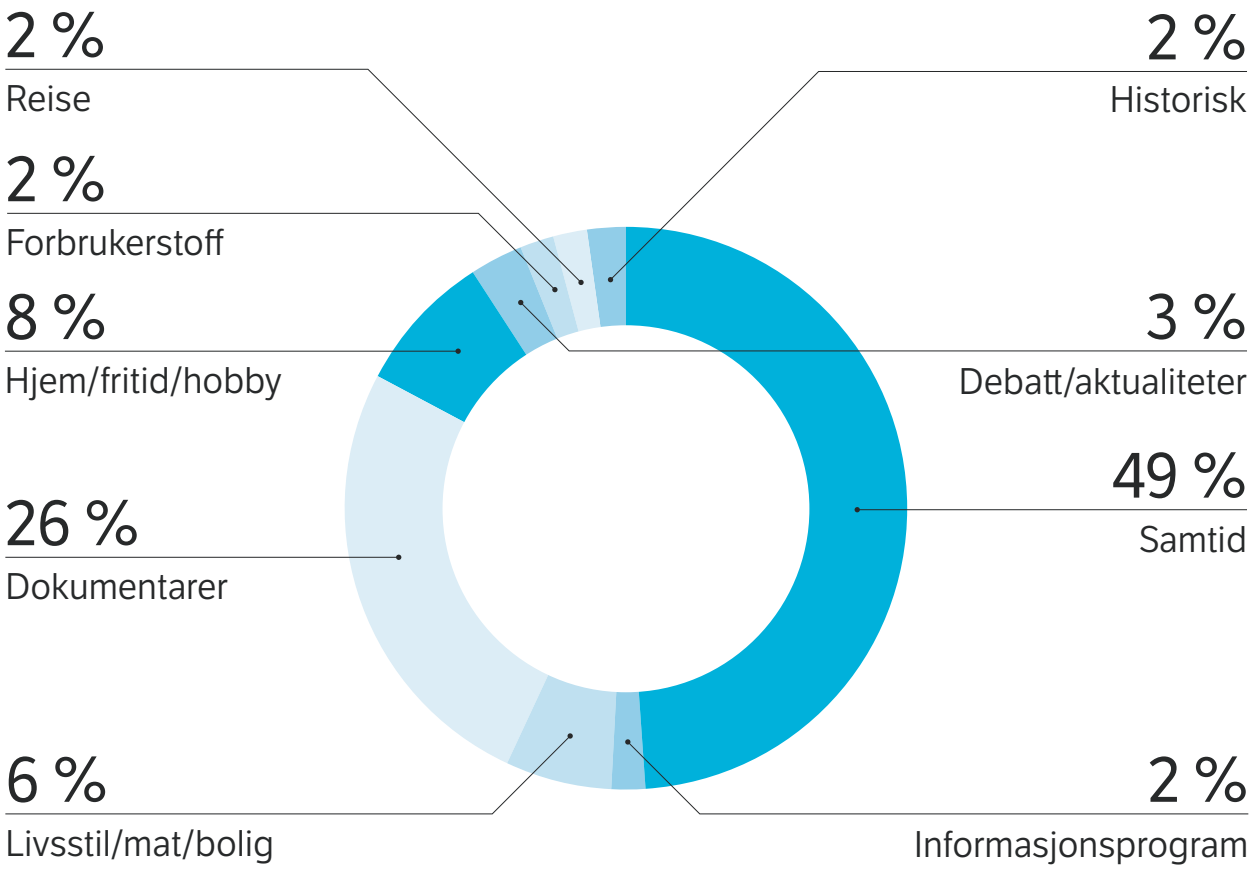
2283 sendetimer med informasjonsprogrammer på NRK1 fordelt på tema.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NRK GIR DEG ET BREDT TILBUD AV INFORMASJONSPROGRAMMER PÅ NRK2



2938 sendetimer med informasjonsprogrammer på NRK2 fordelt på tema.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NRK GIR DEG ET BREDT TILBUD AV INFORMASJONSPROGRAMMER PÅ NRK3



707 sendetimer med informasjonsprogrammer på NRK3 fordelt på tema.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

VERDI OG LIVSSYN

Verdispørsmål i en verden av uro

NRK når bredere og yngre med aktuell tematisering av livssyn, religion og verdispørsmål. NRK P2s «Verdibørsen» teppelegger uka med daglige sendinger, og siste sesong av «Skam» ble i 2017 semesteremne ved Universitetet i Oslo.

«Verdibørsen» har daglige sendinger på NRK P2.
Foto: NRK



Vi beveger oss i takt med verdens utvikling, og i et komplekst politisk, geografisk og ideologisk landskap er verdispørsmål blitt både vanskeligere og viktigere. I tråd med denne utvikling har vi utvidet NRK P2s eldste program med fire timer mer sendetid. Etikk og livssynsprogrammet «Verdibørsen» engasjerer daglig publikum i sentrale verdidiskusjoner.

Epost fra lytter Øyvind Haugen

«... jeg er imponert over hvor bra Verdibørsen har blitt nå. Det at dere har gjester i studioet som forklarer tingen på en god og grundig måte, gjør at jeg lærer noe nytt i hvert eneste program. Jeg hører flere og flere som sier at verdibørsen er deres favoritt-program på NRK radio. Husk at det blir bare flere og flere oppegående nordmenn (alle får f. eks. god utdanning), og at det samtidig sendes mer og mer ”søppel” / lettvint underholdning overalt ellers».



2017 var også året da ungdom (og unge voksne) fikk et dramatisert mikrounivers av verdispørsmål med «Skam»s sesong om den muslimske jenta Sana. At serien har betydd mye for mange, ser vi av seertall og mange tilbakemeldinger fra publikum. Seriens ringvirkninger ser vi også i form av et helt nytt semesteremne ved Religionshistorie, 'Religion i SKAM', ved Universitetet i Oslo.

01. Filosofpanel fra venstre: Ole Martin Moen, Kaja Melsom og Espen Gamlund. **Foto:** Ole Kaland, NRK

Professor i religionshistorie Dag Øistein Endsjø sier;

«... Det er vel knapt noe annet som speiler så presist hvilken rolle religion spiller i Norge i dag. Alle de store temaene i SKAM speiler ikke bare norsk ungdomstid, men viser i hvor stor grad hele vår tilværelse preges av religiøse forestillinger ...»



«NRKs tilbud skal gjenspeile Norges religiøse arv og mangfold av livssyn og religion i det norske samfunnet». Dette løser vi på flere måter. Vi har definert en del av innholdet som forkynnende (som en del av Norges religiøse arv) og andre deler som livssyn for å vise det mangfoldige Norge med sterke innslag av folk fra andre kulturer og annen religiøs tilknytning.

NRKs forkynnende innhold vises i daglige andakter og radiogudstjenester på søndager. Programmene sendes både på NRK P1 og NRK P1+. Profilen på andaktene er under stadig utvikling. Det er yngre andaktsholdere, flere kvinner og en god miks av teologer, ordinerte prester og folk uten teologisk bakgrunn. Felles er likevel at andaktene er tuftet på kristne verdier og har både bønn og velsignelse. I tillegg til radiogudstjenestene hver søndag overførte NRK i alt åtte TV-sendte gudstjenester.

02. Sjelden får NRKs produksjoner ringvirkninger i form av et eget studieemne. I 2017 ble «Skam» et semesteremne i faget religionshistorie. **Foto:** NRK

Olavsfestdagene har etablert seg som Norges største og viktigste livssynsfestival, med over 300 arrangementer, 800 artister og den daglige debatten i Vestfrontmøtet, hvor aktuelle temaer diskuteres foran flere tusen publikummere. NRK overførte debattene direkte på NRK2.



Radioprogrammet «Salmer til alle tider» retter seg også mot et yngre publikum enn før, og det musikalske uttrykket på salmene er blitt kjappere, mer «poppa» opp. Gjestelisten speiler stor salmeinteresse også i aldersgruppen 25-50 år. «Salmer til alle tider» fikk i 2017 Medierosen, som er hedersprisen til organisasjonen Tro & Medier. «Mellom himmel og jord» er radioens brede livssynsprogram som tar opp alle store spørsmål i livet, uavhengig av religion og etnisitet. Det er også utgangspunktet for TV-serien med Are Sende Osen, som 500 år etter reformasjonen stiftet religionen Stjernestøvets Søsknebarn i programmet «På tro og Are». Målet var å formidle hva som skal til for å etablere noe nytt og vise mangfoldet av eksisterende trossamfunn i Norge i dag.

03. I 2017 ble 500-årsmarkeringen av reformasjonen markert med en gudstjeneste i Nidarosdomen. Hele det offisielle Norge var der, med kongehus, regjering og kirkens ledere. **Foto:** NRK



NRK har de siste årene også hatt innhold som tydelig markerer den muslimske fasten id (eid). I 2017 fulgte vi to unge jenter som skulle faste for første gang. Serien «Sult – hvordan overleve ramadan» ble laget som korte klipp publisert på Facebook og på NRK P3s nettside, og ble en halvtimes dokumentar avrundet med et live-innslag på NRK1 på selve id-dagen.



04. Aurora Aksnes har i løpet av få år etablert seg som en norsk artist i verdensklasse. Høsten 2017 holdt hun en spesialkonsert i Nidarosdomen i Trondheim, som NRK sendte i romjula. **Foto:** NRK

05. Fra serien «Sult – Hvordan overleve Ramadan». **Foto:** Tomas Berger, NRK

LIVSSYNSPROGRAM OG GUDSTJENESTER PÅ NRK

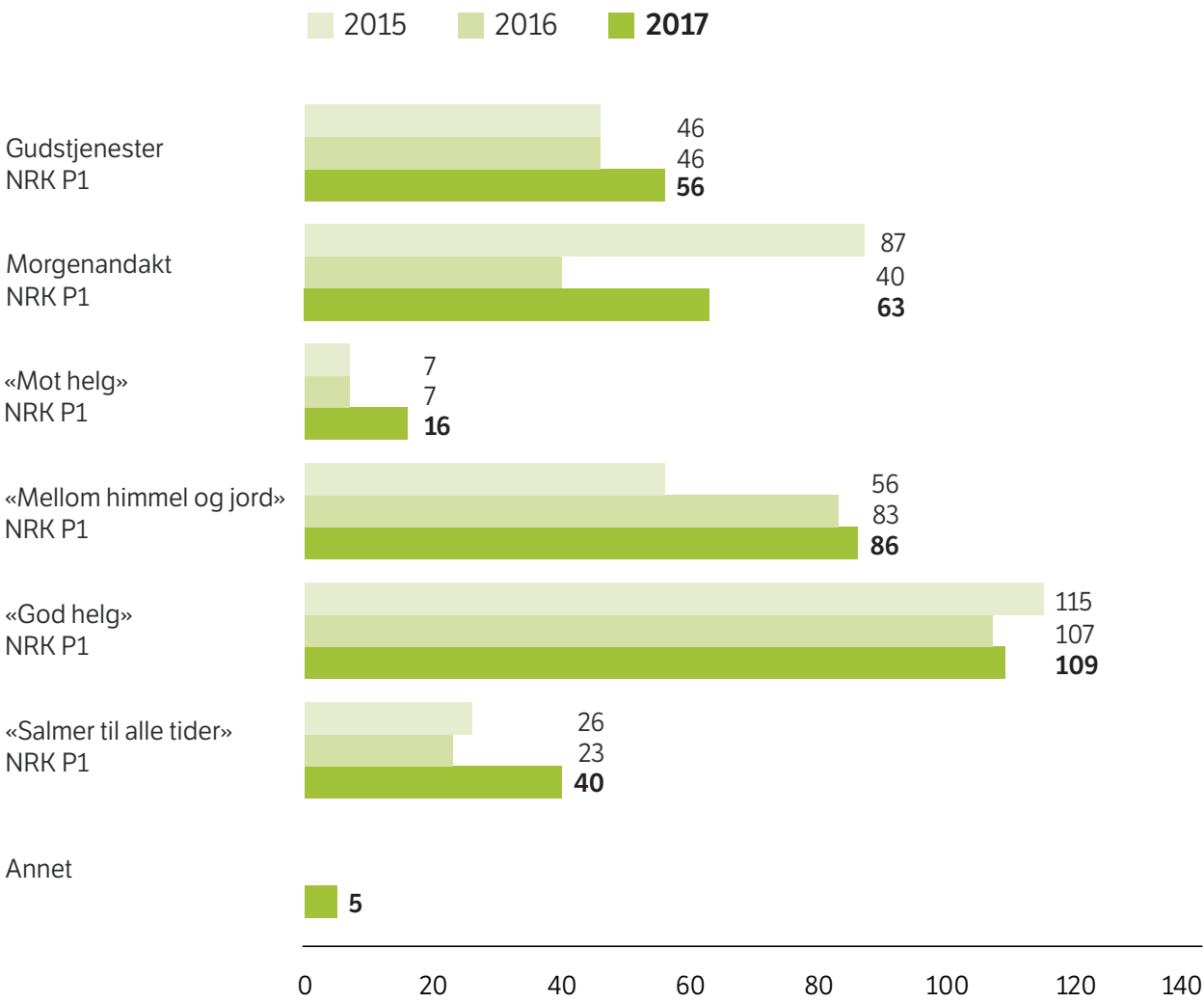
Totalt sendte NRK 69 timer med livssynsprogrammer på NRK1, NRK2 og NRK3 i 2017.

	Totalt	NRK1	NRK2	NRK3
Total	69	40	28	1
«Advent – Førljulsstemning for hele familien»	2	1	1	
«Allehelgensgudstjeneste fra Erdal kirke»	1	1		
«Døvegudstjeneste fra Trondheim 2. juledag»	1	1		
«Fra Sverige til himmelen»	4		4	
«Fyrtårn»	5	2	3	
«Guds lærlinger»	1			1
«Høytidsgudstjeneste fra Lade kirke 1. juledag»	1	1		
«Jul hos Jesus»	3	1	2	
«Julaftensgudstjeneste fra Lade kirke i Trondheim»	1	1		
«Messias»	6	1	5	
«Messias: Matayoshi»	1	1		
«Messias: Moses»	4	3	1	
«Middelhavet – et hav av religioner»	8	1	7	
«Midnattsmesse fra Roma»	2		2	
«Når livet vender»	15	15		
«På tro og Are»	2	2		
«Palmesøndag i Tromsdalen kirke i Tromsø»	1	1		
«Påskegudstjeneste»	1	1		
«Påskegudstjenester: Langfredagsgudstjeneste»	1	1		
«Påskesnattsmesse fra Roma»	2		2	
«Pinsedagsgudstjeneste fra Inderøy»	1	1		
«Reformasjonen: Europas hellige krig»	3	2	1	
«Reformasjongudstjeneste i Nidarosdomen»	1	1		
«Sult – hvordan overleve Ramadan»	0	0		
«Vi er pilegrimer»	2	2		

Timer sendt av programmer innenfor religion/livssynssjangeren på NRK i 2017.
Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

LIVSSYNSPROGRAMMER PÅ NRK P1 OG NRK P2

NRK sender flere timer livssynsprogrammer på radio i 2017 sammenlignet med 2016. NRK P1 og NRK P2 sender til sammen 375 timer livssynsprogrammer i 2017.



Antall timer sendt i 2015–2017 inkl. repriser.
Kilde: Kantar TNS PPM

PRISER

Priser og utmerkelser til NRK i 2017

«Skam» var den store prissankeren i 2017,
og dramaserien «Mammon 2» vant Norges første
Emmy for beste utenlandske drama.

«Mammon»-skaperne Gjermund og Vegard Stenberg Eriksen etter å ha vunnet
Norges første Emmy for beste utenlandske drama. **Foto:** Don Emmert, AFP



NORSKE PRISER

Gullruten

«Skam» fikk både publikumsprisen og pris for årets TV-øyeblikk da TV-bransjen feiret seg selv i forbindelse med Nordiske mediedager i Bergen i mai. Her er alle Gullruten-prisene NRK ble tildelt i 2017:

- Beste humorprogram: «Vikingane» (Viafilm, NRK)
- Beste barne- og ungdomsprogram: «Snøfall» (NRK)
- Beste dokumentar: «Dugma - the Button» (Medieoperatørene, NRK)
- Beste event: «P3 Gull» (NRK)
- Beste mannlige programleder: Leo Ajkic, «Flukt» (Pandora Film, NRK)
- Beste dokumentarserie: «Flukt» (Pandora Film, NRK)
- Beste livsstilsprogram: «Live redder verden. Litt» (NRK)
- Beste mannlige skuespiller: Pål Sverre Hagen, «Valkyrien» (Tordenfilm, NRK)
- Beste TV-øyeblikk: «Skam», O' helga natt (NRK)
- Beste TV-drama: «Valkyrien» (Tordenfilm, NRK)
- Beste underholdningsprogram: «Lindmo» (NRK)
- Publikumsprisen: Tarjei Sandvik Moe og Henrik Holm i «Skam» (NRK)

Gullrutens fagpriser

NRK tok hele 14 av 16 priser da Gullrutens fagpriser ble delt ut på Chateau Neuf i Oslo i april.

- Beste regi TV-drama: Julie Andem for «Skam», sesong 3 (NRK)
- Beste foto i TV-drama: Ulf Brantås for «Nobel» (Monster for NRK)
- Beste manus TV-drama: Julie Andem for «Skam» sesong 2 (NRK)
- Beste foto flerkamera: Espen Willander og Jon Krosby for «Saltstraumen, minutt for minutt» (NRK)
- Beste regi flerkamera: Nicolai Sørensen for «P3 Gull» (NRK)
- Beste regi enkamera: Lars Petter Gallefoss for «Flukt» (Pandora Film for NRK)
- Beste klipp TV-drama: Karsten Meinich, Thomas Grotmol og Trude Lirhus for «Unge lovende» (Monster for NRK)
- Beste lydproduksjon: Renate Bakke, Magnus Torkildsen for «Snøfall» (NRK)
- Beste lysdesign – scenografi – produksjonsdesign: Nina Bjerch-Andresen og Merete Bostrøm for «Valkyrien» (Tordenfilm for NRK)



01



02

- Beste grafisk design – VFX: Lars Erik Hansen og Torgeir Sanders for «Nobel» (Gimpville og Monster for NRK)
- Beste kostyme – sminke: Nina Elise Johansen og Oddfrid Ropstad for «Nobel» (Monster for NRK)
- Beste originalmusikk: Henrik Skram for «Snøfall» (NRK)
- Årets innovasjon: Natasha Sayer for «FlippKlipp: Hele Norge bygger» (NRK)

Årets ærespris gikk til NRK-veteranen Ola Fagerheim.

I juryens begrunnelse heter det blant annet at «Gjennom produsering av langrenn, og særlig skiskyting, har prisvinneren laget en norm på hvordan disse grenene ideelt skal produseres. Fra OL i Lillehammer 1994, til VM i skiskyting i Holmenkollen 2016 og Hochfilzen i 2017, har årets æresfagpris-vinner blitt en producer i verdensklasse.»

01. «Lindmo» fikk prisen for beste underholdningsprogram. Her har programleder Anne Lindmo besøk av Jonas Kinge Bergland og Kristopher Schau. **Foto:** Julia Marie Naglestad, NRK

02. Gjengen fra «P3 Gull» kunne feire hele tre priser. Mats Lian for beste foto flerkamera, Nicolai Sørensen for beste regi flerkamera og Joakim Faxvaag for beste lysdesign/scenografi. **Foto:** Kim Erlandsen, NRK

Fritt Ords honnørpris

Stiftelsen Fritt Ord har tildelt Leo Ajkic honnørprisen for TV-serien «Flukt» om mennesker på flukt i Europa.

NONA17-prisene

Årets beste digitalprodukter ble kåret under netthodekonferansen NONA17 i mai. Norwegian Online News Association (NONA) ga hederlig omtale til NRK-podkasten «Purk eller skurk?».

«Hederlig omtale gis til NRKs prosjekt Purk eller skurk. Dette prosjektet bygger bro mellom tradisjonell og digital nyhetsformidling. Podcastserien tar for seg hvordan en av Norges mest betrodde politimenn endte opp som hovedmistenkt i et kriminelt nettverk han selv var satt til å etterforske. Seriens innovative element er blant annet å gjøre radio synlig på mobil. Redaksjonen samarbeidet tett med grafikere, tegnere og komponister. Dette gir serien et digitalt univers utover lytteropplevelsen. Prosjektet oppfyller alle NRKs primærplattformer, nett, TV og radio, i tillegg til SOME og podcast-plattformer. Serien har generert flere store nyhetssaker som er publisert i alle NRK-flater.»
– Juryens begunnelse, NONA17-prisene

Visuelt

NRK fikk gull i redaksjonell design og datavisualisering for artikkelserien «Fotball-EM – 24 lag, 24 historier». Prisen ble delt ut under Visuelt 2017, en årlig festival som samler den kreative bransjen i Norge.

Juryens kommentar: «Med illustrasjoner og infografikk framstilles statistikken bak 24 lag under fotball-VM. Et effektivt visuelt språk får fram interessante fakta på en tilgjengelig og umiddelbar måte.»



03

03. Grafisk designer Mari Graftsrønningen tar imot prisen under Visuelt 2017. **Foto:** Alex Asensi, Grafill

Peer Gynt-prisen

Det var TV-suksessen «Skam» som ble tildelt den gjeve Peer Gynt-prisen i 2017.

– «Skam» har gjort som Ibsen, de har fortalt historien om oss, om Norge, sa statsminister Erna Solberg i sin tale under overrekkelsen i Gålå i august.

Kriteriene for prisen er at det må være en person eller institusjon som har markert seg på en positiv måte på det samfunnsnyttige plan og som har gjort Norges navn kjent i utlandet. Stortingsrepresentantene avgjør hvem som blir årets Peer Gynt ved skriftlig avstemming.

Peer Gynt-prisen har blitt delt ut siden 1971, og blant tidligere vinnere er navn som Einar Gerhardsen, Ole Gunnar Solskjær, Gro Harlem Brundtland, Eva Joly, Arne Næss, Marit Bjørgen, og Thor Heyerdahl.



04

Frydprisen

Hvert år deler organisasjonen Fri ut Frydprisen til personer eller organisasjoner som på en positiv måte bryter med normer om kjønn og seksualitet. I 2017 var det TV-serien «Skam» som ble tildelt prisen under festivalen Oslo Pride.

04. «Skam»-produsent Marianne Furevold-Boland og regissør Julie Andem viser stolt fram Peer Gynt-prisen. **Foto:** Caroline Tolfsen, NRK

Fredrikkeprisen

«Skam» ble tildelt Fredrikkeprisen, Norske Kvinners Sanitetsforenings hederspris, i februar.

Prisen deles ut til personer som på en fremragende måte tar opp og synliggjør saker innenfor sanitetskvinnerenes formål og strategiske områder. Selve prisen består av en statuett av Norske Kvinners Sanitetsforenings grunnlegger Fredrikke Marie Qvam, et diplom og 100 000 kroner.



05

Se og Hørs kjendisgalla

Årets TV-navn. «Helene sjekker inn»-programleder, Helene Sandvig, ble tildelt hedersprisen Årets TV-navn 2017 under Se og Hørs kjendisgalla i januar. Hun ble stemt frem av Se og Hørs lesere, som har satt stor pris på å få se norske institusjoner fra innsiden.

– Å få en pris som er stemt frem av folket, er den største hederen og æren jeg kan få. Jeg er både rørt og veldig stolt og glad for at folk har likt det vi har laget, sa Sandvig da hun fikk prisen.



06

05. En stolt «Skam»-gjeng med Fredrikkeprisen.

Foto: Per-Åge Eriksen, Norske Kvinners Sanitetsforening

06. Helene Sandvig ble stemt fram av Se og Hørs lesere til Årets TV-navn.

Foto: Marianne Rustad Carlsen, NRK

Årets forbilde. Leo Ajkic ble under den samme kjendisgallaen kåret til Årets forbilde. Han har høstet mange lovord, og vunnet flere andre priser, for sin innsats i dokumentarserien «Flukt».

– Jeg er rørt av å få denne prisen. Jeg hadde aldri ventet det. Det forplikter. Samtidig er ikke dette noe jeg har prøvd å bli. Jeg har bare gjort jobben min, sa Ajkic.



07

Riksmålsforbundets priser

TV-prisen og Lytterprisen går til journalister og programledere som utmerker seg med god og stilsikker bruk av riksmål/moderat bokmål i TV og radio. I 2017 var det «Dagsnytt 18»-programleder Fredrik Solvang som ble tildelt Riksmålsforbundets lytterpris. TV-prisen gikk til NRK-profil Hans Olav Brenner, kjent fra programmer som «Brenner og bøkene» og «Brenners bokhylle».

Teksterprisen

Teksterprisen 2017 ble tildelt Signe Bergvoll for hennes arbeid med teksten av dokumentarene «Zero Days» og «Geni i ei moderne tid» for NRK.

Teksterprisen er Norsk audiovisuell oversetterforenings (NAViO) pris for fremragende norsk oversettelse for fjernsyn, kino, nett eller video.

I juryens begrunnelse heter det blant annet at: «Kandidaten har et godt og sikkert språk som flyter lett, og som gjør programmene lett tilgjengelige for seerne.»

07. Leo Ajkic reiser til Libanon, landet der hver fjerde innbygger er flyktning. Han treffer en syrisk flyktningfamilie og følger dem på den viktigste dagen i deres liv. **Foto:** Pandora Film as

Mediemålprisen

NRK Hordaland-journalist Sølve Rydland ble i april tildelt Alf Helleviks mediemålpris.

Prisen gis til yngre, faste nynorskbrukere på radio og TV som legger vekt på å dyrke et normalisert nynorsk talemål.

I juryens begrunnelse heter det blant annet: «Rydland er ein god og allsidig journalist. Nynorsken er stødig i alle situasjonar, og han er eit godt språkleg førebilete for kollegaer og lyttarar.»

Gullenken

Gullenken-utdelingen under Social Media Days er kommunikasjonsbransjens prisutdeling for innsats på sosiale medier.

NRKs Gisle A. Gjevestad Agledahl ble tildelt prisen Årets sosiale medier-rådgiver.

Fra juryens begrunnelse: «Gisle er synonymt med nyskapning. Han utfordrer og pusher grensene til mediene - som i «One night stand», kortfilmer som er skapt og skreddersydd for Facebook - men som også ble nest mest sette serie på NRK nett-tv. Gisle har også innført helt konkrete metoder og arbeidsplaner for hele NRK P3s avdeling, som i dag er blitt en ny standard for hvordan de som tv- og radiokanal best mulig kan utnytte SoMe til å spre vårt innhold. Han stiller alltid opp når husets avdelinger etterspør en bit av SoMe-magien hans og sørger for at NRK er med inn i fremtiden.»

Gisle A. Gjevestad Agledahl fikk også et diplom i kategorien Årets sosiale medier-ildsjel.

Årets sosiale medier-ørraskelse ble TV-serien «Skam».

SNDS-prisene

NRK fikk flere priser under designkonkurransen til Society for news design Scandinavia (SNDS) i København i september.

Det ble gull i kategorien Data project for «En sommerdag i juli ble vi alle kraftig berørt», om 22. juli-terroren. Rigget ble laget av Lotte Camilla Holst-Hansen, Glen Imrie og Jan-Erik Bråthen. I samme kategori ble det bronse til NRKs EM-guide, laget av Mari Graftsrønningen og Morten Solem.

Det ble sølv i kategorien storytelling for prosjektet «Fuglefjellet», laget av Marius Lundgård, Glen Imrie, Harald K. Jansson og Marco Vaglieri.

Medierosen

Radioprogrammet «Salmer til alle tider» fikk i 2017 Medierosen, som er hedersprisen til organisasjonen Tro & Medier.



08

Årets bilde

Det ble både første- og andreplass til NRK i kategorien videodokumentar under prisutdelingen som ble arrangert av Pressefotografenes klubb i mars.

Førsteplassen gikk til dokumentaren «Arktisk superstjerne», produsert av Indie Film og NRK, regissert av Simen Braaten, fotografert av Kristoffer Kumar, klippet av Zaklina Stojcevska og produsert av Stig Andersen og Carsten Aanonsen.

I juryens begrunnelse heter det blant annet at: «Arktisk Superstjerne er original, har et sterkt visuelt språk og tar deg med inn i et miljø få kjenner til.»

2. premien gikk til «Brennpunkt»-dokumentaren «Alarm Trolltunga», produsert av NRK. Foto: Henrik Evertsson, foto og regi: Bodil Voldmo Sachse, klipp: Ole Jørgen Kolstadbråten, research: Norunn Reinertsen, produsent: Cecilie Ellingsen.

Juryens begrunnelse: «Fjellturen er en del av essensen i den norske folkesjela. Denne dokumentaren bringer oss rett inn i dramatikken ved et av Norges mest spektakulære turistmål. Filmskaperne har investert mye tid og krefter i en grundig fortelling med en stor bredde av hendelser. Filmen er tradisjonell, men håndverksmessig solid, og lar situasjonene fortelle historien i stedet for å benytte en overforklarende fortellerstemme.»

Skup

Frilansjournalist Anders Sømme Hammer fikk prisen for beste internasjonale reporter under Skup-konferansen i april 2017. Han ble hedret for sitt arbeid i Afghanistan, og i juryens begrunnelse står det at hans tre nominerte bidrag samlet «viser resultatet av en modig og standhaftig tilstedeværelse under særdeles vanskelig arbeidsforhold».

08. Tre utmerkelser til NRK i København. **Foto:** NRK

Gullbranson

Promo-filmen til «P3 Gull» fikk Gullbranson-prisen for beste promo på norsk reklamefilmbransjes egen fagprisutdeling. Promoen er laget av NRK Marked ved produsent og regissør Marius Hansen. Klippingen er gjort av Pontus Wesøe og Daniel Rørvik Davidsen.

Fagprisen for post-produksjon gikk til Marius Hansen for lyddesign og klipp på den samme promofilmen.

Juryens begrunnelse:
«Juryen var begeistret for dette bidraget. Kombinasjonen av klipp og lyddesign er meget bra utført og juryen var aldri i tvil om at dette var vinneren. Prosjektet viser et eksepsjonelt godt håndverk i forhold til musikalitet og timing. Arbeidet er smart og kreativt gjort og gjennomført, og det er en prestasjon at en og samme mann har gjort både lyd og klipp.»

Prix Radio 2017

NRK P3 ble kveldens store vinner da den norske radiobransjen hedret seg selv med den årlige prisutdelingen Prix Radio på Ullevål Stadion i september. Av 21 priser stakk NRK P3 av med seks og NRK P1 med fire. Publikumsprisen Årets radionavn ble vunnet av «P3morgen» for andre år på rad.

NRK-vinnere under Prix Radio 2017:

- Årets sendeflate: «P3dokumentar», NRK P3
- Årets lokale sendeflate: «Lokalen», Rogaland, NRK P1
- Årets aktuelle sendeflate:
«Verdens Rikeste Land i New York», NRK P3
- Årets nyhetsbulletin: «Jensen og Trump»,
«Dagsnytt», NRK P1
- Årets intervju: «Livet og døden med Thea»,
«Fritimen», NRK P1
- Årets reportasje: «Dobbel kjærlighet»,
«Norgesglasset», NRK P1
- Årets humor: «SID fra Istid prøver nye roller»,
«P3morgen», NRK P3
- Årets unge radioprofil: Martin Holmen, NRK mP3
- Årets radioøyeblikk: Silje om Orlando-terror, NRK P3
- Årets promo: «P3 Gull», NRK P3
- Årets fagpris, dedikert nyskapning:
«Purk eller skurk?», NRK Nyheter
- Årets hederspris: Tidligere NRK-journalist
Kjell Gjøstein Resi
- Årets radionavn: «P3morgen»



Luftfartens sikkerhetspris

Reidar Otto Johnsen tok imot prisen da NRK Luftfoto ble tildelt Luftfartens sikkerhetspris for 2017. Prisen ble utdelt for første gang under den nasjonale dronekonferansen «Droner i Norge» i Bodø i februar.



09. Martin Giæver, Irina Tjelle, Runar Henriksen Jørstad, Ingunn Andersen og Lillian Grønning vant fagprisen for podkasten «Purk eller skurk?». Foto: NRK
10. Luftfartstilsynets sikkerhetspris. Foto: Sidsel Mundal, NRK

Lokale priser

NRK har også blitt tildelt en rekke lokale priser i 2017. Blant dem er Bergen journalistlags Gullparaplyen som ble delt ut til Leo Ajkic for innsatsen i «Min flukt».

NRK Hordalands episode 9 av nettserien «Mottaket» fikk Sølvparaplyen for beste video. Serien handler om Lazkeen og sønnen Mohamed fra Syria, som har vært uten familien i over ett år.

Oslo bys kunstnerpris deles ut til «personer som i det siste, eller de seneste år, har gjort en fremragende innsats innen Oslos kunstliv». «Skam»-skaper Julie Andem ble tildelt denne prisen i 2017.

NRK Nordland-journalist Adrian Dahl Johansen fikk Årets journalistpris fra Helgeland og Salten Journalistlag for «Den skjulte tvangen». Også Bente H. Johansen, (NRK Nordland) Kåre J. Inderberg (NRK Troms), Cecilie Jåsund Berntsen (NRK Rogaland) og Leif Rune Løland (NRK Hordaland) skal ha en del av æren for denne prisen.

Vilde Bratland Erikstad i NRK Nordland fikk Årets fotopris fra Helgeland og Salten Journalistlag for bildet av Bushro.

En rekke andre NRK-journalister fikk diplomer under det samme arrangementet.

Under Svarte Natta-konferansen i Tromsø i november ble «Aurora Borealis – en helaften under nordlyset» kåret til Årets video. Hjernene bak programmet er bl.a. Harald Albrigtsen, Bernt Olsen og Tor Even Mathisen.

Flere NRK-journalister fikk også diplomer under arrangementet, som er et samarbeid mellom Norsk Journalistlags lokallag i Nord-Norge og Nordnorsk redaktørforening.

NRK Sápmi-journalistene Mariela Idivuoma, Carl-Göran Larsson og Jan Rune Måsø fikk Finnmark journalistlags journalistpris for Dakota Access Pipeline-sakene.

I 2017 var det NRK-journalistene Thor Øistein Eriksen, Veronica Westhrin og Line Tomter som ble tildelt Gull og gråstein-prisen for sine First House-avsløringer. Østlandets regionale journalistkonferanse arrangeres bare annethvert år.

INTERNASJONALE PRISER

Emmy

«Mammon 2» vant pris for beste utenlandske drama under den internasjonale Emmy-utdelingen i New York i november.

– Det er så moro. Det er helt vilt! Det går ikke an, sa serieskaper Vegard Stenberg Eriksen kort tid etter at prisen ble annonsert.

Gaygala-prisene

«Skam» ble tildelt prisen Årets utenlandske TV-program under det svenske magasinet QXs Gaygala-kåring i Stockholm i februar.

Nordic Radio Drama Prize

NRK Radioteatrets produksjon av «Den elskede» ble kåret til beste radioteater i de nordiske landene da den vant Nordic Radio Drama Prize 2017 ved DR i København.

Årets TV-par i USA

Even og Isak fra «Skam» ble av E! News' lesere kåret til årets TV-par i USA.

Årets laks

TV-serien «Skam» ble kåret til Årets laks av LGBT Danmark. Den danske prisen deles ut til den eller de som svømmer mot strømmen og har gjort en særlig innsats for homoseksuelle, biseksuelle og transpersoners rettigheter.

– Jeg tror ikke verden blir den samme igjen etter «Skam». Vi ruller rett og slett ikke våre tanker tilbake. «Skam» er kommet inn under huden og inn i hjerteroten, og der blir den, uttalte LGBTs talsperson Søren Laursen.

Northern Character

Mánáid-TV fikk pris for beste barne- og ungdomsprogram med episoden «Ellá Márge's Selfie» fra serien «ležár». Serien er produsert av NRK Sápmi.

I tillegg fikk realityserien «Skårungen», produsert av NRK Troms, pris for beste TV-program.

NRK Troms fikk også hederlig omtale for TV-serien «Planetpatruljen» i kategorien beste ungdomsprogram, under prisutdelingen i Murmansk.



11



Prix Circom

NRK fikk den prestisjefulle prisen Prix Circom for nett- og TV-produksjonen «Fuglefjellet». Prisen gis til det mest originale og innovative prosjektet blant allmennkringkasterne i Europa.

EMS Journalist Award

De europeiske meteorologers samarbeidsorgan EMS (European Meteorological Society) hedret i juli NRK-journalist Astrid Rommetveit for hennes innsats med klima- og miljøjournalistikk.

Rommetveit ble tildelt journalistprisen for sine saker på yr.no, værnnettstedet som er et samarbeid mellom Meteorologisk institutt og NRK.

I begrunnelsen het det at hun utmerker seg ved å formidle vanskelige tema på en lett tilgjengelig, relevant og forståelig måte.

Collaborate to innovate-prisen

TV-programmet «Hva feiler det deg?» ble tildelt c2i-prisen i Cannes for beste studiobaserte gameshow.

Prix Italia

«Skam» ble kåret til beste nettserie under den internasjonale prisutdelingen Prix Italia i Milano i oktober. Den tradisjonsrike prisutdelingen for radio-, TV- og nettserier har holdt på siden 1948.

Eurovision Connect

NRKs VM i sjakk-video fikk sølv for beste sportspromo under de europeiske allmennkringkasternes store prisutdeling, Eurovision Connect, i mai.

EBU-prisene

Den europeiske kringkastingsunionen (EBU) arrangerte sin 56. prisutdeling i september 2017.

Den norske serien «Nobel» vant TV-prisen Rose d'Or for beste drama og danket blant annet ut kjempesuksessen «The Crown».

«Helene sjekker inn» fikk 3. plass i kampen om Beste format.



12



13



14

11. Stolte Emmy-vinnere, «Mammon»-skaperne Gjermond og Vegard Stenberg Eriksen. **Foto:** Tove Bjørgaas, NRK

12. Prosjektleder for «Fuglefjellet», Nils Arne Sæbø og redaktør i NRK Natur, Terje Dale, tok imot prisen for mest originale og innovative program på Circom. **Foto:** NRK

13. Astrid Engen, Arild Opheim og Thor Henry Bjør viser stolt frem prisen for beste studiobaserte gameshow. **Foto:** NRK
14. NRKs Azar Ebrahimi med prisen som ble tildelt «Helene sjekker inn». Hun var en av regissørene i serien. **Foto:** NRK

NRKS ALLMENNKRINGKASTINGSOPPDRA

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 tilgjengelig 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 er tekstet.
- d. NRK skal være til stede på, og utvikle nye tjenester på alle viktige medieplattformer for å nå bredest mulig ut med sitt samlede programtilbud.
- e. NRK bør så langt som mulig benytte åpne standarder, så fremt ikke økonomiske eller kvalitative hensyn taler imot dette.

§14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

- a. NRK skal reflektere det geografiske mangfold 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.

- 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 innefor 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 tilstrebe 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
Design: Bleed

Bidragstyttere i NRK: Monica M. Walter, *prosjektleder*
Hilde Thoresen, *tekstforfatter*
Katrine Raade, *tekstforfatter*
Sidsel Linden, *tekstforfatter*
Øyvind Werner Øfsti, *tekstforfatter*
Hilde Ljøen, *tekstforfatter*
Cecilie Lyng, *profilsjef*
NRKs avdelinger, *bilde/lyd/tekst*

