

Gjør dagen bedre

NRK har som ambisjon å gi publikum en rikere hverdag.
Dette er rapporten om hvordan NRK løste oppdraget i 2010.



Innholdsoversikt

Forord	3	Kultur	52	Allmennverdi	85
Mediehuset NRK	5	Publikum	52	Statistikk	86
		Innhold	53		
Barn	21	Allmennverdi	58	Underholdning	89
Publikum	22	Statistikk	59	Publikum	89
Innhold	23			Innhold	90
Allmennverdi	26	Livssyn	61	Allmennverdi	96
Statistikk	27	Publikum	61	Statistikk	97
		Innhold	62		
Distrikt	29	Allmennverdi	64	Ung	100
Publikum	29	Statistikk	65	Publikum	100
Innhold	30			Innhold	101
Allmennverdi	33	Nyheter	66	Allmennverdi	105
Statistikk	34	Publikum	66	Statistikk	106
		Innhold	68		
Drama	36	Allmennverdi	72	Vedtekter	108
Publikum	36	Statistikk	73	English summary	111
Innhold	37				
Allmennverdi	41	Sápmi	75		
Statistikk	42	Publikum	75		
		Innhold	76		
Fakta	44	Allmennverdi	78		
Publikum	44	Statistikk	79		
Innhold	45				
Allmennverdi	50	Sport	81		
Statistikk	51	Publikum	81		
		Innhold	82		



OPPDRAGET VÅRT

2010 ble et utfordrende år, men NRK styrket sin posisjon i folks mediehverdag.



Hans-Tore Bjerkaas,
kringkastingssjef.
Foto: Nadia Frantsen/
NRK

Ved inngangen til 2010 stod NRK foran store utfordringer. Norge hadde vunnet Eurovisjon Song Contest i Moskva og NRK skulle arrangere den internasjonale finalen. Vi skulle ikke bare planlegge og gjennomføre et stort internasjonalt tv-show. Arrangementet ville gjøre kraftig innhogg i programbudsjettet vårt i en tid med skjerpet konkurranse. Digitaliseringen av tv-signalene har gitt publikum mer å velge mellom. Radioen har fått økt konkurranse, og nye medievaner krever at vi må være på plass med innholdet vårt på nye mobile medieplattformer.

Samtidig våget NRK å gå mot strømmen. Mens andre tv-kanaler valgte å redusere eller fjerne nyhetstilbudet sitt, valgte NRK å utvide Dagsrevyen fra 30 – 45 minutter. Vi valgte å satse på et daglig utenriksmagasin og faste kulturflater på NRK 2, og vi startet Super-Nytt

for barn. Det manglet ikke på advarsler fra europeiske kolleger. Men Dagsrevyen økte sin publikumsoppslutning i 2010, og Kulturstripa og Urix er blitt godt mottatt av publikum.

“ Mens andre tv-kanaler valgte å redusere eller fjerne nyhetstilbudet sitt, valgte NRK å utvide Dagsrevyen fra 30 – 45 minutter.”

Unge mediebrukere er en klar utfordring for NRK. Nye generasjoner har ikke den samme lojalitet til radiostasjoner eller tv-kanaler som tidligere generasjoner. Unge jakter på innhold, avsenderen er underordnet.

NRK har erfaring i å utvikle attraktivt innhold for et ungt publikum gjennom P3. Gjennom målbevisst arbeid med å fornye kanalens profil, styrket P3 sin gjennomslagskraft i 2010. Samtidig har P3 lagt innhold til rette på de nye medieplattformene. Og etter at NRK fikk full distribusjon av hele tv-tilbudet, klarte NRK3 i løpet av høsten 2010 å bli mange unges favorittkanal. Programmer som Radiorepsjonen på TV, Sigrid søker kjæreste og Trekant skapte debatt, men bidro til å styrke de unges eierskap til NRK. Det er viktig også for fremtidig mediebruk. Og da NRK flyttet institusjonen Barne-tv over fra NRK 1 til NRK Super, fulgte publikum med. I løpet av 2010 vokste NRK Supers markedsandel fra 22 prosent til 35 prosent blant 2-11 åringer. I 2010 var NRK for første gang størst også i aldergruppa 12 – 29.

Publikum venter å finne NRKs innhold på nettet og på andre mobile medieplattformer. Det gjelder særlig nyheter, men også kulturinnhold og underholdning. Et økende antall ønsker å se tv-innhold når de selv vil, på nettet. Derfor var det særlig hyggelig at nrk.no i 2010 ble kåret til årets nettsted under Nordiske Mediedager i Bergen.

I 2010 benyttet mer enn åtte av ti nordmenn seg av et NRK-tilbud hver dag. For NRK er ikke det å være en stor medieaktør et tilstrekkelig mål i seg selv, men det er en forutsetning for at vi skal løse oppdraget vårt. Først når vi er relevant og viktig for mange, kan vi løse samfunnsoppdraget.

—

“ For NRK er ikke det å være en stor medieaktør et tilstrekkelig mål i seg selv, men det er en forutsetning for at vi skal løse oppdraget vårt. ”

—

NRK har fått et spesielt oppdrag av det norske folk. NRK skal formidle innhold som gir allmennverdi til alle målgrupper i samfunnet vårt. Mange er, sammen med oss, opptatt av at NRKs innhold skal gjøre en forskjell. Det er ikke nok å ta kommersielle grep i bruk for å trekke publikum. NRK må samtidig løse sitt samfunnsoppdrag. Det handler i særlig grad om å formidle norsk virkelighet. Det handler om å styrke og utvikle norsk og samisk språk, og om å bidra til å skape fellesskap og forståelse i samfunnet.

Det er vår oppgave å utforske vår identitet som nordmenn, europeere og verdensborgere. Vi skal informere, utfordre, engasjere men også underholde. Og NRK skal legge til rette for felles opplevelse. De olympiske vinterlekene i Vancouver ble en slik felles opplevelse. Den europeiske sangfinalen er et annet eksempel. Samtidig vil NRK gjerne gi opplevelsen en merverdi. Når prosjektledelsen for ESC skulle ta fatt på arbeidet, ønsket de å ha en visjon for arrangementet. Visjonen ble Share the moment – del øyeblikket, visualisert gjennom Madcons Glow, der publikum deler øyeblikket gjennom en folkelig danseoppvisning formidlet fra og til hele Europa.

2010 ble et utfordrende år, men NRK styrket sin posisjon i folks mediehverdag. Vi tror oppskriften er å gi publikum godt og attraktivt innhold, og være tilgjengelig der folk er.



FOLKETS MEDIEHUS

74 prosent av befolkningen mener de får valuta for lisenspengene.

Samfunnsoppdraget

NRKs samfunnsoppdrag er gitt av Stortinget og tatt inn i NRKs vedtekter, del II. Hvert år innen utgangen av mars skal NRK i henhold til vedtektene levere et allmennkringkasterregnskap som forteller hvordan NRK har utført oppdraget. Dette er rapporten som gjennom bilder, lyd, statistikk og tekst viser hvordan NRK løste allmennkringkasteroppdraget i 2010.

NRKs innhold får verdi først i møte med publikum. Som allmennkringkaster er NRKs politiske legitimitet basert på at befolkningen verdsetter det NRK tilbyr av tjenester og innhold, og at fellesskapets ressurser i form av lisensinntekter forvaltes på en forsvarlig og effektiv måte. Når 74 prosent i befolkningen mener at de i meget eller ganske stor grad får valuta for lisenspengene, er det en viktig tilbakemelding for NRK.

Oppdraget i vedtektene er teknologinøytralt, og NRK har som mål å tilby innhold på de medieplattformene som er i allmenn bruk og gjøre innholdet tilgjengelig der det treffer ulike målgrupper best. Bruk av publikumsmålinger, som omdømmemålinger, seertall, lyttertall,

nett- og mobilbruk, har som utgangspunkt å måle hvorvidt NRKs tjenester og innhold rettet mot ulike målgrupper treffer godt. Det er også sentralt for NRK å følge med på folks mediebruk for å kunne tilby innhold der folk til enhver tid er. Det er ikke et mål i seg selv å være store i ethvert marked, men det er et mål å være stor for å kunne løse oppdraget som allmennkringkaster. Når NRKs innhold er en stor og viktig del av publikums mediehverdag, kan NRK også gi hele befolkningen innhold med allmennverdi.

●● **NRK har ikkje alltid gitt folk det dei vil ha. Difor er NRK så viktig for folk flest også etter 50 år.** ●●

Ottar Grepstad, direktør ved Ivar Aasen-tunet,
Aftenposten, 10.08.2010

Folks mediebruk i 2010

Mediebruken nærmer seg åtte timer hver dag. På ti år har den daglige mediebruken økt med nærmere to timer. Økningen skyldes at folk får stadig flere tilgjengelig medier, samtidig som de fortsetter å bruke de tradisjonelle mediene, og at nye medier tas i bruk på nye steder. I 2010 har det vært spesielt stor oppmerksomhet knyttet til nettbrett, spesielt iPad som ble lansert i september, og smarttelefoner som åpner nye muligheter for bruk av mobilt Internett. På slutten av året brukte 17 prosent av befolkningen mobilt Internett daglig, noe som er godt over en tredobling på ett år.

Hver dag tilbrakte en gjennomsnittlig nettbruker nesten to timer på nett. Facebook var den tredje største mediekanalen i Norge, og den største kanalen blant 15-29 åringer med 81 prosent daglig dekning i gruppen. Økning i nettbruken blant de unge betyr at nrk.no er viktig for å nå ut til de unge målgruppene. I 2010 var det nesten ti prosent av norske 20-29 åringer som kun brukte NRKs nett-tilbud og ikke noe annet tilbud fra NRK. Det er en økning på ett prosentpoeng fra året før.

TV-seingen stabiliserte seg i 2010. Etter flere år med en klar økning i tv-seingen i Norge, endte snittet på 183 minutter daglig tv-seing i 2010, noe som er en nedgang på ett minutt fra året før. En gjennomsnittlig tv-seer ser stort sett på kanaler beregnet på det norske tv-markedet. 87 prosent av all tv-seing er spredt på de fire store norske tv-kanalene NRK1, TV2, TV Norge og TV3, samt deres til sammen åtte småkanaler (NRK2, NRK3/Super, FEM, Viasat 4, TV2 Zebra og TV2 Nyheter, Max og TV2 Bliss).

Lyttertiden i befolkningen økte med to minutter daglig i 2010, fra 98 minutter i 2009 til 100 minutter i 2010. Det var særlig folk under 30 år og aldersgruppen over 60 år som lyttet mer. Flere land i Europa opplever nedgang i lyttertiden i befolkningen, men i Norge har utviklingen gått motsatt vei. Noe av forklaringen er at Radio Norge tok over konsesjonen til Kanal 24 som kommersiell, riksdekkende kanal i april 2008, doblet markedsandelen sin på kort tid og har fortsatt framgangen i 2010. I 2009 medførte en ny konsesjonsrunde for lokalradio til etableringen av nye radiokanaler som P5 og Radio Metro Storby. Økt lytting i Norge skyldes med andre ord flere unge lyttere på de kommersielle

kanalene, men også et styrket NRK som møtte konkurransen og økte sine andeler på alle sine hovedkanaler i 2010.

I 2010 var 85 prosent av befolkningen innen NRKs tilbud på en gjennomsnittsdag, ett prosentpoeng mer enn året før. Bruken av tilbudet på nett og mobil øker mest, men det er fortsatt tv og radio som er bærebjelkene i NRKs daglige oppslutning. I noen samfunnsgrupper har NRK under 80 prosent daglig dekning. Det gjelder 12-29 åringene der NRK har en daglig dekning på 69 prosent, og blant flerkulturelle med opprinnelse fra Afrika, Asia, Latin-Amerika med flere, der tilsvarende tall er 63 prosent. I begge gruppene har NRK økt oppslutningen i 2010. Dette henger naturlig sammen fordi minoritetsbefolkningen i Norge er yngre enn snittet i befolkningen.



Nett

Nrk.no skal alltid formidle det viktigste i verden, Norge og NRK akkurat nå. Nettstedet ble reklamefritt 15. september 2010, og bakgrunnen var et ønske om å tydeliggjøre NRK som en ikke-kommersiell allmennkringkaster. Nrk.no lanserte også en helt ny forside og nye underseksjoner i desember 2009 for å få til tydeligere prioriteringer av innholdet og bedre synlighet for nettradio og nett-tv. Dette arbeidet har gitt resultater i 2010. Siden lanseringen har det vært en eksplosiv vekst i antall brukere og de kommer stadig oftere tilbake for mer innhold. I mai 2010 ble nrk.no kåret til årets nettsted av en fagjury i regi av Mediebedriftenes landsforening. Juryens begrunnelse var følgende:

“**Årets nettsted har det siste året fått tydeligere nyhetsfokus, renere design og enklere navigering. Nettstedet har et bredt innhold med nettradio, nett-tv og egne nettsider for barn. Nettstedet har spennende samarbeidspartnere som de klarer å lage gode tjenester med, som UT og YR**”

NRK tilbyr netjtjenester som nrksuper.no, P3.no, yr.no og UT.no, samt NRKskole. Tilretteleggingen av nyttetjenester som yr.no og UT.no representerer en naturlig utvikling av tradisjonelt public service innhold og er nyskapninger de siste årene som gir publikum innholdet på en mer brukervennlig måte ved hjelp av ny teknologi.

NRKs nett-tv er et populært tilbud til publikum. Antall ukentlig nett-tv-brukere økte med nesten 80 prosent i 4. kvartal i 2010 sammenlignet med 4.kvartal året før. Veksten skyldes at publikum både ønsker å se tv direkte på nett og ønsker å plukke opp programmer de ikke fikk sett. Det er nå flere nettbrukere som sier at de foretrekker NRKs nett-tv-kanal enn Youtube, henholdsvis 60 prosent og 51 prosent. Nett-tv er en distribusjonsform som gir programmer lengre levetid og som treffer unge målgrupper godt. Mye av seingen er drevet av såkalt catch up-seing, det vil si at folk tar igjen det de har gått glipp av på tv, og det meste av det som blir sett i nett-tv skjer i løpet av de syv første dagene etter at programmet legges ut. NRK har som ambisjon å gjøre alle radio- og tv-programmer tilgjengelig på internett. Begrensningen er knyttet til manglende rettigheter (§ 17 b)

Norsk Internettpanel (NIP) ble etablert i 2010, noe som betyr at Norge har fått et fungerende internettpanel på linje med tv-meterpanelet og PPM-målingene for radio. Plassering til nrk.no i nettpanelet varierte fra andre til fjerde mest besøkte norske nettsted i 2010.

TV

Høsten 2010 markerte NRK at fjernsynet i Norge fylte 50 år, og markeringen ga gjenlyd i avisene og markerte både hvor sterkt fjernsynet har påvirket folks hverdag, men også hvor viktig NRK er i Norge og i norsk offentlighet.

—

“TV er et vindu mot verden og fremdeles sentralt når vi orienterer oss mot samfunnet vi lever i. TV setter agenda, drar oppmerksomheten vår mot viktige samfunnsspørsmål og bidrar til å etablere en felles kulturell offentlighet gjennom norsk språk og kulturuttrykk. I dette bildet står naturligvis 50-årsjubilanten NRK sterkt. ”

Gunn Enli, Hallvard Moe, Vilde Schanke Sunde og Trine Syvertsen. Aftenposten, 20.08.2010

—

Etter digitaliseringen av bakkenettet, som startet høsten 2007, har NRK programsatt NRK1, NRK2 og NRK3/Super på en måte som gir publikum tre reelle valgmuligheter når de slår på tv.

NRK1 er den brede, nasjonale tv-kanalen.

Kanalen har stor sjangerbredde og målet er å nå ut til store seergrupper på tvers av alder og interesser. Flere endringer i sendeskjemaet fant sted i året som gikk, blant annet etableringen av Førkveld kl. 18.00 i forbindelse med at samsendingen av Barne-tv med NRK Super på hverdager opphørte. Dagsrevyen kl.19 ble utvidet med ett kvarter til 44 minutter, og en ukentlig debattsending på en time fra Litteraturhuset så dagens lys i 2010.

Faktaprogrammene Puls, Ut i naturen, FBI og Schrôdringers katt fikk også lengre sendetid i 2010. Norsk og nordisk drama ble lagt på en dramaflate kl. 21.30 på mandager for å oppnå større forutsigbarhet og kvalitet (tidligere to sendedager). Store eventer som OL i Vancouver februar og Eurovision Song Contest i mai preget også NRK1.



Kulturstripa på NRK ved Vegard Larsen, Helle Vaagland, Siss Vik og Asbjørn Slettemark når målgruppen av kulturinteresserte seere på NRK2. Foto: Espen Nersveen/NRK2.

NRK2 har hovedfokus på aktualitet, kultur og kunnskap. Kanalen skal gi fordypning og opplevelse innenfor de tre kjerneområdene. NRK2s profil ble styrket i 2010, med etableringen av Aktuelt og fire ukentlige Urix-sendinger. Tidligere gikk Urix en gang i uken på NRK1, med reprise på NRK2. Begge programmene sendes mandag til torsdag. Kulturstripa kl 21.30 fra mandag til torsdag hadde premiere høsten 2010, og betyr en klar utvidelse av kulturtilbudet på NRK.

NRK3 tilbyr engasjerende, underholdende og spennende programmer med betydning for ungdomskultur og identitet. Kanalen gir et bredt tilbud til en aldersgruppe som er medievannt, har svært forskjellige interesser og er i stadig utvikling. Sammen med P3, mP3 og satsninger fra nrk.no gir NRK3 relevant innhold til yngre aldersgrupper. NRK3 deler kanalplassering med NRK Super, og sender fra kl 19:30 til kl 06:00. NRK3s hovedmålgruppe er fra 12 til 29 år, og kanalen har markert seg i 2010 som en populær kanal for denne målgruppa. Kanalen har jobbet langsiktig siden oppstarten med å utvikle flere norske satsninger, og høsten 2010 har kanalen hatt stor suksess med en rekke nye norske serier.

NRK Super er Norges største barnekanal i gruppen 2-12 år og har sendetid fra kl. 06.30 til 19.30. NRK Super spiller hverdagen til barn i hele Norge, og viser mangfold både gjennom innhold, språk og ulike sjangre. Bruk av nynorsk og dialekter prioriteres høyt ved dubbing av serier og ved rekruttering av programledere. NRK Super har fast samisk innhold og andelen programmer som produseres utenfor Oslo er høy. I 2010 lanserte NRK en egen nyhetssending for barn. Supernytt hadde premiere 4. januar og lager tv-nyheter for barn mellom 8 og 12 år. Programmet går mandag til fredag kl. 1850-1858 på NRK Super.

Radio

NRK P1 er landets største radiokanal og har som målsetning å tilby godt innhold til brede lyttergrupper over 30 år. Kanalen legger vekt på nyheter, musikk, underholdning og hverdagsjournalistikk. P1 er beredskapskanal, med nyhetssendinger både til faste tider og ekstraordinært når det er nødvendig og naturlig. I 2010 har P1 lagt større vekt på å presentere nyheter raskt, gjerne utenom de faste nyhetssendingene, for å oppdatere lytterne ekstra godt. Det lokale og regionale innholdet er en viktig del av P1s profil, og NRKs distriktskon-

torer har ansvar for tre viktige sendeflater på hverdager.

NRK P2 er fordypningskanalen i NRKs radiounivers. Den nysgjerrige lytteren skal bli utfordret og få innsikt i spørsmål om kultur og samfunn. Musikken i P2 er hovedsakelig journalistisk motivert. Sjangrene klassisk, jazz og folkemusikk har P2 som en sentral formidlingsplattform. Kanalen har satt seg som mål å styrke kanalens posisjon i aldersgruppen 30-50 år, og har gjort endringer i sendeskjemaet. Blant annet har Nyhetsmorgen fått et nytt uttrykk i 2010 med færre programledere og et mer helhetlig tilbud til publikum. Dagsnytt Atten er det viktigste referanseprogrammet i P2, og ønsket er at flere programtitler i P2-skjemaet skal få en slik posisjon.

NRK P3 er de unges radiokanal med fokus på ny musikk, humor og underholdning. Målgruppa er unge mennesker i Norge mellom 15 og 30 år. P3s hovedmål er å være relevant, underholdende og viktig for målgruppa, gi dem god musikk, unike opplevelser og være en formidler av ung virkelighet. P3 skal utnytte sin uavhengighet til å ta dristige valg både i forhold til innhold og store satsninger. I tillegg er P3s rolle som kulturformidler for ny

norsk musikk en viktig del av allmennkringkastingsoppdraget. Gjennom livesendinger med P3sessions og Urørt bringer NRK P3 flere nye norske artister frem i lyset hvert år. NRK P3 skal også være der unge folk er, kanalen skal levere innhold på de største norske musikkfestivalene og reise ut med Skolesessions. Gjennom samarbeidet med VG-Lista Topp 20 besøker P3 de største norske byene med de mest populære artistene.



Dagsnytt 18s programleder Sigrid Sollund.
Foto: Per Ole Hagen/NRK.

Minoriteter

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. NRK skal ha programmer for nasjonale og språklige minoriteter. (§14 b og c)

Stikkordene tema, identitet og relevans er viktig når det gjelder innhold om og til en flerkulturell befolkning. Det første handler om å formidle innhold som bidrar til å belyse spørsmål og utfordringer som er knyttet til det flerkulturelle samfunnet. Det andre er gjennomvalg av aktører i programmene å skape modeller som publikum med ulik bakgrunn kan identifisere seg med. Det tredje er å sørge for at innholdet har en form og en relevans som bidrar til at det når frem til hele befolkningen. Hovedtanken bak all programsetting er å nå frem til mange med innhold som har publikumsverdi. Det samme gjelder innhold om og til flerkulturelle publikumsgrupper. Medieanalyser viser at når NRK lykkes overfor unge mediebrukere, når man samtidig innvandrerbefolkningen, både fordi innvandrerbefolkningen har lavere gjennomsnittsalder enn i den øvrige befolkningen, og fordi medievaner for øvrig samsvarer godt med medievaner blant unge.

NRK har også et særlig ansvar for innhold om og til nasjonale minoriteter, spesifisert som jøder, kvener, rom, romanifolket og skogfinner. NRK søker også her å innrette innholdet slik at det både når frem til disse målgruppene, men kanskje enda viktigere at det bidrar til å synliggjøre disse gruppene som en naturlig del av befolkningen. Derfor er balansegangen mellom selektive innholdstilbud, som for eksempel egne finskspråklige sendinger for kvener, og innhold som kan nå hele befolkningen og bidra til å øke forståelsen for minoritetenes historie og kultur, viktig. Særlig når det gjelder nasjonale minoriteter der norsk er det naturlige formidlingspråket, kan synliggjøringen være aller viktigst. I tillegg til at representanter fra våre nasjonale minoriteter var tema og medvirkende i mange av våre magasinprogrammer på radio og fjernsyn, sendte NRK en rekke egne programmer som på ulike måter belyste minoritetenes liv og rolle i samfunnet vårt. Flere eksempler er nevnt under sjangerkapitlene. Her er noen andre eksempler.

I serien På tro og Are forsøker Are i et av programmene å få svar på hvordan jødene klarer å holde ut århundrer med hat og forfølgelse.

I tillegg skal han være kokk når rabbineren kommer på koschermiddag. Heiki – den siste finnskoging, handler om Heiki som bestemte seg for å finne tilbake til en mer naturlig levemåte. Han parkerte de svære skogsmaskinene og begynte å bruke hest og gamle arbeidsmåter i skogen. Dokumentaren Mors ord forteller om Alf Nilsen-Børsskog. Da han 72 år gammel satte seg ned for å skrive sin første roman, måtte han skape skriftspråket selv. Det var nemlig aldri skrevet noe litterært verk på hans morsmål kvensk tidligere.

I Tater og stolt av det møter vi hele Norges dansebandstjerne, Lasse Johansen, som var frontfigur og vokalist i Ole Ivars. Vi får høre hvorfor han sluttet i bandet og vi får høre historien om hvordan han kom tilbake som musiker - nå med basis i sangene han lærte i barneårene som reisende tater.

Romfolkets viseskatt handler om Ralf Novak Rosengren, tidligere punkrocker, som pleide å skjule sitt opphav blant romfolket. Nå vier han sitt liv for å bevare sitt folks stolte visetradisjon.

Jon & Jimmy, en norsk prisvinnende dokumentar, viser hvordan gitaristene Jimmy

Rosenberg og Jon Larsen knyttet tette bånd gjennom den svingende musikken til Django Reinhardt. Jimmys talent førte ham fra ei enkel husvogn til internasjonal stjernestatus.

Reklamefritt

NRKs virksomhet er 96 prosent finansiert via kringkastingsavgiften, og har således ingen spesiell tilknytning til kommersielle tjenester eller produkter.

Lisensmidler og andre offentlige inntekter skal ikke subsidiere kommersielle aktiviteter. NRK har anledning til å utvikle kommersielle tjenester som bidrar til å finansiere allmennkringkastingstjenester, men dette skjer i sin helhet via NRKs heleide kommersielle daterselskap NRK Aktivum. På denne måten ivaretar NRK et klart regnskapsmessig og driftsmessig skille mellom NRKs kommersielle aktiviteter og allmennkringkastingsvirksomheten.

NRK er uten reklame på alle plattformer. Dette gjelder både tv, radio og på nettet. I løpet av 2010 fjernet NRK bannerannonsering på sine nettsider. En av grunnene er at nye medier og Internett er blitt definert som en del av NRKs allmennkringkasteroppdrag, og at disse

tjenestene derfor bør være en del av det folk har betalt for via kringkastingsavgiften.

The screenshot shows the NRK website interface. At the top, there's a search bar with the text "Hvor vil du på tur?" and a "Søk" button. Below the search bar is a navigation menu with categories like "Områder", "Hytter", "Turforslag", "Aktiviteter", "Barn på tur", and "Tips & råd". The main content area features a large image of people in a snowy landscape with the headline "Hvilke hunder får deg ut på tur?". Below this are several smaller article tiles with images and headlines, such as "Hit vender Jarle Trå alltid tilbake", "Trendy med truger", "Stein i snøbollen er juks", "Tårnmodighet i skiløpde-tempo", "Vil DU juble som Marit Bjørgen?", "Vær forsiktig i fjellet", "Lar isen bestemme turen", "For oss er Rory Morrish en auferdinner", and "Stik lærer du barna å stå på skiløp?". On the right side, there's a "Norges største turbilde" section with a globe image and a Facebook widget showing "15.372 people like UT.no".

UT.no Foto: NRK.

Tjenester på nett

I 2010 foretok Medietilsynet en gjennomgang av NRKs tjenester på nye medieplattformer på oppdrag fra Kulturdepartementet. Formålet med gjennomgangen var å sikre at NRKs nye tjenester faller inn under allmenningkasteroppdraget slik det fremgår av vedtektene. Medietilsynet mente at de aller fleste NRK-tjenestene kan inngå i allmenningkasteroppdraget, og dermed finansieres av lisensmidler, men reiste noen problemstillinger rundt blant annet UT.no. Medietilsynet ga uttrykk for at NRKs samarbeid med Den Norske Turistforening (DNT) ikke var innrettet på en slik måte at NRK i tilstrekkelig grad verner om sin integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig. Tilsynet mente derfor at NRKs samarbeid med DNT var problematisk i forhold til vedtektene § 12 d. NRK var og er uenig med tilsynet, og mener at tjenesten UT.no verken bryter med prinsippene om redaksjonell integritet eller troverdighet, med redaktørplakaten eller de presseetiske regelverkene. NRK erkjente imidlertid at tilsynets vurderinger ga NRK grunn til å vurdere om enkelte tiltak kan bidra til å tydeliggjøre NRKs redaksjonelle uavhengighet. I samarbeidsavtalen mellom NRK og DNT er det fra starten av spesifisert at det

er NRK som er ansvarlig redaktør for nettstedet, men det er gjort endringer i avtalen som tydeliggjør dette. I tillegg har NRK styrket bemanningen i redaksjonen, som er lokalisert i Bergen, slik at UT.no i mindre grad er avhengig av artikler fra eksterne.

Målform

NRK har et spesielt ansvar for språkbruk i Norge. I følge vedtektene er NRK forpliktet til å bruke begge de offisielle målformene, og minst 25 prosent av innholdet skal være på nynorsk (§ 14d).

NRK endret metode for registrering av målform i 2010. Oppgaven er satt ut til Synovate, som koder målform etter retningslinjer laget av NRK Analyse. Synovate har satt opp et automatisk trekk av lydopptak fra NRKs seks tv- og radiokanaler, samt distriktssendinger, og faste kodere registrerer målform på lydopptakene. Koderne registrerer de to offisielle målformene og dialekt. I tråd med tidligere praksis blir dialekt fordelt likt mellom bokmål og nynorsk i statistikken. På grunn av omleggingen har NRK kun tall for perioden oktober til desember 2010, noe som gjør at det knytter seg en viss usikkerhet til tallene.

NRK har ansatt to nye avviklere i Dagsnytt som snakker nynorsk, en kanalvert som snakker nynorsk og to nye vikarer på nettdesken med nynorsk som hovedmål. NRK Super har også ansatt to nye programledere som snakker nynorsk. Til tross for flere tiltak for å øke nynorskandelen, viser statistikken for de tre siste månedene i 2010 at NRK ikke oppnår kravet. Den generelle språkutviklingen i Norge og færre sendinger som er manusbundet, gjør det krevende å oppfylle kravet. Noen av utfordringene er knyttet til følgende utvikling:

- **Programlederrollen**, også i nyhetene, er blitt mindre manusbundet. Programlederen skal ikke lese nyhetene, men fremføre dem ved bruk av naturlig talemål. Intervjuer gjøres på direkten, det samme gjelder kommentarer og analyse. Skriftlige nynorskbrukere snakker oftere dialekt enn normert nynorsk i daglig tale.
- **Distriktssendingene** har gjennom årene fått økt sendetid, og distriktkontorene leverer mer innhold til rikskanalen. Mange medarbeidere på distriktkontorene bruker dialekt.
- **Økt dialektbruk** er en del av språkutviklingen i samfunnet. Stadig flere offentlige aktører bruker dialekt.

- **NRKs mål om større kulturelt mangfold** når det gjelder innhold og rekruttering av medarbeidere i NRK, kan komme i konflikt med en for snever definisjon av språklig mangfold.
- **NRK Super** dubber flere av sine programmer i stedet for å tekste dem. Barn som skal utføre dubbing må gjøre dette med sitt naturlige språk og det er begrenset tilgang på barn som snakker normert nynorsk og på skuespillere som dubber til nynorsk. Kanalen har de senere årene satset på rekruttering av programledere som snakker nynorsk og dialekt, og disse er viktige for profilen til NRK Super, men utgjør en liten andel av den totale sendetiden. Dette ser derfor ut til å ha liten effekt på andelen nynorsk i målingene. På nrk-super.no er rammeverket på forsiden nå oversatt til nynorsk. Knappene heter nå: sjå video! vekas bilete, spel, les meir! osv.

NRK arbeider bevisst for å oppfylle kravet om 25 prosent nynorsk, men peker her på at det språklige mangfold i samfunnet går i en annen retning enn normert bokmål og normert nynorsk. Økt bruk av dialekt har bidratt til å alminneliggjøre folkelig talemål samtidig som det kun gir halv effekt

på nynorskprosenten slik dette registreres nå.

NRK skal i følge vedtektene ta hensyn til funksjonshemmede i utformingen av tilbudet, blant annet skal NRK ta sikte på å tekste alle fjernsynsprogrammer (§ 13 c). NRK tekster de fleste av sine forhåndsproduserte programmer, enten de er norske eller fremmedspråklige. Hvis de er norske, tekstes de for hørselshemmede eller andre som har behov for det. Disse tekstene fås enten frem via tekst-tv side 777 for NRK1, side 444 for NRK2, og side 333 for NRK3 og Super, eller via dvtb-tekst. I tillegg tekstes noen direktesendte program, som nyhetene kl. 19 og 21, Debatten på torsdager og enkelte viktige nasjonale hendelser for eksempel valgsendinger. Nytt av året er at NRK utvidet tilbudet med å tekste Kveldsnytt, Supernytt, MGP og OL-sendingene. Tekstingen har økt i omfang fra 30 timer i døgnet i 2009 til 32,7 timer i døgnet i snitt i 2010. 50,4 prosent er teksting for hørselshemmede.

NRK1 Tegnspråk er NRKs egen digitale tv-kanal for tegnspråktolking. De tolkede sendingene som NRK har rettigheter til ligger på nett. NRK1 Tegnspråk tolker Barne-tv, Supernytt, Dagsrevyen, Aktuelt, Dagsrevyen 21 og Sportsrevyen. I 2011 utvider tolkekanal-

en sendetiden og skal tolke Kveldsnytt alle dager i uken, Urix mandag til onsdag, Nyheter kl. 22.00 mandag til onsdag, Debatten på torsdager, Skavlan på fredager og ikke minst ungdomsflaten 18.30 til 19.00 på lørdager og søndager.

Om rapporten

Hvert kapittel i denne rapporten innledes med et kort avsnitt om publikum innenfor en sjanger, og statistikken er ment å vise både hva NRK tilbyr og hvordan det blir mottatt av publikum. I år viser vi i flere tilfeller trender for det første tiåret av 2000-tallet.

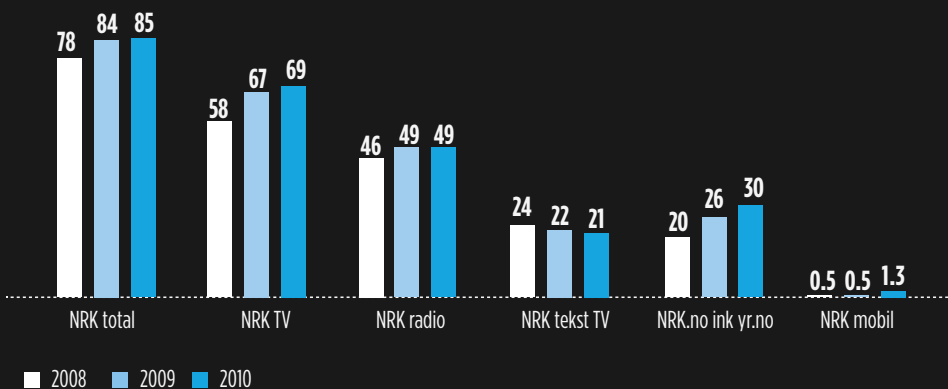
NRK skal oppfylle oppdraget gitt i vedtektene gjennom et bredt tilbud til publikum innenfor ulike innholdssjangere og plattformer. Rapporten bør derfor leses som en helhet. For noen kapitler har vi knyttet enkelte underpunkter i vedtektene til en spesiell innholdssjanger, men for mange av punktene i vedtektene er det viktig å se på helheten. Det gjelder for eksempel hele § 12 og § 15 a – 15 d, som vi mener gjelder NRKs samlede innhold på alle plattformer.



NRK har styrket nyhetssatsingen i betydelig grad, i en tid der andre tv-kanaler har svekket eller fjernet nyhetstilbudet. Viggo Johansen og Nina Owing planlegger sending av **Dagsrevyen** på NRK1. Foto: Per Ole Hagen



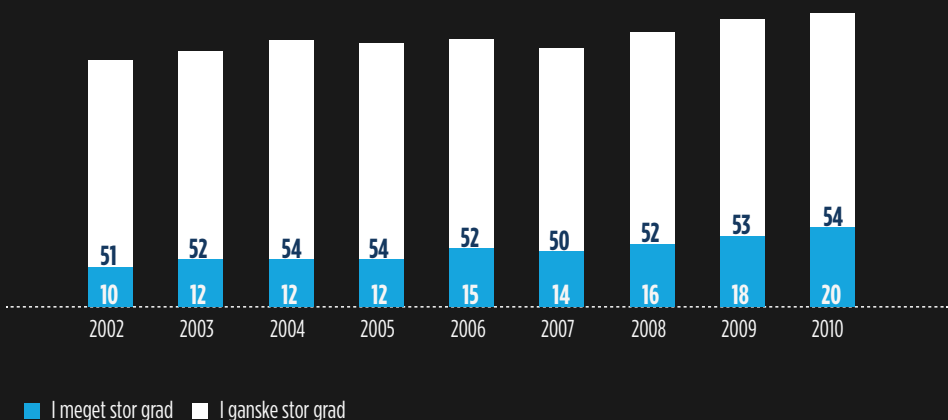
Alle NRKs tv-sendinger avvikles av sendeledere på HK, hovedkontrollen. Foto: Per Ole Hagen



NRKs daglige dekning i prosent

Bruken av tilbudet på nett og mobil øker mest, men det er fortsatt tv og radio som er bærebjelkene i NRKs daglige oppslutning

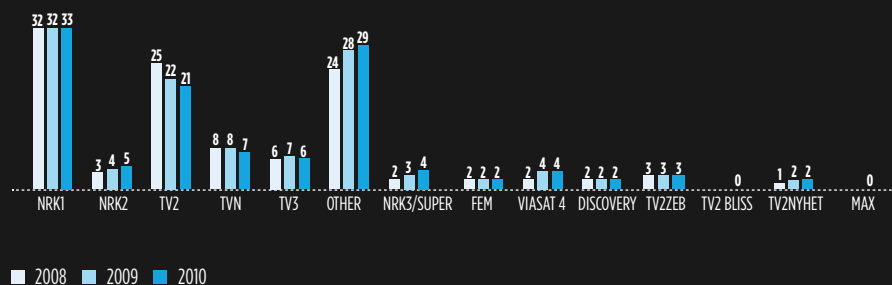
Kilde: TNS Gallup Forbruker&Media



74 prosent i befolkningen mener de får valuta for lisenspengene

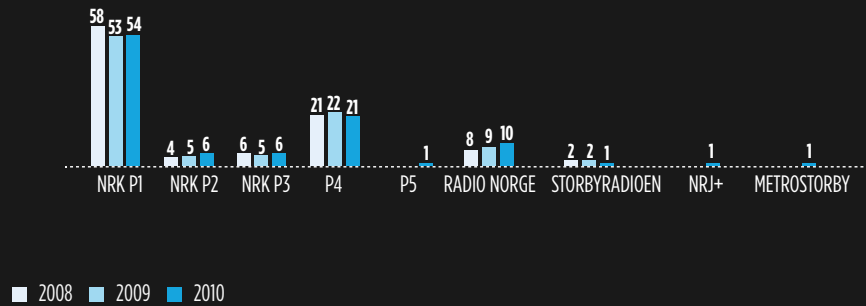
Spørsmål: Tenk på hele tilbudet til NRK under ett, dvs alt som sendes på NRK Radio og Fjernsyn, NRK tekstTv samt alt som ligger på internettsidene til NRK. I hvilken grad mener du NRK gir deg valuta for lisenspengene?

Kilde: NRKs profilundersøkelse



Markedsandeler for tv. Befolkning 12 år+

Kilde: Gallup tv-meter



Markedsandeler for radiokanalene

Kilde: TNS Gallup PPM

NRK1s programprofil i 2000-2010

Antall sendte timer

Antall sendetimer på NRK1 har steget i tiårsperioden, men miksen av programkategorier er stort sett den samme. Største endring i 2010 er at hoveddelen av barnetilbudet er flyttet over til NRK Super.

Kilde: TNS Gallup tv-meter

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Barneprogram	511	586	573	535	503	571	637	709	838	700	110
Drama	703	654	728	1044	1091	1099	1253	1322	1434	1483	1432
Informasjonsprogram	1225	1069	870	1131	1522	1568	1262	1384	1467	1098	1502
Kunst/kultur/medier	158	145	138	149	139	191	267	366	552	579	547
Musikk	248	256	291	207	280	255	344	473	938	1140	1119
Naturprogrammer	26	72	58	51	47	111	78	148	142	196	170
Nyheter	866	1181	1044	1143	1229	1259	1197	1011	1029	1403	1407
Pauseprogram/filler	12	13	10	9	6	8	8	4	4	16	24
Religion/livsfilosofi	74	75	66	64	57	54	60	61	45	31	40
Sport	713	495	611	586	780	749	873	1000	1207	1057	1242
Underholdning	613	554	545	521	546	457	431	509	530	563	619
Undervisning	52	44	26	9	12	5	-	8	8	2	-
Vitenskap	65	43	29	33	80	83	96	110	122	92	101
Annet	27	1	1	-	-	-	-	3	-	-	-
Totalt NRK1	5292	5189	4988	5483	6291	6410	6505	7581	8315	8361	8313

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Barneprogram	4	3	6	8	4	6	6	20	5	-	0
Drama	790	828	819	685	766	826	826	736	204	365	499
Informasjonsprogram	671	548	570	461	372	490	735	870	1219	1542	1613
Kunst/kultur/medier	172	154	120	128	98	207	345	450	482	482	500
Musikk	143	156	469	3049	5849	5646	5105	3441	169	169	182
Naturprogrammer	18	19	16	12	3	32	55	96	100	134	162
Nyheter	103	200	94	94	96	94	85	1030	2616	2494	2474
Pauseprogram	6	5	2	3	2	3	2	4	10	20	25
Religion/livsfilosofi	5	7	23	31	2	-	12	14	33	48	54
Sport	38	99	185	334	468	461	588	558	889	572	588
Underholdning	207	183	345	889	829	641	543	316	205	300	245
Undervisning	34	10	3	-	-	7	0	-	2	17	37
Vitenskap	26	17	20	14	-	2	21	25	45	117	95
Annet	7	2	17	2	-	-	-	21	-	-	-
Totalt NRK2	2225	2230	2690	5711	8491	8416	8323	7560	5979	6261	6473

NRK2s programprofil i 2000-2010

Antall sendte timer

Antall sendetimer på NRK1 har steget i tiårsperioden, men miksen av programkategorier er stort sett den samme. Største endring i 2010 er at hoveddelen av barnetilbudet er flyttet over til NRK Super.

Kilde: TNS Gallup tv-meter

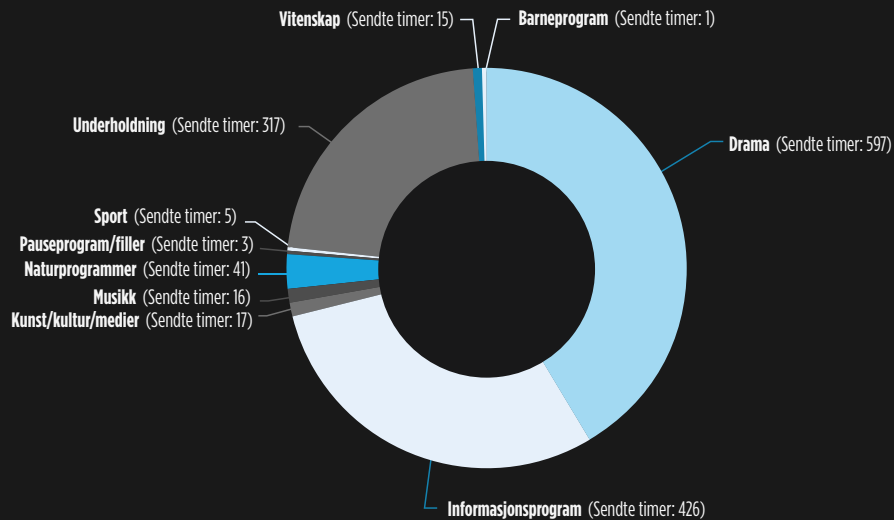
	2008	2009	2010
Drama	1040	1059	978
Informasjonsprogram	241	324	596
Kunst/kultur/medier	64	26	22
Musikk	2079	2019	1611
Natur	10	13	49
Sport	18	7	6
Underholdning	394	417	429
Vitenskap	7	8	16
Annet	8	3	9
Totalt antall timer	3860	3875	3717

NRK3 programprofil 2008 til 2010 (inkludert natt)

Timer sendt

NRK3 sender fra kl. 19.30 til kl. 06.30 da NRK Super tar over.

Kilde: TNS Gallup tv-meter



Programprofil NRK3 i 2010 (uten natt)

NRK3 sendte 1438 timer med tv-innhold for unge voksne fra kl. 19.30-24.00

Kilde: TNS Gallup tv-meter

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nyheter	13	13	13	13	11	11	11	12	11	10	10
Samfunnsspørsmål	5	5	9	10	8	8	7	7	8	8	9
Hjem/fritid/livsstil	2	2	1	1	1	1	1	0	2	1	1
Natur og vitenskap	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Religion	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
Barneprogram	0	0	0	1	2	2	1	2	2	2	2
Drama	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sport	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
Underholdning	16	16	20	25	20	25	26	27	24	24	24
Musikk	42	42	37	35	29	30	31	28	28	29	29
Regionale sendinger	-	-	-	-	15	15	15	16	16	16	16
Annet	14	14	12	7	7	1	0	0	2	2	2
Timer totalt	7458	7458	7487	7461	8760	8760	8759	8760	8760	8760	8760

P1 programprofil i tidsrommet 2000 - 2010

Andeler i prosent for ulike programkategorier

NRK P1 har hatt en stabil profil de siste ti årene, preget av regionale sendinger, nyheter, musikk og underholdning. I årene 2000, 2001, 2002 og 2003 er ikke de regionale sendingene med.

Kilde: NRK staistikk

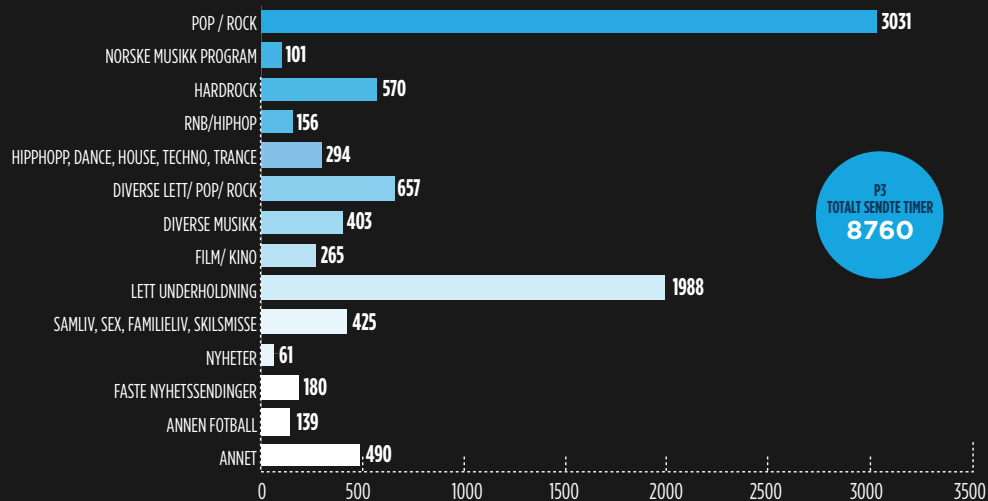
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nyheter	12	12	13	14	15	13	11	12	12	9	8
Samfunnsspørsmål	11	11	8	10	10	8	10	10	11	12	14
Hjem/fritid/livsstil	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
Natur og vitenskap	2	2	4	4	5	6	5	6	4	5	7
Religion	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Barneprogram	4	4	4	3	1	1	1	0	0	0	0
Kultur	12	12	13	13	9	15	15	15	17	16	16
Drama	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
Underholdning	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Musikk	47	47	46	46	49	48	50	49	49	50	50
Annet	4	4	6	4	5	2	2	2	2	2	1
Timer totalt	8736	8736	8596	8757	8760	8760	8759	8730	8760	8760	8760

P2 programprofil 2000 - 2010

Andeler i prosent for ulike programkategorier

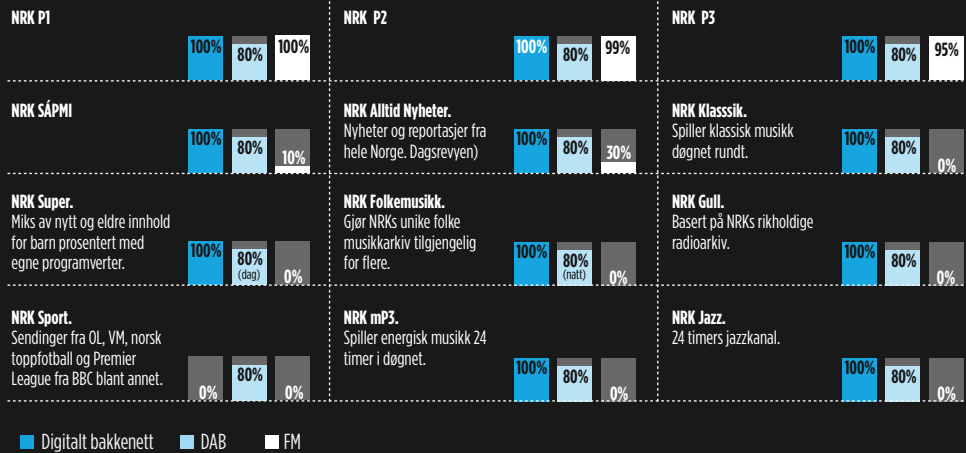
Nyheter og Samfunnsspørsmål:

Nedgangen for nyheter skyldes at Nyhetsmorgen, etter omleggingen i september 2010, er kategorisert som samfunnsspørsmål. Regionale sendinger og samiske sendinger har ikke egen kategori, men ligger inne i nyheter. Fram til 2004 var ikke regionale sendinger en del av totaltallet. Alle sendingene i kategorien annet er historiske NRK Gull programmer.



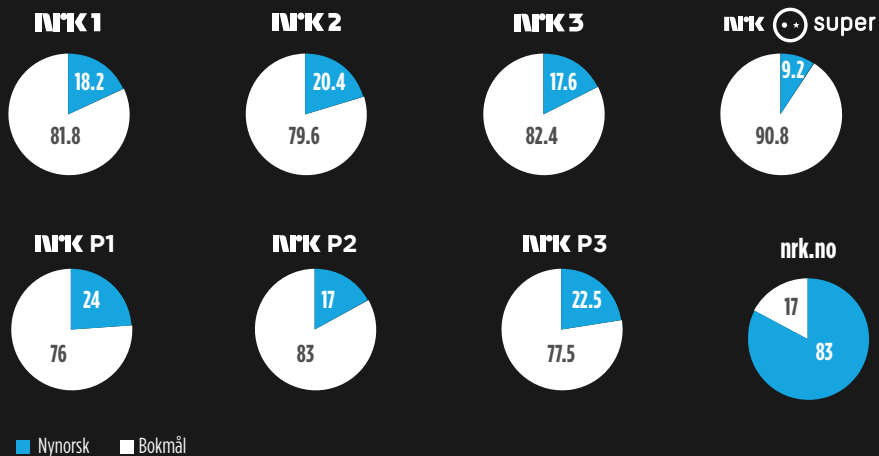
Programprofil på P3 hele døgnet 2010

Kilde: NRK statistikk



NRKs radiokanaler 2010

Prosent befolkningsdekning (bosted)

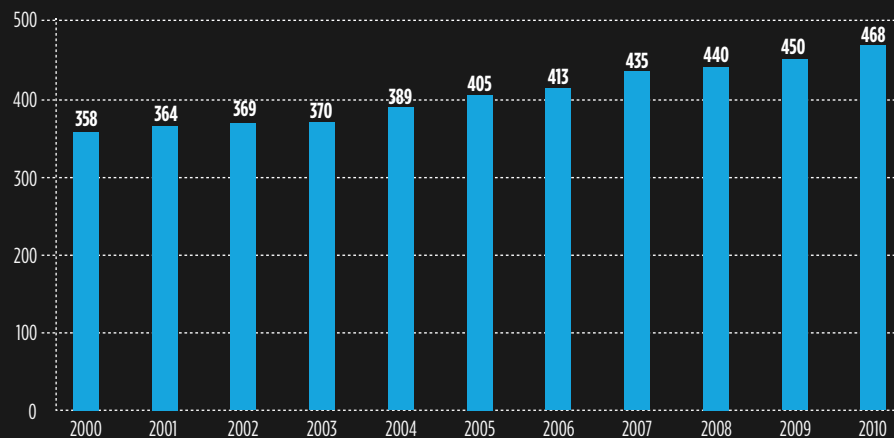


Fordeling i prosent av nynorsk og bokmål per kanal

Oktober- desember 2010

Distriktssendingene er inkludert i andelen for NRK1 og P1. Tallene for nrk.no er for perioden oktober-desember 2010.

Kilde: Synovate



Daglig mediebruk i minutter

Befolkningen 15 år +

Gjennomsnittsnordmannen bruker 7 timer og 48 minutter daglig på ulike medier.

Kilde: Synovate MMI. Postalt



Teksting på alle NRKs tv-kanaler

NRK har doblet antall timer som tekstes fra 2006 og fram til 2010

Kilde: NRK statistikk



VÆR EN VENN

72% av alle barn bruker NRK daglig.

Publikum

Barn har mange medier tilgjengelig, men fortsatt er tv mest brukt. Her har NRK Super en unik posisjon. På få år har Super oppnådd status som den største og viktigste barnekanalen gjennom å lage innhold som speiler barns virkelighet og oppvekst i Norge. Radioen har en større utfordring med å være relevant for de som vokser opp i dag. Selv om den daglige dekningen er stabil, går lyttingen på barneprogrammene ned. Det gjelder både for programmer i P1 og andre radiokanaler. Bruken av Internett viser motsatt trend. Rundt halvparten av alle barn er daglig på nett og bruken øker med alder.

☞ **Vi unge skal overta alt, jobbene, statsrådsplassene, ansvaret for hele kloden! Derfor er det viktig at dere som er voksne forteller hva vi må gjøre for å klare det. Det er det bare NRK som har skjønt.** ☞

Aleksandra Sja fjell (13), Aftenposten, 10.11.2010

Vedtekter

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

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

§ 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 egenutviklet innhold for barn og unge.

Innhold

I 2010 ble NRK Super en fullverdig hovedkanal for målgruppen 2-12 år da flere samsendinger med NRK1 opphørte. Barne-tv på hverdager forsvant fra NRK1 og ble erstattet med Førkveld. Seertallene viser at barna ble med over til NRK Super og at barne-tv kl. 18 fortsatt er en fast post i mange småbarnsfamilier.

En nysatsing i 2010 var nyhetsendinger for de større barna. Supernytt hadde premiere 4. januar og lager tv-nyheter for barn mellom 8 og 12 år. Programmet går mandag til fredag kl. 1850-1858. Målet med Supernytt er å gi skolebarn kunnskap slik at de kan forstå den verden de vokser opp i, både lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Supernytt speiler det daglige nyhetsbildet og sendingene inneholder både innenriks, utenriks, sport, kultur og underholdning. Nyhetene blir satt inn i en sammenheng som barn kan forstå og relatere seg til. Sakene blir presentert på en visuell og konkret måte, og med et språk som er tilpasset målgruppen. 52 000 barn så Supernytt på en gjennomsnittsdag i 2010.



Høsten 2010 lanserte NRK Super BlimE!, som er en holdningskampanje fra NRK Super. Slogordet er "Si hei. Vær en venn. BlimE!", og formålet er å inspirere alle barn til å se hverandre og bry seg om hverandre. Kampanjen fikk en egen nettside. 16 kjente barn og voksne har vært ambassadører for kampanjen, og i oktober hadde NRK Super en egen "BlimE!-uke". Tv-kanalen ble programsatt med programmer som speilet innholdet og verdiene i kampanjen.



Torstein (øverst) vant **MGPjr** i 2010 og Cecilie spiller Lisa i **AF1**. De er begge ambassadører for **BlimE!**-kampanjen. Foto: NRK.

Barnetimen på Radio Super og P1 er Norges største barneprogram, med 15 prosent uke-ntlig dekning i gruppen 3-11 år. Sendetiden ble utvidet i 2010, og NRK tilbyr ti minutter mer barneradio daglig. På lørdager kl. 19 sendte Radio Super Mysteria, et radioprogram der lytterne ble med rundt i verden for å undersøke mysterier og uforklarlige ting.

Kosinus er et nytt program i 2010 for målgruppa 3-7 år. Det er utviklet av vitenskap-sredaksjonen på Tyholt i Trondheim. Kosinus skal vekke barnas nysgjerrighet og forståelse for matematikken de har rundt seg. Formen på programmene er en blanding av eventyr og virkelighet med flere elementer fra dataspillverdenen. Dragen Kosinus kommer i trøbbel og blir reddet av sin beste venn, Solveig, som må løse matematiske oppgaver for å komme fram.

Dokumentarserien Sånn er jeg, og sånn er det gikk som fast post i Julemorgen. Serien er laget av Bivrost film & tv as i samarbeid med NRK Super, Helsedirektoratet og Barne-, ungdoms og familiedirektoratet. Sånn er jeg, og sånn er det er en serie portretter av barn med forskjellige funksjonshemninger. De forteller

om sine liv og om ulike løsninger for å mestre de hverdagslige utfordringene de står overfor. Serien handler om små, sterke mennesker, om optimisme og om lekenhet i en litt annerledes hverdag.

NRK Super har tv-sendinger hver dag fra kl 06.30-19.30. Kanalen programsettes med tanke på to målgrupper; de minste barna 2-7 år og de eldre barna 8-12 år. Barnas Supershow og Tellekorpset er beregnet på de minste barna, mens Krem Nasjonal, Supernytt og Megafon er for større barn. Både radio og tv-programmer fra NRK Super er tilgjengelige på nrksuper.no. Etter suksessen med nettdramaet Sara, lagde NRK Super i 2010 MIA og Biff. Nettdramaserie fulgte tre jenter og tre gutter i 11-årsalderen. Serien utviklet seg daglig på deres egne bloggsider og gjennom videoer på nett og tv.



Kosinus er et nytt program for små barn. Dragen Kosinus havner ofte i trøbbel og da trenger han hjelp fra sin matematikkglade venn Solveig Hareide og barna. Foto: NRK.



Sånn er Jeg, og sånn er det handler blant annet om Marius – en glad gutt på åtte år. Kun en liten ting gjør Marius annerledes enn de andre guttene: han mangler høyre hånd. Foto: Bivrost/NRK

Programledere som snakker nynorsk eller dialekt i NRK Super



Barne-TV

Silje Sirnes Winje frå
Haugesund.



Barne-TV

Ingunn Thon fra Vats
v/Ål. Rekruttert frå
Nynorsk mediesenter.



Barne-TV

Wilhelm Støylen frå
Kvamsøy.



Julemorgen

Heidi Marie Vestrheim
frå Hardanger.



Superkviss

Torkil Risan frå
Trondheim.



Superkviss

Anne Kathrine Falmyr
frå Tromsø.



Newton

Kristoffer Sagmo
Aalberg frå Levanger.



Julemorgen

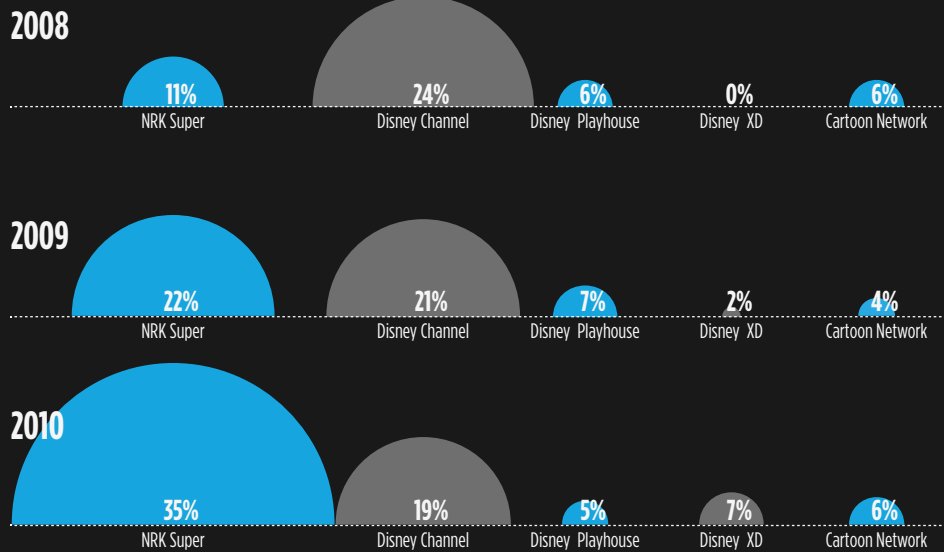
Reportar og program-
leiarvikar Tone Rekdal
Sperre frå Ellingsøy
i Ålesund.

Allmennverdi

NRK er landets største mediehus blant barn. 72 prosent av barn i Norge bruker NRK hver dag. I en internasjonal mediehverdag er det ingen selvfølge. Med NRK Super har barn et norskspråklig tilbud på tv. Mer enn 80 prosent av NRK Supers innhold har norsk språk. Enkelte serier er rene nynorsk-serier. NRK Super er opptatt av et dialektisk mangfold, og brorparten av programlederne snakker enten nynorsk eller dialekt.



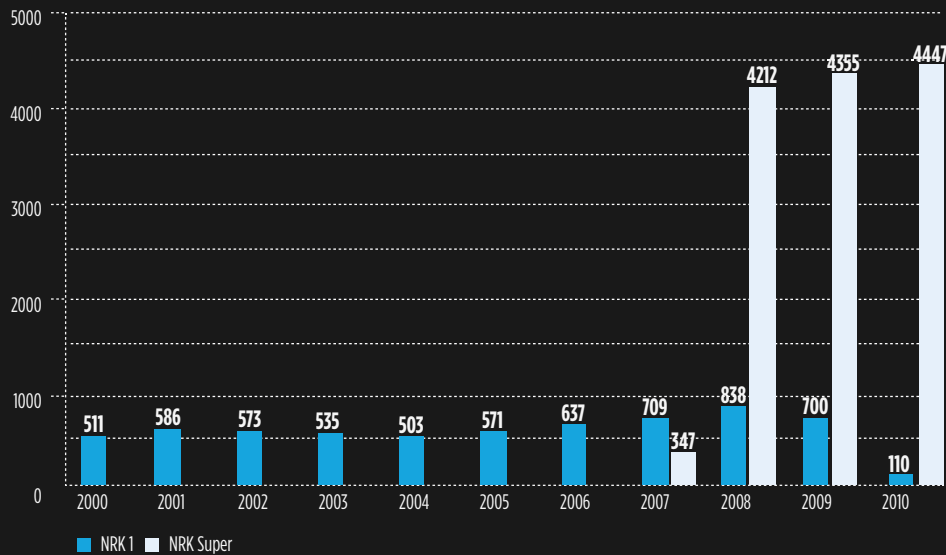
Innspillingsleder og kameramann foreviger situasjonen og tilrettelegger for NRK Supers **Supermorgen**.
Foto: Per Ole Hagen



Markedsandeler i gruppen 2-11 år i NRK Supers sendetid

Flytting av barne-TV fra NRK1 til NRK Super er en av forklaringene på at kanalen styrker seg.

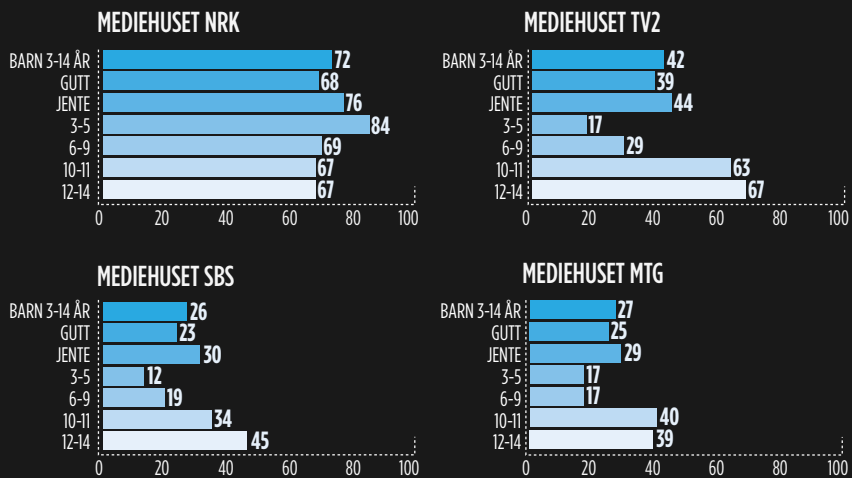
Kilde: TNS Gallups tv-meter.



Antall timer med barneinnhold fra NRK i perioden 2000-2010

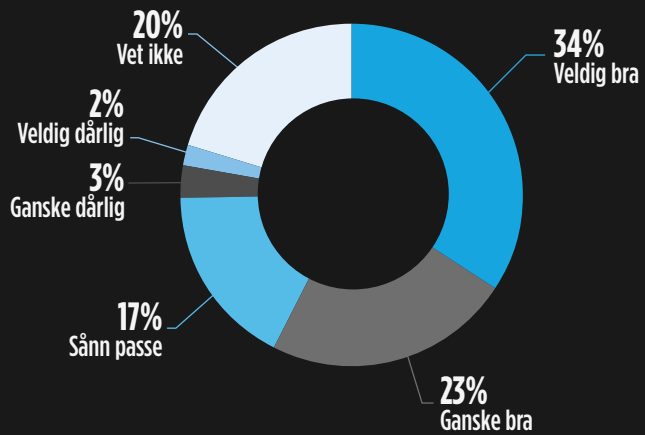
Etableringen av NRK Super i desember 2007 betyr et betydelig større fjernsynstilbud for barn.

Kilde: TNS Gallup tv-meter



NRK når ut til 72 prosent av alle barn hver dag

Kilde: TNS Gallup Mediebarn 2010



Hva synes du om Supernytt?

Barn 7-12 år

Over halvparten av alle i målgruppen til Supernytt synes programmet er bra.

Kilde: NRK Analyse/Synovate



FRA HELE NORGE TIL HELE NORGE

Norge Rundt startet gullrekka på fredager med 752 000 seere og 52 prosent markedsandel i 2010.

Publikum

En økende andel av publikum, vel 35 prosent, sier at de bruker NRKs distriktssendinger på radio for å holde seg oppdatert om en stor lokal nyhetssak. 30 prosent svarer at de bruker NRKs distriktssendinger på tv. Internett er stadig viktigere for folks generelle nyhetsoppdatering, også lokalt. 49 prosent av befolkningen sier at de bruker nettsidene til lokal- og regionalavisene for å holde seg oppdatert om store, lokale nyhetshendelser, mens 26,8 prosent svarer lokale og regionale papiraviser.

—

“At et program som «Norge Rundt» står så godt fremdeles er interessant, for det mangler ikke på tv-tilbud. Jeg tror tilknytning og nærheten betyr mye. Folk vil ha noe de kan kjenne seg igjen i.”

Mediehistoriker Henrik Grue Bastiansen,
Nationen, 20.08.2010

—

Vedtekter

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

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

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.

§ 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: Et eget regionalt nyhets- og innholdstilbud



Distriktskontorene produserer innhold fra ulike miljøer. Fotograf og reporter Anders Sundby ved NRK Møre og Romsdal har sitt på det tørre. Foto: NRK.

Innhold

NRK er i en særstilling når det gjelder å desentralisere sin innholdsproduksjon. Med tolv distriktskontorer og 37 lokalkontorer spredt fra Kristiansand i sør til Vadsø i nord, er NRK til stede i hele landet. Kontorene lager innhold om og i publikums eget nærmiljø. Distriktskontorene lager en vesentlig del av innholdet på radioens hovedkanal P1. Tre timer hver morgen i radioens viktigste sendetid, fra kl. 06.00 – 09.00, er tolv distriktskontorer på plass med nyheter, værmelding, intervjuer og kulturinnslag. Fra kl.11.00 – 13.00 er det formiddagssending og på ettermiddagen sender distriktskontorene fra kl. 16.00 – 17.30. I 2010 lagde distriktskontorene felles formiddagssending gjennom sommeren. Programmet ble ledet fra NRK Østfold i Fredrikstad men innholdet ble produsert landet rundt.



Hans Christian Andersen er morgenvert i **NRK Østfold**. Sommeren 2010 ledet han distriktskontorenes felles formiddagsradio. Foto: Jon Annar Fordal/NRK

Distriktskontorene lager regionale tv-sendinger på NRK1 fra kl.18.40 – 19.00, og fra kl.20.55 – 21.00 på hverdager. Distriktskontorene er også helt sentrale innholdsprodusenter til nrk.no. I tillegg har nrk.no regionale nettsider som oppdateres av distriktskontorene.

I 2010 har distriktskontorene, sammen med øvrige innholdsprodusenter til P1, arbeidet med å forbedre radiotilbudet gjennom å endre presentasjonsform, innholdsformatering og musikktilbud. Distriktskontorene har vært sentrale under fornyelsen av nyhetspresentasjonen i radio, omtalt under kapittel om nyheter. På samme måte som Dagsnytt, har distriktskontorene fornyet sin måte å presentere nyheter på slik at lytterne blir raskere oppdatert.

I tillegg til regionale sendinger har distriktskontorene i 2010 prioritert å bidra med mer innhold i de rikssendte nyhetsformatene. Innhold fra hele landet til hele landet eksponeres gjennom nrk.no, og fjernsynets og radioens nyhetsendinger. Det gjelder hendelsesnyheter der distriktskontorene er nærmest til å rykke ut på kort varsel, men det gjelder også planlagte temareportasjer som

har relevans for hele landet. Det kan være en reportasje om farlige skoleveier med utgangspunkt i Trøndelag, eller folkeopprøret mot kraftmaster i Hardanger der NRK Hordaland hadde et sentralt ansvar for riksdekningen. Da Dagsrevyen ble utvidet, ble også temareportasjer fra distriktskontorene et fast daglig element i sendingen.

Også annet sjangerinnhold fra mange samfunnsområder produseres av NRKs distriktsdivisjon. Kjente formater som Norge Rundt og Norge i dag er sentrale innholdstolper på NRK1, i tillegg til kortdokumentarene Folk og Glimt. Med et snitt på 752 000 seere hadde Norge Rundt sitt beste publikumsår siden 1997.



Engasjementet etter beslutningen om å bygge nye kraftmaster på Vestlandet, ble bredt dekket i radio, på tv og nett av **NRK Hordaland**. Foto: NRK



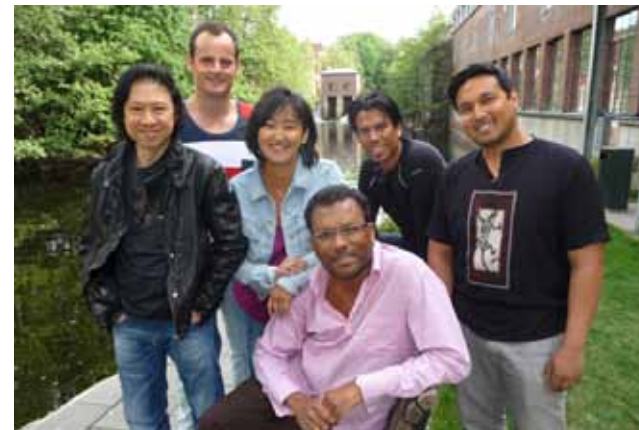
Artisten Maj Britt Andersen var programleder for **Norge Rundt** på julaften. Opptakene ble gjort på Alf Prøysens hjemsted. Foto: Thomas Hellum/NRK

NRK Trøndelag i Trondheim produserer en stor del av riksinnholdet i P1. Distriktsdivisjonen har også miljøer som har spesialisert seg på innhold til blant annet barn, dokumentar, underholdning, livssynsstoff og vitenskap. Førkveld, et daglig underholdende hverdagsmagasin, overtok i 2010 sendetiden etter barne-tv kl. 18.00 på NRK1. Programmet produseres ved NRK Hordaland i Bergen og har aktuelle gjester i studio, temaspalter, og direkteinnslag fra arrangementer og begivenheter i ulike deler av landet. Musikkformidling er også en del av innholdstilbudet.

NRK Østlandssendingen lager Migrapolis for radio og tv. Redaksjonen rekrutterer i særlig grad medarbeidere med flerkulturell bakgrunn. Programmene handler ikke først og fremst om innvandrere, men om utfordringer og sameksistens i en flerkulturell norsk hverdag.



Halvor Folgerø og Øyvor Bakke i **Førkveld** overtok ettermiddagen på NRK1 fra studio i Bergen, etter at Barne-tv ble flyttet til NRK Super.
Foto: Marit Hommedal.



Migrapolisredaksjonen, høsten 2010: Hung Ba Mai, Edin Babic, Lotten Christiansen, Rajan Chelliah, Vegard Thomas Olsen og Daniel Ruazol.
Foto: Hallvard Mørk Tvette, NRK



Romfolket har møtt mye motbør, men de foretrekker å være annerledes fremfor å miste identiteten.
Migrapolis møtte Natascha Bielenberg, Aleco Ivanovitch og Raya Bielenberg.
Foto: NRK

Allmennverdi

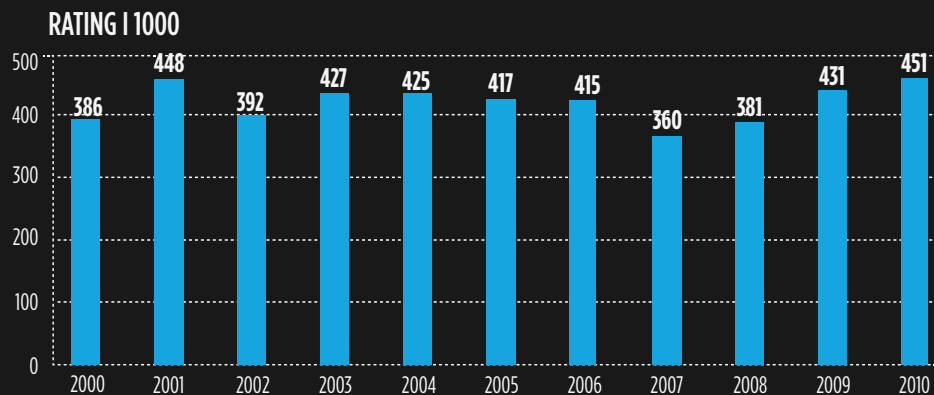
NRKs distriktsproduksjon bidrar til at NRK kan informere og fortelle historier om publikums hverdag der de bor. Dette er viktig og nødvendig for at folk skal ha et godt grunnlag for å delta i demokratiske prosesser. Distriktsproduksjonen tar utgangspunkt i ulike leveforhold over hele landet slik at vi får et komplett bilde av samfunnet vårt. Distriktsproduksjon styrker norsk språk, identitet og kultur. I de regionale sendingene er det plass til dialekter og språklig mangfold, og flere av produksjonsmiljøene tar særlig ansvar for innholdsproduksjon på nynorsk for barn og voksne.



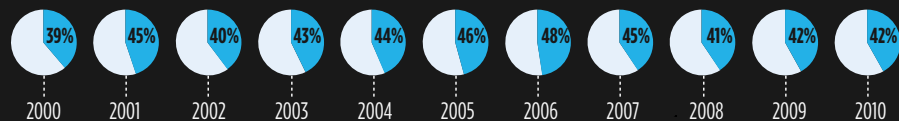
Det betyr noe for pulsen på hele huset at NRK Hordaland har ansvaret for 40 minutter direktesendt tv på NRK1 fem dager i uka. Foto: Jon Annar Fordal/NRK

Distriktsnyheter kl. 18.40 på NRK1 i perioden 2000-2010

Kilde: TNS Gallup tv-meter



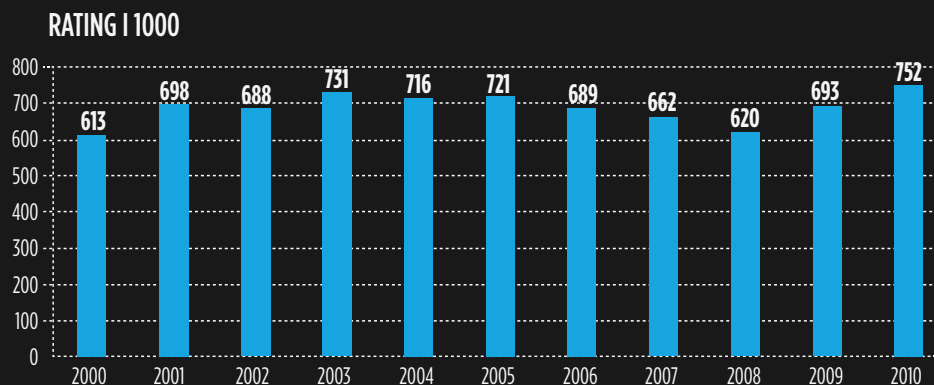
MARKEDSANDELER I %



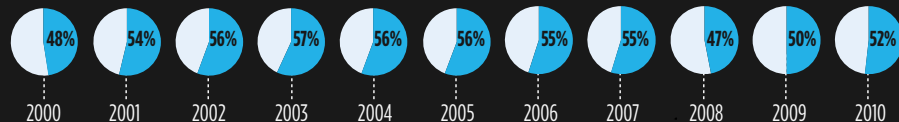
Norge Rundt på NRK1 i perioden 2000-2010

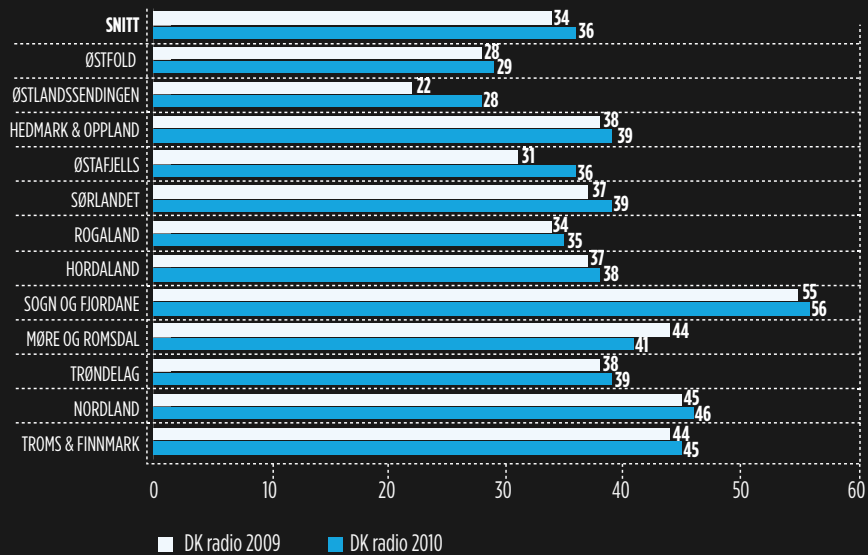
2010 ble den beste sesongen for Norge Rundt i dette tiåret

Kilde: TNS Gallup tv-meter



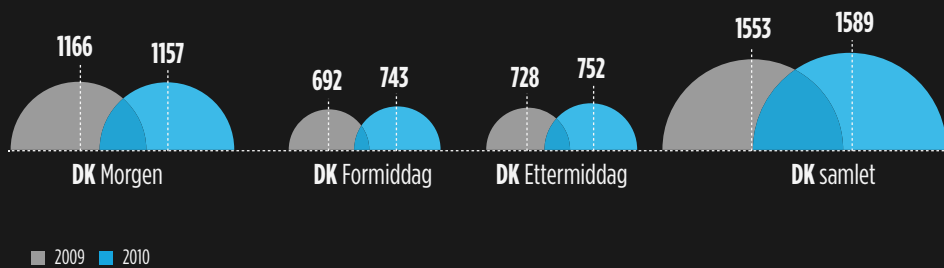
MARKEDSANDELER I %





Daglig dekning totalt for distriktssendingene på P1 i 2009 og 2010

Kilde: TNS Gallup Forbruker & media



Distriktssendinger på NRK P1s daglige dekning i 2009 og 2010

Dekning i 1000



VIKTIG SCENE FOR NORSK DRAMA

1 245 000 seere fikk med seg siste episode av Himmelblå søndag 25. april.

Publikum

Drama er en av de sjangrene det sendes mest av på norske tv-kanaler. Sjangeren rager også høyest på statistikken over innhold folk ser i opptak og trekker dermed brukere til NRKs nett-tv. Er man først hekta på en serie, vil man gjerne ta igjen en episode på PVR-boksen eller i nett-tv, ofte kalt "catch-up" seing. Dette gjelder særlig de unge seerne.

●● **NRK har vært en viktig arena for talentutvikling og en port ut til videre karriere for mange skuespillere** ●●

Fra Norsk skuespillerforbunds opprop mot rapporten
Morgendagens mediehus avsluttet 6. desember 2010,
Skuespillerforbund.no

Vedtekter

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

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.

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

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

Innhold

I **NRKs radioteater** formes en god historie av en lyddesigner i samarbeid med en instruktør. Bakgrunnslyder, reallyder, lydkollasjer, pauser, musikkbruk, og ikke minst en riktig rollebesetning er viktig for et godt resultat. NRKs radioteater er det eneste av sitt slag i Norge. I 2010 sendte Radioteateret blant annet jazzhistorien Chet spiller ikke her som ble adaptert fra teaterscenen til radiodrama, og prisbelønnet for utførelsen. FlavaLaden, om en ung rapper og selvmordsbomber, ble sendt som del av Radioteaterets Uro-serie med formål å uroe Norge, og krimserien Din eneste venn var produsert etter inspirasjon av Fritz Moen-saken.

Kongshavn hadde premiere i november 2010 og er en av Radioteatrets største satsninger. Serien på 12 episoder er radiodrama i tempo som en Dagsnytt 18-sending, og handler om politisk spill, grafsende medier, kjærlighet og krigen i Afghanistan. Serien var utgangspunkt for en NRK-initiert debatt på Litteraturhuset om behandlingen av Afghanistan-veteraner og om det å komme hjem fra krig. Alle radioteaterets nye produksjoner gjøres tilgjengelige på nrk.no. Kongshavn på nett vil være tilgjengelig for publikum i fire måneder,

noe som er lenger enn normalt. På nett fikk serien også egen blogg der lytterne kunne lese informasjon knyttet til episodene, diskutere med serieskaperne og komme med egne innspill. Musikken til serien er komponert av Lars Horntveth, og framført av komponisten sammen med Trondheimsolistene.

Norsk krim er viktig for Radioteateret, og i 2010 var Tom Kristensens roman Hvitvasking årets påskekrim. Serien i fire episoder ble sendt både på P1 og P2, og lå tilgjengelig på nett i 30 dager. NRK Radioteateret ble i 2010 utdelt Nordisk Hørespillpris for Salme fra østfronten av Jesper Halle om en nordmann som gikk i tysk krigstjeneste og kjempet på østfronten.

NRK Super produserer egne hørespill for barn. Venezia-mysteriet og Angkor-mysteriet av Bjørn Sortland ble sendt i Barnetimen på P1, og Fanget hadde premiere i Lørdagsbarnetimen og lå på NRK Supers nettsider i forbindelse med BlimE-aksjonen. Ronja Røverdatter, sendt i 2009, gikk til topps da beste radiodrama for barn ble kåret i Bratislava under den prestisjetunge Prix Ex Aequo 2010.



Familien Ross er hovedpersonene i Radioteatrets langserie **Kongshavn** med Minken Fossheim, Lasse Lindtner, Andrea Bræin Hovig, Thomas Bye og Axel Aubert. Foto: Ole Kaland, NRK.

Åtte episoder Himmelblå ble sendt våren 2010 og utgjorde tredje og siste sesong av det som har vært en av tidenes mest populære dramaserier på NRK. Det var knyttet store forventninger til hva som hadde skjedd med Kim, og ikke minst om NRK ville klare å holde på denne hemmeligheten til sendestart. Himmelblå endte som den startet, med skyhøye seertall, stort engasjement og "happy ending".

NRK sender innkjøpt kvalitetsdrama produsert av både norske og internasjonale aktører. Krimseriene Honningfellen og Orkestergraven etter Unni Lindells krimromaner ble produsert av Nordisk Film og sendt på NRK i 2010. Av nordiske samproduksjoner er Borgen (DR) i ti deler, som vant Prix Italia i 2010 for beste dramaserie, og to nye dramatiseringer av Camilla Läckbergs kriminalromaner Steinhuggeren og Ulykkesfuglen (SVT), verdt å nevne. I tillegg sendte NRK blant annet to islandske serier, dramaet Klippen og krimserien Pressa, samt nye episoder av Saltön og serien Heksedansen produsert av SVT.



Himmelblå fanget noe av den norske folkesjela ved å ta opp universelle verdier som å finne seg selv og bygge et godt hjem for seg og sine. Foto: Fredrik Arff, NRK



Den russiske dramaserien **Mesteren og Margerita** fra 2005, basert på Mikhail Bulgakovs klassiske roman ved samme navn, ble sendt i ti episoder på NRK2.
Foto: Central Partnership.



NRK1 viste BBC-serien **Lille Dorritt**, basert på Charles Dickens roman og vinner av sju Emmy-priser inkludert kategorien for "Outstanding miniseries". Foto: BBC.



Damenes Detektivbyrå Nr 1 er en amerikansk serie om Botswanas første og eneste detektivbyrå drevet av en kvinne. Serien ble sendt på NRK1.
Foto: The Weinstein Company



I mars 2010 tok mange trofaste seere farvel med Norges mest folkekjære tv-serie i nyere tid, **Med hjartet på rette staden**, som har vært sendt i 18 sesonger.
Foto: Granada International/ITV

NRK2 sendte en rekke dramaserier lørdag kveld gjennom hele 2010. Blant disse var Corleone (Taodue/Pietro Valsecchi), et italiensk drama basert på den sanne historien om Totò "Udyret" Riina, Sicilia-mafiaens blodigste sjef noensinne, og House of Saddam (BBC/HBO) som vant en Emmy-pris i 2009 for dramaet om Saddam Husseins liv. Being human, en overnaturlig dramaserie som har vært en av de mest populære titlene på BBCs iPlayer, og den populære HBO-serien Eastbound & Down, ble begge sendt på NRK3 i 2010.

NRK startet innspillingene av to viktige framtidige produksjoner i 2010. Etter ti år med planlegging og utvikling av idé kunne NRK Drama høsten 2010 endelig starte innspillingen av serien Erobreren om tv-personligheten Jonas Wergeland, basert på Jan Kjærstad romaner. Handlingen spenner fra 1965 til 1999, og produksjonen skal ikke bare skildre en manns liv fra han er 12 år til han er godt voksen, men også fortelle historien om Norge i utvikling fra nøkternhet og dugnad-sånd til oljerikdom og egoisme, med et parallelt blikk på mediehverdagen i endring. Store deler av 2010 har gått med til casting av 80 skuespillere, og finne locations blant annet i London, Lisboa og Groruddalen. Kostymede-

signere har jaktet på klær, briller, vesker og annet tilbehør, mens rekvisitører har funnet tidsriktige gjenstander fra fire tiår. Regissør er Eva Isaksen og Bitte Monn-Iversen er produsent.



De seks timeslange episodene av **Erobreren** med Ellen Dorrit Petersen som Margrete og Kåre Conradi som Jonas, forventes klare til sending i 2012. Foto: NRK.

Hundrevis av taxieiere ble dømt i en svindel-sak hvor en regnskapsfører hadde bistått dem med unndragelse av flere millioner kroner. Dette inspirerte NRK til å utvikle serien Taxi som tar opp en rekke problemstillinger knyttet til unge pakistaneres oppvekst i det norske samfunnet, moralpolitiet og varslingssystemet som er etablert blant Oslos drosjesjåfører. NRK startet innspilling av serien i Oslo sommeren 2010. Ulrik Imtiaz Rolfsen har skrevet manus og har regi, og Bitte Monn-Iversen og

Elisabeth Tangen er produsenter for serien.

Riksteaterets Lang dags ferd mot natt gikk sin seiersgang over hele Norge i 2010 og NRK gjorde opptak av forestillingen som blir sendt på tv i påsken 2011.

Drama er populært innhold i nett-tv. Himmelmå var blant de mest sette programmene i nett-tv i 2010, og førte til at kategorien serier/filmer økte sin andel fra fem prosent til åtte prosent av den totale nett-tv-seingen. Da førpremierer på siste episode av Himmelmå ble lagt ut, var 123 000 unike brukere innom nett-tv Reprise, noe som er nest beste resultat noensinne for denne tjenesten – bare slått av Obamas besøk 10. desember 2009. Programmet er det sjette mest sette enkeltprogram i nett-tv noensinne. met er det sjette mest sette enkeltprogram i nett-tv noensinne.



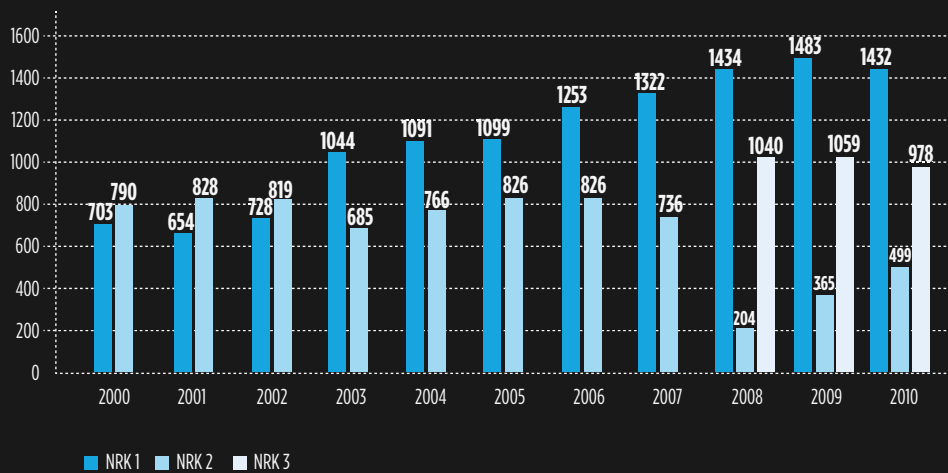
Actionthrilleren **Taxi**, med Adil Thathaal i en av de sentrale rollene, forventes på lufta høsten 2011. Foto: NRK.

Allmennverdi

Siste del av 2010 var det mye oppmerksomhet rundt dramaavdelingen i NRK. Rapporten "Morgendagens mediehus" reiste spørsmål om hvor stor dramaproduksjon NRK selv skulle stå for, og i hvor stor grad NRK Drama skulle sette ut dramaproduksjon til eksterne produksjonsselskap. Selv om det var lansert ulike modeller for utsetting av produksjoner og samarbeid, ble det av mange oppfattet som et enten eller for NRKs dramaproduksjon. I desember konkluderte NRKs direktørmøte med at NRK fortsatt skal ha et sterkt dramamiljø internt. Det ble blant annet trukket fram at kvaliteten på NRKs dramaproduksjoner setter standarden for NRKs kvalitet generelt, og det er derfor viktig å ha denne produksjonen internt. Samtidig har NRK en viktig oppgave som oppdragsgiver for eksterne produksjonsmiljøer. Slik vil det være også i fortsettelsen.



Løshår og parykker danderes av en av NRKs frisører. Foto: Per Ole Hagen



Antall dramatimer på NRK1, NRK2 og NRK3 fra 2000-2010

Timer sendt

David Letterman show ble sendt på NRK2 i 2006, men ble erstattet av John Stuart i 2007 med færre antall sendinger. Fra og med 2008 har NRK2 endret profil, blant annet sender kanalen mer informasjons- og nyhetprogrammer.

Kilde: TNS Gallup tv-meter

NRK1

Prod.land	Sendte timer
Australia	10
Danmark	61
Island	12
Italia	10
Norge	37
Storbritannia	366
Sverige	28
Tyskland	154
USA	391

TOTALT SENDTE TIMER
1069

NRK2

Prod.land	Sendte timer
Danmark	8
Italia	10
Norge	3
Russland	8
Storbritannia	40
Sverige	6
Tyskland	6
USA	74

TOTALT SENDTE TIMER
156

NRK3

Prod.land	Sendte timer
Australia	7
Danmark	5
Island	4
New Zealand	10
Norge	2
Storbritannia	179
USA	270

TOTALT SENDTE TIMER
477

NRK super

Prod.land	Sendte timer
Norge	4
Storbritannia	8
USA	1

TOTALT SENDTE TIMER
12

NRKs dramaserietilbud fordelt på produksjonsland 2010

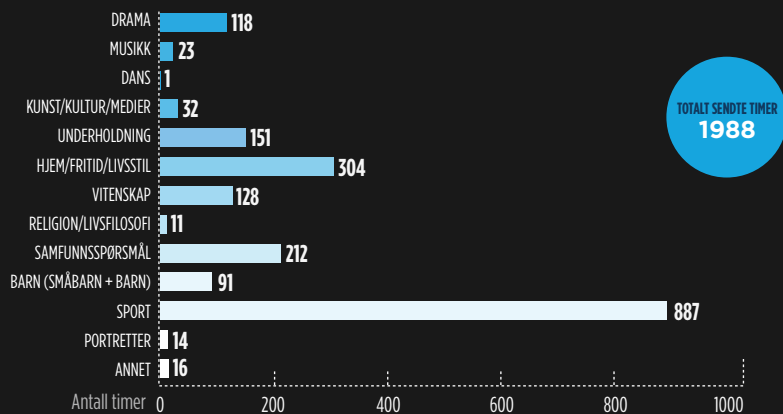
Timer sendt

Kilde: NRK statistikk

	PRODUKSJONSLAND	ANTALL EPISODER	RATING I 1000	MARKEDSANDEL
Borgen	 Danmark	10	310	 18
Stenhuggeren og ulykkesfuglen	 Sverige	4	554	 30
Pressa	 Island	6	247	 23
Saltön	 Sverige	4	508	 28
Krøniken (reprise)	 Danmark	6	245	 13

Nordiske dramaserier på NRK1 i 2010

Kilde: TNS Gallup tv-meter



NRKs tre tv-kanaler sendte nærmere 2000 timer fra andre nordiske allmenkringkastere i 2010

Antall sendte timer med innhold fra YLE, RUV, SVT, DR og UR

Kilde: NRK statistikk



Å GJØRE DET VIKTIGE POPULÆRT

Kritisk journalistikk i dokumentarformater er en del av NRKs kjerneoppdrag.

Publikum

Programmer som kommer inn under sjangerbegrepene fakta og informasjon utgjør en hjørnestein i NRKs innholdstilbud, men også her må innholdet konkurrere med mange nye underholdningspregede tilbud. Utfordringen for NRK er å gi publikum godt faktapreget innhold i formater som samtidig vekker interesse og skaper engasjement hos publikum.

☛ **Tv-serien har bidratt til åpenhet, synliggjøring og forhåpentligvis avstigmatisering av en gruppe som i lang tid har opplevd å bli krenket, diskriminert og stengt ute.** ☛

Likestillings- og diskrimineringsombud Sunniva Ørstavik
om Jentene på Toten, NTB, 22.06. 2010

Vedtekter

§ 12 NRK skal understøtte og styrke demokratiet

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.

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

a. **NRK skal reflektere det geografiske mangfoldet i Norge.**

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.

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

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

§ 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 fakta og bakgrunnsinformasjon for nyheter, debatt og aktuelle samfunnsspørsmålet.

Innhold

Faste magasinprogrammer som helse- og livsstilsmagasinet Puls og forbrukermagasinet FBI samler fortsatt mange seere. NRK har samtidig etablert mer temarettede serier som kan engasjere publikum gjennom andre fortellergrep. Et eksempel på dette er Bedre Puls på tv og nett, der trening og vektkontroll er tema, eller Solgt som gir forbrukerinformasjon om eiendomsmarkedet på en underholdende måte.

Jentene på Toten er eksempel på en reality-serie som utfordrer våre tradisjonelle oppfatninger og holdninger, denne gang om mennesker med splittet kjønnsidentitet.



Jentene på Toten: Normann inviterer sine kolleger hjem for å møte Natasja for første gang. Foto: Christine Heim.

Gjennom en direkte, men samtidig varm formidlingsform, ble publikum kjent med enkeltpersoner og deres kamp for respekt og anerkjennelse i en norsk hverdag.

Rødt, hvitt & skrått er en serie på fire programmer, der norske homofile og lesbiske forteller fra sine egne liv. Serien handler om barndom og oppvekst; om hvordan det oppleves å føle seg annerledes, om å bli forelsket i en av samme kjønn, og vi får høre om hvordan det er å komme ut av skapet og stå frem som homofil eller lesbisk overfor familie og samfunn. Vi møter lesbiske og homofile par som har hatt gode relasjoner og som tror på kjærligheten.

Det nye landet er en dokumentarserie om Norges moderne innvandringshistorie. Serien forteller om hvordan innvandring i løpet av de siste 40 årene har forandret Norge. I programmet fortelles historier av innvandrere selv og dem de møtte da de kom til landet, og serien rommer unike arkivbilder.

Få næringer har preget norsk kultur og samfunn mer enn norsk skipsfart. Ofte har næringen spilt en sentral rolle i norsk og europeisk historie. Dette var bakgrunnen for at NRK

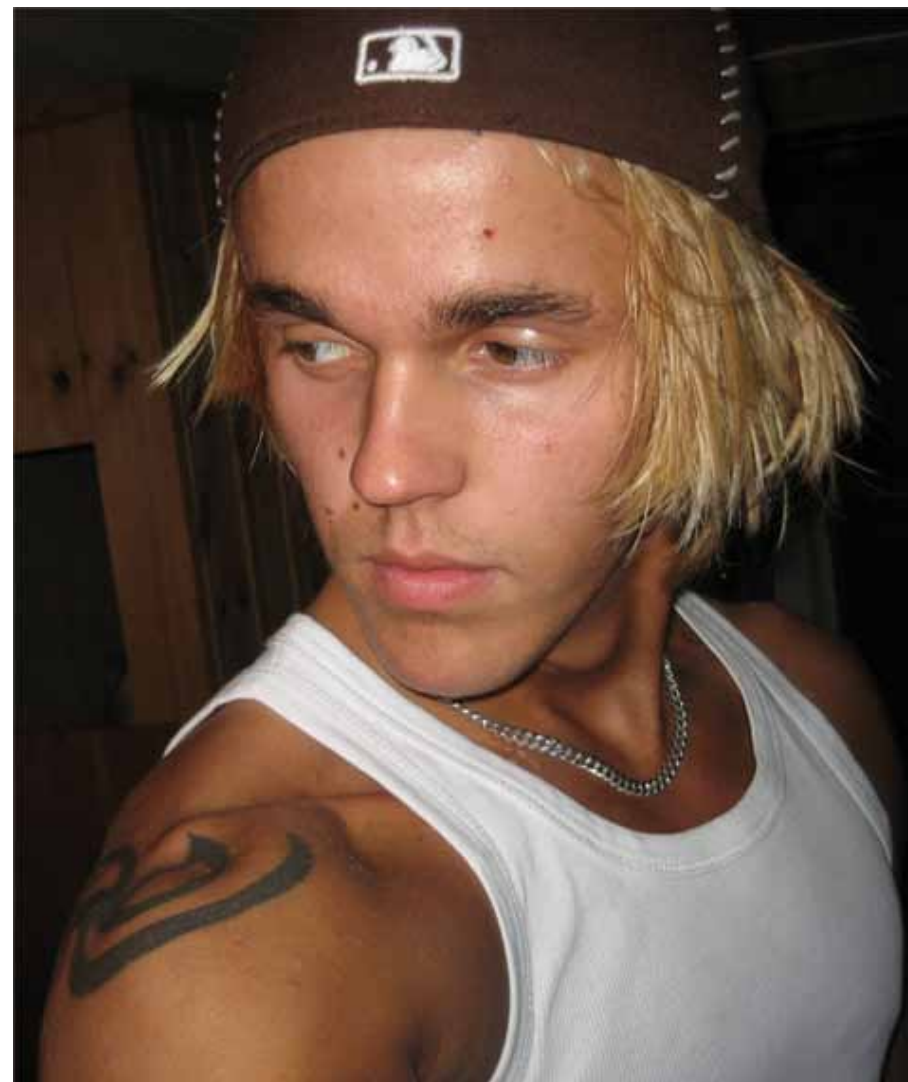
Hordaland produserte den historiske dokumentarserien Vår ære og vår makt med Arne Hjeltnes som guide og programleder. Gjennom serien fikk tv-publikum innblikk i hvordan norsk skipsfart utviklet seg til å bli ledende i verden, og hva det kostet for dem som var med. Vår ære og vår makt hadde 838 000 seere i gjennomsnitt på fire program, noe som er høye seertall for denne typen dokumentarer.



Publikum kunne følge treningsprogrammet til deltakerne i **Bedre Puls** gjennom flere programmer. Foto: Ole Kaland, NRK

Radioprogrammet Sånn er livet ble i 2010 nominert i Prix Radio for Kjærlighetens pris der de fulgte en libanesisk kvinne gjennom hele prosessen mot eks-mannen som stakk ut øynene hennes. Dette er eksempel på hvordan Sånn er livet dokumenterer menneskers liv over lang tid. Programmet har i flere sammenhenger løftet frem historier om nasjonale minoriteter, som da artisten Åge Aleksandersen fortalte om sin taterbakgrunn, og om hvordan norske myndigheter tvangsinternererte taterne og utførte steriliseringer og lobotomeringer helt ut på 70-tallet. Programmet besøkte også fremtidsoptimistiske romfolk i Skopje, Makedonia. I 2010 tok Sånn er livet et skritt over i tv-universet med fire halvtimes programmer på NRK2.

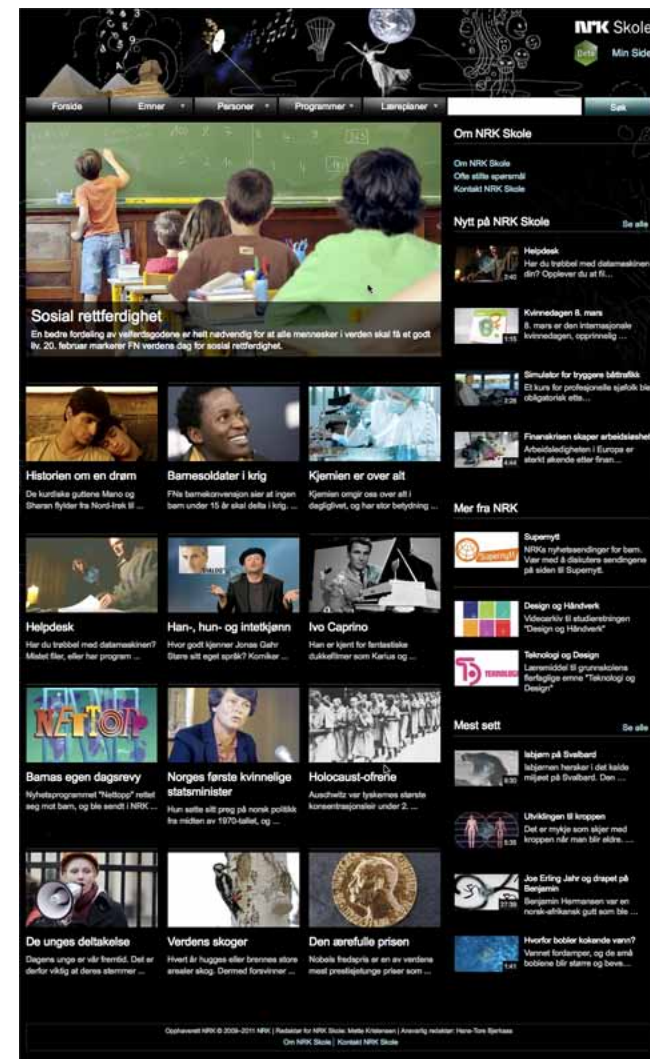
Brennpunkt og Radiodokumentar er formater som ofte leverer dagsordensettende innhold, og flere av prosjektene har vært samarbeid mellom redaksjonene. Fra 2010 kan nevnes Doping for folk flest og Gutten i Speilet som handlet om bruk av anabole steroider. Radiodokumentaren Tonjes valg handlet om å bli ufrivillig romanfigur i Karl Ove Knausgårds "Min kamp". Brennpunkt-programmet Operasjon Sjøbris, om en sivil båtkonvoi som prøvde å bryte Israels sjøblokkade av Gaza, vakte oppmerksomhet i flere land. Programmet Broderskapet om organisert kriminalitet i MC-miljøet var en stor nettsatsing som også involverte mange av distriktskontorene. Med NAV i sikte handlet om tannlegeassistentenes kamp for erstatning etter kvikksølvforgiftning. Programmet har trolig bidratt til senere gjennomslag for tannlegeassistentene.



Brennpunkt fortalte om 18 år gamle Tort som begikk selvmord etter å ha brukt anabole steroider og slitt tungt psykisk. Foto: Privat

Digitaliseringen av arkivene gir NRK helt nye og spennende muligheter til å hente opp og revitalisere innhold som tidligere bare har vært tilgjengelig for få. Parallelt med at NRK utvikler arkivdatasystemer som skal gjøre innholdet lettere tilgjengelig for publikum, bruker NRK arkivmateriale i programmer der innholdet kan settes inn i en aktuell sammenheng. Spekter er et program som i 2010 tok opp en rekke viktige samfunnsspørsmål og satte dem i et historisk perspektiv. Arkivmateriale er en bærebjelke i programmet.

NRK Skole er et digitalt klipparkiv som består av lyd- og bildeklipp fra NRKs radio- og fjernsynsarkiver. Innholdet er gratis tilgjengelig for elever og lærere i grunnskolen og den videregående opplæringen, og er knyttet opp mot læreplanene i det enkelte fag. I dag teller klipparkivet (nettstedet) i overkant av 4000 klipp, fordelt på fag som norsk, samfunnsfag, naturfag, mat- og helsefag, og religionsfaget. Målet er at alle skolens fag skal integreres på nettsiden. Det er lagt stor vekt på at nettstedet skal være et enkelt verktøy å bruke i klasserommene, noe NRK får positive tilbakemeldinger på når prosjektet introduseres for landets lærere.



NRK Skole gjør arkivinnhold tilgjengelig for elever og lærere i grunnskolen. Foto:NRK.

Naturredaksjonen i Bergen har et stort og sammensatt innholdstilbud der radioprogrammer som Naturens Verden, Friluftsmagasinet og tv-programmet Ut i naturen er blant de mest kjente. Nett-tjenesten UT.no er en nyutviklet portal som samler store mengder informasjon og opplevelsesinspirasjon for turglade. Ut i naturen hadde i gjennomsnitt 560 000 seere i 2010. Friluftsmagasinet hadde 526 000 lyttere og Naturens verden 519 000 i snitt. Værtjenesten yr.no bringer skredersyde værmeldinger på nett og andre mobile plattformer fra hver minste utpost. yr.no har også redaksjonelt tilleggstoff om vær og værfernomener. I sommer hadde yr.no over tre millioner unike brukere på en uke.

Naturredaksjonen har også tatt i bruk nye fortellergrep i 2010. I Rock til fjells inviterte de kjente rockegrupper til fjells og presenterte dem i naturskjønne omgivelser. Naturredaksjonen inviterer ofte publikum til å komme med innholdsbidrag, og seernes innsendte filmer av egne vinteropplevelser ble til Folkets vinterfilm.

I 2010 bestemte Verdt å vite på P2 seg for å gå løs på den ambisiøse oppgaven å fortelle matematikkens historie ved å stemme fram de ti mest sentrale matematikerne fra oldtiden til i dag på nrk.no.

Tv-aksjonen 2010 hadde over to millioner seere søndag 24. oktober. Tv, nett og radio samarbeidet om produksjonen. Tv-aksjonen er et eksempel på innhold som gir en sterk felles opplevelse for mange. Programmet gir innsikt i de utfordringer mottakerorganisasjonen arbeider med, samtidig som aksjonen utøser god norsk dugnadsånd og skaffer til veie verdifulle midler til formål som publikum kan samle seg om.

The screenshot shows the Norwegian weather website yr.no. The main heading is "Sääennustus paikale: Lontoo Englannissa (Iso-Britanniassa), 21 mmy." (Weather forecast for London in England, 21 mmy). The forecast is for London, England, on 17.2.2011, 18.2.2011, and 19.2.2011. The website is in Norwegian, and the interface includes a search bar, navigation tabs, and a map of the region. The forecast shows temperatures ranging from 2°C to 6°C, with precipitation chances and snowfall amounts. The website also features a sidebar with navigation options and a footer with contact information.

I 2010 ble det mulig å velge kvensk tekst på yr.no. Foto:NRK.

Dokumentarfilmer og -serier fra et internasjonalt marked hører også med til NRKs brede faktatilbud på tv. Dagens dokumentar er fast innhold på NRK2. Mandag er øremerket dokumentarserier, blant annet historiske serier og serier om miljø, natur og vitenskap. På tirsdager bringer NRK2 aktuelle dokumentarer som utfyller og utdypet nyhetsbildet. Nye distribusjonsformer bidrar til at NRK kan bringe aktuelle dokumentarer om brennbare spørsmål i nyhetsbildet umiddelbart etter sending i produksjonslandet. Onsdag er dagen for allmenndokumentarer som ikke nødvendigvis er dags- eller ukeaktuelle, men som forteller historier om personer, trender, utfordringer og aktuelle fenomener i tiden.



NRK mottok i 2011 Norges ingeniør- og teknologorganisasjons ærespris for å ha gjort en "ekstraordinær innsats for å fremme interessen for realfag og teknologi i samfunnet". Redaksjonelle satsinger som nevnes er **Newton**, **Schrödingers katt**, **Tekno**, **Kosinus** og **Tellekorpset** på tv, radioprogrammene **Verdt å vite** og **P2-akademiet**, og på nett **NRK Beta**, **NRK Vitenskap og teknologi**, samt **NRK Skole**. Foto: NRK.



Innholdet i Sverres røtter var hentet fra kvensk, samisk og norsk miljø, og var blant de mest sette programmene i dokumentarserien **Folk** i 2010. Serien ser det som prioritert oppgave å lage innhold med bakgrunn i nasjonale minoriteter. Foto: Siivet AS/NRK.

Allmennverdi

Kritisk journalistikk i dokumentarformater på tv, radio og nett er en del av NRKs kjerneoppdrag. Det samme gjelder journalistikk om våre rettigheter som forbrukere, individer og samfunnsengasjerte aktører. Søkelys på offentlige institusjoner, helsevesen, skolestell og annen forvaltning er noen eksempler. Utfordringen er å utvikle programmer og innholdsformater som kan nå bredt og gi allmennkunnskap og innsikt til mange. I andre formater er det rom for å grave dypere og peke på vanskelige dilemmaer i samfunnet.



NRKs programledere får siste finish i sminkestolen før sending. Foto: Per Ole Hagen

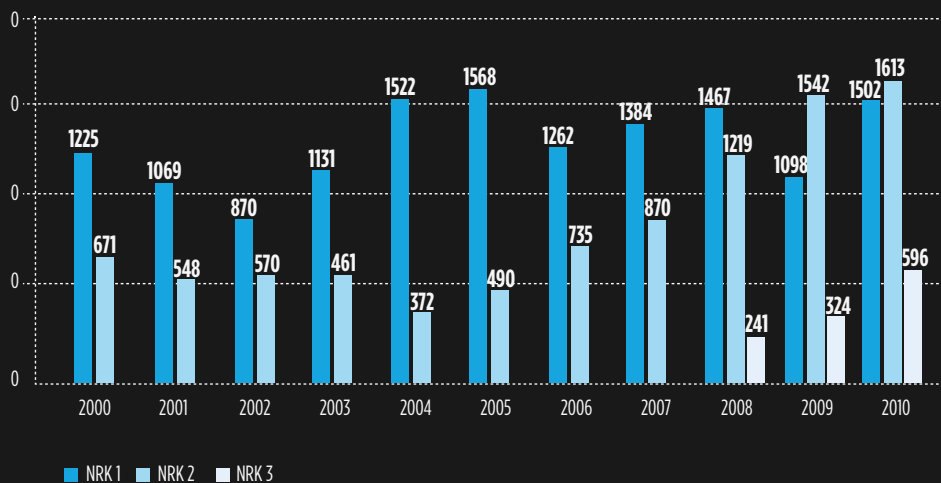
Underkategori	NRK1		NRK2		NRK3		TOTALT	
	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%
Debatt/aktualiteter	114	8	187	12	8	1	309	8
Dokumentarer	762	51	1223	76	392	66	2377	64
Dokumentarer	1	0	13	1	3	1	17	0
Historisk	52	3	212	13	2	0	266	7
Samtid	636	42	885	55	304	51	1825	49
Annet	73	5	114	7	82	14	269	7
Hjem/fritid/hobby	512	34	177	11	197	33	885	24
Forbrukerstoff	4	0	21	1	13	2	38	1
Hjem/fritid/hobby	71	5	16	1	112	19	198	5
Livsstil/Mat/Bolig	348	23	82	5	42	7	472	13
Reise	89	6	57	4	25	4	172	5
Annet	0	0	0	0	4	1	5	0
Info annet	114	8	26	2	0	0	140	4
TOTALT	1502	100%	1613	100%	596	100%	3711	100%

Informasjonsprogrammer på NRK1, NRK2 og NRK3 2010

Timer sendt

Økningen i antall timer med informasjonsprogrammer på NRK1 fra 2009 til 2010 skyldes først og fremst at Førkveld har erstattet Barne-tv på kanalen.

Kilde: TNS Gallup tv-meter



Informasjonsprogrammer på NRK1, NRK2 og NRK3 i perioden 2000-2010

Timer sendt

Faste programmer innenfor en programsjanger vil trekke timetallet opp. I perioden september 2003 til mai 2008 sendte NRK1 Frokost-tv. Programmet sto for ca 450 timer informasjonsprogram årlig. NRK2 har satt fokus på aktualitet, kultur og kunnskap etter at kanalen ble allmennt tilgjengelig, noe som gjenspeiles i statistikken. Dokumentarserier og Aktuelt trekker antall timer opp i 2010.

Kilde: TNS Gallup info-tv



KLAR SATSING PÅ KULTUR

95 prosent av kulturtilbudet på norsk tv om kvelden er på NRKs kanaler.

Publikum

De fleste er interessert i kultur i den forstand at man ønsker å være oppdatert, ønsker å høre om viktige kulturbegivenheter, premierer, nye bøker eller nye trender. Derfor er kultur- og underholdningsstoff en viktig del av nyhetsbildet. I tillegg søker publikum mer utdyping innenfor et eller flere kulturområder, og noen ganger søker man selve kulturopplevelsen. NRK ønsker å formidle hele spekteret av kulturinnhold, både til brede grupper og til grupper som ønsker mer fordypning.

“ Jeg har aldri sett bedre filmmagasin. ”

Børre Haugstad om Filmbonanza,
VG, 15.september 2010

Vedtekter

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

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.

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

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

§ 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 kunst og kultur.

Innhold

Kulturstripa på NRK2 med aktuelle kulturprogrammer kl. 21.30 fra mandag til torsdag, hadde premiere 13. september. Dette ble gjort som en del av profileringen av NRK2 som kanal for aktualitet, kultur og kunnskap. Kulturprogrammer i beste sendetid er et tilbud NRK nærmest er alene om. 95 prosent av kulturtilbudet på ni norske tv-kanaler i fjor, målt i primetime (kl 19-23), ble sendt på NRKs kanaler, og Kulturstripa stod alene for over halvparten av dette. Programleder Helle Vaaglands Nasjalgalleriet på mandager presenterer bredden av aktuelle, visuelle kulturuttrykk. Programmet byr på innsikt, analyse og underholdning og har nådd sitt mål om å treffe et kulturinteressert publikum. Bokprogrammet i oppusset form, med Siss Vik som programleder, fyller tirsdagskvelden med bredt og smalt litteraturstoff fra både nobelprisvinnere, kioskdronninger, stille bestselgere, politisk propaganda og hip-hoplyrikk. NRKs nye filmmagasin Filmbonanza med Vegard Larsen, på onsdager, gir publikum et nytt og aktuelt program på tv om film og fjernsynsdrama. Og ved å plassere Lydverket på NRK2 på torsdager, var også populærmusikk dekket i Kulturstripa.



Kulturstripa på NRK ved Vegard Larsen, Helle Vaagland, Siss Vik og Asbjørn Slettemark når målgruppen av kulturinteresserte seere på NRK2.
Foto: Espen Nersveen/NRK2

Filmdekningen på NRK består også av Mørkets opplevelser på P2 og Filmpolitiet på P3 og nett, som gir ukentlige oppdateringer med siste nytt og ferske film-, spill- og tv-anmeldelser. I 2010 direktesendte NRK1 for første gang Oscar-utdelingen fra Los Angeles natt til mandag 8.mars. Sendingen ble utvidet med egenprodusert oppsparksending med relevant stoff og gjester. Alle NRKs kanaler viser i tillegg filmer i bredt utvalg. I 2010 har NRK2 hatt fokus på å vise filmer fra hele verden, og sendte ukentlig både internasjonale festivalfilmer og filmklassikere. Sommeren 2010 satset kanalen på europeisk filmsommer, der fredagskveldene var viet europeisk film. Av 153 filmer sendt på NRK2 i fjor var 28 amerikanske, 39 norske og resten fordelt på 20 nasjoner.

Litteratur er en av hovedsatsingene på P2. Litteraturredaksjonens kritikere vinner jevnlig priser som landets beste. Hvert år siden 1997 har NRK delt ut P2-lytternes romanpris, en pris som henger høyt fordi lytterne selv kårer årets beste norske roman for åpen mikrofon. I 2010 fikk Karl Ove Knausgård prisen. Bok i P2 har vært en storsatsing der litteraturstoff blir presentert på en sjarmerende måte en halv time hver dag.



Persepolis, en prisbelønt, fransk animasjon, var en av mange europeiske filmer sendt på NRK2 i 2010. Foto: Sandrew Metronome Norge AS.

The screenshot shows the NRK website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Nyheter', 'TV', 'Radio', and 'Sjenerer'. The main content area is titled 'LITTERATUR' and features a large heading 'Maratonsending fra Oslo Bokfestival'. Below this is a grid of six small photos of people, likely authors and hosts. To the right of the main content, there is a sidebar with a section titled 'Anmeldelse bok' and a 'Tilrettelagt av' section. The main text area contains a paragraph starting with 'Lørdag sendte NRK.no direkte fra Oslo Bokfestival her i nett-tv fra kl. 19.30-18.30. Bli med på en direkte fra Oslo Bokfestival her i nett-tv fra kl. 19.30-18.30. Bli med på en direkte fra Oslo Bokfestival her i nett-tv fra kl. 19.30-18.30.' There are also social media sharing icons for Facebook and Twitter.

NRK dekker de største litteraturfestivalene i landet, og storsatsingen i 2010 var sju timer lang direkteoverført sending på **nrk.no** fra Oslo Bokfestival der P2s telstudio fikk besøk av kjente, norske forfattere. Foto: NRK.

I **Maestro** på NRK1 skulle åtte norske kjendiser kjempe om Maestro-tittelen ved å dirigere Kringkastingsorkesteret i framføringen av kjente klassiske stykker. Med nærmere 600 000 seere i snitt per program, tilgjengeliggjør NRK klassisk musikk for et stort publikum i beste sendetid. Vinneren av Maestro 2010 var Hilde Louise Asbjørnsen som dirigerte Kringkastingsorkesteret og Kurt Nilsen i direktesendt julekonsert fra Lillestrøm.

Solistkonkurransen Virtuoso er en satsing på klassiske solister under 19 år. Den norske kåringen i 2010 ble dekket av NRK på radio, tv og nett, med direkteoverført finale fra Store Studio. Vinneren, Guro Kleven Hagen på fiolin, representere Norge i EBU's internasjonale konkurranse for unge musikere i Wien som ble sendt på NRK1, og hun ble nummer to i den internasjonale finalen. Under Menuhin-konkurransen i Norge i april var noen av verdens beste unge fiolinister samlet i Oslo. P2 sendte både junior- og seniorfinalen, maratonsendinger der vinnerne ble kåret på direkten. NRK dekket også gallakonsertene før og etter konkurransen på både tv og radio, der kjente klassiske solister spilte med Oslo Filharmoniske orkester. I kulturdokumentaren Ole Bulls tone jaktet de unge fiolinistsøstrene Eldbjørg og Ragnhild Hemsing på klangen som skapte hysterisk begeistring for 200 år siden.



Hilde Louise Asbjørnsen (midten) vant konkurransen **Maestro**. Foto: Nordisk Film/NRK. Fire som deltok i Maestro på NRK, fra venstre Jenny Jensen, Phung Hang, Johannes Joner og Petter Schjerven. Foto: Nordisk Film/NRK.



I **Julekonsert fra Vang kirke** med prinsesse Märtha Louise og Harald Zwart som programledere, serverte de unge musikerne Mari og Håkon Samuelson klassisk musikk på verdensnivå med sopranen Maesha Brueggergosman, Didrik Sollitangen og TrondheimSolistene. Foto: Eyeworks Dinamo/NRK.

NRK er en ledende medspiller i internasjonale fora og samproduksjoner når det gjelder musikk, og er representert i de viktigste musikkstyrene og grupper i det europeiske kringkastingssamarbeidet EBU. I tillegg er det nordiske/baltiske samarbeidet sterkt særlig på radio. Det nordiske samarbeidet om tv-serien Jazz i Norden er et eksempel på et samarbeid hvor NRKs bidrag var avgjørende for at programmet ble laget. Serien ble sendt syv lørdager på NRK2 høsten 2010, og tok for seg myten om at nordisk jazz får en spesiell tone takket være høye fjell, vakre kvinner og særpregede instrumenter. Gustav Mahlers 150 års jubileumskonsert fra hans fødeby i Tsjekia, Kališt , ble til en produksjon i regi av Nordisk film med teknikk fra Tsjekisk TV og fotografer og personell fra NRK.

Festival- og sceneoverføring er også en del av NRKs kulturtilbud. NRK er til stede på og formidler musikkopptak fra en lang rekke festivaler i mange sjangre, og opptakene blir i første rekke formidlet gjennom P1, P2 og P3s musikkprogrammer. I 2010 var NRK på over 40 festivaler, blant andre Bergenfest, Buktafestivalen, Øyafestivalen, Festspillene i Bergen, Norwegian Wood, Risør kammermusikkfest, Landskappleiken på Voss,

Slottsfjell, Førde Internasjonale folkemusikkfestival, Hovefestivalen, Notodden Bluesfestival, Olavsfestdagene i Trondheim, Bergensfest og Oslo World Music Festival.

Jazzfestivalen i Molde fylte 50 år i 2010, og for NRKs jazzredaksjon var det naturlig å satse ekstra på 50-årsmarkeringen. På radio ble festivalen dekket gjennom daglige direkte-sendinger, og til sammen syv konserteropptak ble formidlet på P2. I tillegg ble en fem timers direkte-sendning med live konsert fra Romsdalsmuseet, historiske tilbakeblikk og gjester sendt på NRK2. NRK Møre og Romsdal produserte også dokumentaren En dristig drøm om ungdomsdrømmen som ble til 50 år med internasjonal jazzfestival i Molde.

Jorden rundt på 80 dager, en helaftens samtidsopera av Gisle Kverndokk og Øystein Wiik, ble oppført på Den Norske Opera og Ballett og produsert for tv av NRK. Slik fikk hele Norge anledning til å ta del i begivenheten. Stein Wings sceneregi og godt tilrettelagt tv-regi ga seerne musikalske passasjer og visuelle detaljer i den omfattende forestillingen. Produksjonen har vakt interesse i internasjonale tv-miljøer, og ble også sendt på radio og nett-tv.



En helaftens opera, **Jorden rundt på 80 dager**, ble oppført på operaen i Bjørvika i september 2010 og sendt på NRK. Foto: Den Norske Opera og Ballett.

Kringkastingsorkesterets 53 musikere stod for 54 konsertopptak og fem plateutgivelser i 2010. I tillegg til å være sentrale i Nobelkonserten, Idrettsgallaen, Maestro og Virtuos, stod de også for egne konsertproduksjoner: Operastjerneserien i samarbeid med Oslo konserthus, flere urframførelser, konsertturné i norske byer, sommerkonsert i Karpedammen og samarbeid med VAMP, Kurt Nilsen og Radiosepsjonen. Sjangerbredde fra folke-musikk, opera, black metal og samtidsmusikk er representert i produksjonene, og er med på å bevare NRKs egenart som allmenn-kringkaster med spesielt ansvar for skapende norske kultur.

Radiolytterne fikk høre kjente, norske kulturpersoner dele tanker og sommermusikk i Sommer i P2. Serien gikk over sju uker og blant andre var Anne B. Ragde, Tom Egeland, Frode Grytten, Hanne Nabintu Hærland, Odd Nordstoga, Harald Stanghelle og Gro Dahle programledere. P2s markedsandel i denne perioden var doblet sammenlignet med året før. I forbindelse med åpningen av Fotball-VM i Sør-Afrika 11. juni viet P2 sendeskjemaet sitt til Sør-Afrikansk musikk, kultur, underholdning, idrett og politikk hele dagen. Jonas Gahr Støre og Bård Tuftte Johansen var blant gjest-

ene, og en rekke sørafrikanere bosatt i Norge bidro. Sendingen ga et bilde av kultur, mangfold og utfordringer i dagens Sør-Afrika.

Ring inn musikken er et av P2s mest populære programmer og trekker ukentlig rundt 100 000 lyttere. Programleder, produsent og telefonvakter tar hver lørdag imot telefoner fra mennesker fra hele landet som ønsker å dele musikkopplevelser med andre. Kort og klassisk sendes hverdager på P2 og formidler klassisk musikkinnhold på en uformell måte. Formidling om konserter, begivenheter og personer som setter preg på musikklivet i Norge gjør programmet aktuelt.

Kulturnyheter inkludert musikknyheter publiseres daglig på nett i tett samarbeid med Kulturnytt. Alle programmene i Kulturstripa på NRK2 er også opphav til gode nettreportasjer. Av nettspesifikke satsinger fra 2010 kan kårningen av Norges styggeste bygg nevnes, der rådhuset i Tynset gikk av med seieren. Også store musikkfestivaler har satt sitt preg på nrk.no, og Kringkastingsorkestret har bidratt med flere konserter direkte på nett.

I 2010 ble kultur en mer sentral del av NRKs nyhetsdekning. Les mer om Kulturnytt og kultursaker i Dagsrevyen under nyhetskapittelet.



Kringkastingsorkesteret leverte cirka 1140 tv-minutter, 3600 radiominutter og 1350 streamingminutter på nett på NRK i 2010. Foto: Blunderbuss/NRK



Norsk på norsk på P1 er viktig for formidlingen av norske artister og ny, norsk musikk på morsmålet, og presenteres ukentlig av programleder Elin Aandal-Hersth. Foto: Nadia Frantsen

Allmennverdi

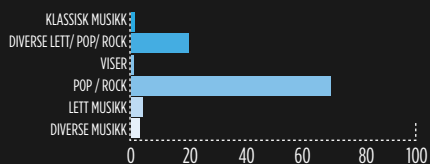
NRK byr på formidling av hele bredden i norske kulturuttrykk. I 2010 har NRK satset på å sprengne rammene for det som regnes som nisjekultur ved for eksempel å løfte fram klassisk musikk i Maestro, sendt på NRK1 i beste sendetid, og Kort og klassisk som i formidlingsformen tilgjengeliggjør innholdet for flere lyttere. Ardna, samisk kulturmagasin på tv og radio, har et særlig ansvar for å speile samisk kultur. Med kulturprogrammer hver dag i beste sendetid og kultur integrert som faste poster i daglig nyhetsdekning, markerer NRK sin posisjon som kulturformidler.



Opptak av pianolyd i Store Studio. Foto: Per Ole Hagen

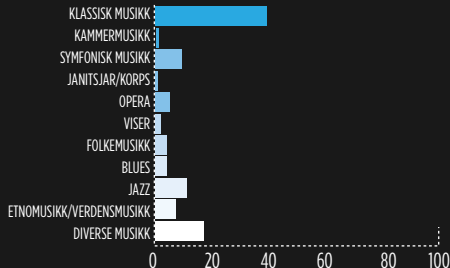
NRK P1

Totalt 2513 timer musikk. Hele døgnet.



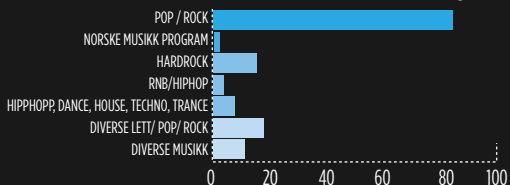
NRK P2

Totalt 2235 timer musikk. Hele døgnet.



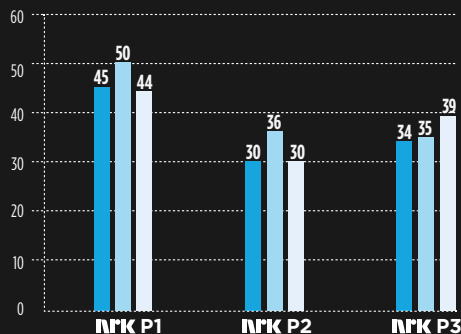
NRK P3

Totalt 5213 timer musikk. Hele døgnet.



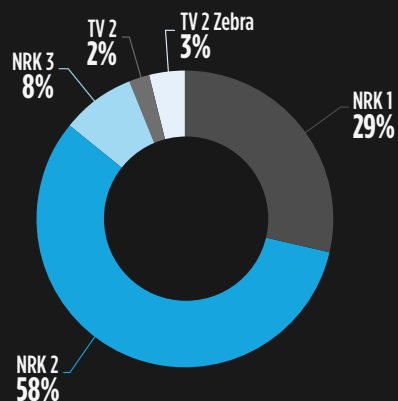
Musikkprofil på P1, P2 og P3 i 2010

I 2010 utgjorde musikkprogrammene 29 % av programtilbudet til P1. Timeantallet er omtrent det samme som i 2009. Økningen i antall timer pop og rock, skyldes først og fremst at flere timer er kodet og at kategorien diverse musikk er redusert.



Andelen norsk musikk på radiokanalene

Kilde: NRK statistikk



Antall kulturtimer fra kl. 19-23 alle dager på 9 norske tv-kanaler

Totalt 219 timer. NRK står for 95 prosent av tilbudet.

Kilde: TNS Gallup tv-meter

NRK1 KINOFILM		
Produksjonsland	Timer	Antall
Australia	3	7
Belgia	3	2
Bosnia-Hercegovina	2	1
Danmark	3	2
Frankrike	11	7
Hellas	2	1
India	2	1
Island	2	1
Italia	3	2
New Zealand	2	1
Norden	4	3
Norge	88	62
Rusland	2	1
Storbritannia	61	39
Sverige	17	12
Tyskland	2	1
USA	157	87
TOTAL NRK1	341	230

NRK2 KINOFILM		
Produksjonsland	Timer	Antall
Afrika	2	1
Canada	3	2
Danmark	7	4
Europa	5	3
Fililand	1	1
Frankrike	29	18
Hellas	2	1
India	2	1
Irland	2	1
Island	1	1
Italia	7	5
Japan	19	13
Kina	5	3
Mexico	3	2
Norden	4	2
Norge	50	35
Peru	1	1
Rusland	12	8
Spania	11	6
Storbritannia	30	19
Sverige	8	5
Sør-Afrika	2	1
Indl. Sovjetstater	1	1
Tyrkia	2	1
Tyskland	16	11
USA	80	53
TOTAL NRK2	306	199

NRK3 KINOFILM		
Produksjonsland	Timer	Antall
Amerika	8	5
Canada	5	3
Danmark	1	1
Europa	3	2
Frankrike	7	4
Hongkong	2	1
Kina	5	3
Norden	1	1
Norge	11	8
Storbritannia	37	25
Sverige	3	2
Tyskland	1	1
USA	387	251
TOTAL NRK3	472	307

Totalt sendte timer: **1120**
Totalt antall: **736**

Spillefilm på NRK i 2010

Kilde: NRK statistikk

SJANGER	NRK1	NRK2	NRK3	NRK super	TOTALT
Drama	97	13	8	0	118
Musikk	4	16	3	0	23
Dans	0	1	0	0	1
Kunst/kultur/medier	0	32	0	0	32
Underholdning	71	75	5	0	151
Hjem/Fritid/Livsstil	214	85	5	0	304
Vitenskap	38	90	0	0	128
Religion/livsfilosofi	0	11	0	0	11
Samfunns spørsmål	39	165	8	0	212
Barn (Småbarn + barn)	0	0	0	91	91
Sport	645	241	0	0	887
Portretter	3	11	0	0	14
Annet	7	9	0	0	16
Totalt	1119	748	29	91	1988

Antall sendetimer fra andre nordiske allmennkringkastere

YLE, RUV, SVT, DR og UR

Kilde: NRK statistikk



ORD FOR DAGEN

NRK viser mangfoldet av tro i Norge i dag.

Publikum

NRK har som oppdrag å gjenspeile Norges religiøse arv og mangfold av livssyn og religion i det norske samfunnet. I dag er det over 552 000 personer bosatt i Norge som enten har innvandret selv eller er født i Norge med innvandrerforeldre. Om fire år vil ca 700 000 personer ha flerkulturell bakgrunn i Norge. Mangfold og popularisering av innholdet har derfor vært to sentrale retninger for livssynsredaksjonen i 2010. Det har også vært et mål å speile mangfoldet innenfor kristendommen.

Vedtekter

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

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

“De er opptatt av å belyse vårt multikulturelle samfunn, disse lisensfinansierte husvennene våre på Marienlyst. Man er jo tross alt en allmennkringkaster og forpliktet til annet enn å resirkulere b-kjendiser til de mister all smak og farge.”

Mikael Godø om På tro og Are, Dagbladet 19.10.2010

Innhold

I serien **På tro og Are** reiste Are Sende Osen inn i ulike religioner i Norge. Osen er ateist, og i utgangspunktet skeptisk til alle former for forkynnelse. Men da han inviterte seg selv inn hos jøder, muslimer, pinsevenner, mormonere, buddhister og sikher, ble det et spennende møte mellom den troende og den tvilende. Serien i seks deler gikk høsten 2010 på NRK, og hadde et snitt på 443 000 seere. På tro og Are hadde en markedsandel på 23 prosent blant 12-19 åringer. Livssynsprogrammet hadde dermed en markedsandel lik snittet for denne gruppen på NRK1 på kveldstid.

Muslimsk Høytid: Min Ramadan ble sendt på NRK1 og NRK2 i likhet med i 2009. Denne gangen fra den forkynnende seremonien i Rabita moskeen i Oslo i forbindelse med Eid i september. Dette er andre gang NRK overfører muslimenes høytid på tv. I tilknytning til programmet møtte seerne også barne-tv-kjendis og muslim, Radouane Kibbou, som forklarte om fasteperioden ramadan og hva høytiden Eid betyr for ham.



I serien **På tro og Are** reiste Are Sende Osen inn i ulike religioner i Norge. Foto: Erlend Lånke Solbu/NRK



Muslimsk høytid: Min ramadan fulgte Radouane Kibbou gjennom fastemåneden ramadan og inn i feiringen av den muslimske høytiden id. Foto: Sidsel Mundal, NRK.

Ni gudstjenester fra den norske kirke ble overført på NRK1 i 2010. Tv-gudstjenestene ble sendt i forbindelse med de kristne helligdagene i påsken, pinsen, allehelgensdag og i jula. NRK har i 2010 stått for produksjonen av Nordisk gudstjeneste fra Nordstrand kirke med Oslo Gospel Choir. Nordisk gudstjeneste er sendt i Sverige, Finland og Danmark foruten Norge både på radio og tv.

I Under samme himmel på P1 lørdager kl. 7.35 og søndager kl. 05.20 møter lytterne mennesker med ulik tro. Programmet har samtaleform der gjestene snakker om tro og liv. Godt over en tredjedel av de som ble intervjuet i 2010 hadde flerkulturell bakgrunn. Målsettingen er å møte ukjente personer som ikke er portrettert tidligere. Hvert program avsluttes med Ord for dagen, en kort tekst i kåserende form der folk forteller hva de har på hjertet som kan knyttes til deres livssyn. Både kjente og ukjente personer har bidratt i Ord for dagen. Blant de mest kjente i 2010 var Jon Michelet, Tomm Kristiansen og svenske Jonas Gardell.

Mellom himmel og jord på P1 søndager kl. 10.05 er et aktualitetsmagasin om livssyn og har også i 2010 fortsatt å fokusere på mangfold av tro og undring over livet.

Åpen Himmel på NRK1 søndager kl. 17.30 har i 2010 gått fra å være en kortgudstjeneste med et kristent forkynnende innhold til å bli et journalistisk livssynsprogram. Åpen Himmel forteller historier om endringer i menneskers liv som de har gjort på bakgrunn av verdivalg og livssyn.



Det var god respons fra publikum da NRK sendte **Hverdagsmesse** med Thomas og Bjarne Brøndbo i Vår Frue kirke i Trondheim. Foto: Ingrid Lindgaard.

Morgenandakten på P1 mandag til torsdag kl. 5.33 og kl. 8.20 tar utgangspunkt i kristen tro og skal gi publikum en åndelig og god start på dagen. I 2010 har NRK lagt vekt på å rekruttere nye andaktsholdere som ikke først og fremst er profesjonelle forkynnere, men gode formidlere. Filosof Henrik Syse og artist Rune Larsen er blant dem som har vært andaktsholdere. I forbindelse med ekstraordinære begivenheter har redaksjonen produsert flere direktesendte andakter i distriktsendingene som tar for seg hendelsene. NRK har også endret på den rikssendte andakten ved nasjonale hendelser av stor betydning. På fredager i tilsvarende sendeflate som Morgenandakten etablerte NRK i 2010 Mot Helg. Formålet er å gi publikum den gode fortellingen om gudstro ut fra levd liv. I Mot Helg skal refleksjoner baseres på erfaringer og åndelig opplevelse. Tanken er å gi aksept for at det mennesker opplever er viktig, selv om det ikke alltid stemmer overens med det som står i "hellige skrifter".

Søndag kveld klokka 22.05 sender P1 Salmer til alle tider. Programmet tar for seg salmeskatter og norske tradisjoner og har god lytterkontakt gjennom konkurranser med stor respons.

P1 har sendt 65 radiogudstjenester på søndager og helligdager kl. 11.00 i 2010. 43 av disse er tradisjonelle gudstjenester fra den norske kirke, og sju sendinger har vært fra frimenigheter. I tillegg har 15 vært konsertliknende produksjoner eller såkalte radiomesser. I august sendte NRK dansebandgudstjeneste med Ole Ivars fra dansebandfestival på Sel i Gudbrandsdalen. I mars produserte NRK Hverdagsmesse fra Vår Frue kirke i Trondheim i samarbeid med Thomas og Bjarne Brøndbo og Kirkens bymisjon. Hverdagsmesse fikk stor oppmerksomhet, med blant annet direkteinnslag i Førkveld på NRK1 og i Kveldsåpent på P1.

Allmennverdi

NRK sender livssynsprogrammer av ulik form og sjangere. NRK har som målsetning å gi publikum både innsikt og opplevelse. NRKs livssynsprogrammer viser mangfoldet av tro i Norge i dag, i tråd med NRKs allmennkringkastingsoppgave.

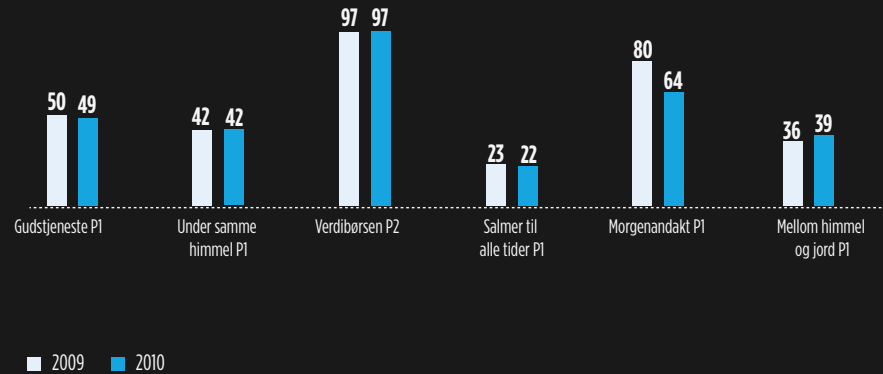


Muslimske Mounir Hamoud og Kristne Marie Knutsen deltok i livssynsprogrammet **Åpen Himmel** med programleder Jathusiga Bridget Rajah i midten. Foto: Jon Annar Fordal/NRK

Livssynsprogrammer på P1 og P2

Timer sendt i 2009 og 2010

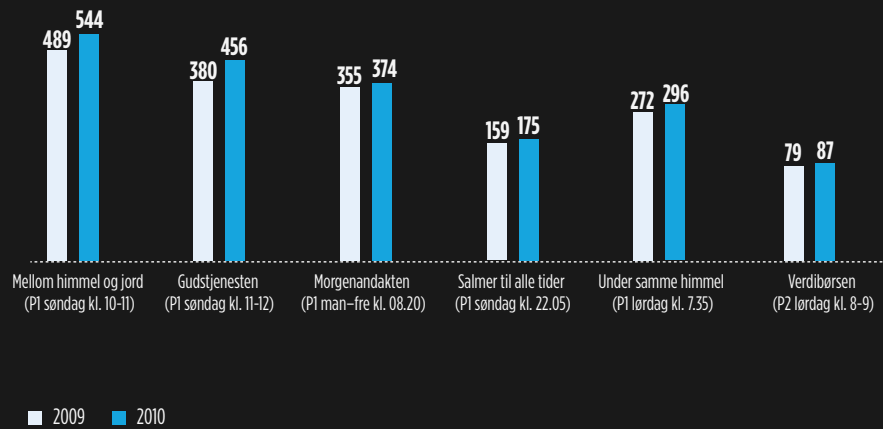
Kilde: TNS Gallup PPM



Religion og livssynsprogrammer på NRK radio

Daglig dekning i 1000

Kilde: TNS Gallup PPM





NYHETSFORMIDLING I ENDRING

23 prosent av befolkningen er helt enig i at Internett er deres viktigste nyhetskilde.

Publikum

Mediebruken er i endring når det gjelder nyheter. Yngre mennesker velger nett som sin viktigste nyhetskilde og bruk av mobile plattformer øker. Radiolyttere vil ha nyheten raskere. Både i radio og på tv ønsker publikum bakgrunn og utdyping. NRK har styrket nyhetstilbudet på alle medieplattformer i tråd med dette.

“ Forlengelsen av Dagsrevyen til tre kvarter, utvidede debatt- og magasinsendinger på NRK2 og etablering av barnenyheter på NRK Super er ikke bare en omlegging av et programskjema.

Den illustrerer også at NRK igjen er i ferd med å bli alene om å produsere aktualitetsprogrammer på norsk TV. ”

Håvard Narum, Aftenposten 7. januar 2010

Vedtekter**§ 12 NRK skal understøtte og styrke demokratiet**

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.

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

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.

§ 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
- Fakta- og bakgrunnsinformasjon for nyheter, debatt og aktuelle samfunns spørsmål



Da kronprinsesse Victoria giftet seg med Daniel Westling i Stockholm i 2010 ble bryllupsfesten en av årets store mediebegivenheter. Foto: SVT.

Innhold

NRK har styrket nyhetssatsingen i betydelig grad, i en tid der andre tv-kanaler har svekket eller fjernet nyhetstilbudet. Dagsrevyen er utvidet fra 30 til 45 minutter. Det er gitt mer plass for utdyping, kommentarer og bakgrunn. Innhold fra distriktskontorene og kulturstoff er viktige daglige innholdselementer. Det var knyttet spenning til hvordan seerne ville ta imot en utvidet nyhetssending, men tallene viser at Dagsrevyens publikumsoppslutning har økt fra 718 000 seere i 2009 til 746 000 i 2010. Søndagsrevyen legger fortsatt hovedvekt på utenriksreportasjer.

Nyhetsavdelingen har i 2010 etablert en egen reportasjegruppe der journalister blir tatt ut av turnus for å jobbe i en periode. Gruppen skal sikre at nyhetsavdelingen har kontinuitet i arbeidet med de store sakene i nyhetsbildet. Gruppen jobber også med å sikre NRK flere egen saker. Blant sakene som gruppen har jobbet frem i 2010, er avsløringen om utenlandske leger som reiser fra land til land og feilbehandler pasienter. Dette var et samarbeid med tv-redaksjonen i Danmarks Radio og resulterte i nye regler i Norden.



Dagsrevyen, her med Atle Bjurstrøm og Ingerid Stenvold i studio, ble utvidet og samler flere seere enn før. Foto: NRK

Debatten er et nytt ukentlig program på NRK1 som byr på bred samfunnsdebatt hver torsdag. Programmet har publikum i salen og gir rom for nye stemmer. Debatten tar opp tidsaktuelle spørsmål, både temaer der redaksjonen selv setter dagsorden og saker fra den offentlige agenda.

Aktuelt på NRK2 er et nytt format for dagsaktuelle saker. Her er det plass til utdypende intervjuer og debatt.

NRK har lang tradisjon for grundig og bred utenriksdekning. I 2010 ble utenrikstilbudet på tv utvidet ved at utenriksmagasinet Urix økte fra én til fire dager i uken. Programmet byr på aktuelle reportasjer og kommentarer fra hele verden. Gjennom daglig tilstedeværelse har Urix nå plass til mer innhold fra våre nordiske naboland.

NRK gjenopprettet i 2010 fast korrespondentstilling i London. NRK har også utenrikskorrespondenter i Beijing, Brussel, Jerusalem, Moskva, Nairobi og Washington hvor det er to korrespondenter. NRK har også faste samarbeidsavtaler med frilansmedarbeidere flere steder i verden.

I tillegg til utenriksstoff produsert av egne medarbeidere har NRK rik tilgang på innhold fra internasjonale byråer, samt fra kolleger i de andre nordiske kringkastingsselskapene. Med i totalbildet hører også et stort antall aktuelle dokumentarer. Temaer i 2010 har vært Wikileaks, oljekatastrofen i Mexicogolfen, vulkantrusselen på Island og Eva Joly på vei inn i fransk storpolitikk, for å nevne noen.



Erik Wold leder **Debatten** fra Litteraturhuset. Foto: NRK.



Jordskjelvet i Haiti preget nyhetsbildet i 2010. Selv om området fortsatt ligger i ruiner, og flom og epidemier herjer, forbereder disse guttene seg på karneval. Foto: Anders Tvegård/NRK.

Nyhetstilbudet i radioen er også styrket i 2010. P1 gir raskere oppdatering ved at nyheter i økende grad presenteres fortløpende i tillegg til nyheter på timeslagene. Mens noen av sendingene på timeslaget er blitt kortere, er det åpnet for større fleksibilitet: flere nyheter "når det skjer", flere ekstrasinger og lavere terskel for utvidet tilbud når nyhetsbildet krever det, både regionalt og sentralt. Dagsnytt har i løpet av året hatt 48 "nyhetsflash", det vil si korte ekstrasinger, og har i annet halvår utvidet ordnære sendinger 24 ganger. P1 har fortsatt hovedsending for riksdekkende nyheter kl. 07.30 og 17.30 og ettermiddagsmagasinet Her og Nå som sendes fra Trondheim. Distriktskontorene har hovedsendinger for regionale morgennyheter kl. 07.03 og 08.03. Radiolytterne lytter til flere minutter med nyheter nå enn før omleggingen.

P2 har større ansvar for fordypning og bakgrunn. Nyhetsmorgen med Dagsnytt's hovedsending er en to og en halv time lang nyhetssending i radioens beste sendetid, med Politisk kvarter og Kulturnytt, kommentarer, intervjuer, reportasjer og nyhetsoppdateringer. Kulturnytt tar opp de aktuelle sakene fra kulturlivet og byr på anmeldelser

og kommentarer. Kulturnytt har også en ettermiddagsutgave, som i tillegg til intervjuer og debatt, har større rom for opplevelse og featurereportasjer.

Dagsnytt 18 er et av P2s mest pålyttede programmer. Programmet er fylt med aktuell debatt og intervjuer innenfor både politikk, økonomi, kultur og utenriks. Programmet sendes også på NRK2.

Søndagsavisa i P2 er eneste nyhetsmagasin i radio på søndager. Ukeslutt sendes både i P1 og P2 og byr på frisk og gjerne provoserende oppsummering av ukas store nyhetsaker og "snakkiser". Ukeslutt dyrker også den grundige og nærgående reportasjen som gir innsikt og nye perspektiver på ukas sentrale temaer. Verden på lørdag oppsummerer og bringer bakgrunnsstoff om internasjonale nyheter.

P3 har egne nyhetssendinger som både i form og innhold er laget for å engasjere yngre radiolyttere. Supernytt, nyheter for barn på tv, er omtalt annet sted i rapporten.



Reportere i felt må ofte improvisere. Her bruker utenriksmedarbeider Anders Tvegård et teppe for å bedre akustikken under arbeid med en radorapport fra Haiti. Foto: Anders Tvegård/NRK

Nrk.no satser på rask nyhetsoppdatering og vokste markant i 2010 sammenliknet med 2009. Ved utgangen av året hadde antall daglige brukere av nrk.no økt med vel 40 prosent. Nettet oppdateres fortløpende med tekst, bilder, lyd og videoklipp. Nrk.no bringer nyheter fra hele landet og utenriksnyheter fra hele verden. Det gjelder så vel hendelsesnyheter som nyheter fra politikk, økonomi og samfunnsliv for øvrig. Nrk.no har en frontdesk som også samler trådene fra redaksjoner som arbeider med nyheter fra sektorer som kultur, vitenskap, fakta, helse, sport og underholdning. På nrk.no kan man lese bakgrunnsstoff, se og høre radio og tv i sann tid, og se og høre nyhetsinnslag eller hele nyhetsprogrammer etter at de er sendt på radio eller tv.

The screenshot shows the NRK website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Nyheter', 'TV', 'Radio', and 'Snarveier' menus, and a search bar. Below the navigation, a red banner reads 'DIREKTE NÅ: FØLG REDNINGSAKSJONEN DIREKTE - 9 AV 33 ER NÅ REDDET'. The main content area features a video player with a red target icon and the text 'Direktesendingen pågår. Klikk for å starte'. Below the video, the headline reads '- Redningsaksjonen går ekstremt bra'. Underneath the headline, there is a sub-headline: 'Nå er den eldste gruvearbeideren - Mario Gomez Heredia (63) - kommet opp fra gruen.' followed by a link 'SE DIREKTE og les saken' and a bullet point 'Les også: - Vi skal hente dem ut alle som en | Her er redningsplanen'. To the right of the main content, there is a sidebar titled 'NRK NETT-TV' with a list of programs: 'Nært møte - Lykken ligger i å være engasjert', 'En helg med David Hasselhoff 1:2', 'Ta en Tattoo 4:6', 'Brennpunkt: Vaskehjelpens forlatte barn', and 'Bokprogrammet: Hestens debutanter'. Below this, there is a section for 'Flere TV-programmer' and 'SE TV DIREKTE' with buttons for NRK1, NRK2, NRK3, and NRK Super. At the bottom of the sidebar, there is a section for 'NRK NETTRADIO' with buttons for NRK P1, NRK P2, NRK P3, and NRK mP3.

Da 33 gruvearbeidere ble heist opp i frihet etter den dramatiske gruveulykken i Chile, overførte **nrk.no** redningsaksjonen direkte på nett-tv. Foto: NRK

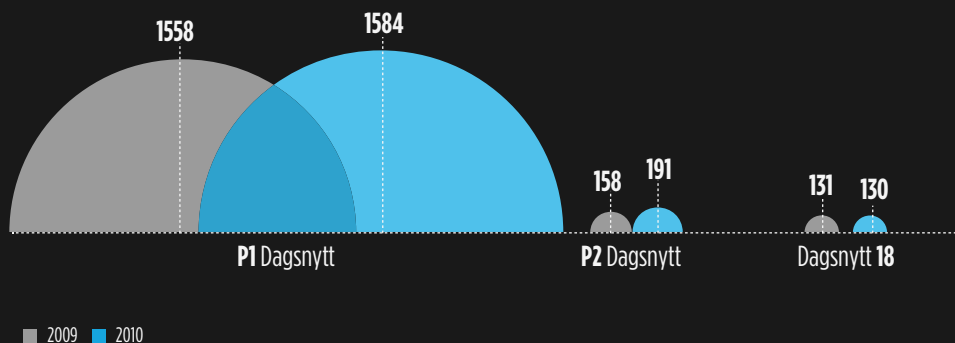
Allmennverdi

Nyhetsformidling er en sentral del av NRKs oppdrag. NRK legger stor vekt på å være til stede på de formidlingskanalene som er i bruk blant publikum. Bare da kan NRK lykkes med å være en felles referanse og bidra til å skape en felles offentlighet for alle. Nyhetsformidlingen omfatter både hurtig formidling av hendelser og nyheter, utdyping, debatt, bakgrunn, innsikt, analyse og kommentar.

Distriktskontorene har et særlig ansvar for å formidle nyheter og aktuelt innhold med utgangspunkt i publikums eget nærmiljø.



Viggo Johansen og Nina Owing planlegger sending av **Dagsrevyen** i Nyhetsavdelingens åpne kontorlandskap. Foto: Per Ole Hagen



Publikum lytter mer til NRKs nyhetssendinger etter omleggingen

Antall lytteminutter. Befolkningen 12 år+

Kilde TNS Gallup PPM

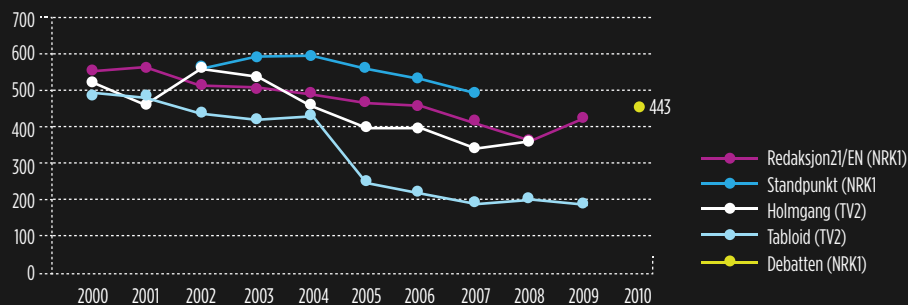
Nyhetstilbudet øker på NRKs tv-kanaler

	NRK1	NRK2	TV2	TVN
2000	866	103	627	220
2001	1181	200	747	249
2002	1044	94	591	271
2003	1143	94	560	377
2004	1229	96	625	357
2005	1259	94	633	283
2006	1197	85	592	212
2007	1011	1030	555	211
2008	1029	2616	489	199
2009	1403	2494	434	121
2010	1407	2474	430	0

Antall sendte nyhetstimer på norske tv-kanaler i perioden 2000-2010

Tabellen viser totalt antall sendte nyhetstimer på norske tv-kanaler i perioden 2000-2010.

Kilde: TNS Gallup tv-meter

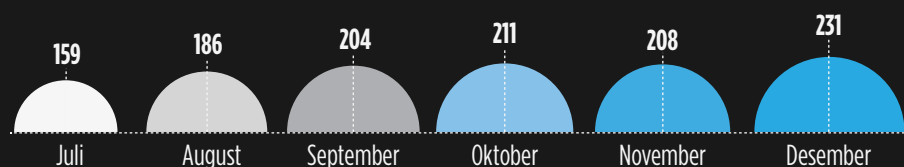


Seertall for debattprogrammer på NRK1 og TV2 i perioden 2000-2010.

Rating i 1000. Befolkningen 12 år +

Første halvdel av tiåret var storhetstiden for debattprogrammer på tv. Publikum kunne velge mellom fire debattprogrammer i beste sendetid på NRK1 og TV2. Nedgangen i seere for Tabloid i 2005 skyldes endring av sendetidspunkt.

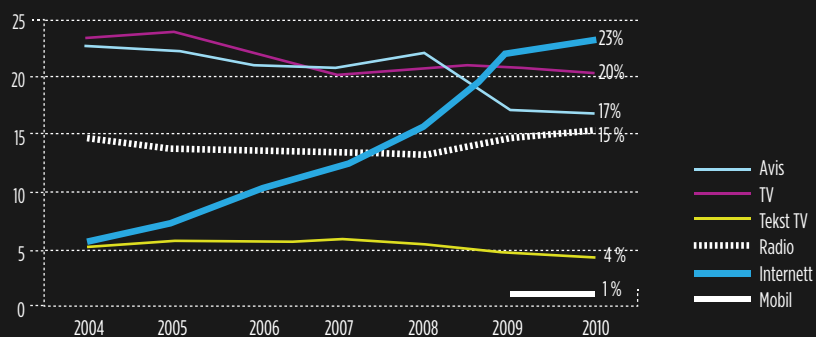
Kilde: TNS Gallup tv-meter



Daglig dekning i 1000 for forsiden på nrk.no

Tall fra det nye internettpanelet (NIP) viser en positiv utvikling for forsiden på nrk.no

Kilde: Norsk Internett Panel TNS Gallup



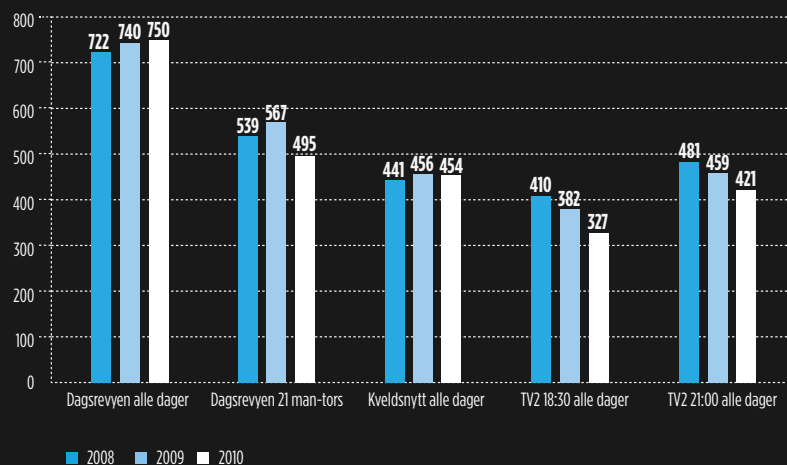
Min viktigste nyhetskilde

Andel som svarer helt enig (ikke gjensidig utelukkende)

Kilde: TNS Gallup Forbruker og Mediar

Nettet som viktigste nyhetskilde i befolkningen har økt betydelig siden 2004

Nettet som viktigste nyhetskilde i befolkningen har økt betydelig siden 2004



Nyhetsprogrammer på tv

Rating i 1000

Kilde: TNS Gallup tv-meter



SAMISK IDENTITET

91 prosent av den samiske befolkningen har tilgang til Internett.

Publikum

Den samiske befolkningens medievaner endrer seg på samme måte som medievanene ellers i befolkningen. 91 prosent av den samiske befolkningen har tilgang til Internett. Det samiske hovedopdraget er å bidra til å styrke samisk språk, identitet og kultur. Det innebærer å tilby innhold til den samiske befolkningen, og samtidig bidra til at hele befolkningen får kunnskap om samisk kultur og språk. Rundt halvparten av den samiske befolkningen snakker samisk eller forstår samisk. To tredeler bor i Finnmark, Troms eller Nordland mens en tredel bor i andre deler av landet.

“Vi prøver å ta tak i fordommene i det samiske samfunnet. De er det mange av. Vi forsøker å få svar på om det finnes sannhet i dem, eller om det bare er myter.”

Programleder Elle Gaup, nrk.no, 13. oktober 2010

Vedtekter

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

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.

Innhold

NRK Sami Radio har skiftet navn til NRK Sápmi. Navnskiftet understreker at redaksjonen legger vekt på å fremstå som en flermedial organisasjon som produserer innhold til radio, tv og nett. Samisk radioinnhold presenteres både på P2, P1 og på egen samisk digital radiokanal som er tilgjengelig for alle over hele landet. Det er faste tv-sendinger på NRK1, NRK2, NRK Super og på NRK3. NRK Sápmi er også til stede på nett og mobile plattformer. Samisk radioinnhold sendes regionalt om morgenen på P2-nettet nord for Salten. I tillegg sendes innholdet på digitalkanalen. Morgentilbudet på radio lages i samarbeid med Sveriges Radio. Programlederne sitter i hvert sitt land, men lager morgensendingen sammen direkte, slik at man får inntrykk av at de sitter i samme studio.

Oddasat, nyhetssendinger på radio og tv, er kanskje den mest kjente merkevaren fra NRK Sápmi. Tv-sendingene lages i et samarbeid mellom Norge, Sverige og Finland. Sendingene settes sammen og sendes fra Karasjok til alle de tre nordiske landene. Sendingene er på samisk, og er i tillegg teksten på norsk og på de respektive språkene i Sverige og Finland. I daglige nyhetssendinger på radio

formidles nyhetene både på samisk og norsk. Det samiske hovedspråket er nordsamisk, men i sendingene på radio brukes både sørsamisk og lulesamisk.

Kulturmagasinet Árdna lages både på tv og radio. Hver fredag sendes Árdna på norsk i halvtimen fra kl. 13.30 på P2. Programmet formidler reportasjer og samisk musikk. Programmet sendes søndag kl. 22.30 på P1. Det ble laget ti tv-utgaver av Árdna, med samisk som dominerende talespråk og med teksting på norsk.

Mánáid-tv er NRK Sápmis del av barneuniverset NRK Super. I 2010 fikk Mánáid-tv fast sendeflate på NRK Super klokka 17.00 på hverdager (mandag – torsdag). Dette ga bedre regularitet, større tydelighet og større volum i det samiske barnetilbudet. I konseptet Drømmejobben fikk barn mulighet til å utøve et yrke og deretter gi yrket et terningkast. Mánáid-tv er også et tilbud på nettsidene til NRK Super.

IZU er NRKs satsing for samisk ungdom. I 2010 utviklet redaksjonen Elle show, det første samiske talkshowet på NRK. Programmet ledes av Elle og Rolffa, spilles inn med

publikum til stede, og er et friskt studioskonsept med gjester. Hvert av de ti programmene på NRK3 har ulike temaer under mottoet "vær deg selv" der ulike rollemodeller blir utfordret på sine personlige valg. Programmet utfordrer fordommene i det samiske samfunnet.



Programlederne Elle Gaup og Rolf Morten Amundsen i **Elle show** tar tak i fordommene våre. Foto: Vanja Ulfesnes, NRK.

Samisk nettinnhold har vært under sterk utvikling de siste årene. Det gjelder hurtigere oppdatering, mer bredde i tilbud og kommunikasjonsform. De ulike redaksjonsmiljøene sørger for oppdatering både av nyheter, kulturstoff og innhold for unge og for barn. NRK Sápmi overfører aktuelle begivenheter på direktesendt nett-tv, for eksempel ved den første åpne høringen på Sametinget.

NRK Sápmis nyheter blir presentert på norsk på nettet. Høsten 2010 rekrutterte NRK Sápmi nye nettjournalister og begynte samtidig med teamorganisering av reportere som jobber spesielt med nettpublisering. Dette styrket kvaliteten i nettjournalistikken. Nettilbudet ble også utviklet på området "storytelling" der reporteren er fremtredende med sine egne erfaringer og kunnskaper. Blant annet Alta-saken 30 år etter ble behandlet tematisk på en slik måte.

Det legges vekt på å inkludere samisk innhold innenfor ulike sjangere. Underholdningsdokumentaren En sommerfulg i vinterland, om meksikanske Elisabeth Rios som drømte om å få se nordlyset, ble sett av 600 000 seere.

NRK Sápmi har et særlig ansvar for kontakt med andre urfolkskringkastere, og utveksler innhold med disse. I 2010 ble urfolksmagasinet Dávgi programsatt på NRK2. Programmet er et resultat av samarbeid mellom åtte urfolkskringkastere som bidrar med reportasjer med særlig søkelys på kultur, rettigheter og språk. Hver av samarbeidspartnerne kan velge innhold som er relevant for egne seere og sette sammen programmet med egen programleder.



En sommerfugl i Vinterland var en underholdningsdokumentar om meksikanske Elisabeth Rios som drømte om å få se nordlyset.

NRK Sápmi har utviklet "storytelling" på nett, der journalistene spiller en mer personlig rolle og bidrar med egne erfaringer og kunnskaper. Foto: NRK

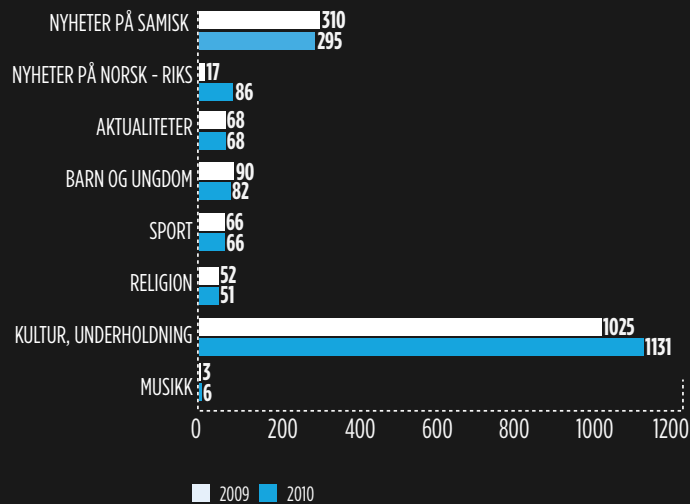
Allmennverdi

For å bidra til å styrke samisk språk, identitet og kultur, legger NRK vekt på å tilby relevant innhold med sjangerbredde både til den samiske befolkningen og til befolkningen for øvrig. NRK tilbyr dette innholdet på samisk og norsk.



Ole Máhtte Gaup er programleder i **Radio izü** og Elle Gaup programleder for **IZÜ tv og radio**.
Foto: NRK Sápmi

Radio (FM-sendinger)



2009
TOTALT SENDTE TIMER
1631

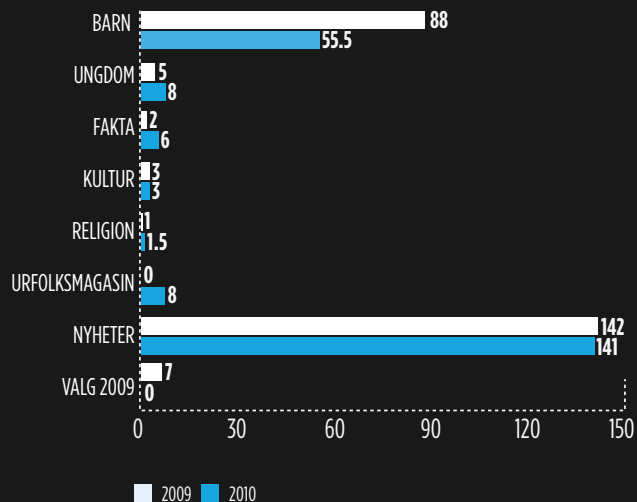
2010
TOTALT SENDTE TIMER
1785

NRK Sapmi programprofil for radio i 2009 og 2010

Timer sendt

Kilde: NRK statistikk

TV



2009
TOTALT SENDTE TIMER
248

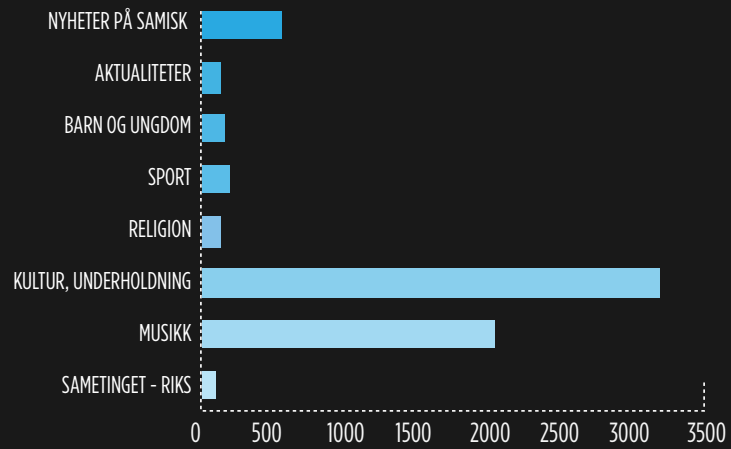
2010
TOTALT SENDTE TIMER
223

NRK Sapmi programprofil for tv i 2009 og 2010

Timer sendt

Produksjonen av samisk barne-tv har økt med 7 timer. Samisk barne-tv har også fått fast sendetid på NRK Super fra mandag til torsdag. Nedgangen i antall timer skyldes færre reprisesendinger i 2010.

Kilde: NRK statistikk



TOTALT
DAB SENDETIMER
6528

NRK Sapmi på DAB i 2010

Timer sendt

Kilde: NRK statistikk



SPORTSLIG TOTALOPPLEVELSE

1 859 000 så herrestafetten på NRK1 fra Vinter-OL i Vancouver 24. februar 2010.

Publikum

Store sportsbegivenheter gir opplevelse og fellesskap. Den gjennomsnittlige nordmannen så rekordmye tv under Vinter-OL i Vancouver i februar 2010 – nærmere fire timer daglig. OL-sendingene sto for ni prosent av seingen på NRK1 i 2010 og bidro til kanalens økning i markedsandel fra 2009.

—

“ NRK har sendt mer enn 500 timer fra mesterskapet i Vancouver, og mange romerikinger har innført unntakstilstand i stua de to ukene OL har pågått. ”

Julie Arnestad, Romerikes blad, 27. feb-2010

—

Vedtakter

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

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

§ 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 sport og underholdning.

Innhold

De Olympiske Leker i Vancouver 2010 ble en dekket som en totalopplevelse på alle NRKs plattformer med 500 timer innhold fordelt på 16 dager. For første gang flyttet NRK Sport hele redaksjonen ut av NRK Marienlyst til byen der OL foregikk, og rundt 90 personer var på plass for å dekke arrangementet.

NRK1 og NRK2 sendte flere daglige direkte-sendinger både natt og dag, og supplerte med høydepunkter og OL-studio. P1 overførte direkte radio fra begivenhetene i Vancouver hver kveld med reportasjer og nyheter.

På nett etablerte nrk.no en egen OL-spiller, og sendte direkte i opptil ni kanaler samtidig. Absolutt alle konkurranser ble vist direkte. OL-spilleren ga brukerne mulighet til å pause og spole i sendingene etter eget behov, og tilbød fortløpende resultat- og medaljeoversikt knyttet til de enkelte øvelsene. NRK har aldri gjort en så omfattende dekning på nett tidligere. NRK la også vekt på å vise at OL er mer enn bare idrett og tilbød mye godt featurestoff med innslag om kultur, historie og natur fra Canada.

I forbindelse med OL i Vancouver startet NRK med HD-sendinger. Aller første sending var på luften fredag 12. februar. For å kunne sende i HD har NRK oppgradert hovedkontrollen (HK) hvor alle NRKs programmer sendes fra.

NRK sendte 27 tv-timer fra Paralympics

i Vancouver i perioden 13. - 21. mars 2010. Det ble mange store prestasjoner og sterke idrettsøyeblikk på NRK1 og NRK2. I kvelds-sendinger på NRK2 ble dagens øvelser oppsummert med særlig fokus på øvelsene med norske deltagere. Blant de mest sette direkte-sendte øvelsene var skiskyting stående for synshemmede, med i overkant av 100 000 seere. NRK har aldri sendt så mye direkte fra et Paralympics som fra Vancouver. Nrk.no opprettet tre egne kanaler i nett-tv der publikum kunne se hele øvelser og følge mesterskapet tettere.



NRKs programledere og reportere på plass i Vancouver, f.v. Dag Erik Pedersen, Karen-Marie Ellefsen, Pål Gordon Nilsen, Anne Rimmen og Line Andersen. Foto: Anne Liv Ekroll, NRK.



12. februar var datoen for NRKs aller første sending i HD, og alle direkte-sendingerne fra OL var tilgjengelige i HD-kvalitet. Foto: Scanpix/NRK

NRK har laget reportasjer fra funksjonshemmedes idretter gjennom året, og har blant annet hatt fokus på profiler som langrennsløper og skiskytter Nils Erik Ulset. Han vant prisen Årets funksjonshemmede utøver i Norge for sesongen 2009 på Idrettsgallaen 2010. NRK har også laget reportasjer knyttet til Olympiatoppens og Norges Idrettsforbunds satsing på funksjonshemmede og den nasjonale konferansen for idrett for funksjonshemmede.

Gruppen i NRK som jobber med funksjonshemmedes idretter har blitt utvidet i 2010 og målet er et enda tettere og mer systematisk arbeid mot de ulike idrettene og utøverne. NRK har også gått i bresjen internasjonalt, via den europeiske kringkastingsunionen (EBU) og tatt til orde for at produksjoner som Paralympics bør holde et vesentlig høyere nivå. NRK mener det er svakheter i produksjonen, spesielt i forhold til produksjonen av skiskyting og langrenn.

Sportsrevyen på søndager har fornyet sendingene i løpet 2010. Et av målene har vært å gjøre sendingene mer attraktive for yngre målgrupper. I tillegg har redaksjonen gitt programmet tydeligere ramme og innhold. Den

aktive idretten er hovedfokuset i Sportsrevyen og skal fortsatt være det, men nye elementene i sendingene er brakt inn. Det handler om mer aktiv bruk av arkivstoff, ukentlige aktuelle saker der det er rom for fordypning, og flere profilerte personligheter som får slippe til med sin mening om forhold som opptar dem i idretten under vignetten "SportHvitt".

En uvanlig satsing i 2010 var direkte sending på NRK1 fra Super Bowl finalen i USA. Viasat har rettighetene til amerikansk fotball i Norge, men et samarbeid med Viasat førte til at NRK kunne tilby Super Bowl direkte på NRK1 natt til 8.februar. Hver reklamepause i den amerikanske sendingen ble erstattet med studio sending fra Oslo, mens de amerikanske kommentarene under selve spillet ble beholdt. Over 100 000 seere fulgte direkte sendingene i Norge, de fleste i alderen 20 og 40 år. Finalen i Super Bowl satte seerrekord i USA i 2010 og i 2011.

The screenshot shows the NRK Sport website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Nyheter', 'TV', 'Radio', and 'Snraveiler'. The main header features the 'Sport' logo and a search bar. Below the header, there's a large banner for 'Se og følg Paralympics på NRKSport.no' with a photo of a skier in action. To the right of the banner is a weather widget for 'Vervet for Khandy' showing a temperature of -14°C. Below the banner, there's a section titled 'Paralympics varer 12. til 21. mars. NRKSport.no følger mesterskapet tett på nett-TV.' followed by a detailed schedule of events for 'PARALYMPICS PÅ NRK2' from Sunday to Friday. The schedule lists various sports like biathlon, cross-country, and ice hockey with their respective broadcast times. On the right side of the page, there are social media links for Facebook and Twitter, and a 'Les' section with related news items.

NRK har aldri sendt så mye direkte fra et Paralympics som fra Vancouver. Foto: NRK.

Sommeren 2010 var en innholdsrik sportsommer på NRK, og programleder Line Andersen frontet en rekke friidrettssendinger. NRK sendte daglig direkte fra EM i friidrett i Barcelona med Karen-Marie Ellefsen, Lars Lystad og Vebjørn Rodal til å kommentere. De store verdensstjernene manglet under EM, men det lyktes å skape blest om og interesse for andre profiler. NRK sendte lange sendinger med mye reportasjestoff. I tillegg dekket NRK Diamond League fra blant annet Paris, Stockholm, London, Zurich og Brussel i beste sendetid på fredager gjennom hele sommeren. NM i friidrett fra Sandnes og Bislett Games i Oslo fikk også solid dekning. Andre idrettsbegivenheter der NRK var til stedet var blant annet Ekstremsportveko i Voss, Birkebeinerrittet og Birkebeinerrennet, Arctic Challenge og Finnmarksløpet.



Asbjørn Slettemark har usedvanlig god greie på amerikansk fotball og var programleder for **Super Bowl**-sendingen på NRK1. Foto: Asbjørn Slettemark.



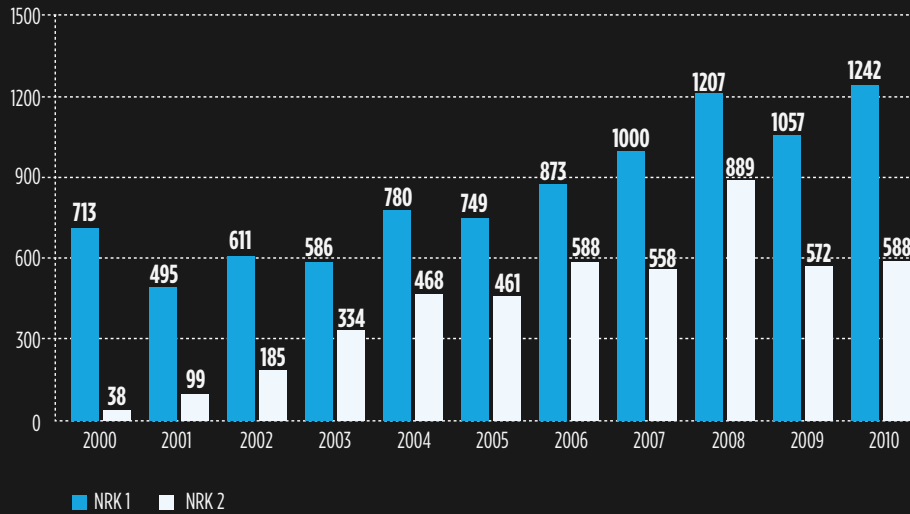
Line Andersen frontet NRKs friidrettssendinger på NRK sommeren 2010. Foto: NRK.

Allmennverdi

Eliteidrett og folkeidrett engasjerer og berører mange. NRK har som oppgave å speile det norske samfunnet og som en del av oppdraget er bredden i norsk idrettsliv et sentralt område å dekke.

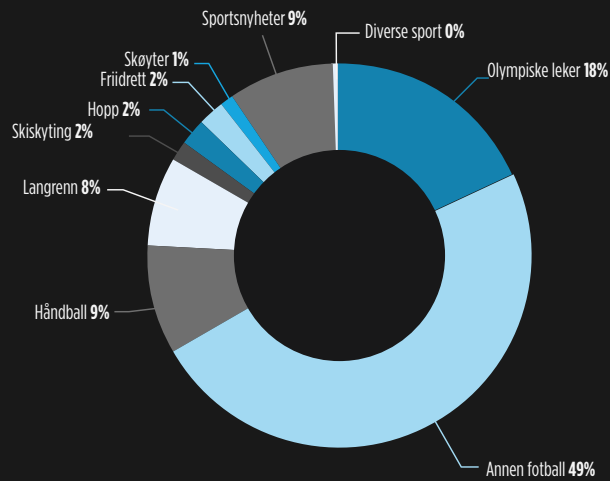


Sportsankeret Susann Michaelsen forbereder sending i sportsstudio. Foto: Per Ole Hagen



Antall sendte sportstimer på NRK1 og NRK2 i perioden 2000-2010

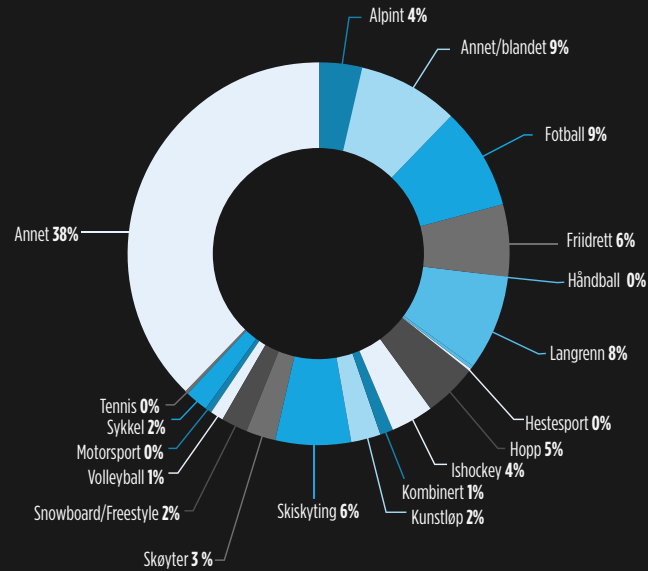
Kilde: TNS Gallup tv-meter



Sport på NRK P1 i 2010

271 timer - 3 prosent av kanalens sendetid.

Kilde: NRK statistikk

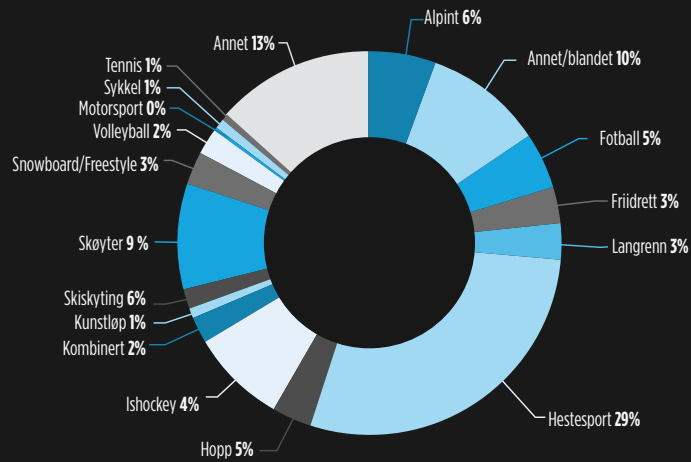


Sport på NRK1 i 2010

1242 timer - 15 prosent av kanalens sendetid

Antall sportstimer på NRKs tv-kanaler har økt de siste ti årene, og har vært på sitt høyeste under Sommer-OL i 2008 og Vinter-OL i 2010.

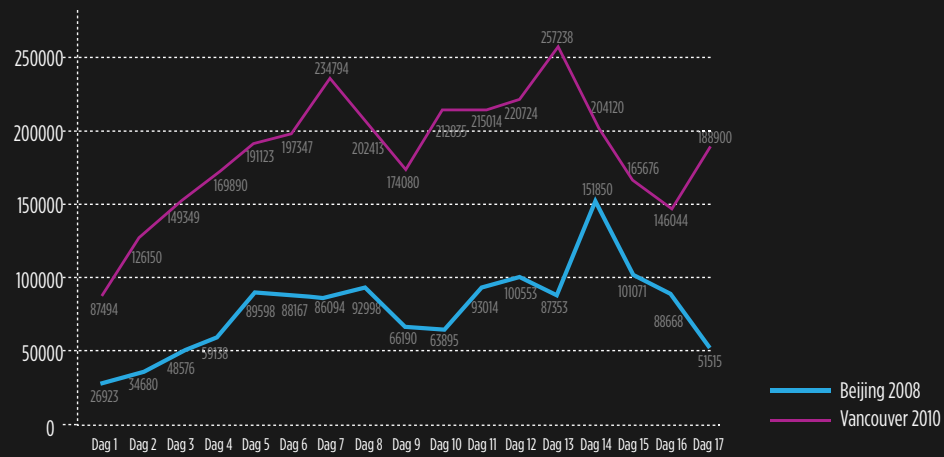
Kilde: TNS Gallup tv-meter



Sport på NRK2 i 2010

588 timer - 9 prosent av kanalens sendetid

Kilde: TNS Gallup tv-meter



Olympiske leker i Vancouver 2010 versus Beijing 2008

Unike brukere på sportens nettsider på nrk.no

Sportensidene på nrk.no satte nye trafikkrekorder under Vancouver 2010, med dobbelt så mange unike brukere som under Beijing-OL.

Kilde: TNS Scores



DEL ØYEBLIKKET

To millioner nordmenn så finalen i Eurovision Song Contest sammen med resten av Europa.

Publikum

Før digitaliseringen av bakkenettet for fjernsyn foregikk 90 prosent av all tv-seing på fem norske hovedkanaler. I dag velger de fleste tv-seere mellom ni norske kanaler. Utvikling tilsier at det kan bli vanskeligere å skape de store samlingspunktene på tv i fremtiden. Men også i 2010 lykkes NRK1 med å samle over en million seere på en rekke programmer og begivenheter. Det er i første rekke underholdning, drama og sport som appellerer til det brede lag av befolkningen. Nytt på nytt står i en særstilling. Programmet har gått på NRK1 siden 1999, og har nærmere 1,3 millioner seere i snitt på fredagskvelden.

“Harald Eia tildeles Fritt Ords Honnør for gjennom programmet Hjernevask å ha utløst en av de heftigste debattene om forskning i nyere tid.”

Fritt Ord, 8. desember 2010

Vedtekter

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

- 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.

§ 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; Sport og underholdning

Innhold



Harald Eia skapte en av 2010s største fagdebatter med programserien **Hjernevask**. Foto: Ole Kaland/NRK

og miljø, dro i gang en stor debatt om vitenskap og motsetninger mellom ulike vitenskapsmiljøer. Programmet utløste en oppmerksomhet rundt disse temaene som de sjelden ellers får. Som underholdningsprogram var Hjernevask sjangeroverskridende i både form og innhold. Harald Eia og NRK vant flere priser for serien i ettertid, blant annet Fritt Ords Honnørpris og Mensaprisen 2010. Hjernevask ble også tema for Debatten på NRK1 direkte fra Trondheim.

Med Hjernevask børstet Harald Eia støv av sosiologiutdannelsen og lanserte seg selv som forskningsjournalist på NRK1. Få programmer satte dagsorden på samme måte i 2010. De populære vitenskapelige spørsmålene Harald Eia og manusforfatter Ole Martin Ihle stilte i syv programmer om arv

Elleve nordmenn med ulike funksjonshemninger skrev historie da de la ut på en tur som virket umulig å gjennomføre. De fikk 30 dager på seg til å forsere 500 kilometer villmark. Ingen grenser representerer en type realityserie der ingen stemmes ut, og som tett på menneskene skildrer veien mot et felles mål. Ingen grenser synliggjorde mennesker med funksjonsnedsettelse i media. Deltakerne Tare Teksum og Siv Toverud vant Adresseavisens og NRK Trøndelags felles kåring "Årets trønder 2010" I begrunnelsen heter det at de har vært med på "å synliggjøre talent, i stedet for å gjemme svakheter" og "fremstått som strålende forbilder for både funksjonshemmede og - friske" (nrk.no 07. januar 2011). Serien vant også Gullruten 2010 i kategorien beste reality.

Ingen grenser startet på nrk.no under opptakene av serien høsten 2009. Dette innholdet i oppdatert versjon ble nettstoff i sendeperioden med 137.300 unike brukere og 869.000 antall sidevisninger.



Ingen grenser var et av 2010s mest populære underholdningsserier. Foto: Geir Evensen/NRK



Uten noen ekspedisjonserfaring skulle Suzanna Tangen, Tare Teksum, Siv Toverød, Kjell Bjelland, Elin Aa, Grethe Fure, Aleksander Øverland Berg, Frode Bergquist, Per Christian Brunsvik, Geir Arne Hageland og Erik Normann krysse Nordkalotten i **Ingen grenser**. Foto: Geir Evensen/NRK

NRK samlet hele Europa til en fantastisk fest gjennom tre direkte-sendte show fra Fornebu Arena i Eurovision Song Contest 2010 (ESC). Nadia Hasnaoui, Haddy N'jie og Erik Solbakken ledet showet, og Olav Viksmo-Slettan hadde kommentatorstemmen inn i de norske stuer. 39 nasjoner konkurrerte, og Lena Meyer-Landrut vant med det tyske bidraget Satellite.

Norge og NRK valgte en linje for produksjonen hvor visjonen var å inkludere hele Europa. Slagordet "Share The Moment" ble utviklet av NRK etter en omfattende prosess. Ideen var at ESC skulle speile det unike i at et publikum på over 100 millioner seere var samlet om en felles opplevelse over hele Europa.

I løpet av finalens pausenummer var 50 000 mennesker over hele Europa med på å skape verdens største flash mob dans. Finalesendingen alene ble sett av om lag 69 millioner seere. Det samlede tallet for to semifinaler og finalen til sammen var 108,2 millioner. De norske tallene var også høye, med 1 979 000 seere og markedsandel på 89 prosent. Dette gjør finalesendingen til det 13. mest sette programmet siden 1992.

Budsjettet på 200 millioner kr ble overholdt. Fordelingen var omtrent 100 millioner kr til tv-produksjon, 50 millioner kr til event (transport, sikkerhet, pressesenter, IKT, akkreditering, delegasjonshåndtering, catering) og 50 millioner til felleskostnader (strøm, arenaleie, overtidskostnader, EBU-møter, HMS, presse/promotering).



Det var totalt 8 532 akkrediterte folk i omløp på Telenor Arena i løpet av perioden.
Foto: Kim Erlandsen/NRK



For pausenummeret i ESC ble NRK nominert i to kategorier under årets European Excellence Awards 2010 i Praha. Prisen kårer årets beste kommunikasjonstiltak i Europa for reklame og kommunikasjon i alle bransjer.
Foto: Gorm Kallestad/Scanpix

NRK leverte en rekke oppkjøringsprogrammer før finalene av ESC. I Destinasjon Fornebu telte utvalgte gjester og Per Sundnes ned med temasendinger om ESC fire lørdagskvelder på rad. Alle bidragene i konkurransen ble presentert i sin helhet i programmene Adresse Oslo. Marte Stokstad, Synnøve Svabø og Per Sundnes tok pulsen på hovedstaden etter de to delfinalene, og lørdagen bød de på direkte sendt vorspiel fra Telenor Arena med blant annet statsminister Jens Stoltenberg som gjest. I tillegg vant NRK konkurransen om å få produsere EBU's nedtellingsprogram til ESC. De ble sendt over hele Europa, og Ian Wright presenterte alle de 39 landenes bidrag samtidig som han forsøkte å gi publikum et innblikk i den gjennomsnittlige nordmanns liv.

MGP og ESC er NRK Underholdnings største nettsatsing, og et prosjekt der tv og nett har kommet langt i å jobbe integrert. Nettdekningens fortrinn var å kunne ta publikum med bak kulissene, og vise artistene på nært hold. Fra den internasjonale finalen fikk publikum live streaming via mobiltelefon direkte fra greenroom. Nrk.no var med på å gjøre NRKs innhold bedre kjent utenfor landets grenser med to millioner treff på NRKs egen YouTube-kanal, og henvisning til NRKs videoer i internasjonale medier som The Daily Mail. Nrk.no/mgp hadde 2,1 millioner treff i mai, over en halv million flere enn året før. All bruk i nett-tv og NRKs innhold på eksterne kanaler kommer i tillegg til dette.

Innhold som er populært på tv er som regel også populært på nett. På nett-tv var Nytt på nytt, Storby natt og Hjerte til hjerte – Spillet blant de mest sette programmene i reprise. Første episode av Hjernevask var det mest brukte enkeltklippet i mars med over 242 000 sidevisninger. Totalt sett ble Hjernevaskprogrammene klikket på



Nadia Hasnaoui, Haddy N'jie og Erik Solbakken ledet de tre ESC-showene, og overleverte pokalen fra Alexander Rybak til Lena Meyer-Landrut. Foto: Kim Erlandsen/NRK

mer enn 620 000 ganger i mars. NRKs utnyttelse av ekstramateriale som ikke blir sendt på tv er også populært på nettet. Underholdningssområdet dekkes i tillegg daglig med nyheter fra både Norge og verden.



Gjennom uker med sosialt fellesskap på den ene siden og tøffe konkurranser på den andre, stod en vinner igjen: Daniel Franck ble **Mesternes Mester** i 2010. Foto: Marius Arnesen/NRK. I **Big Bang** underholdt komikerduoen Anne-Kat. Hærland og Dagfinn Lyngbø det norske folk ved å få en lege, en sosialantropolog, en biolog, en fysiker og en historiker til å svare på de store og små spørsmålene i livet. Foto: Erik Dyrhaug/NRK. Tre norske familier bestående av mor, far og tenåringsbarn bodde under enkle forhold i fremmede kulturer i **Den store reisen**. Foto: Strix/NRK. **Hjerte til Hjerne - Spelet** fulgte dramaet rundt Linn Skåber, og var blant programmene som ble mest sett i reprise på nett-tv. Foto: Anne Liv Ekroll, NRK





Fredrik Skavlan er programleder for skandinavias største talkshow med opp mot tre millioner seere i Sverige og Norge hver uke. Foto: Carl-Johan Söder/SVT. Den spenningsdrevne underholdningsserien **De ukjente** med Stian Barsnes-Simonsen stod for lørdagsunderholdning på NRK1 i 2010. Foto: Fredrik Arff/NRK. I sitt ellefte år klarer **Nytt på nytt** fortsatt å samle flest seere uke etter uke. En del av fredagsritualet for veldig mange nordmenn. Foto: Ole Kaland/NRK. **Beat for Beat** er et utrolig slitesterkt konsept som i revitalisert form fortsatt samler hele familien foran tv-skjermen. Foto: NRK. **Storbynatt** var klassisk talkshow med tydelig preg av Bård og Harald slik vi kjenner dem. Foto: Fredrik Gabrielsen.





Kjente gjester er på besøk hos programleder Eline Lindhjem hver lørdag, der de får spille sin favorittmusikk og fortelle om hvordan de ville brukt tiden sin - hvis de var på en **Øde øy**. Foto: Rune Lind/NRK. **Nitimen**, med programledere Pål Thoresen, Ida Kjøstelsen og Hans-Petter Jacobsen, var i 2010 fortsatt "Norges nasjonalprogram" og hadde en økning på nærmere 100 000 daglige lyttere sammenlignet med året før. Foto: Rune Lind/NRK. Finn Bjelkes **PopQuiz** står for lytterkontakt og god musikk direkte hver lørdag, og er et av landets mest populære radioprogrammer. Foto: Rune Lind/NRK.

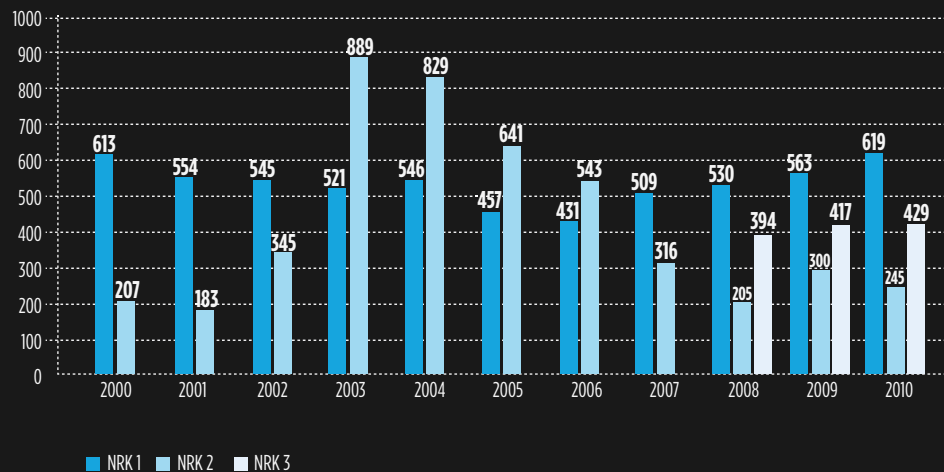


Allmennverdi

I 2010 har flere sjangeroverskridende underholdningskonsepter, som Hjernevask, Lyngbø og Hærlands Big Bang og Ingen grenser, bidratt til debatt og synliggjøring av viktige temaer på nye måter. I en medieverden der tilbudet øker og plattformene er mange, og underholdningstilbudet er det som øker mest, fortsetter NRK å skape felles opplevelse med underholdningstilbudet. Et samlet Europa sa "share the moment" under ESC, og det samme skjer innenfor nasjonale rammer med noen av de største underholdningskonseptene fra NRK.



I malersalen på Marienlyst bygges kulisser til tv-studioene. Foto: Per Ole Hagen



Antall underholdningstimer på NRK1, NRK2 og NRK3 i perioden 2000-2010

Antall timer sendt

Underholdningstilbudet på NRK2 hadde en topp i 2003 og 2004, med blant annet programmene Blender og Mad-TV på hverdager.

Kilde: TNS Gallup tv-meter

NRK P1 har et bredt sammensatt underholdningstilbud

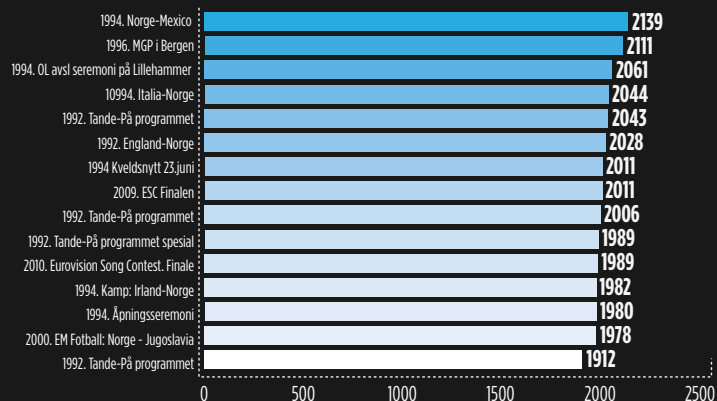
NRK P1

Tittel	Sendte timer	Antall program
Kveldsåpent	655	691
Nitimen	426	465
Herreavdelingen	158	148
Kveldsmat	133	143
Reiseradioen	132	144
Herreavdelingens platesjappe	64	68
Nostalgia	61	65
Popquiz	56	64
Søndagsåpent	45	48
Musikkabalen	43	96
Utakt	43	46
Pepper og pasjon	38	41
Reiseradioens reviderte	37	39
20 spørsmål	35	78
Brønsj	29	31

NRK P1 har et bredt sammensatt underholdningstilbud

Tallene viser antall timer i løpet av 2010 for de største underholdningsprogrammene på NRK P1

Kilde: TNS Gallup PPM

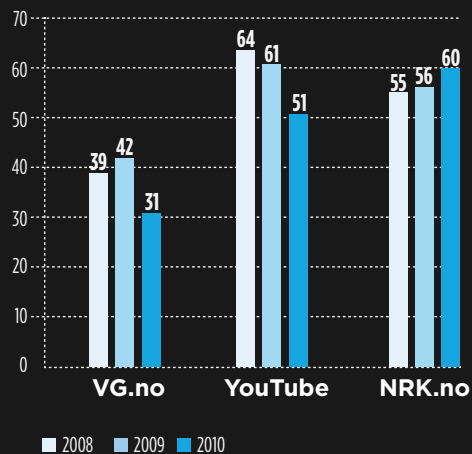


ESC Finalen er blant de mest sette programmene siden tv-målingene startet i 1992.

Rating i 1000 for perioden 1992-2010

Kilde: TNS Gallup tv-meter

NRKs Nett-tv har gått forbi Youtube som nettfolkets foretrukne nett-tv-kanal



Hvilke nettstedet foretrekker du å se nett-tv på?

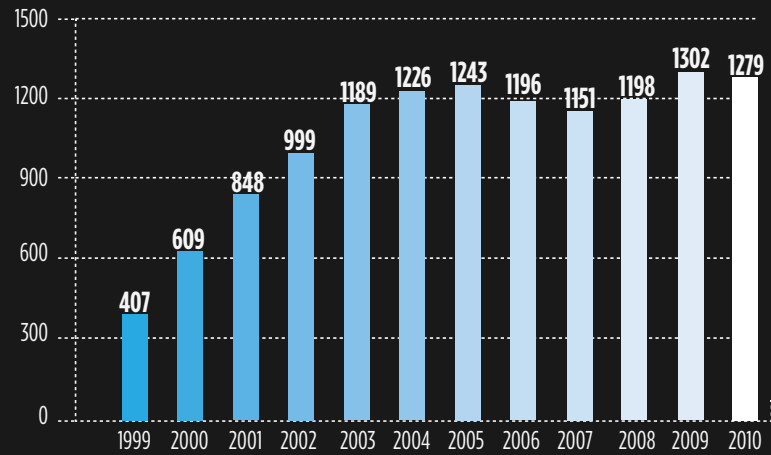
Kilde: Synovate/NRK Analyse

Nytt på nytt har blitt mye av en institusjon på fredagskveldene. Skarp aktuell humor blandet med mye tøys er tydelig noe som fenger seerne.

Nytt på Nytt har gått i 12 sesonger på NRK1

Rating i 1000

Kilde: TNS Gallup tv-meter





SERIØST BRA

21 prosent av alle 20-29-åringene har vært innom NRKs nett-tv i løpet av en uke.

Publikum

De mest sette NRK-programmene i 2010 blant 12-29-åringene var Nytt på Nytt, Ingen grenser og Himmelblå. Det viser at brede underholdningsprogrammer samler både unge og gamle, og blir en felles referanse på tvers av alder. I likhet med resten av befolkningen ser aldersgruppen 12-29 mer på tv nå enn for tre år siden, men de bruker også langt mer tid på nettet og sosiale medier enn snittet i befolkningen; i gjennomsnitt to timer og tre kvarter daglig i 2010 (15-29 år). Daglig dekning for NRK totalt ligger lavere i denne gruppen enn for snittet i befolkningen. 2010 ble imidlertid et år med oppgang.

“Trekant legger for dagen en åpenhet rundt seksualitet som man heller burde applauderes enn å forsøke å skyves inn i soverommets mørke. Programmet gjør et ærlig forsøk på å gripe fatt i den seksualiserte verdenen ungdom lever i.”

Øyvind Woie, Vårt Land, 3. november 2010

Vedtekter

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

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.

e. Tilbudet skal gjenspeile det mangfoldet som finnes i befolkningen. Blant annet skal NRKs samlede tilbud appellere til alle aldersgrupper.

i. NRK skal ha daglige norskspråklige programmer for barn under 12 år, jevnlig norskspråklige programmer for unge, og jevnlig programmer for barn og unge på samisk.

§ 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 egenutviklet innhold for barn og unge.

Innhold

Trekant var spydspissen i et ungt og egenprodusert tilbud på NRK3 høsten 2010, og er et eksempel på at NRK treffer publikum med tilrettelagt innhold for en ung målgruppe. Programmet hadde en åpen og direkte tone om temaet sex. Programlederne var unge, uerfarne og nysgjerrige samtidig som de var gode forbilder ved å kombinere åpenhet med tydelig grensesetting.

I tillegg til å skape seerrekord på NRK3, doblet Trekant oppslutningen i NRKs nettv. Dette speiler at unges mediebruk i stor grad er nettbasert, og at NRK treffer de unge der de er med relevant innhold. Første episode av Trekant hadde ca 620 000 startede avspillinger innen utgangen av 2010.

Trekant-nettpraten var en arena for interaktiv oppfølging av innholdet fra programmet og annet relatert innhold, basert på henvendelser fra seerne. Til sammen var tv-programmet, chaten, NRKs nettsider og P3-programmet Juntafil et helhetlig tilbud der kropp, sex og følelser ble dekket for en ung målgruppe.

Trekant hadde 156 registrerte presseoppslag i riks- og regionsaviser i løpet av sendeperioden. Det kom inn 8 000 klager vedrørende programmet. Slik ble Trekant høsten 2010s mest omtalte NRK-program.



Gjennomsnittlig seertall for **Trekant** var 272 000 seere på NRK3, og dette ga en markedsandel på 28 prosent i aldersgruppen 20-29 år og 15 prosent i aldersgruppen 12-19 år. Foto: Ole Kaland/NRK

Radioresepsjonen nådde nye høyder på mange plattformer i 2010. Radioprogrammet hadde siste ordinære sending 17.mai, og 1 000 fans troppet opp i finstasen utenfor NRK for å være med på avslutningen. Lyttertallene for 2010 var 120.000 per sending i snitt, hvor 41 prosent var mellom 15 og 29 år. Dette regnes som et stort radioprogram og et ungt publikum. Til tross for at de kun hadde sendinger mindre enn halve året, var innholdet også populært som podkast med dobbelt så mange nedlastninger som den nest mest populære podkasten, Verdt å vite.

I mai inviterte Radioresepsjonen til to helafrens konserter med Kringkastingsorkesteret for å framføre jinglene fra radioprogrammet sammen med selvplukkede gjester. Konserterne ble produsert som direktesendte radioprogram, streamet på nett og redigert for tv som egen sending.

Radiofavorittene entret NRK3 med talkshowet Radioresepsjonen på TV i oktober 2010. Seerne kunne fortsatt kjenne igjen det lettbeinte universet fra P3 med både nye konsepter og gjensyn med gamle favoritter.

I Sigrid søker kjæreste tok Sigrid Bonde Tusvik utfordringen med å teste ut ulike metoder i jakten på å finne drømmemannen. Hun var 30 år, singel og ønsket seg mest av alt en kjæreste, og resultatet ble en ærlig, morsom, desperat og romantisk reise i kjærlighet og sjekking. Sigrid søker kjæreste dro i gang suksesshøsten på NRK3 som kanalens nest mest sette program med premieresendingen.

Den musikalske dramakomedien Påpp & Råkk fra duoen Erlend Klarholm Nilsen og Stein Johan "Steinjo" Grieg Halvorsen bød på god musikk og musikkvideoer, kjente fjes i morsomme gjesteroller, filmparodier og absurd humor.

På NRK1 fulgte vi livet til ti ungdommer på folkehøyskole i dokumentarserien **Sjøsprøyt**. De uerfarne ungdommene skulle formes til ekte seilere med respekt for havet og naturkreftene, med ekstremseiler Jarle Andhøy, kjent fra Berserkseriene på NRK, som læremester.



Under tildelingen av Prix Radio 2010 vant **Radioresepsjonen** to priser, "Årets Programlederteam" og "Årets Radionavn", av totalt 13 utdelte priser. Foto: Kim Erlandsen



Jarle Andhøy sammen med tre av ungdommene som fikk prøve seg som seilere i serien **Sjøsprøyt**, f.v.: Said Chataya, Samuel Massie og Andreas Olsnes. Foto: Widescreen/NRK

I januar lanserte NRK en radioapplikasjon for iPhone, Nokia og Android med seks kanaler fra P3-universet: P3, mP3, Pyro (rock), National Rap Show (hiphop og rap), Radio-resepsjonen (verbalkanal, humor) og P3 Urørt (ny norsk musikk). Fire av dem er eksklusive nisjekanaler for nett og smarttelefoner. Applikasjonene har nådd 120 000 nedlastinger pr. januar 2011.

P3 Urørt på iPhone og iPad ble lansert høsten 2010. Urørtapplikasjonen lar brukeren oppleve urørtmusikken på en ny og morsom måte. Den gir enkel tilgang på det beste fra Urørt, samtidig som den gir mulighet til å dykke ned i universet og utforske over 80 000 låter fra 20 000 uetablerte norske band. I februar 2011 slippes også en egen versjon for Android. Radioresepsjonens onlinerapp ble lansert høsten 2010 som en promoteringsapplikasjon for Radioresepsjonen på iPhone og Android.

NRK revitaliserte nettilbudet for de unge både innholdsmessig og designmessig i 2010. Opplevelse, musikkjenester og interaktivitet var stikkord for oppgraderingene. Det nye P3.no framstår som tydeligere, enklere og mer relevant. I tillegg til ny P3-forside har nye tjenester som Filmpolitiet (film, spill og TV),

Spillelister på Spotify, og oppdaterte programsider hatt stor suksess.

P3 og NRK Ung har satset på unge tv-konsepter i 2010, og resultatet vises også på nettv. Egenproduserte nettserier som Festival-jomfruer og Pitch nådde mange nye brukere. Dette ga en trafikkøkning på P3.no på nesten 400 prosent. Tallene har gått fra 84 000 ukentlige unike brukere i februar, til 309 000 unike ukentlige brukere i november.



NRK P3 lanserte innhold på flere nye plattformer i 2010. Foto: NRK

P3 jobbet målbevisst med å fornye kanalens profil i løpet av 2010. Nye programmer som Lørdagsrådet med Siri Kristiansen og Kristine Riis, Søndagsmorgen om blant annet spill, film, tv, musikk og Facebook, Thomas Seltzers Trygdekontoret i ny radiodrakt, og innringerprogrammet Hallo P3! var noe av det nye innholdet P3 lanserte. Med nytt sendeskjema og spilling av mer ny musikk, oppnådde kanalen sterk gjennomslagskraft i målgruppa.

P3morgens programledere Ronny Brede Aase og Live Nelvik etablerte seg som faste morgenstemmer på P3 i 2010. Med utadventt og inkluderende stil oppnådde de god kontakt med lytterne. Nyheter presentert i dialog mellom programlederne og nyhetsankeret, skapte mer flyt og større sammenheng mellom P3nyhetene og programmet. Konkurranser, egen blogg, aktivitet på facebook, eventer, daglige podkastoptak og mye fokus på lytterkontakt, er andre grep som ble gjort. Resultatet ga økning i lyttertall og bruk av podkast, og større kjennskap om programmet i målgruppen.

P3 er en av de sterkeste merkevarene NRK har for unge mennesker i dag. P3s tilstedeværelse på arrangementer for unge mennesker har derfor vært viktig for i større grad å nå de unge brukerne. Russens landstreff i Stavanger, VG-lista Rådhusplassen og turné, Hovfestivalen og P3-aksjonen i forbindelse med tv-aksjonen er eksempler der NRK var synlige for de unge og samtidig skapte aktuelt innhold på flere plattformer.

P3Sessions er en intim konsertserie der radiolyttere får være publikum i levende konsertøyeblikk produsert for radio eller tv. P3Julesessions er en variasjon av konseptet, og i 2010 oppstod også P3Skolesessions.

NRK inviterte ungdomsskoler og videregående skoler i hele Norge til å konkurrere om å få P3Sessions til å komme til seg, nærmere bestemt vinne en konsert med Donkeyboy, Karpe Diem og Lars Vaular i skolegården. Den endelige avstemningen sørget ungdommen selv for på nett. Det skapte voldsomt engasjement i flere lokalmiljøer. Spjelkavik skole i Ålesund stakk av med seieren, og flere skoler i nærheten ble invitert til konserten. Til sammen var det flere tusen som var til stede under konserten, og P3.no og radio sørget for solid dekning av arrangementet.



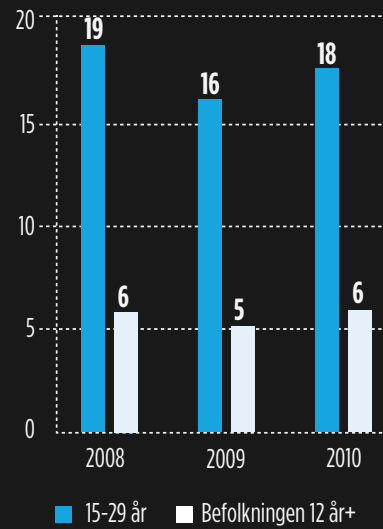
Programleder Siri Knudsen introduserte **P3Skolesessions** med Lars Vaular, Donkeyboy og Karpe Diem på Spjelkavik vgs. Foto: NRK

Allmennverdi

NRKs satsinger i 2010 har styrket unges opplevelse av NRK som relevant for dem. NRK arbeider bevisst for å nå frem til alle aldersgrupper, og unge mediebrukere er en utfordring. Tydelig satsing på radio- og innhold som fenger og opptar unge, samt relevant innhold på nye medieplattformer, bidrar samlet til å gjøre NRK attraktivt for denne gruppen. Det som er relevant for unge er ofte også relevant for den flerkulturelle delen av befolkningen, som er en annen viktig publikumsgruppe. NRK formidler noe av det samme innholdet som også tilbys av kommersielle aktører, men etterstreber å tilføre allmennverdi.

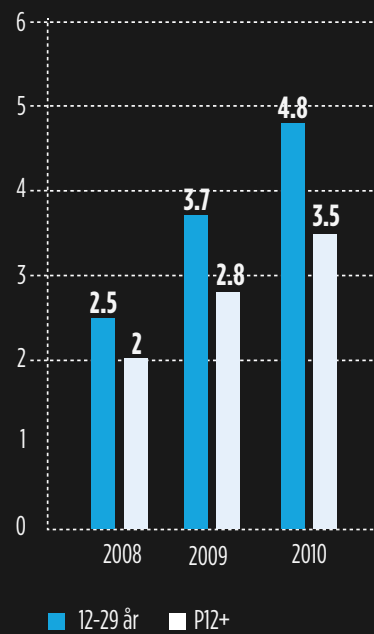


Popsalongen på P3 med Siri Knudsen i direktesending. Foto: Per Ole Hagen



Markedsandel for NKR P3 i befolkningen og i hovedmålgruppa 15-29 år

Kilde: TNS Gallup PPM

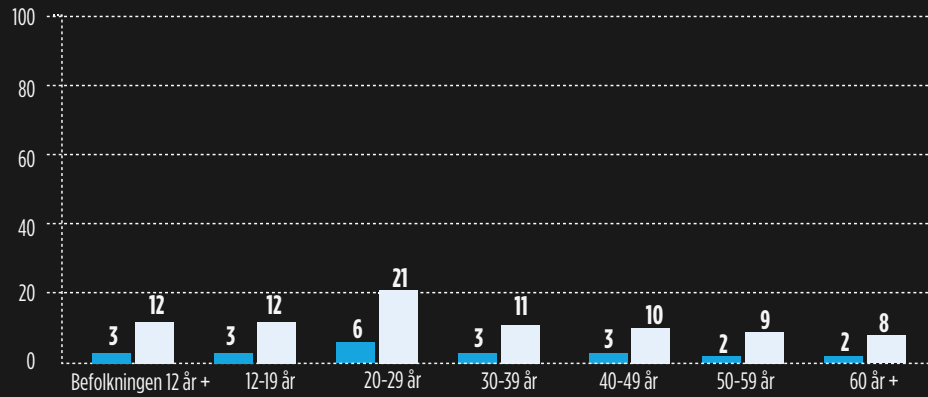


Markedsandel for NRK3 i befolkningen og i hovedmålgruppen 12-29 år

Sendetidspunktet kl 1930-2300

Kilde: TNS Gallups tv-meter.

Flytting av barne-TV fra NRK1 til NRK Super er en av forklaringene på at kanalen styrker seg.



Tilbudet i nett-tv treffer i særlig grad de unge

Prosentvis dekning i aldersgrupper for NRKs nett-tv (okt-des 2010)

Mesteparten av nett-tv seingen skjer i løpet av de syv første dagene et program ligger ute, og 21 prosent av alle 20-29 åringer har vært innom NRKs nett-tv i løpet av en uke.

Kilde: Norsk internett panel (NIP)

VEDTEKTER

§ 11 **Allmennkringkasterregnskap** NRK skal hvert år innen utgangen av mars utarbeide et allmennkringkasterregnskap som oversendes Medietilsynet. Regnskapet skal redegjøre for selskapets allmennkringkastingsaktiviteter i det foregående år relatert til allmennkringkastings-oppgavet gitt av Stortinget og inntatt i vedtektenes del II.

§ 12 **NRK skal understøtte og styrke demokratiet**

- a. NRKs samlede allmennkringkastingstilbud skal ha som formål å oppfylle demokratiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet.
2 Jf. forskrift av 7. september 2006 nr. 1062 til utfylling og gjennomføring mv. av regnskapsloven av 17. juli 1998 nr. 56 §§ 9-1-1 flg.
- b. NRK skal bidra til å fremme den offentlige samtalen og medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser. NRK skal ha en bred og balansert dekning av politiske valg. Samtlige partier og lister over en viss størrelse omtales normalt i den redaksjonelle valgdekningen. c. NRK har som oppgave å avdekke kritikkverdige forhold og bidra til å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep

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

§ 13 **NRK skal være allment tilgjengelig**

- a. NRKs tre hovedkanaler for hhv. radio og fjernsyn skal være tilgjengelige for hele befolkningen. NRK skal søke en bredest mulig distribusjon av sitt øvrige programtilbud.
- b. Det skal som utgangspunkt ikke kreves betaling for NRKs allmennkringkastingstilbud. NRKs tre hovedkanaler for hhv. radio og fjernsyn skal være gratis tilgjengelige for alle lisensbetalere på minst én distribusjonsplattform.
- c. Ved utformingen av NRKs tilbud må det tas hensyn til funksjonshemmede, bl.a. skal NRK ta sikte på at

alle fjernsynsprogrammer blir tekstet.

- 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 mangfoldet i Norge og ha et godt lokalt tilbud og lokal tilstedeværelse.
- b. NRK skal bidra til å styrke norsk og samisk språk, identitet og kultur. En stor andel av tilbudet skal ha norsk forankring og speile norske virkeligheter. NRK skal ha programmer for nasjonale og språklige minoriteter. NRK skal ha daglige sendinger for den samiske befolkning.
- c. NRK skal formidle kunnskap om ulike grupper og om mangfoldet i det norske samfunnet. NRK skal skape arenaer for debatt og informasjon om Norge som et flerkulturelt samfunn.
- d. NRKs tilbud skal i hovedsak bestå av norskspråklig innhold. Begge de offisielle målformene skal benyttes. Minst 25 pst. av innholdet skal være på nynorsk.

- e. NRK plikter å sende innhold som enten er produsert i, eller som tar det innholdsmessige utgangspunkt i, distriktene. NRK skal ha distriktssendinger alle hverdager.
- f. NRK skal formidle norsk kultur og en bred variasjon av norske kunstuttrykk fra mange ulike kunstnere, uavhengige miljøer og offentlige kulturinstitusjoner.
- g. NRK skal formidle og produsere norsk musikk og drama. NRK skal formidle norsk film og stimulere det norske filmmiljøet. Minst 35 pst. av musikken som spilles skal være norsk, med vekt på norsk-språklig 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.
- 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, jevnlig norskspråklige programmer for unge, og jevnlig programmer for barn og unge på samisk.
- b. NRKs allmennkringkastingstilbud på radio, fjernsyn og tekst-tv skal være reklamefritt og skal ikke inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til konsernets kommersielle tjenester og produkter.
- c. NRK kan ha reklame på Internett, med unntak for nettsider som har barn som målgruppe. NRK skal tilstrebe et tydeligst mulig skille mellom allmennkringkastingstilbudet og kommersielle tjenester tilbudt på Internett. Nedlastingstjenester som tilbys innenfor allmennkringkastingstilbudet skal ikke inneholde reklameinnslag. Det bør utvises særlig varsomhet med å tilby innhold som utsetter publikum for kommersielt press. Dette gjelder særlig for programmer rettet mot barn og unge.
- d. Lisensmidler og andre offentlige inntekter skal ikke subsidiere kommersielle aktiviteter. Det skal være et klart regnskapsmessig og driftsmessig skille mellom NRKs kommersielle aktiviteter og allmennkringkastingsvirksomheten
- e. NRKs allmennkringkastingstilbud, både i tradisjonell programvirksomhet og i form av nye medietjenester, skal hovedsakelig finansieres ved kringkastingsavgift.
- f. NRK skal kunne videreutvikle kommersielle tjenester som genererer overskudd som bidrar til å finansiere allmennkringkastingstjenester. Den forretningsmessige virksomheten skal være forenelig med de krav til kvalitet og integritet som gjelder for NRK.

§ 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.

§ 16 **NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt**

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

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

- a. NRKs tjenester på Internett skal samlet i levende bilder, lyd og tekst i det minste inneholde et løpende oppdatert tilbud av:
 - Nasjonale og internasjonale nyheter
 - Et eget regionalt nyhets- og innholdstilbud
 - Egenutviklet innhold for barn og unge
 - Fakta- og bakgrunnsinformasjon for nyheter, debatt og aktuelle samfunnsspørsmål
 - Kunst og kultur
 - Sport og underholdning
 - Tjenester og spill som stimulerer til interaktiv deltakelse
- b. NRK skal gjøre flest mulig av sine radio- og fjernsynsprogrammer tilgjengelig på Internett, både ved samtidig distribusjon og som arkivtjeneste for nedlasting og/eller individuell avspilling. NRK skal herunder minimum gjøre tilgjengelig hele sin egenproduserte sendeflate fra de siste sju dager som arkivtjeneste, forutsatt at dette ikke innebærer uforholdsmessig høye kostnader. NRK skal etterstrebe at også mest mulig av den øvrige sendeflaten fra siste sju dager gjøres tilgjengelig som arkivtjeneste.
- c. NRKs programtilbud på Internett skal som hovedregel være gratis. Bruksavhengige kostnader som knyttes til programtilbudet skal likevel kunne kreves dekket ved brukerbetaling.
- d. Bestemmelsene i forrige ledd skal ikke være til hinder for at NRK tilbyr programmer som kom-

mersielle 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.



OUR MISSION

2010 was a challenging year, but NRK strengthened its position in the everyday media reality of the public.



Director General

Hans-Tore Bjerkaas.
Foto: Nadia Frantsen/
NRK

Our Mission

At the beginning of 2010 NRK was facing some major challenges. Norway had won the Eurovision Song Contest in Moscow in 2009 and NRK was to host the international final. We would not just be planning and executing the broadcasting of a large international TV show, this event would take a huge bite out of our programme budget during a period of prevailing fierce competition. The digitalisation of TV signals has provided the public with a greater choice. Radio has been experiencing tougher competition and as a result of new media habits, it is essential that our content becomes available on new mobile media platforms.

At the same time NRK dared to go against the tide. While other TV stations were opting to reduce or discontinue their news services, NRK elected to extend the length of Dagsrevyen (The Daily Review) from 30 to 45 minutes. We decided to invest in a daily foreign affairs feature programme and regular cultural programmes on NRK2, and we premiered Super-Nytt (Super News) for children on NRKSuper.

We received plenty of warnings from our European colleagues. However, Dagsrevyen's viewing statistics increased in 2010 and Kulturstripa (Culture Slot) and Urix (Foreign Affairs) were well received by the public.

Young media users present an obvious challenge to NRK. Unlike previous generations, the generation of today is not displaying the same degree of loyalty to radio or TV stations. Young people actively search for content and the broadcaster serves a secondary purpose. NRK has experience in developing attractive content for young listeners on the radio station P3. By engaging in targeted work designed to update the station's image, P3 managed to boost its impact in 2010. At the same time P3 adjusted its content to suit the new media platforms. Furthermore, after NRK acquired full distribution rights to all its TV services, NRK3 succeeded in becoming the favourite channel of many young people during the autumn of 2010. Programmes such as Radioresepsjonen på TV (Radio Reception on TV), Sigrid søker kjæreste (Sigrid Seeks a Lover) and Trekant (Threesome) sparked a debate, but they also helped to strengthen the relationship between young people and NRK. This is also important with regard to

future media usage, and when NRK transferred its traditional children's TV programme Barne-tv from NRK 1 to NRK Super, the viewers followed suit. During the course of 2010 NRK Super's share of the market increased from 22% to 35% among 2-11 year-olds. Furthermore, for the first time NRK was also most popular among 12-29 year-olds.

The public expect to find NRK's content on the Internet and other mobile media platforms. This applies in particular to the news, but also cultural content and entertainment. An increasing number of people prefer to view TV content online when it suits them. It was therefore highly gratifying when nrk.no was nominated as the 2010 Website of the Year during the Nordic Media Festival in Bergen.

In 2010 more than eight out of ten Norwegians used one of NRK's services each day. For NRK being a major media contender is not a satisfactory target on its own, but it is a proviso for enabling us to comply with our mandate. Only by being relevant and important to many people will we be able to fulfil our mandate.

NRK has been given a special mandate by the Norwegian people. NRK shall present content that is generally valuable for all target groups in our society. Like us, many people are keen for NRK's content to make a difference. It is not enough to implement commercial measures in order to attract the public. NRK also needs to fulfil its social mandate and this relates in particular to presenting Norwegian reality. It concerns strengthening and developing the Norwegian and Sami languages and helping to create community spirit and understanding in Norwegian society. It is our job to explore our identity as Norwegians, Europeans and global citizens. We should provide information, present challenges and become involved, but we should also provide entertainment. NRK should also pave the way for a shared, common understanding. The Winter Olympics in Vancouver was an example of one such common experience. The Eurovision Song Contest was another example. At the same time NRK is to provide experiences with added value. When the ESC project managers were about to embark on their task, they wanted to create a vision for the event. This vision was given the name Share the moment – visualised through Madcon's "Glow" where the audience shared

the moment by participating in a public dance show broadcast from and to the whole of Europe.

2010 was a challenging year, but NRK strengthened its position in the everyday media reality of the public. We believe that the recipe involves providing the public with good, attractive content and being available wherever people are to be found.



In May 2010 nrk.no was awarded a prize as "Website of the Year" Foto: NRK

Internet

Nrk.no shall always present the most important events in the world, Norway and on NRK right now. All advertisements were removed from NRK's website on 15 th of September 2010 as a result of plans to present NRK as a non-commercial public broadcaster. Nrk.no also launched an entirely new front page and new sub-sections in December 2009 in order to more clearly prioritise its content and to highlight online radio and TV more. This work produced results in 2010. Since the launch there has been explosive growth in the number of users and they are returning on a more regular basis for more content. In May 2010 nrk.no was awarded a prize as "Website of the Year" distributed by a professional jury operating under the auspices of the Norwegian Media Businesses' Association. The jury provided the following reasons for its decision:

—

“During the last year the Website of the Year has acquired clearer focus on the news, a purer design and easier navigation. This website has a broad online radio and TV content and separate websites for children. It has exciting joint venture partners and together they have succeeded in creating excellent services such as UT (OUT) and YR (Drizzle).”

—

NRK provides online such as nrksuper.no, P3.no, yr.no and UT.no, as well as NRKskole. The adaptation of useful services such as yr.no and UT.no represent a natural development of traditional public service content and are recent innovations that provide the public with content in a more user-friendly manner through the use of new technology.

NRK's nett-tv (online TV) service is popular with the public. The number of weekly nett-tv users increased by almost 80% during the final quarter of 2010, compared to the same quarter of the previous year. This growth derives from the fact that the public increasingly prefer to watch TV programmes direct on the Internet and to catch programmes that they were unable to watch previously. There are now more online users who say that they prefer NRK's online TV channel to YouTube, i.e. 60% and 51% respectively. Nett-tv serves as a method of distribution that gives programmes a longer life and appeals to young target groups. Much of the viewing involved is prompted by so-called catch-up viewing, i.e. people catching up with programmes that they missed on the TV, and most online TV viewing takes place during the first seven days after the programmes in question are made available. NRK is hoping to make all radio and TV programmes available on the Internet. Current restrictions are due to a lack of rights.

The Norwegian Internet Panel (NIP) was established in 2010, which means that Norway has established a working Internet panel similar to the TV Survey Panel and the PPM radio surveys. The ranking of nrk.no on the Internet Panel switched from being the second to the fourth most visited Norwegian website in 2010.

TV

In the autumn of 2010 NRK celebrated the 50th anniversary of TV in Norway and this celebration was echoed in the newspapers and showed the huge impact that TV has had on people's everyday lives and how important NRK has been in Norway and in Norwegian public life.

“**TV is a window on the world and it still plays a key role in our relationship with the society in which we live. TV sets the agenda, turns our attention towards important social issues and helps to establish a common cultural public arena through the Norwegian language and cultural expression. Obviously, our 50-year old birthday boy, NRK, features heavily in this picture.**”

Gunn Enli, Hallvard Moe, Vilde Schanke Sunde and Trine Syvertsen.
Aftenposten, 20 August 2010

Following the digitalisation of the ground-based digital network, which commenced during the autumn of 2007, NRK has organised its programmes on NRK1, NRK2 and NRK3/Super to provide the public with three real options when they turn on their TVs.

NRK1 is a comprehensive, national TV channel. It covers a wide range of genres and its aim is to reach large groups of viewers of all ages and with a wide range of interests. Several changes were made to the channel's broadcasting format during the past year, including the establishment of Førkveld (Early Evening) at 1800 hrs aimed to fill the gap when Barne-TV (Children's TV) stopped airing on NRK1, just on

NRK Super.. Dagsrevyen (The Daily Review) at 1900 hrs was extended by 15 minutes to 44 minutes, and a weekly 1-hour debate broadcast from the House of Literature saw the light of day in 2010. The factual programmes Puls (Pulse), Ut i naturen (Out in the Countryside), FBI (The Consumer Reporters) and Schrödingers katt (Schrödinger's Cat) also gained extra broadcasting time in 2010. Norwegian and Nordic drama were combined under one drama slot at 2130 hrs on Mondays in order to achieve a greater degree of predictability and better quality (broadcasts were previously sent on two different days). NRK1 was also heavily involved in broadcasting major events such as the Olympic Games in Vancouver in February and the Eurovision Song Contest in May.



Kulturstripa (The Cultural Slot) was launched during the autumn of 2010 and represents a clear expansion of NRK's cultural services on tv.
Foto: Espen Nersveen/NRK2

NRK2's primary focus is on current affairs, culture and knowledge. This channel is designed to provide in-depth material and experiences that fall within these three core areas. NRK's image was strengthened in 2010 with the establishment of *Aktuelt* (Current Affairs) and four weekly *Urix* (Foreign Affairs) broadcasts. *Urix* was previously broadcast once a week on NRK1, with a repeat on NRK2. Both programmes are broadcast Monday to Thursday. *Kulturstripen* (The Cultural Slot), which is broadcast at 2130 hrs on Monday to Thursday, was launched during the autumn of 2010 and represents a clear expansion of NRK's cultural services.

NRK3 provides absorbing, entertaining and exciting programmes with relevance to youth culture and identity. This channel offers a wide-ranging service to an age group that is familiar with the media, which has highly diverging interests and is undergoing constant development. Along with NRK P3, mP3 and nrk.no's initiatives, NRK3 provides relevant content for younger age groups. NRK3 shares its channel space with NRK Super and broadcasts its programmes from 1930 to 0600 hrs. NRK3's main target group is viewers in the 12-29 year age bracket and this channel has made its mark in 2010 as a popular channel for this target group. Ever since its inception, NRK3 has worked on the long-term development of several Norwegian initiatives, and it achieved great success in the autumn of 2010 with a number of new Norwegian series.

NRK Super is Norway's largest children's channel for the 2-12 age group, broadcasting from 0630 hrs to 1930 hrs. NRK Super reflects the everyday lives of children throughout Norway and provides diversity in content, language and various genres presented. High

priority has been placed on using nynorsk (New Norwegian) and dialects when dubbing series and in the recruitment of presenters. NRK Super has permanent Sami content and a high percentage of programmes are produced outside Oslo. In 2010 NRK launched separate news broadcasts for children. *Supernytt* (Super News), which had its première on 4 January, creates TV news for children between the ages of 8 and 12. This programme is broadcast on NRK Super on Monday to Friday at 1850 - 1858 hrs.

Radio

NRK P1 is Norway's largest radio station, aiming to provide good content to a wide group of listeners over the age of 30. This station places emphasis on news, music, entertainment and everyday journalism. P1 is also a contingency station, broadcasting news programmes at regular times and also providing extraordinary coverage as necessary. In 2010 NRK P1 placed greater emphasis on presenting the news quickly, often outside the station's regular news broadcasts, in order to provide listeners with extra high-quality updates. Local and regional content is an important part of P1's profile, and NRK's regional offices are responsible for three important broadcasting slots on weekdays.

NRK P2 provides in-depth programmes in NRK's radio universe. It aims to challenge curious listeners and provide them with an insight into cultural and social matters. The music on P2 is primarily motivated by its journalists and genres like classical, jazz and folk music feature heavily. This channel has set itself a goal designed to strengthen its position among 30-50 year-olds and it has made changes in its broadcasting schedule. One of these changes involves a new appear-

ance for Nyhetsmorgen (News Morning), along with fewer presenters and the provision of a more integrated service to the public. Dagsnytt Atten (The News at six) is P2's most important reference programme and NRK P2 hopes that more of its scheduled programmes will acquire a similar position.

NRK P3 is a radio station for young people, focussing on new music, comedy and entertainment. Its target group is young people in Norway between the ages of 15 and 30. P3's main objective is to be a relevant, entertaining and important station for its target group, to provide its listeners with good music and unique experiences and to present youth reality. P3 aims to exploit its independence by making bold choices both in respect of its content and its major commitments. Furthermore, P3's role as a cultural presenter of new Norwegian music constitutes an important part of NRK's public broadcasting mandate. Through its live broadcasts on P3sessions and Urørt (Untouched), NRK P3 brings several new Norwegian artists into the limelight each year. NRK P3 also aims to be present in the same places as those frequented by young people, to deliver content from the largest Norwegian music festivals and to go on tour

with School Sessions. Under its collaboration with VG-Lista Topp 20 (VG's Top 20 Listings) P3 visits Norway's largest cities with the most popular artists.

Approximately 96% of NRK's activities are funded by TV licence fees and thus have no special links to commercial services or products. Licence funds and other public income should not subsidise commercial activities. NRK has the opportunity to develop commercial services which contribute towards funding public broadcasting services, but this occurs entirely via NRK's wholly-owned commercial subsidiary NRK Aktivum. In this way NRK is able to maintain a clear accounting and operational division between NRK's commercial activities and its public broadcasting activities. NRK operates on all platforms without any advertising. This applies to TV, radio and Internet. During the course of 2010 NRK removed its banner advertisements on its websites. One of the reasons for this is that new media and the Internet have become defined as part of NRK's public broadcasting mandate and these services should therefore be part of what people already have paid for via licence fees.

Media usage

Media usage in Norway is approaching eight hours per day. Over the course of ten years daily media usage has increased by almost two hours. This increase is due to the ever-increasing availability of a greater variety of media while people are still using traditional media and new media are being adopted in new places. 2010 saw particular attention being devoted to tablet computers, especially iPad which was launched in September and smart phones that are creating new opportunities for using the mobile Internet. At the end of the year 17% of the population were using the mobile Internet on a daily basis, i.e. well over a threefold increase in just one year.

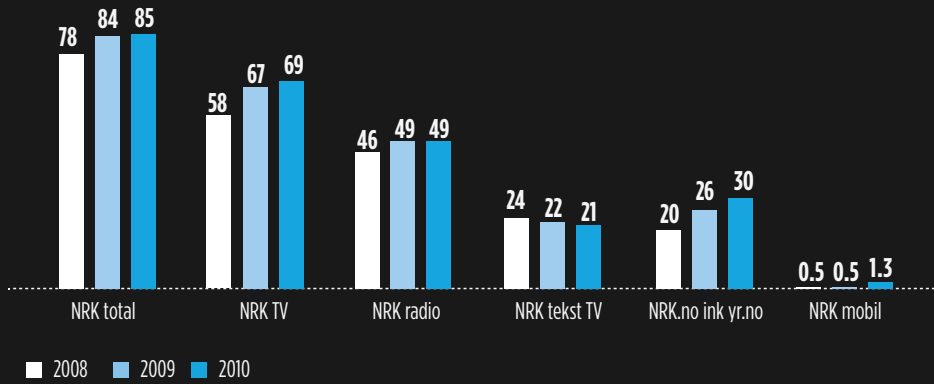
Each day average Internet users spent almost two hours online. Facebook was the third largest media channel in Norway and the largest channel among 15-29 year-olds, with 81% daily coverage in this age bracket. The increase in online usage among young people means that nrk.no is important for reaching young target groups. In 2010 almost 10% of 20-29 year-olds used just NRK's online services and no other NRK services. This is an increase of 1% when compared to the previous year.

TV viewing stabilised in 2010. After several years of marked increases in TV viewing in Norway, this trend came to end with 183 minutes of daily TV viewing in 2010, which is a drop of one minute when compared to the previous year. Average TV viewers generally watch channels intended for the Norwegian TV market. 87% of all TV viewing is divided between the four large Norwegian TV channels, i.e. NRK1, TV2, TV Norge and TV3, and their eight smaller channels (NRK2, NRK3/Super, FEM, Viasat 4, TV2 Zebra and TV2 Nyheter, Max and TV2 Bliss).

Radio listening increased by two minutes per day in 2010, up from 98 minutes in 2009 to 100 minutes in 2010. This increase was particularly prevalent among the under 30s and over 60s. Several countries in Europe are experiencing a reduction in the amount of time people spend listening to the radio, but this trend has seen a reverse in Norway. This could partly be attributable to the fact that Radio Norge took over the licence for Kanal 24 as a nationwide commercial station in April 2008, doubling its share of the market over just a short period of time, and then continued to move forward in 2010. In 2009 a new licencing round for local radio resulted in the

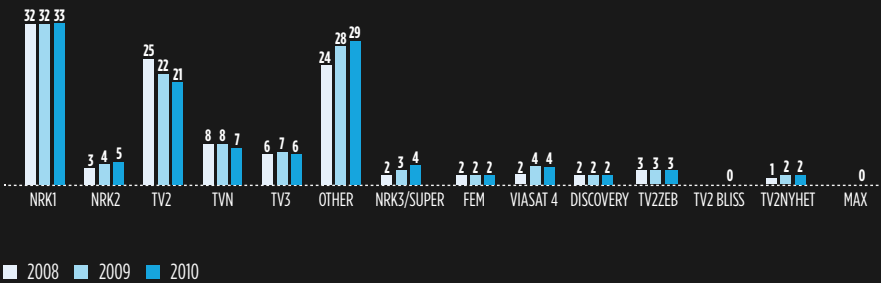
establishment of new radio channels like P5 and Radio Metro Storby. In other words, this increase in radio listeners was due to more young people listening to the commercial stations, but also to the increased strength of NRK which was able to stave off the competition and increase its share of the market on all its main channels in 2010.

In 2010, 85% of the population made use of NRK services during the course of an average day, i.e. 1% more than during the previous year. Usage of online and mobile services saw the greatest increase, but the TV and radio are still responsible for the bulk of NRK's daily viewing/listening statistics. In some social groups NRK has less than 80% of the daily cover provided. This applies to 12-29 year-olds, where NRK provides 69% of their daily viewing/listening. Among multicultural groups originating from Africa, Asia and Latin America, etc, the corresponding percentage is 63%. There was increased support for NRK from both these groups in 2010. The connection here is obvious since members of minority populations in Norway are younger than the average population.



NRK's daily reach in %

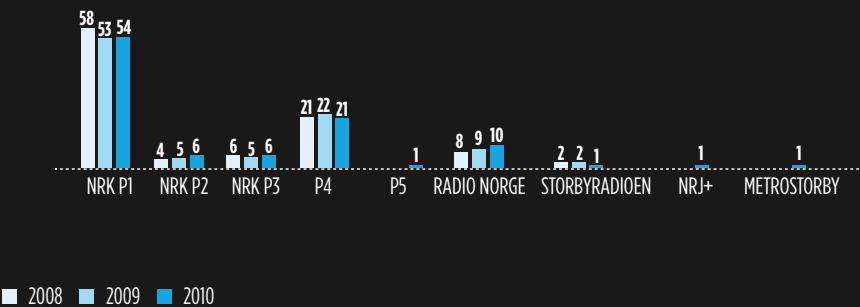
Source: TNS Gallup Forbruker&Media



Audience share for tv-channels in Norway

Population years 12+

Source: Gallup tv-meter



Audience share for Norwegian radiochannels

Source: TNS Gallup PPM

TEKST

NRK

STATISTIKK

NRK

FORM

Apt

BIDRAGSYTERE NRK

Hilde Thoresen	Prosjektleder
Steinar Nielsen	Tekstforfatter
Anja Nylund Hagen	Tekstforfatter
Bjørn Aksel Storaker	Producer
Per Ole Hagen	Foto
Marius Hansen	Lyd
Sidsel Hoelsæter	Research
Christian Sommerfelt	Prosjektkoordinator
Øyvind Werner Øfst	Informasjonssjef
NRKs avdelinger	Bilde/lyd/tekst
Engelsk oversetter	Kommunicera AS

BIDRAGSYTERE APT

Vegard Bjørlykke	Idè/konsept og design
Marita Viken	Idè/konsept og design
Erland Wiencke	Front end programmering
Alexander Pope	Front end programmering
Fred Kihle	Konsulent
Linda Tillier	Prosjektleder
Engelsk oversetter	Kommunicera AS