

TV-ÅRET SOM FORANDRET ALT

Årsrapport 2016
Årsregnskap 2016

INNHOLDSFORTEGNELSE

FORORD	SAMLER OG ENGASJERER	4
STATUS	MEDIEBILDET	6
MEDIEMANGFOLD	ØKT LOKALT SAMARBEID	30
NRK TV	TV I VERDENSKLASSE	36
UNGT SAMFUNNSENGASJEMENT	UNGE, STERKE STEMMER	46
UTENRIKS	FORSTÅ VERDEN	54
NRK SUPER	DET STERKESTE FELLESSKAPET FOR ALLE BARN I NORGE	60
SPORT	ÅRET DA SJAKK BLE FOLKESPORT	72
NYHETER	FØRST – MED HELE BILDET	86
FORDYPNING	NÆRE MØTER	94
SÁPMI	UNGE SAMERS FØRSTEVALG	104
NATUR	TETT PÅ NORSK NATUR	112
VITEN	NÅR KJEMIEN STEMMER	120
DRAMA	INTERNASJONAL SUKSESS	126
KULTUR	KULTUR SOM INVITERER INN	132
UNDERHOLDNING	HUMOR OG GLEDE	138
SOME	I DIALOG, TETT PÅ	146
DISTRIKT	FRÅ HEILE LANDET – TIL HEILE LANDET	154
NORSK MUSIKK	TENNPLUGG FOR NY, NORSK MUSIKK	162
ETIKK	GRUNNLAGET FOR TROVERDIGHET	168
TILGJENGELIGHET	NRK FOR ALLE	174
MANGFOLD	FLERKULTURELL KOMPETANSE	182
LIVSSYN	TRO, TVIL OG GLEDE	190
NYSKAPENDE	INNHOLD OG INNOVASJON	198
SPRÅK	EIT SPRÅKLEG FYRTÅRN	208
PRISER	PRISER OG UTMERKELSER I 2016	214



Samler og engasjerer

Innhold skapt for en smal aldersgruppe (16 år gamle jenter) viste seg å fenge begge kjønn, ALLE aldersgrupper i Norge – og i resten av verden. Smalt ble bredt. Nyskapende TV, nett og sosiale medier smeltet sammen i et univers som har begeistret. Ingen andre serier fra NRK har engasjert så mange som «Skam».

En del av NRKs oppdrag er å lage innhold som ikke ville ha blitt produsert, hvis det skulle finansieres kommersielt i et lite marked som det norske.Det kan være barne- og ungdomsinnhold, livssyn eller kulturprogrammer. Noen kaller det smalt innhold.

Men hva menes egentlig med smalt og bredt innhold? Er sjakk smalt? Lenge har det nok vært slik at det kun har vært noen ganske få, helt spesielt interesserte, som har ønsket seg dette brettspillet som TV-underholdning. Sånn er det ikke lenger. Torsdag 24. november i fjor satt en kvart million mennesker i Norge, syv prosent av befolkningen, og så på en syv timer lang sjakksending med verdensmester Magnus Carlsen og utfordrer Sergej Karjakin på NRK2. Jeg er sikker på at det er mange som allerede nå gleder seg til Sjakk-VM i 2018. Oslo kan bli arrangørby, og NRK har senderettighetene enten det blir VM i Oslo eller et annet sted i verden.

Heller enn å snakke om smalt og bredt, syns jeg vi bør snakke om relevans og kvalitet, om å ha et tilbud til alle, som er tilgjengelig for alle – uansett hvor i Norge de bor, eller hvilke fysiske eller kognitive utfordringer de har. Gjennom det vi lager og det vi tilbyr, skal NRK speile det norske samfunnet på måter som gjør at alle kan oppleve at de blir sett og hørt.

Også i 2016 har vi økt innholdets tilgjengelighet slik at flere får mulighet til å delta i det sosiale fellesskapet. NRKs nye adventskalender «Snøfall» er tilgjengelig med tegnspråktolk og synstolk. Dermed kan også de med nedsatt syn eller hørsel følge handlingen og snakke med venner og familie om Selma, Julius, Ruth og resten av det fantastiske «Snøfall»-universet.

«Snøfall» er den mest sette julekalenderen fra NRK noensinne. Det gjør meg stolt. For NRK har som mål å være en raus og samlende fellesarena i det norske samfunnet. Dette målet blir stadig mer utfordrende. Konkurransen om publikums tid og oppmerksomhet har aldri vært sterkere.

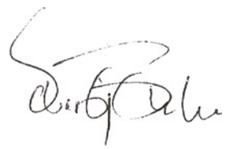
Innholdet vårt har ingen verdi før det treffer publikum. En forutsetning er at innholdet er engasjerende og oppleves som relevant. I tillegg må det publiseres der folk ønsker og venter å finne det.

Ekstra verdi har innholdet når det får nytt liv utenfor skjermene, smarttelefonene og radioapparatene, når innholdet blir råstoff for ivrige samtaler og diskusjoner ved middagsbord og på arbeidsplasser – eller i lederartikler, kommentarer og leserinnlegg i andre medier. Dette så vi mange eksempler på i året som gikk, ikke minst når det gjaldt «Skam». Ikke noe annet NRK-innhold skapte mer engasjement i 2016.

Det er ingenting som er viktigere for oss enn et godt omdømme – at publikum liker oss, bruker oss og stoler på oss. Hver dag.

NRKs mål er å være en innholdsprodusent og publisist i verdensklasse. Dette målet handler først og fremst om at vi må lage vårt norske allmennkringkasterinnhold så godt at publikum i Norge velger det i konkurranse med det beste fra hele verden. I tilfellet «Skam» så er denne ambisjonen overoppfylt. Nå er det hele verden som velger «Skam».

Skal NRK fortsette å være viktig og relevant for mennesker i Norge, må vi hele tiden ha evnen til å fornye og endre oss. Da vil vi også fremover klare å skape innhold som skiller seg ut på en positiv måte. Da kan vi lage enda mer av det publikum elsker, men ikke visste at de ville ha.



Thor Gjermund Eriksen
kringkastingssjef

Mediebildet

NRK har en sterk posisjon i samfunnet.
86 prosent av befolkningen bruker NRK hver dag.
71 prosent mener de får valuta for lisensen.

01.
Mobilen er mange brukeres førstevalg, og det preger også prioriteringene i NRK. Bildet er fra «Spellemannprisen» 2016 da duoen Marcus og Martinus opptrådte.
Foto: Kim Erlandsen, NRK

I aldersgruppen 30–44 år mener 73 prosent nå at de får valuta for lisensen, og andelen som sier det har aldri vært høyere.

OMDØMMETOPPEN

NRK ligger på omdømmetoppen blant norske virksomheter. Ifølge Ipsos Norges årlige omdømmeundersøkelse har 83 prosent av befolkningen et «meget godt»eller «ganske godt» inntrykk av NRK. Svarene er gjennomgående positive i alle lag av samfunnet.

Årets profilundersøkelse viser også en positiv trend når det gjelder andelen som sier de får valuta for lisensen, og flere svarer i «meget stor grad». Tilliten til NRKs innhold på alle plattformer er høy. På nettet har 28 prosent størst tillit til NRK.no, noe som er den høyeste andelen av samtlige nettsteder.

Et godt omdømme er en viktig forutsetning for NRKs legitimitet og evne til å løse samfunnsoppdraget. Like viktig er det at folk bruker innholdet NRK publiserer – først da har det en verdi.

STABIL MARKEDSANDEL

Bruken av NRKs innhold totalt holder seg stabilt i en tilspisset konkurransesituasjon. NRK har en markedsandel på 39 prosent i TV-markedet og 68 prosent i det norske radiomarkedet.

Radiolyttingen i befolkningen har falt med 5 minutter daglig fra 2015, men ingen av NRKs radiokanaler har tapt lytterandel.

NRK P3 har et solid grep om aldersgruppen 18–29 år, mens NRK mP3 har løftet lyttingen på radio generelt blant tenåringer.

Gjennom hele 2016 har det vært en vekst i den digitale radiolyttingen, og i 4. kvartal 2016 lyttet 70 prosent av radiolytterne digitalt.

NYE SEERVANER

Norge er et av de mest avanserte landene i verden når det gjelder å ta i bruk ny teknologi. Ikke minst gjelder dette strømming av TV-innhold. 41 prosent av alle husstander i Norge abonnerer på minst én strømmetjeneste.

Endringene i seervaner skjer nå raskere enn tidligere. Andelen tid brukt på lineær TV-seing synker i alle aldersgrupper, med unntak av de eldste (65 år +). Det er også større svingninger gjennom uken i antall seere på TV-kanalene enn noen gang før.

NRK anslår at konverteringen fra lineær TV-seing til strømming ligger på rundt 35 prosent for alle aldersgrupper. NRK TV henter med andre ord inn en tredjedel av seerminuttene som NRK taper på lineære TV-kanaler. Dette er en høy konverteringsgrad sett i lys av at strømmemarkedet er globalt og brukssituasjonen annerledes enn for lineær TV.

ÅRET SOM FORANDRET ALT

I det norske strømmemarkedet dominerer Netflix og NRK TV. Det har vært en kontinuerlig økning i bruken av NRKs videoinnhold via strømming gjennom hele året. I uke 49 hadde NRK TV for første gang over én million unike brukere.

En viktig faktor er suksessen til dramaserien «Skam», som var den enkelttittelen med størst andel av den totale tiden brukt i NRK TV i 2016. Men den store bredden i innholdet har også stor betydning for den store bruken av NRK TV.

Blant barn i alderen 2 til 11 år er strømming av NRKs barneinnhold større enn lineær TV-bruk. Denne endringen ble ekstra tydelig i forbindelse med NRKs tradisjonelle julekalender. «Snøfall» satte seerrekord sammenlignet med tidligere julekalendere fra NRK, med over én million seere. Bare halvparten av dem så på tradisjonell, lineær TV.

I en fragmentert medievirkelighet er det også slik at store begivenheter fortsatt samler minst like mange, eller flere, seere enn før. Det gjelder EM i fotball, vintersport, «Melodi Grand Prix»/«Eurovision Song Contest», Gullrekka på NRK1, Sjakk-VM og det amerikanske presidentvalget.

Landskapet blir bare mer komplekst med tanke på hva som er stort og samlende, og hva som er samlende i sanntid eller samlende over tid. Fortsatt vokser for eksempel antall unike brukere for alle tre sesonger av «Skam».



02



03

02. Programleder Lise Andreassen Hagir selvkjører morgensendingen fra studio i NRK Rogaland. Distriktssendingene er fortsatt grunnfjellet i NRKs radiotilbud. **Foto:** Mathias Oppedal, NRK

03. NRK Nyheter lager stadig flere videoklipp med tekst til deling på sosiale medier. Klippet fra Syria der 5 år gamle Omran ble gravd ut av ruinene i Aleppo i august 2016 er sett av over 100 000. **Foto:** AMC/NRK

NETT OG MOBIL

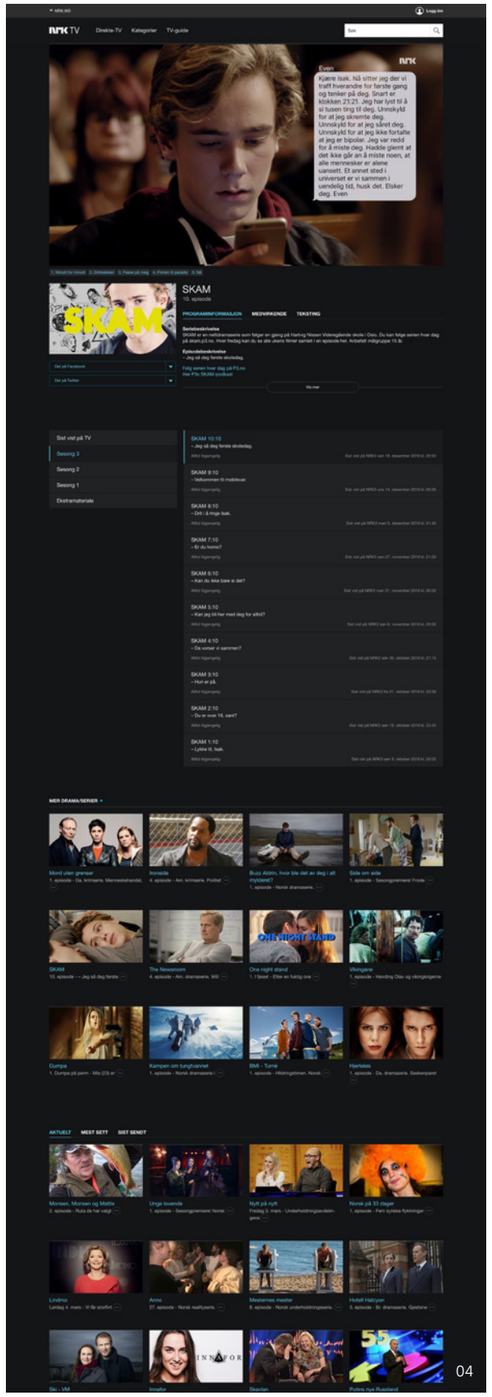
NRK.no er det norske nettstedet som har vokst mest på nett i 2016, med en økning i daglig dekning på 10 prosent. Over halvparten av befolkningen sier at de har brukt NRKs tilbud på nett daglig.

67 prosent i befolkningen bruker nettinnhold via mobilen hver dag. Muligheten for å være konstant pålogget hvor som helst og når som helst via smarttelefonen, gir store muligheter for å nå folk med innhold i nye situasjoner.

Konkurransen om folks bruk av tid på den lille skjermen er tøffere enn på noen annen skjerm. På mobilen møter de tradisjonelle mediehusene konkurranse fra et uendelig antall norske og internasjonale aktører, sosiale medier, nettbank, spill, tjenester for kjøp og salg osv.

35 prosent av befolkningen sier de bruker NRKs tilbud inkludert yr.no på mobilen daglig. Uten yr.no er tallet 15 prosent. Avstanden til VG på mobil øker, selv om bruken av NRK på mobil har økt relativt sett mest gjennom 2016.

De største sosiale mediene i Norge (Facebook, Snapchat og Instagram) fortsetter å vokse i bruk, og de er ikke lenger forbeholdt de yngste. NRK har over 1,1 millioner unike følgere på Facebook, en tjeneste som nå brukes av tre av fire i internettbefolkningen. Tilstedeværelse i sosiale medier gir NRK muligheten til å være i dialog med publikum, engasjere dem i digitale fellesskap og vise vei tilbake til NRKs egne tjenester og innhold.



04



05



06

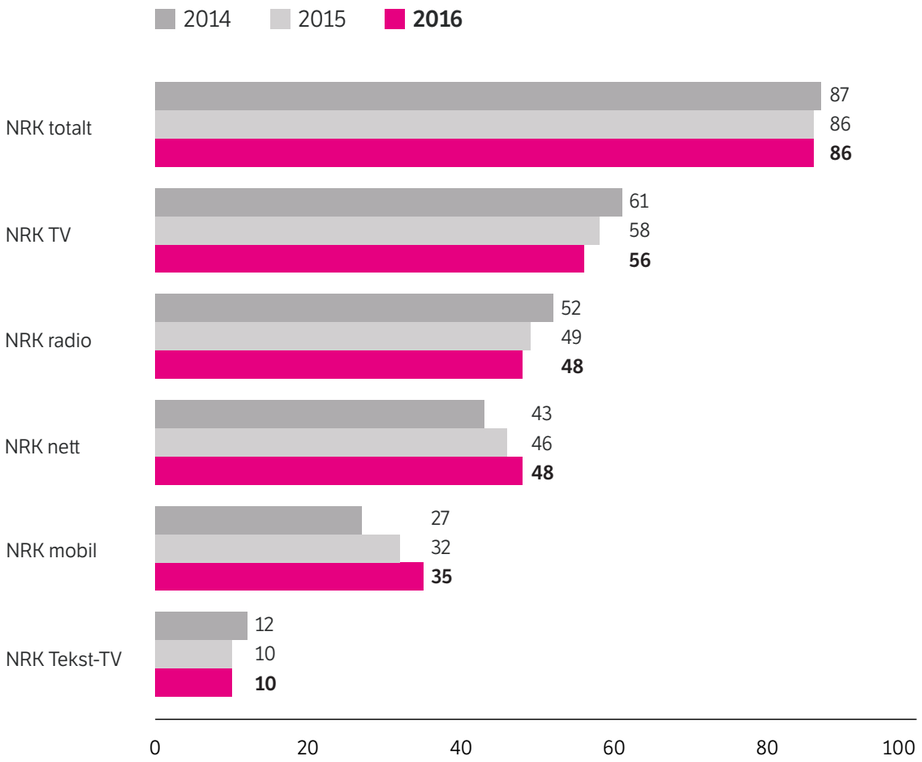
04. Bruken av «Skam»-universet på nett og mobil eksploderte i 2016, ikke bare i Norge. Serien har flere seere på nett enn på TV, men i 2016 fikk serien, som opprinnelig ble laget for jenter i 16-årsalderen, fotfeste i alle aldersgrupper. **Foto:** NRK

05. «Melodi Grand Prix» og «Eurovision Song Contest» har alltid høye seertall. Her er programlederne for den norske finalen i 2016, Kåre Magnus Berg og Silya Nymoen. **Foto:** NRK

06. «Skam» forandret alt, og gjør det lettere å være ung, skrev medieviter Aadne Feiring i kronikk på NRK Ytring. **Foto:** NRK

9 av 10 bruker NRK hver dag

86 prosent av befolkningen over 12 år benytter seg av NRKs tilbud daglig. Bruken av TV og radio synker noe, samtidig som bruken av nett og mobil øker.

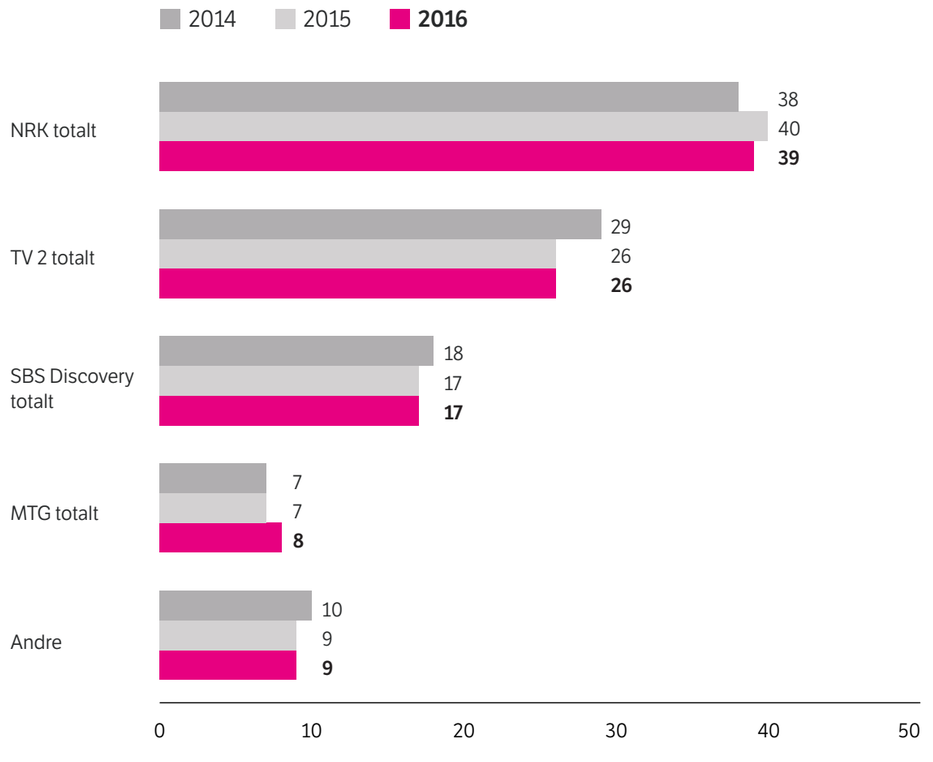


Daglig dekning i prosent.

Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

39 prosent markedsandel for NRKs TV-kanaler

Det meste av TV-seingen i Norge skjer på kanalene eid av de fire store TV-selskapene NRK, TV 2, SBS Discovery og MTG. NRK synker noe fra fjoråret, men beholder fremdeles sin posisjon som det norske mediehuset med høyest markedsandel.

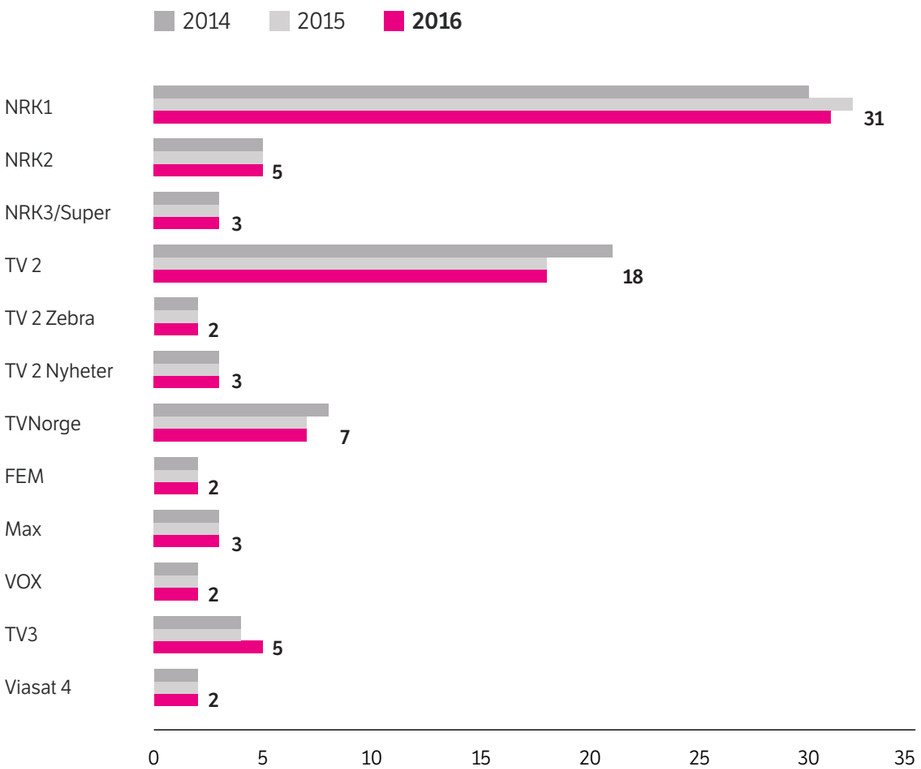


Markedsandeler fordelt på mediehus.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NRK1 er Norges største TV-kanal

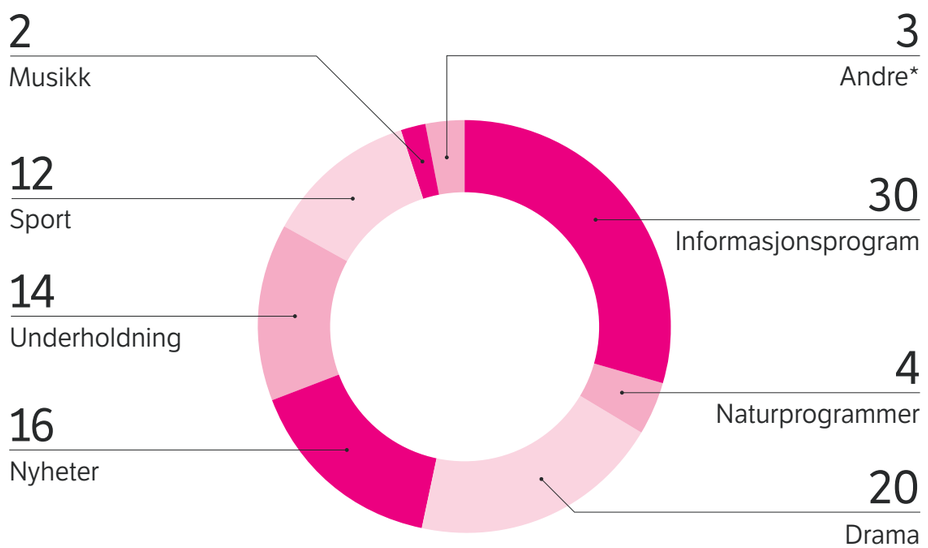
NRK1 er den største TV-kanalen i Norge med en markedsandel på 31 prosent blant befolkningen 12 år eller eldre. Deretter følger TV 2 og TVNorge med markedsandeler på henholdsvis 18 og 7 prosent.



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

Programprofil NRK1

NRK1 har med sin bredde, noe for alle.



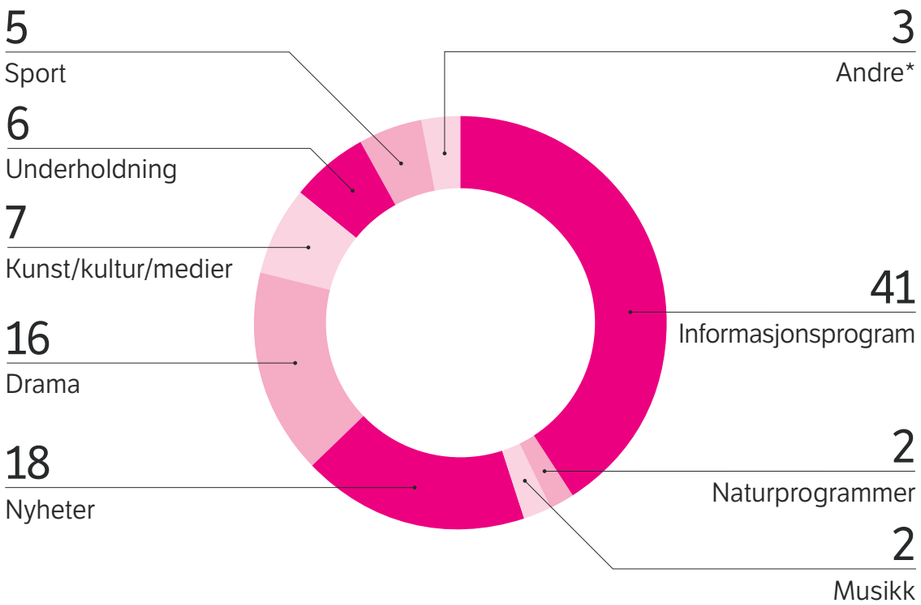
* Kunst/kultur/medier 1,2 %; Vitenskap 0,5 %; Pauseprogram 0,1 %; Religion/livsfilosofi 0,5 %; Barneprogram 0,3%

7 831 sendetimer i 2016 fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Programprofil NRK2

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



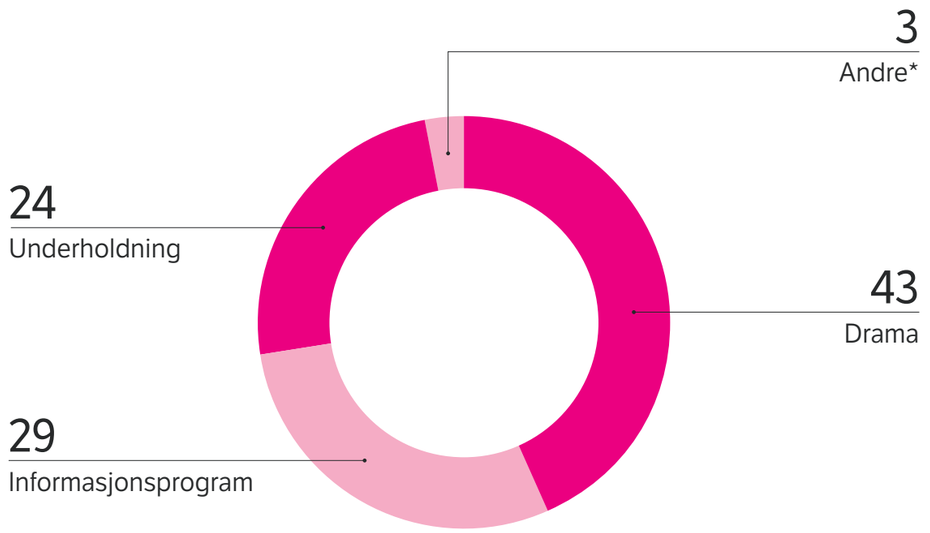
* Pauseprogram/filler 0,2 %; Religion/livsfilosofi 0,6 %; Undervisning 0,9 %; Vitenskap 1 %; Barneprogram 0,09 %

7 388 sendetimer i 2016 fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Programprofil NRK3

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



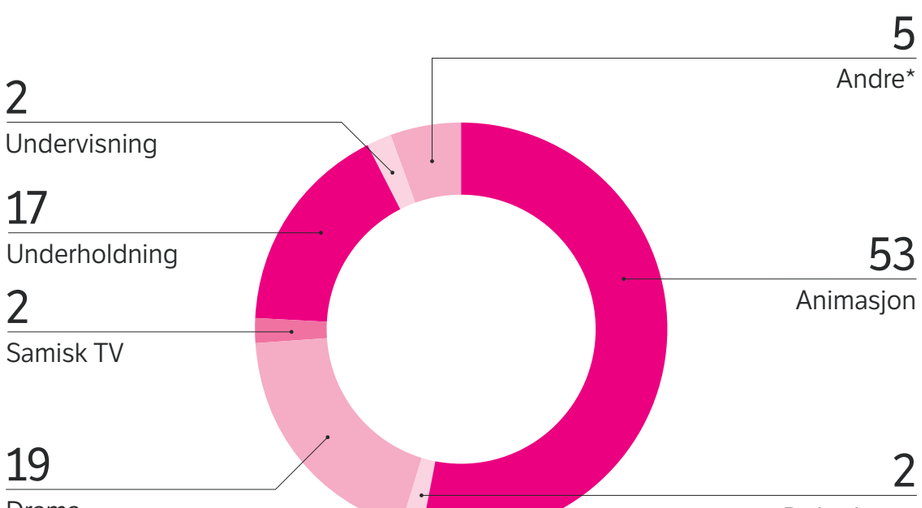
* Barneprogram 0,1 %; Kunst/kultur/medier 0,03 %, Musikk 0,5 %; Nyheter 0,2 %, Pauseprogram/fillers 0,06 %; Religion/livsfilosofi 0,5 %; Sport 0,4 %; Vitenskap 1,2 %

3 135 sendetimer på NRK3 i 2016 fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Programprofil NRK Super

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



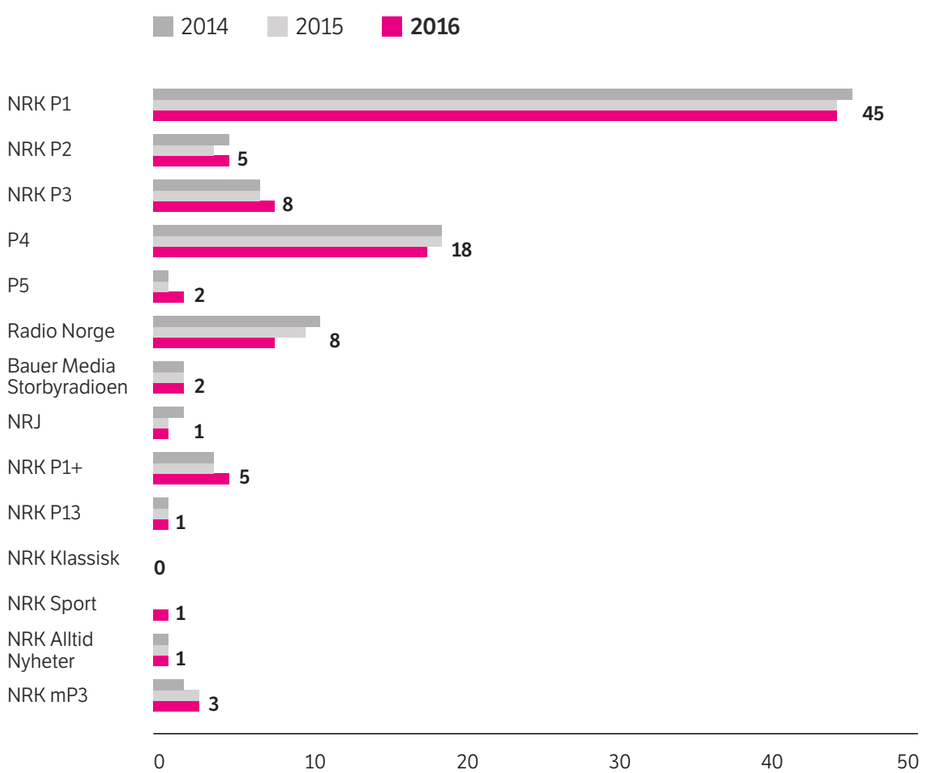
*Vitenskap 0,9 %; Nyheter 1,2 %; Fillere 1,2 %; Musikkvideo 0,6 %; Dokumentar 1,4 %; Programmer for hørselshemmede 0,1 %

4 758 sendetimer i 2016 fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: NRK Statistikk

Markedsandeler for norske radiokanaler

NRK P1 er den største radiokanalen i Norge med 45 prosent markedsandel.



Markedsandeler i prosent fordelt på kanaler.

Kilde: Kantar TNS PPM

2,1 millioner lytter daglig til NRK

Totalt 2,1 millioner, eller 48 prosent av befolkningen 12 år eller eldre, hører på NRK på radio daglig. NRK P1 er den største kanalen med omtrent en og en halv million daglige lyttere. Deretter følger P3 som har en halv million lyttere hver dag.

	Daglig dekning i 1000	Daglig dekning i prosent
NRK P1	1 483	33
NRK P2	262	6
NRK P3	514	12
NRK mP3	232	5
NRK Alltid Nyheter	69	2
NRK Klassisk	22	0,5
NRK Sport	37	1,8
NRK P1+	174	4
NRK P13	58	1
NRK Total	**2 143**	**48**

Daglig dekning for NRKs radiokanaler i 2016.

Kilde: Kantar TNS PPM

Programprofil NRK P1

	Antall timer	Prosent-andel
Annet	182	2
Barneprogram	2	0
Drama	71	1
Kunst/Kultur/Medier	1	0
Musikk	1 766	20
Nyheter	708	8
Portretter	69	1
Regionale sendinger	1 251	14
Religion/livsfilosofi	238	3
Samfunnsspørsmål	863	10
Samiske sendinger – samisk kultur	12	0
Sport	371	4
Underholdning	3 123	36
Vitenskap	102	1
Total sendetid	**8 760**	**100**

Hele døgnet fordelt på sjanger

Kilde: Kantar TNS PPM

Programprofil NRK P2

	Antall timer	Prosent-andel
Annet	218	2
Drama	177	2
Hjem/fritid	11	0
Kunst/Kultur/Medier	2 001	23
Musikk	3 125	36
Nyheter	632	7
Portretter	62	1
Programinformasjon	2	0
Religion/livsfilosofi	94	1
Samfunnsspørsmål	2 136	24
Samiske sendinger – samisk kultur	20	0
Samiske sendinger nyheter	72	1
Underholdning	38	0
Vitenskap	172	2
Total sendetid	**8 760**	**100**

Hele døgnet fordelt på sjanger

Kilde: Kantar TNS PPM

Programprofil NRK P3

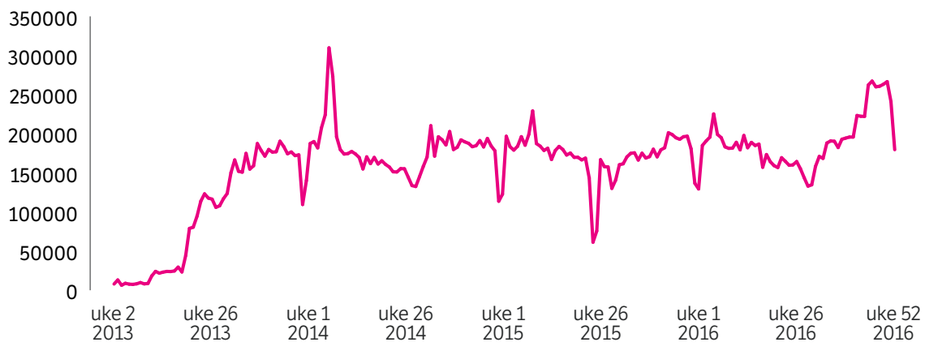
	Antall timer	Prosent-andel
Annet	269	3
Drama	17	0
Kunst/Kultur/Medier	195	2
Musikk	5 636	64
Nyheter	135	2
Samfunnsspørsmål	316	4
Sport	37	0
Underholdning	2 155	25
Total sendetid	**8 760**	**100**

Hele døgnet fordelt på sjanger

Kilde: Kantar TNS PPM

NRK Radio når du vil

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

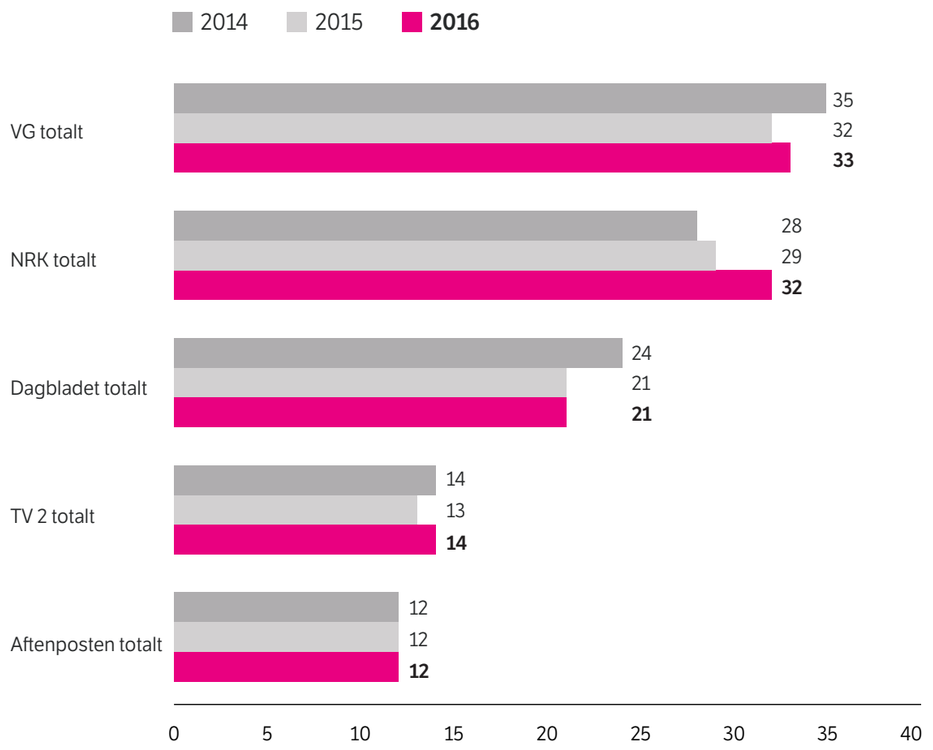


Ukentlige unike brukere av NRKs nettradio siden lansering i 2013.

Kilde: Kantar TNS Scores

32 prosent bruker NRK på nett daglig

Bruken av NRK på nett øker, og NRK er blant landets største innholdsnettsteder med 32 prosent daglig dekning i befolkningen over 12 år.

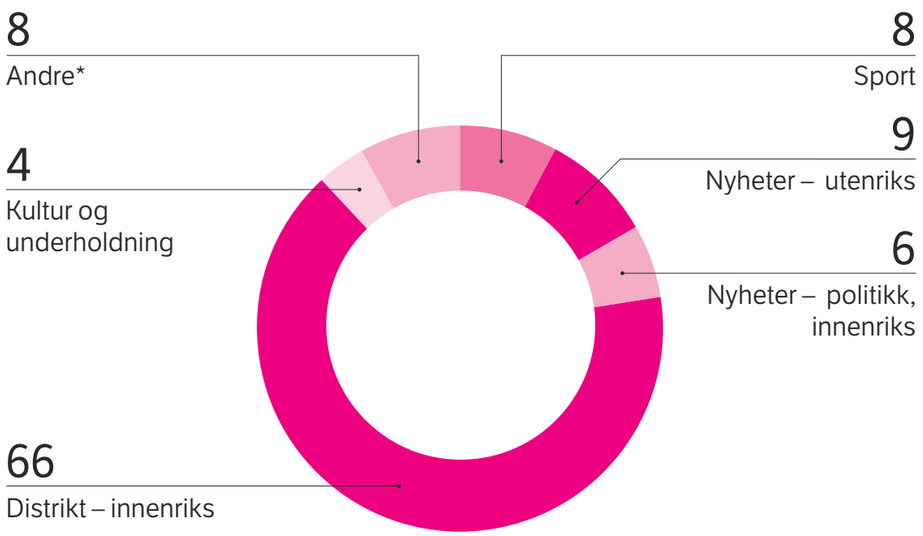


Daglig dekning i prosent for de største norske innholdsnettstedene. Apper ikke inkludert.

Kilde: Norsk Internett panel (NIP)

Publiserte artikler på NRK.no i 2016

Antall artikler publisert fordelt på seksjoner, i prosent. Distriktsdivisjonen, med sine 15 distrikter og 53 kontorer spredt rundt i hele Norge, produserer artikler med stor tematisk spennvidde.



*P3 1,1 %; Filmpolitiet 0,6 %; Ytring (debatt) 1,1 %; Viten 0,2 %; Livsstil 0,3 %; Mat 0,1 %; Andakten 0,3 %; Dokumentar 0,2 %; Satiriks (humor) 0,2 %; Yr 0,8 %; NRKBeta 0,2 %; Annet 0,8 %

Kilde: NRK Statistikk

67 prosent bruker mobile tjenester daglig

Stadig flere bruker mobile tjenester, og NRK er størst på mobil med 35 prosent daglig dekning.

	Daglig dekning i unike brukere			Daglig dekning i prosent		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Mobile tjenester (totalt)	2 464 323	2 776 995	**3 006 444**	56	63	**67**
NRK mobil	1 172 384	1 408 760	**1 556 457**	27	32	**35**
VG mobil	1 219 725	1 287 591	**1 339 880**	28	29	**30**
Dagbladet mobil	651 588	695 017	**680 681**	15	16	**15**
Aftenposten mobil	379 843	438 957	**424 905**	9	10	**10**
TV 2 mobil	312 400	377 233	**440 316**	7	9	**10**

NRK mobil inkluderer også Yr mobil.

Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

NRKs nettsider har 5,3 millioner besøkende i løpet av en uke

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

Ukentlige unike brukere.

Kilde: Kantar TNS Scores

Mobilsidene til NRK har 3,6 millioner besøkende ukentlig

NRKs mobilsider har hatt en økning på 22 prosent i antall ukentlige besøkende fra 2015 til 2016.

	NRK mobil totalt
Endring 2015 – 2016	22 %
Snitt 2016	**3 628 846**
Snitt 2015	2 978 939
Snitt 2014	2 260 325
Snitt 2013	1 486 813

Ukentlige unike brukere.

Kilde: Kantar TNS Scores

Over 1 million følger NRK på Facebook

Månedlig aktive unike følgere på Facebook ved utgangen av året.

	Unike følgere
2016	1 100 000
2015	850 000

Facebook runder av til nærmeste 100 000 når man beveger seg over 1 million følgere, så det eksakte antallet følgere vil befinne seg mellom 1 million og 1,1 millioner følgere.

Kilde: Facebook

Yr er den mest brukte NRK-appen

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

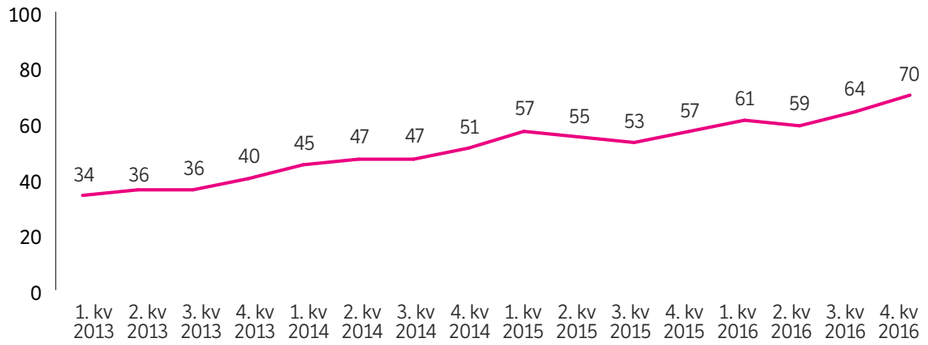
	Daglig unike brukere
Yr	1 044 343
NRK TV	123 117
NRK Super	71 032
Snøfall	34 860
nrk.no	31 489
NRK Radio	18 791
Fantorangen	15 723
P3 Radio	4 307

Daglige unike brukere i gjennomsnitt for NRKs apper i 2016.

Kilde: Kantar TNS Scores

Over halvparten av befolkningen lytter daglig til digitalradio

Bruken av digitalradio øker stadig. Digital radiolytting vil si lytting via PC/Mac, mobil med radioapp, nettbrett, internettradioapparat, DAB-radio (inkl. adapter), DAB-radio i bil (inkl. adapter), DAB lommeradio og digital TV-mottaker.



Andel av befolkningen 15+ som lytter daglig på radio digitalt, i prosent.

Kilde: Kantar TNS Digitalradioundersøkelsen

Tekst-TV har flere daglige brukere enn Twitter

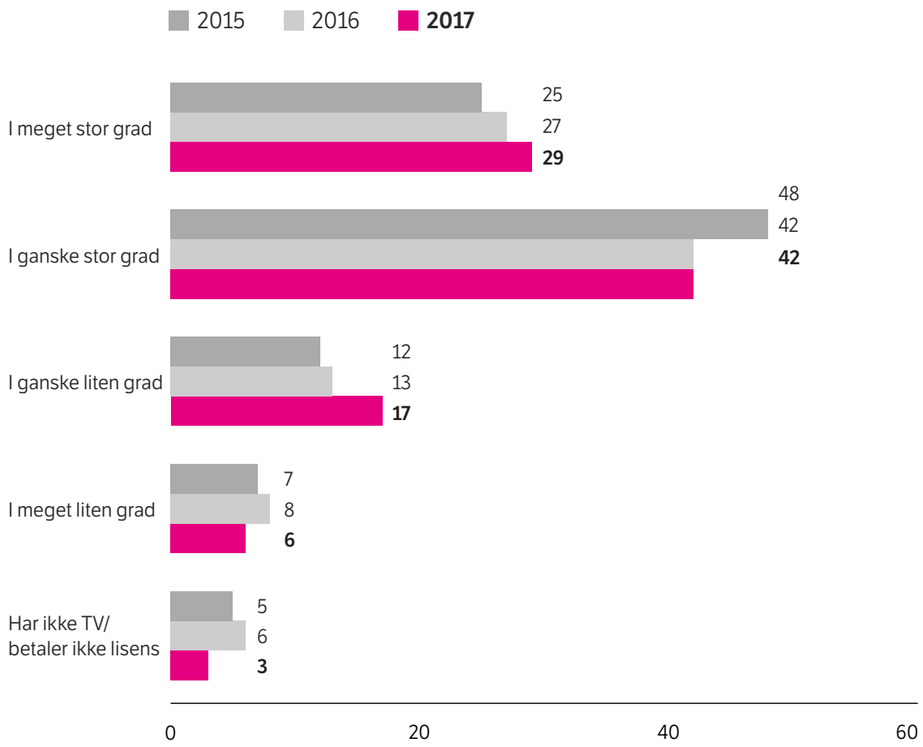


Daglig dekning i prosent, 12+ for Tekst-TV og 15+ for Twitter.

Kilde: Interbuss Q1-3 2016 og Gallup Media 2016

71 prosent mener de får valuta for lisensen

71 prosent mener de får valuta for lisenspengene. Dette er et prosentpoeng høyere enn fjoråret.

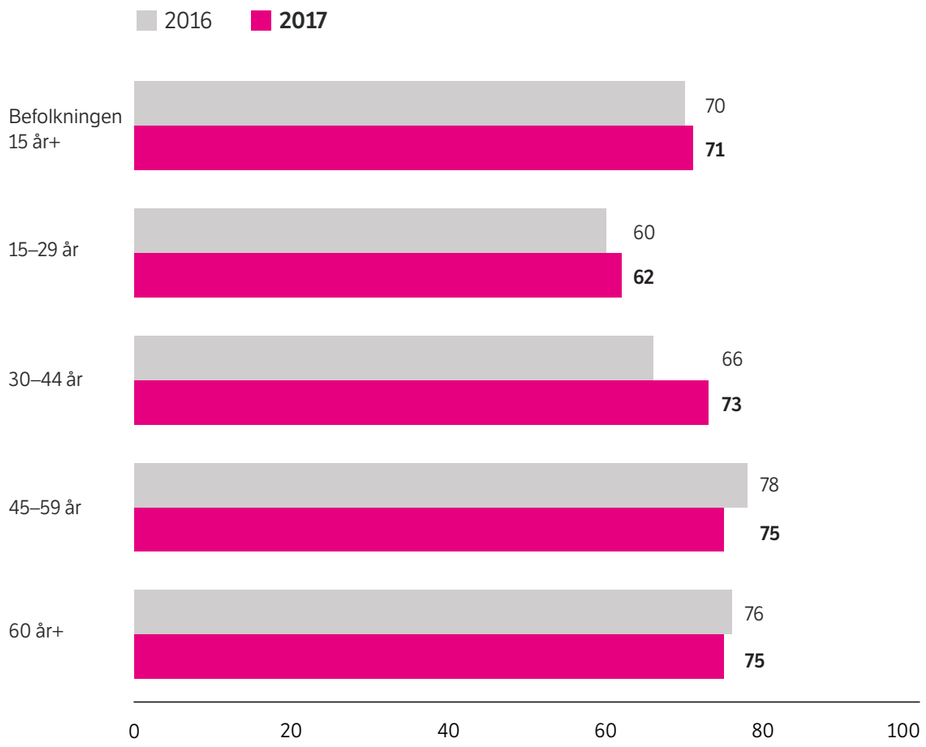


Andel av befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålet som er stilt er følgende: «Tenk på hele tilbudet til NRK under ett, dvs alt som sendes på NRK radio og fjernsyn, NRK Tekst-TV samt alt som ligger på internettsidene til NRK. I hvilken grad mener du NRK gir deg valuta for lisens-pengene?»

Kilde: NRKs profilundersøkelse 2017

Andelen av befolkningen mellom 30 og 44 år som mener de får god valuta for lisensen, øker

Blant 30-44 åringer øker andelen som mener de får god valuta for lisensen med 7 prosentpoeng fra i fjor til i år.
I befolkningen generelt er det en økning på 1 prosentpoeng.



Grafen viser prosentandelen av aldersgruppene som mener at de i meget eller ganske stor grad får valuta for lisensen.

Kilde: NRKs profilundersøkelse 2017

Økt lokalt samarbeid

Global konkurranse og press på norsk innhold øker behovet for mer samarbeid i mediebransjen. «Årets trønder» i 2016 ble for sjuende år på rad kåret i fellesskap av NRK og Adresseavisen.

01.
Birgit Skarstein ble kåret til «Årets trønder 2016» av NRK og Adresseavisen i fellesskap. **Foto:** Kristin Svorte

SAMARBEID OG DELING LOKALT I 2016

Det er et mål for NRK å legge bedre til rette for samarbeid og deling av innhold med andre redaktørstyrte medier. Slikt samarbeid skal ikke ha negative konsekvenser for andre i markedet.

Lokalt er NRK engasjert i en rekke slike store og små samarbeidsløsninger. NRK og Adresseavisen har for sjuende år på rad samarbeidet om å kåre «Årets trønder». En slik kåring får større oppmerksomhet og betydning når det gjøres i fellesskap, enn ved at mediehusene har hver sin kåring.

NRKs distriktskontorer tilbyr ofte lokale medier NRKs digitale strømmesignal fra fotballkamper, arrangementer og folkemøter. I Møre og Romsdal deler NRK direkteoverføringen fra fjellet «Mannen» med flere lokalaviser.

NRK Hordaland har gjennom arbeidet med Media City Bergen knyttet ekstra god kontakt med andre mediebedrifter. I løpet av 2017 flytter NRK sammen med Bergens Tidende, Bergensavisen, TV 2 og Universitetet i Bergen i det som kalles Media City Bergen. Målet for medieklyngen i Bergen er blant annet økt innovasjon, mer nyskaping, innovasjon og kunnskapsutvikling.

I 2017 inviterer NRK til samarbeidsmøter ved alle distriktskontorene. Formålet er å diskutere når NRK og lokale medier har felles interesse i å samarbeide, og når vi skal konkurrere. Møtene vil forhåpentligvis resultere i nye ideer og felles prosjekter fremover.



02

02. Kringkastingssjef Thor Gjermund Eriksen snakket på Sápmi-konferansen i mars 2016 om hvordan NRK arbeider for å fylle oppdraget i en tid med nye medievaner. **Foto:** NRK

03. Redaktør Tor Olav Mørseth fra Adresseavisen og Merete Verstad fra NRK deler ut prisen «Årets trønder» til Birgit Skarstein under Adresseavisens nyttårskonsert i Olavshallen. **Foto:** Bjørn Tore

04. Samarbeidsmøte i NRK Rogaland mellom NRK, Haugesunds Avis, Solabladet, Suldalsposten, Jærbladet, Ryposten, Stavanger Aftenblad, Granar, Bygdebladet, TV Vest og Gjesdalsbuen. **Foto:** Magnus Stokka, NRK


03


04

TODELT BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

I et demokrati må alle borgere ha mulighet til å ytre seg fritt og delta i det offentlige ordskiftet. Dette innebærer at borgerne må ha tilgang til en arena der et mangfold av journalistikk, politikk, ideer og meninger møtes og brynes mot hverandre i en levende, opplyst, offentlig samtale. Mediemangfold er derfor ikke et mål i seg selv, men en forutsetning for et velfungerende samfunn.

Allmennkringkasting er et av statens viktigste virkemidler for å legge til rette for mediemangfold. Gjennom å tilby unik tematisk bredde og innhold fra hele landet, bidrar NRK til mediemangfold. Som bestiller og innkjøper av eksterne produksjoner bidrar NRK til å sikre et mylder av redaksjonelle produksjonsmiljøer i Norge. Det er viktig med sterke, konkurrerende redaksjonelle miljøer, både nasjonalt og lokalt.

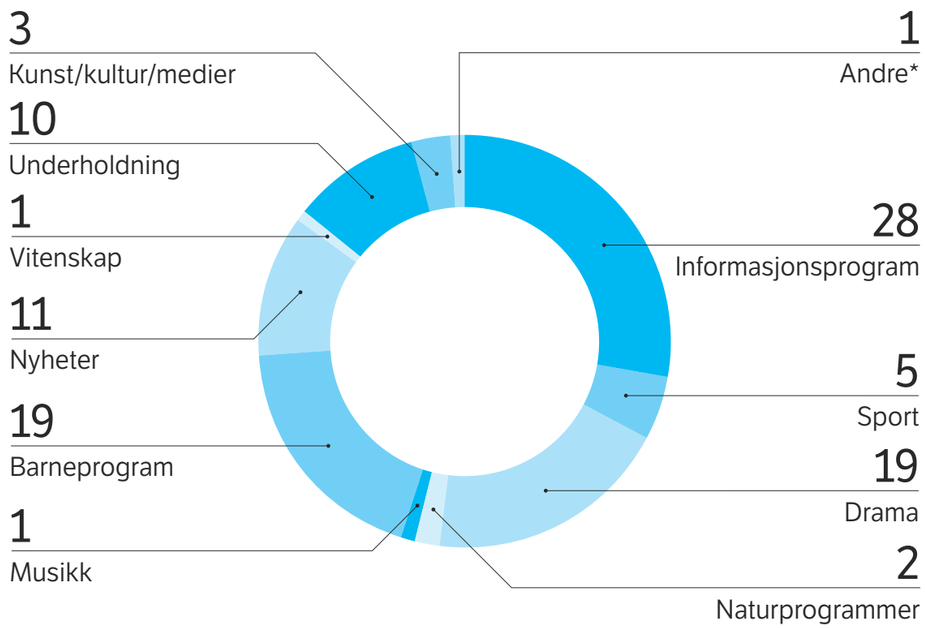
Akkurat som NRKs innhold ikke får verdi før det treffer publikum, har heller ikke mediemangfold noen demokratisk verdi før det blir brukt av befolkningen. Mediemangfold kan ikke bidra til en reell ytrings- og informasjonsfrihet hvis det ikke brukes.

NRK har et selvstendig ansvar for å bidra til norsk mediemangfold. Ansvaret er todelt. For det første bidrar NRK i kraft av sitt oppdrag til å oppfylle demokratiske, kulturelle og sosiale behov i samfunnet. For det andre bidrar NRK til mediemangfold ved å være et norsk tyngdepunkt i mediebransjen, som gjennom samarbeid og deling med andre aktører, bidrar til innovasjon og utvikling.

2016 har vist at NRK har styrke til, sammen med andre norske medieaktører, å løfte fram norsk redaktørstyrt innhold i konkurranse med globale aktører. Men for å være en attraktiv samarbeidspartner må NRK ha mulighet til å oppfylle allmennkringkastingsforpliktelsene. Det er derfor avgjørende at NRKs evne til å løse oppdraget, ikke svekkes. Som allmennkringkaster må NRK være uavhengig, ha redaksjonell frihet og kontroll, og verne om vår troverdighet i befolkningen.

NRK har noe for alle

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



* Regligion/livsfilosofi 0,4 %; Undervisning 0,3 %; Pauseprogram/filler 0,2 %

23 015 sendetimer på NRKs TV-kanaler fordelt på sjanger, i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NRK TV

TV i verdensklasse

TV-bruken endret seg for alvor i 2016, og NRK TV fikk dobbelt så mange unike brukere på nett. Det handlet mye om «Skam», men ikke bare.



01.
Dramaserien «Skam» med Even og Isak som hovedpersoner høsten 2016, slo alle tidligere rekorder i NRK. **Foto:** NRK



02

I 2016 ble strømming av TV-innhold en del av det norske publikums hverdag. De unge går foran. For nordmenn under 30 år er strømming av TV-innhold blitt en dagligdags aktivitet. Halvparten av aldersgruppas TV-konsum skjer over internett.

NRKs fiksjonsserier samler et stort publikum, og gjør at NRK som strømmetjeneste blir valgt i den globale konkurransen. Det øker også bruken av annet innhold i NRK TV. Godt fiksjonsinnhold, tilgjengelig gjennom strømming, var avgjørende for dem som valgte NRK TV i 2016. Ved bevisst å presentere et bredt tilbud sammen med helt nytt fiksjonsinnhold, oppnådde NRK at innhold i vidt forskjellige sjangere ble oppdaget og tatt i bruk av flere.

I tiden framover vil spredningseffekten fra populære fiksjonsserier bli mer målrettet utnyttet gjennom å henlede brukere videre til NRKs øvrige innhold gjennom anbefalingsalgoritmer og redaksjonelle anbefalinger.

«SKAM» OG DRAMA

Det er avgjørende å tilby norsk publikum et innhold som er tett på deres virkelighet og som oppleves som relevant. Dramaserien «Skam» er et godt eksempel på dette.

«Skam» ble innlemmet i mange norske seeres strømmevaner i 2016. I snitt har nærmere én million seere omfavnet kjærlighetshistorien mellom Even og Isak i sesong 3 av «Skam». Dette er rekord både for NRK TV og for strømming av en serie i Norge.

Noe av suksessen ligger i publiseringsbredden. Publikum velger selv hvordan de ønsker å se serien: Daglige oppdateringer og videoklipp på nettsiden skam.p3.no, hele episoder på NRK3, eller når de selv vil i NRK TV.

Dramaserier som «Nobel», «Side om Side», «Mammon» sesong 2 og «Vikingane» er også populære i NRK TV. Mot slutten av året samlet NRKs nye julekalender «Snøfall» daglig over én million seere på tvers av generasjoner. 30 prosent av all seingen var strømming (fordelt på NRK TV og NRK Super på nett). For NRK var det viktig å publisere dette på en måte som gir familiene valgmuligheter, slik at de de selv kan starte dagens episode når det passer best for dem.

NRKs oppdrag er å ha unik innholdsbredde. Ser man på bruken av innholdet, fordelt på sjanger, ser man tydelig at også andre sjangere enn drama, er populære. I 2016 ser vi at særlig dokumentarinnhold strømmes i mye større grad enn før. I dokumentarserien «Jeg mot meg», hvor vi møtte åtte ungdommer i gruppeterapi med psykolog Peder Kjøs, satt NRK mental helse på agendaen. Samme dag som første episode hadde premiere på NRK1, ble alle episodene gjort tilgjengelig i NRK TV. I tillegg til de åtte hovedepisodene ble også alle gruppeterapitimene publisert. Her kunne seerne følge utviklingen til ungdommene kronologisk. «Jeg mot meg» var den mest sette faktaserien i NRK TV i 2016.

I NRK TV er et stort antall dokumentarprogrammer tilgjengelig til enhver tid. De spenner fra internasjonale dokumentarserier som «OJ Simpson – Made in America», via norske dokumentarer som «Brennpunkt» og «Helene sjekker inn», til mer målgrupperettede dokumentarer som «Ung og rik på Instagram», «Reggie Yates» og «Modellfabrikken».

FLERE SER DOKUMENTARER

«Dokusommer» er et godt eksempel på hvordan NRK TV, sammen med NRK2, tilrettelegger og gjør det enklere for publikum å finne fram til innholdet. Gjennom sommeren ble et rikt utvalg av dokumentarer publisert på NRK2 og NRK TV, noe som ga folk mulighet til selv å velge fra vår store innholdskatalog. Kjente NRK-profiler bidro ved å anbefale sine favorittdokumentarer. Dette gjorde viktige historier om samfunnet vi lever i, tilgjengelig for enda flere. Seingen var sommeren 2016 dobbelt så stor som året før.

NRK TV brukes også når man har gått glipp av noe på NRK1. Typisk innhold som gjerne brukes i NRK TV på denne måten er «Anno», «Nytt på nytt» og «Stjernekamp». Høsten 2016 har vi også tilgjengeliggjort innhold som sendes senere på kvelden lineært, tidligere på kvelden i NRK TV.

DEN STORE SKJERMEN

En annen ting som har skjedd i 2016, er at strømmingen har beveget seg fra mindre skjermer (mobil, PC og nettbrett) til TV-skjermen i stua. Den store skjermen inviterer i større grad til å se TV sammen, og vi ser at on demand-bruken får noe av den samlende funksjonen som tradisjonell TV alltid har hatt.

For mange er NRK TV-appen inngangen også til direktesendt TV. Da er det særlig store arrangementer som sport og direktesendte underholdningsprogrammer som strømmes, i tillegg til store nyhetshendelser. Et nervepirrende Sjakk-VM ga stor og langvarig bruk av direktestrømming.

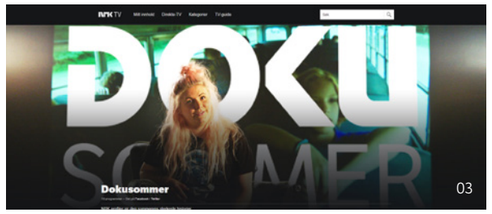
En forutsetning for at NRK skal kunne oppfylle samfunnsoppdraget, er at vi er allment tilgjengelige. Vi skal gi publikum tilgang til NRKs samlede innhold der de er. NRK legger derfor til rette for at publikum kan se vårt innhold gjennom egne NRK-apper på tredjeparts plattformer. NRKs nett-TV-apper, NRK TV og NRK Super, er tilgjengelig på mobil, nettbrett, Smart-TV-er, Chromecast, PlayStation og Apple TV. I tillegg er NRKs innhold tilgjengelig i de nyeste boksene til Riks-TV i det digitale bakkenettet. Over halvparten av norske TV-apparater er koblet til internett. Dette betyr at publikum kan se NRK TV også på den store skjermen. Publikum får større fleksibilitet og flere valgmuligheter, som igjen gjør at de i større grad selv kan komponere sin egen TV-kveld.

ÅPNER ARKIVET

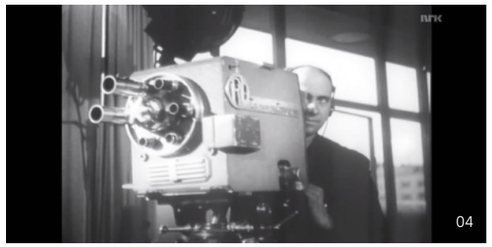
De siste par årene har NRK jobbet med å digitalisere det historiske fjernsynsarkivet fra de første sendingene på begynnelsen av 60-tallet og fram til 1997. Så langt er over 30 000 programmer lagt inn i NRK TV som en egen kategori, «NRK-arkivet». I 2016 ble hele «Filmavisen» tilgjengelig for publikum i NRK TV. NRK er nå i forhandlinger med rettighetsorganisasjonen Norwaco for å få rettigheter til arkivet fra 1. januar 1997 og frem i tid.

NRK jobber stadig for å løfte frem gull gjennom «Ukas arkiv», ulike temasider og aktuelt innhold knyttet til nyhetshendelser eller historiske begivenheter. Arkivet brukes også i ny produksjon, og NRK utvikler også tjenester knyttet til arkivet som lever på NRK.no og i NRK TV. Et godt eksempel er «Mimre tilbake til din barndom».

NRK ønsker at NRK TV skal være en godt likt og mye brukt strømmetjeneste i Norge. Tjenesten har hatt en god vekst i 2016. I snitt har NRK TV 303 000 unike brukere daglig mot 184 000 året før. For å sikre videre vekst i et voksende marked, er det avgjørende for NRK TV å ha flere prosjekter som fenger. Dette vil sikre at publikum oppsøker kanalen oftere, ser mer og snakker om innholdet. Med NRK TV skal NRK sikre at publikum får et solid og variert allmennkringkasterinnhold, også i det nye norske strømmemarkedet.



03



04



05

02. Seerne og nettbrukerne kunne følge kjærlighetshistorien mellom Isak og Even i «Skam» dag for dag på nett. **Foto:** NRK

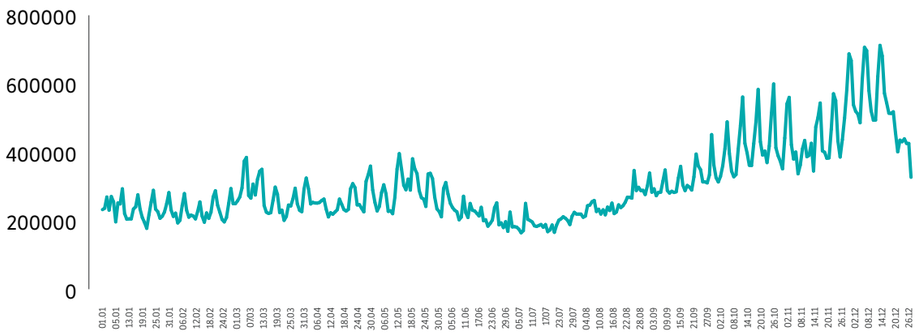
03. Kjente NRK-ansikter valgte sine favoritt-dokumentarer i «Dokusommer». **Foto:** NRK

04. Franske fjernsynsfolk besøkte NRK i 1947 og viste fram hvordan de jobbet. **Foto:** NRK

05. NRK har utviklet minutt-for-minutt-konseptet i stadig mer raffinerte former. NRK Luftfoto er verdensledende på dronebilder, og avanserte TV-kameraer sørger for flotte nærbilder av folk og natur som gir TV-seerne en følelse av å være med. **Foto:** Lars Erik Skrefsrud, NRK

450 000 bruker NRK TV daglig

Bruken av NRK TV økte i løpet av 2016, og i oktober-desember var det i snitt 450 000 unike brukere innom hver dag.

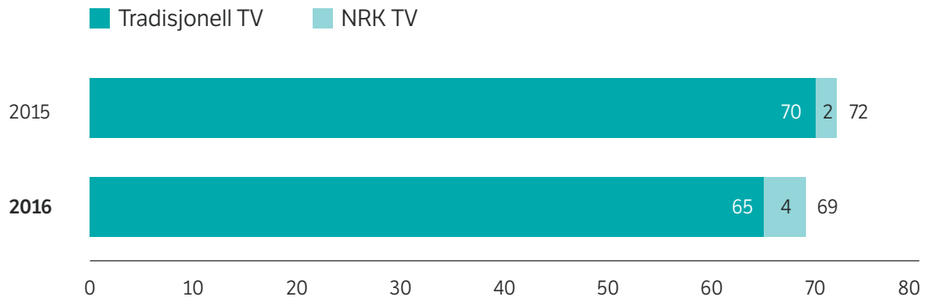


Daglige unike brukere NRK TV.

Kilde: Kantar TNS Scores

Bruken av NRK TV øker, men den tradisjonelle TV-en står fremdeles sterkt

I 2016 konsumerte hver enkelt nordmann i gjennomsnitt 65 minutter NRK-innhold på tradisjonell TV og 4 minutter NRK-innhold på nett hver dag. Sammenlignet med fjoråret ser befolkningen litt mindre på NRKs TV-kanaler, og noe mer på NRK TV, men det er fremdeles tradisjonell TV befolkningen bruker mest tid på.

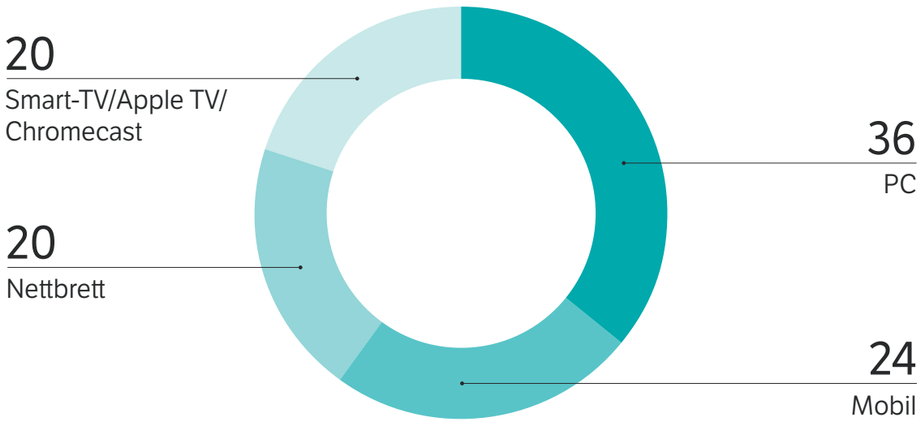


Grafen viser hvor mange minutter den gjennomsnittlige nordmann ser NRK-innhold på tradisjonell TV og på nett hver dag.

Kilde: Kantar TNS Scores og Kantar TNS TV-undersøkelsen

Publikum ser NRK TV på ulike enheter

PC-en er den enheten flest bruker for å se på NRK TV. Blant de øvrige enhetene er fordelingen av antall seere nokså jevn.

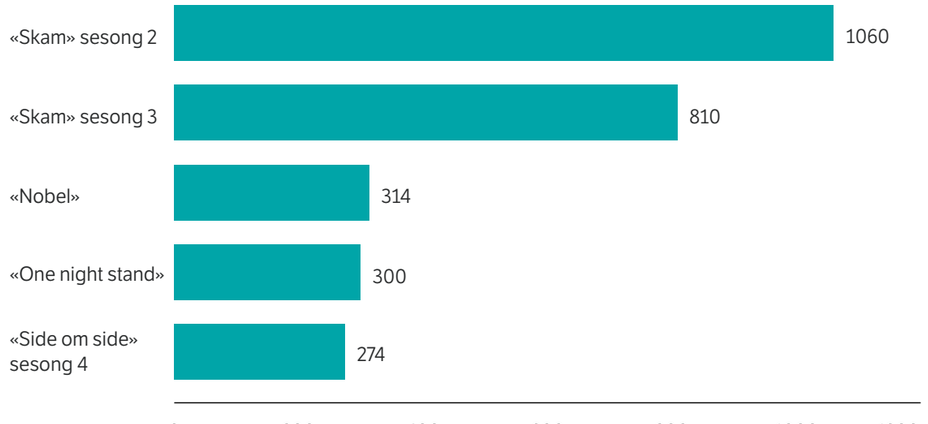


Grafen viser ukentlige unike brukere på NRK TV fordelt på ulike enheter, i prosent.

Kilde: Kantar TNS Scores

Drama og ungt innhold blir sett av mange på nett

«Skam» var den mest sette serien i NRK TV i 2016, og sesong 2 og 3 har hatt henholdsvis 1 million og 800 000 seere i snitt per episode.

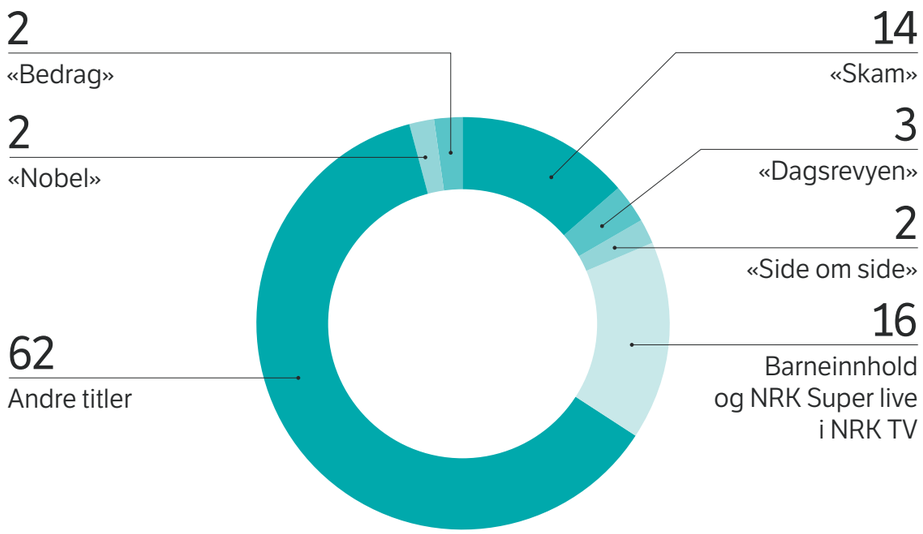


Gjennomsnittlig rating på nett, i tusen, for fem av de mest sette seriene i NRK TV.

Kilde: Kantar TNS Scores

«Skam» er størst, men viktigst er bredden i NRK TV

Publikum ser mange forskjellige programmer i NRK TV, og tilsammen utgjør denne bredden 62 prosent av all tid brukt. Noen få titler har imidlertid så stor oppslutning at de alene står for mer enn to prosent av all seing. Den enkeltserien publikum tilsammen har brukt mest tid på er «Skam», noe som utgjør 14 prosent av all tid brukt i NRK TV.

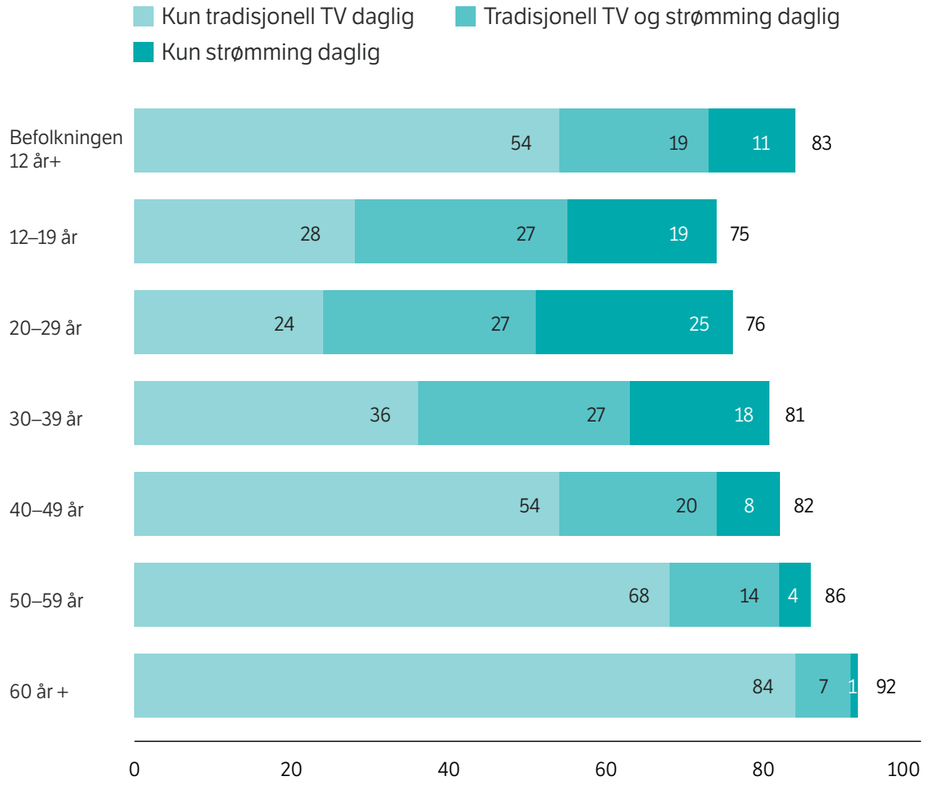


Grafen viser de programmene publikum har brukt mest tid på i NRK TV i 2016, og hvor stor andel disse utgjør av det totale konsumet.

Kilde: Kantar TNS Scores

TV-seing skjer på ulike måter avhengig av alder

Publikum konsumerer innhold på ulike plattformer, og brukermønsteret henger sammen med alder. Blant 20–29-åringer ser en av fire kun TV-innhold via strømming, og blant befolkningen over 60 år ser fire av fem kun på tradisjonell TV.



Daglig bruk ulike tjenester.

Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media tlf 16/2

Unge, sterke stemmer

NRK legger mye krefter i å være relevant for unge mennesker. Vi lykkes når vi satser på sterke historier med mening og samfunnsverdi.

01.
Gruppeterapitime fra serien «Jeg mot meg». **Foto:** Andris Søndrol Visdal, ANTI

Unge nordmenns fragmenterte mediebruk gjør at de unge er en spesielt vanskelig målgruppe å nå. Det er utfordrende når vi ønsker å være relevant på egne plattformer, og samtidig balansere dette opp mot publisering i sosiale medier.

BRYTER TABUER OM PSYKISK HELSE

I TV-serien «Jeg mot meg» står åtte ungdommer frem med sine psykiske utfordringer gjennom videodagbøker og i samtaleterapi med psykolog Peder Kjøs. NRK ønsket å løfte fram temaet bredt, og at serien skulle bli «større enn seg selv». En rekke redaksjoner samarbeidet om å sette psykisk helse på dagsordenen, med blant annet debatter, ytringer og nettartikler. NRK samarbeidet med Mental Helse, Kirkens Nødhjelp og Røde Kors som alle bemannet opp sine hjelpetelefoner.

Å eksponere unge, sårbare mennesker gjennom en TV-serie, er et stort ansvar. Dette ble det tatt hensyn til både i castingen til serien, under opptak, under publisering og i oppfølging av deltakerne og deres familier i etterkant. Deltakerne hadde mulighet til å trekke seg underveis. Programmene vil bare ligge tilgjengelig på nett ut 2018, så deltakerne kan gå videre i livene sine.

Serien skapte stort engasjement på sosiale medier, i debattfora og på festivaler helt fra premieren. «Jeg mot meg» har blitt nevnt i Stortinget, blitt gjenstand for masteroppgaver og brukes i undervisning. Psykologistudenter har fortalt at de lærte mer av serien enn de lærte på studiet.

Deltakerne i «Jeg mot meg» fikk sammen med psykolog Peder Kjøs «Tabuprisen 2016» av Rådet for psykisk helse. Juryen begrunnet tildelingen med at de gjennom serien viste hvordan det kan være å leve med angst, depresjon, ensomhet og skam.

FRA UNGDOMSFENOMEN TIL INTERNASJONAL SUKSESS

«Skam» sesong 2 og 3 preget store deler av 2016, ikke bare i NRK, men også nasjonalt og internasjonalt. Det ble et av de mest debattskapende NRK-programmene i fjor. Selv om rollefigurene i «Skam» er oppdiktet, er temaene som tas opp i serien høyst reelle.



02

«Det sies at det har blitt vanskeligere å være ung de siste årene. «Skam» gjør det lettere å være ung.»

Ådne Feiring, NRK Ytring 03.11.2016

I sesong 2 der Noora var hovedpersonen, fikk «Skam» ros fra blant andre Kripos og Landsforeningen mot seksuelle overgrep for å ta opp viktige temaer som overgrep, voldtekt og seksuelt press på en god måte.

Når Isak overtar som hovedperson i sesong 3, dreier serien til å handle om Isaks forhold til egen legning og forholdet hans til Even som er bipolar. På sosiale medier diskuteres både homofil kjærlighet og psykisk helse. Mange takker NRK for å normalisere og ufarliggjøre temaene. Når Isak slår opp «mani» på Wikipedia, gjør 60 000 nordmenn det samme.

Serien lyktes i å berøre og engasjere langt ut over den planlagte målgruppa. I tredje sesong tok «Skam» av også internasjonalt. Serien har satt nettrekorder i våre naboland, og noen utenlandske fans er så begeistret at de lærer seg norsk for å følge med. Klippene ble oversatt til engelsk, spansk, russisk, polsk, italiensk, portugisisk, kinesisk, kort tid etter at de var publisert på NRK.no.



03

UNG, NORSK VIRKELIGHET PÅ RADIO, NETT OG TV

NRK P3 dokumentar har vært en fast bidragsyter til ungt samfunnsengasjerende innhold på NRK P3s egen nettside og forsiden til NRK.no i fem år. Hvert halvår lager NRK P3 16 dokumentarer for radio og nett. I 2016 lagde de i tillegg fire dokumentarer for TV.

Av TV-dokumentarene var det «Ekkokammer» av Ludvig Løkholm Lewin som fikk mest oppmerksomhet. I dokumentaren viser Ludvig hva som skjer når en ung mann endrer seg fra å være politisk korrekt til å bli mer og mer islam-fiendtlig samtidig som han tilsynelatende går gjennom en radikaliseringsprosess. «Ekkokammer» skapte stor debatt både i andre nyhetsmedier og blant unge som engasjerte seg i sosiale medier.

De tre mest leste dokumentarene på NRK P3 i 2016 var «17 år og snart milliardær», «Bingoraneren» og «En ulykkelig kjærlighetshistorie».

NRK P3 sender også ukentlig fire timer ungt samfunnsengasjerende innhold på radio. Mandag til torsdag sendes «Verdens Rikeste Land», «Hallo P3» og «Juntafil».

02. «Skam»-seriene bredte seg ut over de fleste plattformer, inkludert podkast. **Foto:** NRK

03. Høsten 2016 spredte «Skam»-bølgen seg verden rundt, skriver den kinesiske partiavisen Global Times. **Foto:** NRK

@gjonemor

@NRKno gjør det igjen. Serien #jegmotmeg er pionerarbeid - beste serie j har sett på lang tid.Ekte og usensurert om unge&psykiske lidelser.

@vrangest

«Det viktigste jeg har å si: Del det med noen...» Kloke, sanne siste ord i #jegmotmeg Sjelden blitt så grepet av noe på TV.

@larsmg

Vil du bli litt glad (og stolt av Norge)? Sett opp et #skam-søk i tweetdeck og kjenn på godstemningen som strømmer på fra verden.

@Tobbe_Ek

Drabbad av SKAM-sjukan med full kraft: Nå tenker jeg på norsk #ass #serr #halla #hade #skam



04. Emma Clare Gabrielsen utforsker egne grenser i serien «Innafor». **Foto:** NRK

NETTHAT FRAM I LYSET

29. september 2016 satte NRK P3 og NRK mP3 fokus på nettmobbing med satsingen «Hata på nett». Målet var å skape oppmerksomhet om temaet på alle NRKs plattformer en hel dag.

Nettmobbing er et stort problem i vår digitale tidsalder. Én av fire ungdom har opplevd det. NRK ønsket å skape en større åpenhet rundt temaet, og gi unge noen verktøy som gjør det lettere å gjøre noe når man blir hata på nett.

NRK mP3 hadde en temasending på sju timer om nettmobbing direkte fra Fyrstikkalleen skole i Oslo med gjester, konserter og kjendiser. Leo Ajkic lagde dokumentaren «Netthat». Temaet ble tatt opp i alle radioprogrammene på NRK P3 denne dagen.

En rekke redaksjoner i resten av NRK var med på å løfte temaet. Gjennom et samarbeid på tvers av NRKs divisjoner ble det publisert en stor mengde radioinnslag, TV-innslag, nettsaker og videoklipp, pluss en direktesending på sosiale medier denne dagen.

Responsen på sosiale medier indikerte at innholdet traff godt i målgruppa. I ettertid hadde hjelpetelefonen til Røde Kors, Kors på Halsen, veldig stor pågang av unge som ville snakke om problemer knyttet til nettmobbing.

BRENNPUNKTS EKSPERIMENTERENDE LILLESØSTER

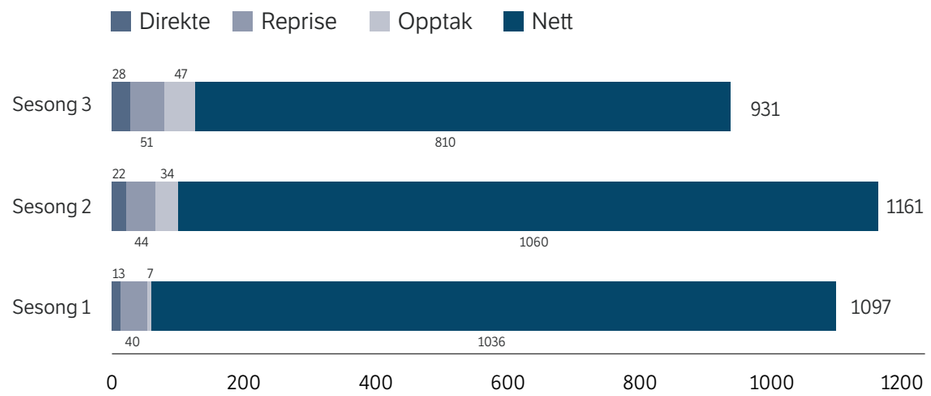
I NRKs nye dokumentarsatsing «Innafor» undersøker Emma Clare Gabrielsen (25) aktuelle fenomener som opptar hennes egen generasjon i målgruppen 20–29 år. «Innafor» har sitt utspring i det samme undersøkende miljøet som står bak «Brennpunkt», og startet sin publisering på nett høsten 2016.

«Innafor» har fått i oppdrag å eksperimentere, prøve og feile seg frem. I stedet for å vente til programmet skulle gå på TV, publiserte de flere nyhetssaker på nett underveis i research- og opptaksfasen. De har også publisert på sosiale medier som Instagram, Facebook og Snapchat underveis i produksjonen.

@Medietilsynet
Vi er klare til å svare på spørsmål om nettmobbing! Gå til p3.no #hatapånett

Over 1 million har sett sesong 1 og 2 av «Skam»

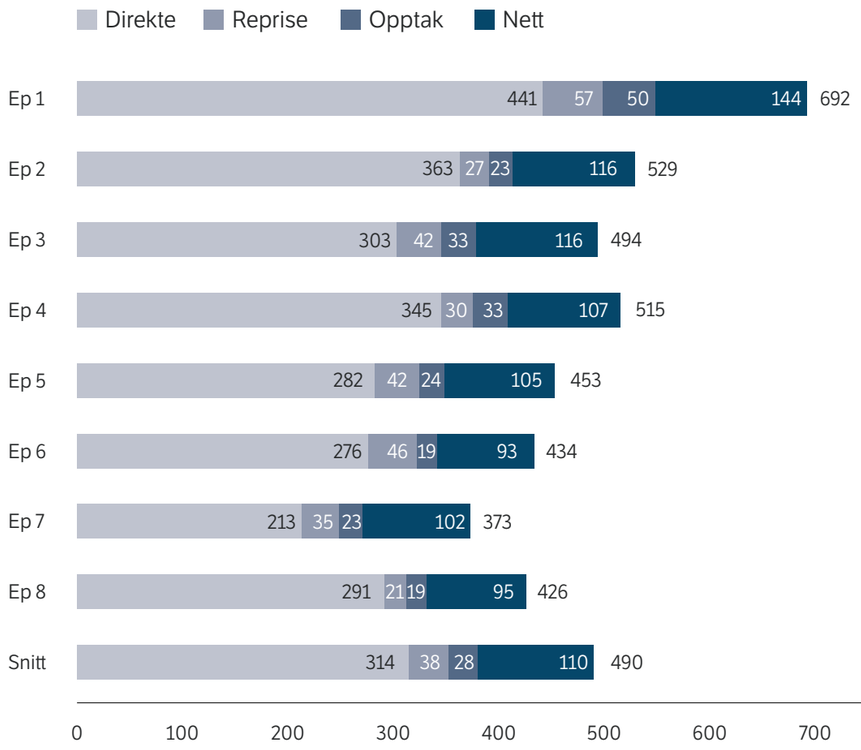
De aller fleste ser «Skam» på nett. Stadig flere oppdager serien, noe som fører til en kontinuerlig økning i seertallene for alle de tre sesongene.



Totale seertall for «Skam», både i Norge og utlandet. Gjennomsnitt per sesong.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

En halv million fulgte med på «Jeg mot meg»

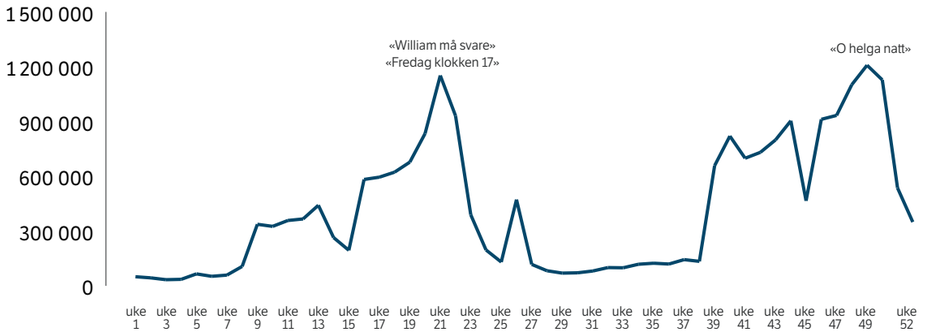


Totale seertall per episode og snitt for hele sesongen.

Kilde: Kantar TNS Scores og Kantar TNS TV-undersøkelsen

1,2 millioner var innom skam.p3.no i uke 49

På det meste har 1,2 millioner vært innom skam.p3.no i løpet av en uke. I uke 21 og 49 ble det publisert klipp som fungerte som store vendepunkt i henholdsvis sesong 2 og sesong 3, og nettsiden har hatt flest ukentlige unike besøk disse to ukene.



Ukentlige unike brukere innom skam.p3.no.

Kilde: Kantar TNS Scores

Forstå verden

NRKs journalister har i løpet av 2016 besøkt over halvparten av verdens land og delt sine opplevelser med folk på alle medieplattformer. NRKs oppdrag som allmennkringkaster gjør at vi har et ekstra ansvar for å gi folk et rikt og mangfoldig bilde av det som skjer ute i verden.

01.
NRKs utenriksredaksjon består av 20 journalister i Norge og 10 korrespondenter ute. **Foto:** Anne Liv Ekroll, NRK



02

ET ÅR MED STORE HENDELSER

Terroraksjoner preget nyhetsåret 2016. Angrepet i Brussel i mars, i Nice på den franske nasjonaldagen i juli, på julemarkedet i Berlin og flere angrep mot turistmål i Tyrkia, gjorde at terroren i fjor rykket nærmere norsk virkelighet. NRKs journalister var til stede og ga direkterapporter og øyenvitneskildringer fra åstedene. Krigen i Syria preget også i 2016 nyhetsbildet sterkt. Menneskelig lidelse, flyktningkrise, sult, internasjonale forhandlinger og uenighet om president Assads regime er bredt dekket.

NRKS KORRESPONDENTER

NRKs utenriksredaksjon består av 20 journalister hjemme og 10 korrespondenter med kontor i Nairobi, Beijing, Istanbul, Kairo/Beirut, Moskva, Berlin, Brussel, London og Washington D.C.

Korrespondentene dekker alle typer saker fra politikk og økonomi, til sport, film, musikk og krim. Korrespondentene jobber ofte ute i felt under enkle forhold. For Espen Aas i Storbritannia fungerer trillekofferten som kontor. Der har han kamera, stativ, mikrofoner, lys og en spesialkobling for Iphone for å rapportere med god lyd i radio.

Storbritannias folkeavstemning om EU fikk mye sendetid i 2016. Espen Aas reiste rundt i Storbritannia i månedene før avstemningen og ga NRKs publikum reportasjer om den folkelige misnøyen med EU og de etablerte elitene. Opprøret mot eliten var også tema i det som ble den største utenriksaken i 2016. Presidentvalget i USA ble dekket fortløpende gjennom primærvalg og nominasjonsmøter fram til selve valgdagen i november. NRKs journalister besøkte mange av de 50 delstatene, og laget saker med amerikanske velgere og deres syn på presidentkandidatene.

Både ved folkeavstemningen i Storbritannia og under presidentvalget i USA, satte NRK opp egne, utendørs studioer tett på begivenhetene for å gi publikum en tett og nær dekning gjennom mange timer med direktesending.

I forbindelse med USA-valget laget Thomas Seltzer en personlig vinklet reportasjefilm. I «Trygdekontoret – i Hillary og Donalds bakgård» reiste Seltzer til sitt barndoms USA.

«Det er hardt og kjipt der borte. Desperasjonen er stor. Flere kommer til å stemme Trump enn meningsmålingene til nå har vist», spådde Thomas Seltzer.

URIX FORKLARER

NRKs utenriksredaksjon har i 2016 brukt mye tid på å forklare hva som ligger bak nyhetshendelsene. I serien «Urix forklarer» og «Urix forteller» får seerne korte videoer med enkle analyser, kart, grafikk, bilder og tekst som gir innsikt



03



05

02. Midtøsten-korrespondent Kristin Solberg beveget seg dypt inne i Irak i oktober da hun rapporterte fra slaget om Mosul på alle plattformer, her sammen med NRKs fotograf George Kurian **Foto:** NRK.

03. USA-korrespondent Tove Bjørgaas med sitt bærbare kontor i Det hvite hus. **Foto:** NRK

04. NRK-reporter Anders Tvegård intervjuer Michael Flynn, som senere måtte gå av som Donald Trumps sikkerhetsrådgiver, før den siste presidentduellen i Las Vegas. NRKs fotograf er Will Montague. **Foto:** Johannes W. Berg

05. NRK fulgte flere amerikanske velgere tett i valgkampinnspurten for å forstå hva som lå bak deres valg. **Foto:** NRK

06. NRK fulgte presidentkandidatene tett både under primærvalgene og i selve valgkampen. Her er Tove Bjørgaas idet Hillary Clinton blir nominert på demokratenes landsmøte i Philadelphia i juli. **Foto:** NRK



04



06



07. Kartet viser NRKs korrespondentnett. Høsten 2016 ble Kairo-kontoret flyttet til Beirut. **Foto:** NRK

og forståelse for hvorfor ting skjer. Videoene er en blanding av fortellergrep fra TV, nett og sosiale medier, og publiseres på alle plattformer. Urix har laget nærmere 50 slike saker, og med det fornyet noe av fortellerformen på TV. «Urix forklarer» ble mye brukt i forbindelse med presidentvalget i USA. Mange nordmenn mente det var utenkelig at Donald Trump kunne vinne, men en av forklaringstekstene tok nettopp opp Trumps mulighet for valgseier.

REPORTASJER VERDEN OVER

I utenriksmagasinet «Urix» som sendes fire dager i uka på NRK2, blir aktuelle temaer utdypet i reportasjer og med studiogjester. Den utvidede satsingen på programmet resulterte i 128 utgaver med dybde og analyse, ledet av erfarne utenriksjournalister. I tillegg lager også utenriksredaksjonen radioprogrammet «Urix på lørdag» samt mange nyhets- og kommentarartikler på NRK.no hver eneste uke.

I sum gir dette NRKs publikum god mulighet til å orientere seg og forstå verden utenfor.



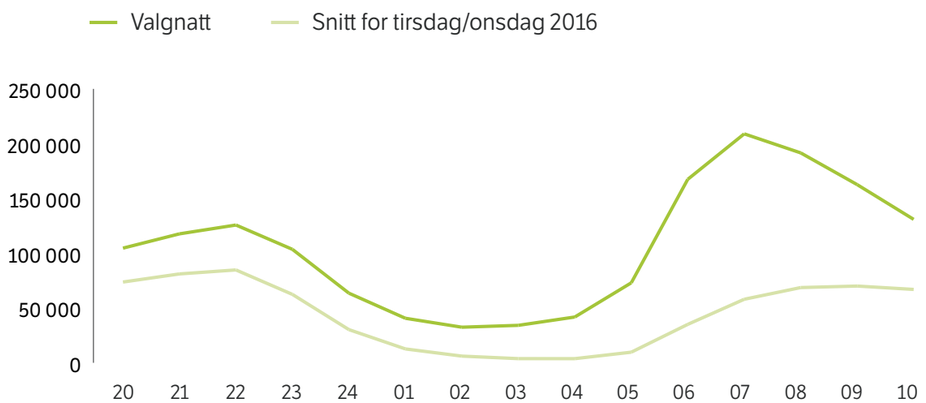
08. I serien «Urix forklarer» prøvde vi i denne saken å se verden med russiske øyne. **Foto:** NRK



09. Korrespondent Espen Aas lagde flere nyskapende videoer beregnet på nett og sosiale medier. Eksperimentene var så vellykkede at de også ble tatt inn i TV-sendingene. **Foto:** NRK

Over 600 000 fulgte valgnatten i USA gjennom NRK.no

Fra midnatt og fram til kl. 11 var tilsammen over 600 000 unike brukere innom og fulgte med på presidentvalget i USA gjennom NRK.no.

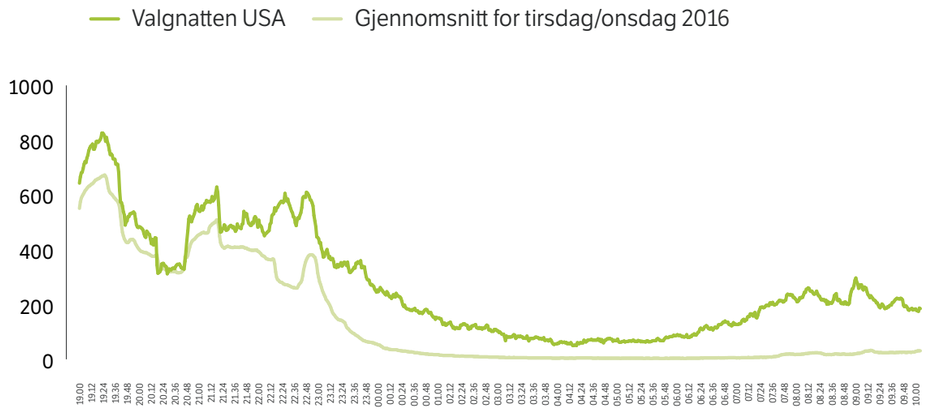


Unike brukere i timen på NRK.no under valgnatten i USA 8.–9. november.

Kilde: Kantar TNS Scores

Mange fulgte presidentvalget i USA på NRK1

Sammenlignet med snittet for 2016 var flere enn vanlig innom NRK1 i løpet av natten for å følge med på presidentvalget.



Dekning i tusen på NRK1 gjennom valgnatten i USA, natt til 9. november.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen



NRK SUPER

Det sterkeste fellesskapet for alle barn i Norge

I en tid hvor barn og voksne sitter med hver sin skjerm, er det ekstra viktig å tilby innhold som familien vil se sammen.

01.
Hovedpersonene i «Snøfall»-universet er Selma, Pil, Frida og Julius. Serien er den mest sette julekalenderen i NRK noensinne. **Foto:** Lena Saugen, NRK



02



03

I desember var det klart for årets nye julekalender «Snøfall». Historien handler om foreldreløse Selma, og hennes ønske om å få en familie. Serien vakte stor gjenklang, og ble tidenes mest sette julekalender. Serien er produsert av NRK Super, og selve prosessen fra utvikling, manus, innspilling og etterarbeid og frem til sending, tok rundt fire år.

Et stort antall Twitter-meldinger som voksne har postet under emneknaggen #Snøfall, viser at serien har brakt familier sammen og gitt gode fellesopplevelser.

Sitat husets 18-åring: «*Mamma, vet du, det er litt sånn som SKAM, jeg er hekta. Jeg var på byen på lørdag men ville bare hjem for jeg hadde ikke sett dagens episode av Snøfall. Jeg så den på nett om natta*». Pia Pedersen (i privat Facebook-melding til Hildri Gulliksen, redaktør for NRK Super. Gjengitt med tillatelse).

@mrjorgen

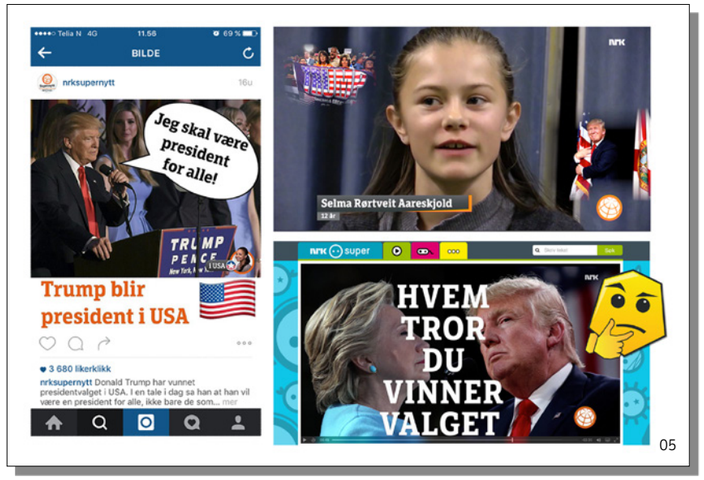
Nå må dere være litt stille mens jeg ser episode 15, 16 og 17 av #Snøfall back2back for å innhente resten av familiens forsprang.

@ingvildwaage

Takk @NRKsuper for den vakreste julekalenderen! Den har samlet familien hele desember **HJERTE** Hilsen oss i Blektjernveien (9-11-38-42år) #snøfall



04



05

02. NRKs store adventsserie i 2016 skrevet av Hilde, Hanne og Klaus Hagerup. Produsert av NRK Super. **Foto:** NRK

03. Foreldreløse Selma innvier labradoren Casper i sin drøm om familie. **Foto:** Lena Saugen, NRK

04. Dang Trinh i «Supernytt» fortalte barn om valget av Donald Trump som ny amerikansk president 9. november 2016. **Foto:** NRK

05. I en rekke nyhetssendinger gjennom 2016 fortalte «Supernytt» fra valgkampen og valget i USA på TV og nett. **Foto:** NRK

MARKEDET

NRK Supers visjon er å være «det sterkeste fellesskapet for alle barn i Norge». Barns mediebruk er i mindre grad enn før avhengig av hva foreldrene prioriterer. Barna finner – og velger – innholdet selv, og bruken splittes opp. Det betyr at NRKs innhold må være av ypperste internasjonale kvalitet for at barna skal foretrekke det. Barna (2–11 år) ser nå omtrent like mye NRK Super-innhold på tradisjonell TV som på nett.

I 2016 ble NRK Super belønnet med de to største prisene i bransjen: Emmy for programmet «Best i mest» og Prix Jeunesse for serien «Litt av en jobb».

SKOLEN

Svært mange barn ser NRK Supers programmer i skoletiden. Dialogen med lærere blir derfor stadig viktigere for å sikre en enkel og sømløs tilgang til programmene våre fra klasserommet.

Barn ser programmer i spisefri eller som et ledd i undervisningen. Mange starter dagen med «Supernytt» for å skape et utgangspunkt for samtale i en tid med store og utfordrende nyhetshendelser. «Supernytt»s sending dagen etter det amerikanske presidentvalget ble for eksempel mye sett.

LABORATORIUM

NRK Supers målgruppe er «first movers», det vil si barn som lett tar ny teknologi i bruk. Målet er å være et «laboratorium», og alle prosjekter skal ha elementer av nyskaping i seg. Slik sikrer NRK Super at vi også i framtiden skal klare å holde følge med barna.

I mai inviterte NRK Super-produksjonen «FlippKlipp Studio» flere hundre barn til kreativ byggedugnad i spillet Minecraft, hvor oppgaven var å bygge arkitektoniske eller kulturelle symbolbygg i alle Norges fylker. Begivenheten var den første i verden i sin sjanger, og resulterte i to 12-timers sendinger på lineær-TV og på nett. Prosjektet kunne ikke vært laget uten tekniske råd fra målgruppa eller uten et godt og tett samarbeid med institusjoner som er opptatt av barn, teknologi og koding. I desember måned hadde «FlippKlipp Studio» hele to millioner visninger på Youtube-kanalen sin.

06. «FlippKlipp Studio» feirer at de har 50 000 abonnenter på nett. **Foto:** NRK.

07. Tusenvis av barn deltok i byggeprosjektet i Minecraft i «FlippKlipp Studio». **Foto:** NRK

08. Hundrevis av humoristiske videoklipp ligger tilgjengelig på nett. **Foto:** NRK

09. Madcon holder «BlimE»-konsert i NRKs bakgård. **Foto:** Torgrim Grimstad, NRK

10. 1 300 barn og unge meldte seg på til «MGPjr» 2016. Etter en intens øvingsperiode var 10 finalenumre klare. **Foto:** NRK

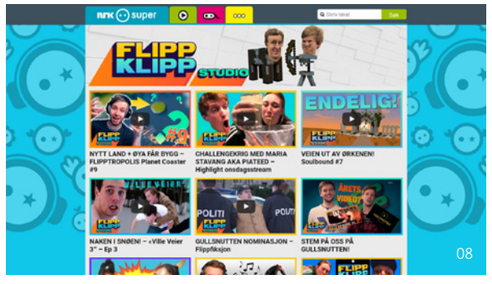
11. Anna Naustdal og Vilde Hjelle vant «MGPjr» 2016. **Foto:** Terje Pedersen, NTB scanpix



06



07



08

BlimE

«BlimE» er NRK Supers vennekampanje. Mottoet for kampanjen er «Si hei, vær en venn, BlimE!». 2016 var det femte året NRK Super arrangerte «BlimE-dansen». Den 11. november var det «BlimE»-show og festkonsert i NRKs egen bakgård. Tidligere på dagen danset barn på over 1100 skoler «BlimE»-dansen samtidig. Til sammen har nå over én million barn danset «BlimE»-dansen. Med påmeldte barn fra Svalbard i nord til Nairobi i sør, har trolig NRK Super Norgesrekorden i fellesdansing.

MGP JR

«MGPjr» gir barn og unge som har musikk som hobby nummer én, mulighet til å få oppfylt drømmen om å stå på en scene. Finalistene får god opplæring etter at de blir plukket ut, men «MGPjr » er fortsatt de glade amatørers aften. Det betyr ikke at nivået er lavt. Tvert imot, så er disse finalistene levende beviser på at det nytter å holde fokus og strekke seg langt.

Deltakerne kommer fra hele landet og alle synger på sin dialekt – på bokmål, nynorsk eller samisk. Det er også et mål at «MGPjr» skal speile et mangfold av kultur fra hele landet. «MGPjr» 2016 ble preget av at vinnerne Vilde Hjelle og Anna Naustdal sang om sin egen landsdel Vestlandet. «MGPjr» samler mange barn i Norge. Showet fikk nesten 1000 innsendte bidrag i 2016, og Oslo Spektrum ble solgt ut på få minutter. På TV og nett hadde showet høye seertall.



09



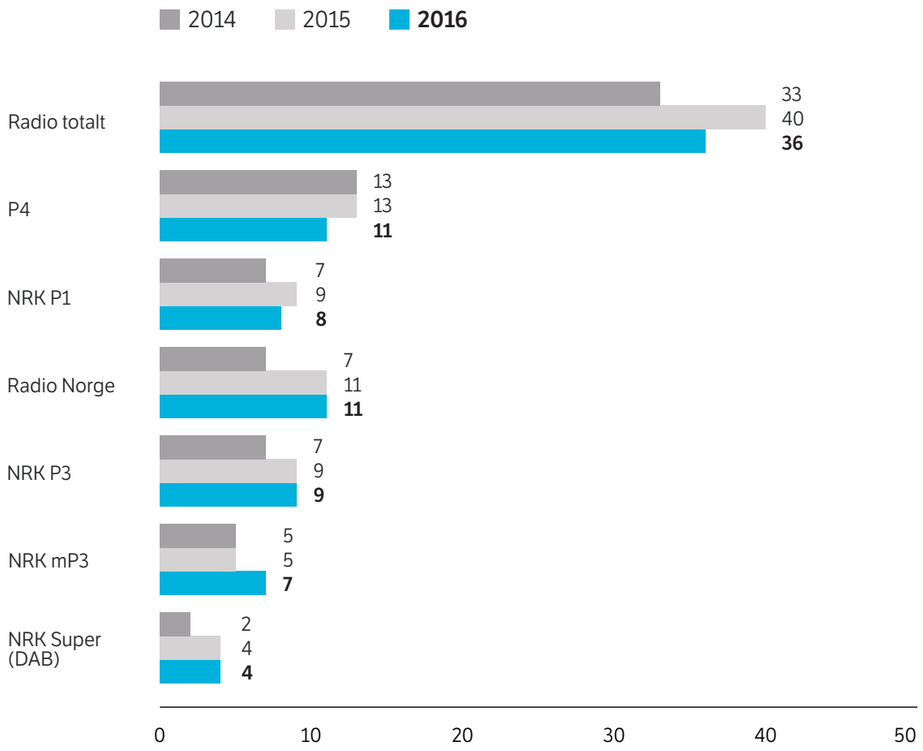
10



11

36 prosent av barna hører på radio daglig

I 2016 hørte 36 prosent av alle barn mellom 3 og 11 år på radio hver dag. P4 og Radio Norge er de to kanalene flest barn er innom daglig. NRK mP3 er den eneste radiokanalen som øker til tross for at radio totalt synker noe.

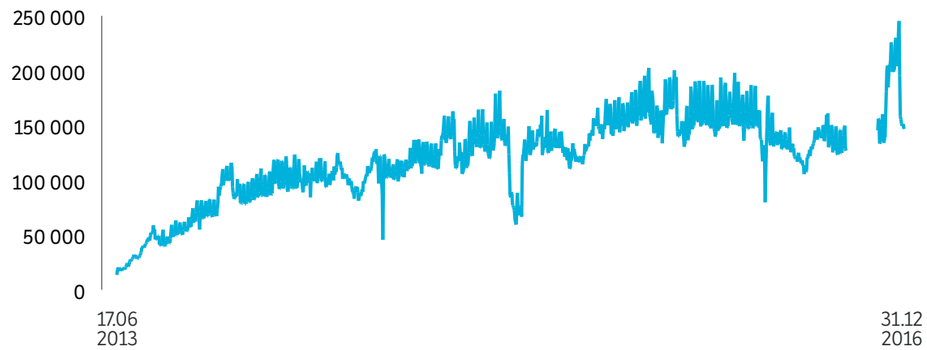


Daglig dekning i prosent blant barn 3–11 år.

Kilde: Kantar TNS Radiobarn

Bruken av NRK Supers nett-TV øker

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



Daglige unike brukere i NRK Supers nett-TV. Grafen mangler data for oktober og november på grunn av en kodefeil i dataene.

Kilde: Kantar TNS Scores

Halvparten av alle barn ser på TV daglig

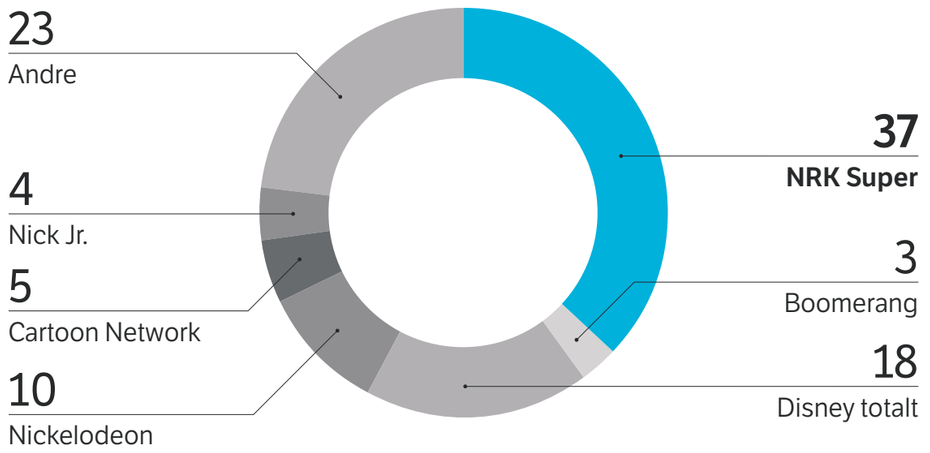
Barn så i 2016 i gjennomsnitt 71 minutter TV hver dag. Tiden barn bruker på tradisjonell TV-seing er redusert de siste årene, i takt med at stadig flere barn ser TV når de vil på mindre skjermer.

	Gj.snittlig daglige minutter sett	Daglig dekning i prosent	Daglig dekning i 1000
2014	85	56	330
2015	80	55	322
2016	**71**	**50**	**291**

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

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

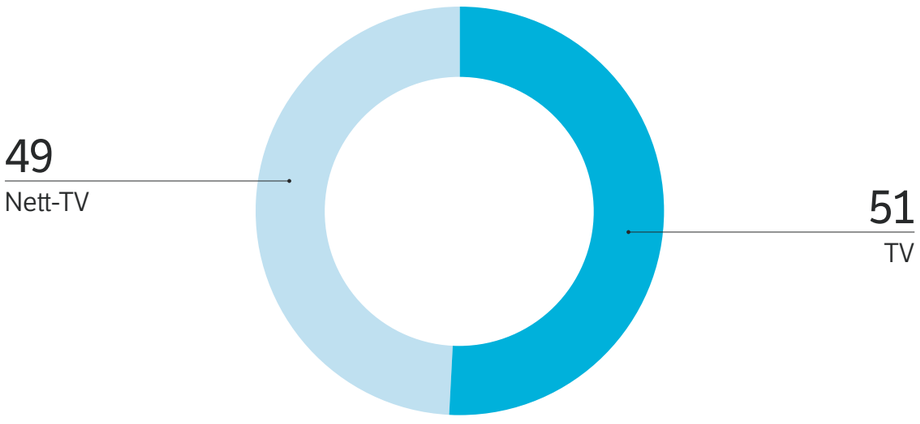
NRK Super er den største TV-kanalen blant barna



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

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

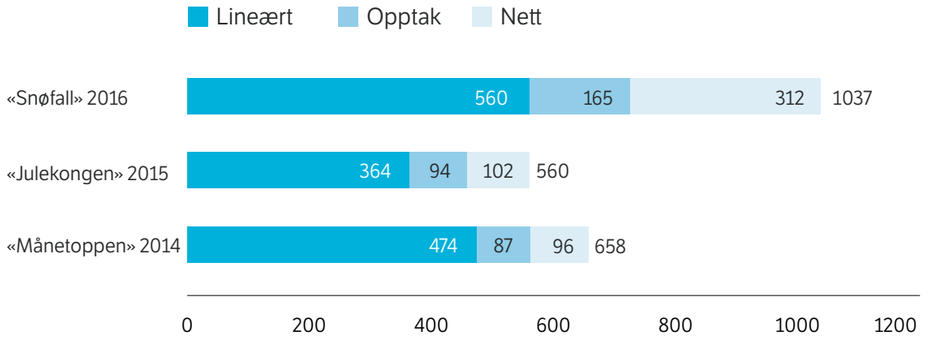
Barna ser omtrent like mye NRK Super-innhold på tradisjonell TV og nett-TV



Andel av NRK Supers innhold som konsumeres på nett og på tradisjonell TV. Snitt uten oktober og november på grunn av kodefeil i data.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

1 million så julekalenderen «Snøfall»



Gjennomsnittlig totale seertall i tusen for julekalenderene fra de tre siste årene.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

Året da sjakk ble folkesport

VM i sjakk samlet det norske folk. På NRK fulgte svært mange seere VM-thrilleren fra trekk til trekk.

01.
Magnus Carlsen forsvarte VM-tittelen i Sjakk-VM i 2016. **Foto:** Mads Nyborg Søstad, NRK

Den som hadde spådd at sjakk ville samle én million nordmenn foran fjernsynsskjermen, hadde neppe blitt sett på som særlig troverdig for noen få år siden. I 2016 snudde det hele, og det usannsynlige ble sannhet.

Magnus Carlsen mot Sergej Karjakin fra Russland: Opptil åtte timer med sjakk der det kan gå flere titalls minutter mellom hvert trekk. Og når trekket kommer, skjønner de færreste hva det betyr. Likevel klarer ikke folk å skru av.

VM i sjakk i New York 11. til 30. november ble sendt i sin helhet på NRK2. Publikum fant veien dit – og ble der. Enkelte dager under mesterskapet var NRK2 landets største TV-kanal.

For å forstå fenomenet og treffe publikum, har NRKs sportsredaksjon arbeidet målrettet med dette:

- Følge hvert trekk, forklare hva det betyr, og vise historien i hvert trekk
- Være tett på hovedpersonene og deres nærmeste
- Stemningen og tonen i sendingen skal være inkluderende
- Holde tett dialog med publikum

Et tett samarbeid med VG bidro også til økt kvalitet på produktet, fordi vi kunne dele på utgifter, spesielt rundt teknikk.



02

02. «Lidenskapelig tilstede» er motto for Ole Rolfsrud og sportsredaksjonen. **Foto:** Mads Støstad, NRK

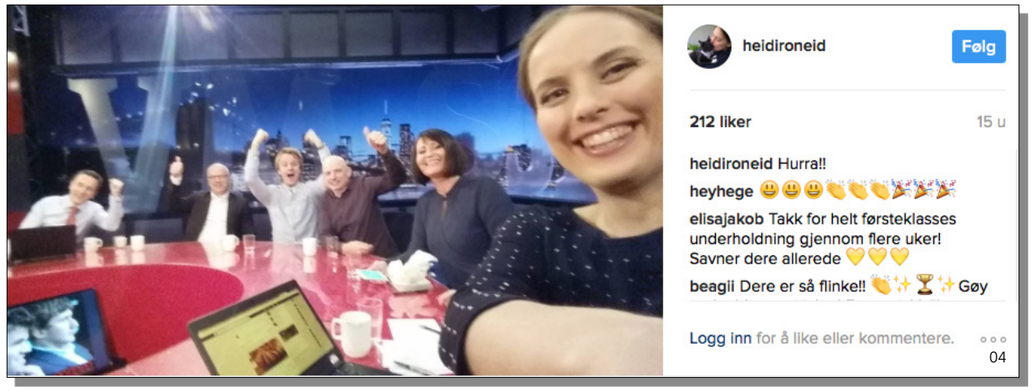
03. Seertallene var så bra at VM-finalen ble flyttet til NRK1, og 764 000 seere var med gjennom hele sendingen, med nesten én million seere på det høyeste. **Foto:** NRK

04. Da seieren var et faktum, feiret NRKs kommentatorgjeng med selfie i studio, tatt av Heidi Røneid som var ansvarlig for kontakten med publikum via sosiale medier. **Foto:** Heidi Røneid, NRK

05. NRK la stor vekt på å forklare reglene og svare på spørsmål fra seerne underveis i Sjakk-VM. **Foto:** NRK



03



04



05



06



08

LIDENSKAPELIG TILSTEDE

NRK Sport skal levere innhold fra store begivenheter, vinterhelger, bredde og sportsnyheter. I strategien står det at NRK Sport skal være «lidenskapelig tilstede». Det var vi under VM i sjakk, og vi var det under VM i skiskyting.

Fem år etter suksessen og folkefesten VM på ski i Oslo, var NRK igjen Host Broadcaster for VM på hjemmebane. Denne gangen var det skiskytterne som inntok tradisjonsrike Holmenkollen. Som rettighetshaver var det NRKs ansvar å produsere TV-bildene fra konkurransene og medaljeseremoniene ut til alle rettighetshavere.

Få turte å tro at 2016-VM ville bli den samme suksessen som i 2011. De norske utøverne var ikke lenger like suverene i skiskyting, og det var vanskelig å se for seg at Oslos gater igjen skulle fylles opp av jublende nordmenn med flagg malt i ansiktet. I tett samarbeid med VM-arrangøren la NRK likevel til rette for en ny folkefest. Og da de norske skiskytterne leverte fantastiske prestasjoner, ble det en 11 dager lang VM-fest på hjemmebane. Arrangementet samlet folk, både foran skjermen og i Oslo sentrum. Titusener strømmet til arenaen og Universitetsplassen på kveldstid for å ta del i feiringen.

06. Noen av NRK Sportens reportere, kommentatorer og programledere samlet i Holmenkollen under VM skiskyting: Karen-Marie Ellefsen, Anne Rimmen, Ole Rolfsrud, Dag Erik Pedersen, Line Andersen og Ida Nysæter Rasch. **Foto:** Jørn Veberg, NRK

07. Nicolay Ramm og Robin Bryntesson lurte Marit Bjørgen trill rundt i «Helt Ramm – Pling i Kollen» i mars 2016. **Foto:** NRK

08. NRK laget en spektakulær vignett til VM med spesiallagde LED-drakter, dronefoto og en spesialbygget kamera-snøskuter. Alt ble filmet nattestid i 20 kuldegrader. **Foto:** NRK

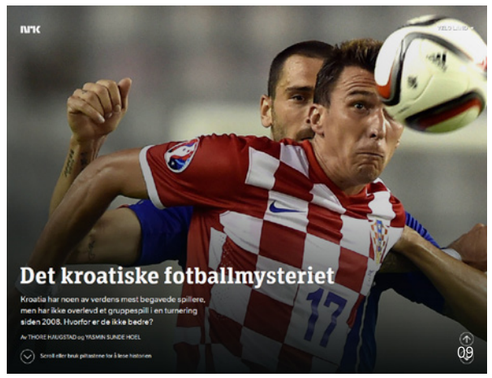
09. I samarbeid med Danmarks Radio laget NRK en nyskapende EM-guide med en frisk miks av fakta og historiefortelling om alle de nasjonale lagene som deltok. **Foto:** NRK



07

Målet for NRK var at også dem som ikke hadde anledning til å være på skistadion, skulle kjenne seg «lidenskapelig tilstede». For å klare det, var det helt vesentlig å være tett på hovedpersonene – utøverne. Vi etablerte derfor TV-posisjoner flere steder ute på arenaen, og viste skytingen nærmest skudd for skudd. Vi laget også programinnhold som gjorde publikum bedre kjent med utøverne, også utenfor konkurranserammen.

Store idrettskonkurranser samler folk i alle målgrupper, men NRK valgte likevel å satse på eget innhold til en yngre målgruppe. NRK Sport er alltid opptatt av å ta idretten på alvor, men vi skal også leke! Og med «Helt Ramm» i møte med utøverne, leverte vi humor og en liten dose galskap til publikum på TV, nett og sosiale medier.



09

EKSTERNT SAMARBEID

NRK og TV 2 delte rettighetene til å vise kampene i Fotball-EM på TV likt i dette mesterskapet. Vi gjentok oppskriften fra to år tidligere med et tett samarbeid rundt teknikk og innhold med TV 2. Samarbeidet dengang ble svært godt mottatt av publikum, og brøt ned en del barrierer rundt hvordan vi tidligere har tenkt.

I stedet for å konkurrere om seerne, var intensjonen nå å la publikum slippe å velge kanal. Ved å se kamp på én kanal fikk man alltid vite hvor neste kamp skulle vises. Sendingene gikk fra det samme studioet, noe som også innebar en vesentlig økonomisk besparelse for begge kanaler. Vi ser på muligheten for å samarbeide enda tettere inn mot Fotball-VM i Russland i 2018.

I forkant av Fotball-EM hadde NRK også et tett samarbeid med Danmarks Radio. Det ligger mye læring i å samarbeide på tvers av landegrensene, og vi oppdaget at vi hadde mange av de samme utfordringene.

Terrorangrepet i Nice var en krevende inngang til mesterskapet. Fotball skaper kontakt på tvers av grenser, kulturer og religioner. Verdier som åpenhet og mellommenneskelig toleranse ble ekstra viktig å formidle.



10

10. Svømmeren Andreas Bjørnstad (19) jublet for medalje i Paralympics-debuten i Rio da NRKs reporter møtte ham rett etter løpet. **Foto:** NRK

NRKS OL-SATSING PÅ RADIO OG NETT

For første gang skulle et Sommer-OL ikke bli sendt direkte på NRK. Som Norges største sportsredaksjon var det likevel viktig for oss å formidle historier og nyheter fra verdens største idrettsstevne. Vi leverte rundt 70 timer direktesendt radio og magasinsendinger på TV hver dag.

I dagens digitale hverdag blir resultatene fort gammelt nytt. Det handler derfor i magasinform i større grad om å formidle prestasjonene bak resultatene. Historiefortelling står sentralt i alt NRK Sport leverer.

NRK hadde rettigheter til de paralympiske sommerlekene i Rio de Janeiro i september, og satset bredt. Åtte medarbeidere var på plass i Rio og sendte flere timer direkte hver dag. Et viktig mål i dekningen var å ta idretten på alvor. I tillegg ønsket vi å bli kjent med menneskene bak resultatene. Det ligger mange sterke historier i et OL for funksjonshemmede utøvere. Historiene setter også prestasjonene i et perspektiv som gjør resultatene mer interessante.

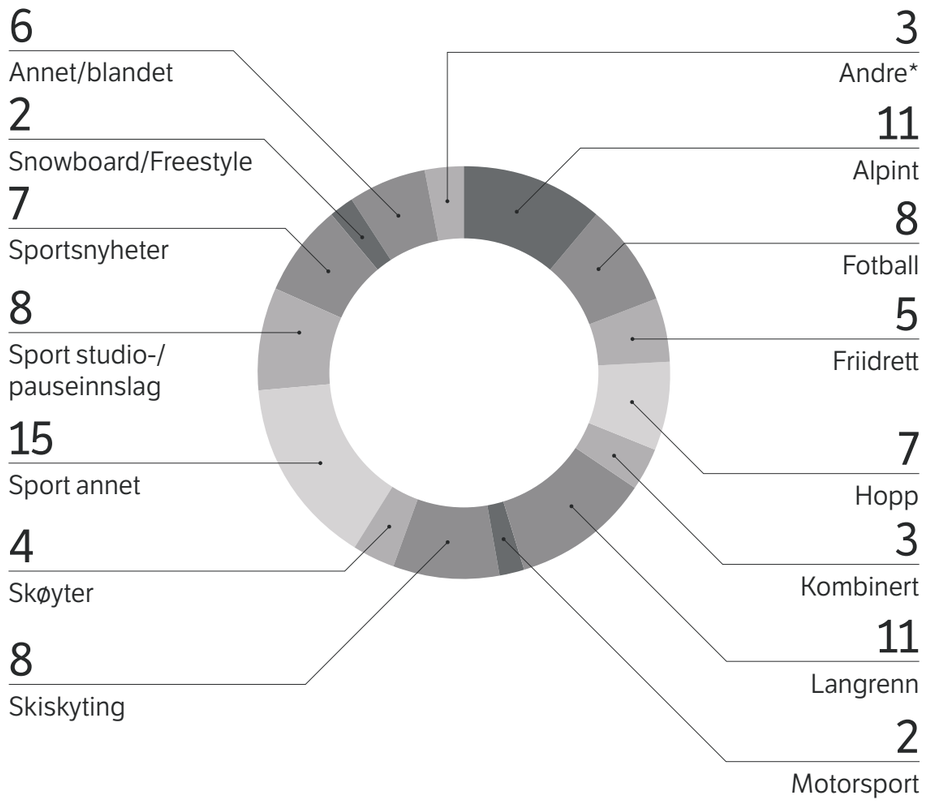
FOLKEIDRETT

NRK har et ansvar for å speile bredden i Idretts-Norge. «Sportsrevyen» gir plass til bredde-idretter som en del av sendingen, og nyhetsbildet for øvrig speiler også bredden innen idretten på nett, radio og TV.

Vi har dekket bandy, orientering og svømming i større flatesendinger, og fulgt den ideelle idrettsorganisasjonen for utøvere med utviklingshemming, Special Olympics, hvor vi leverte både nyheter og oppsummerende program.

Bred dekning av sport på NRK1

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

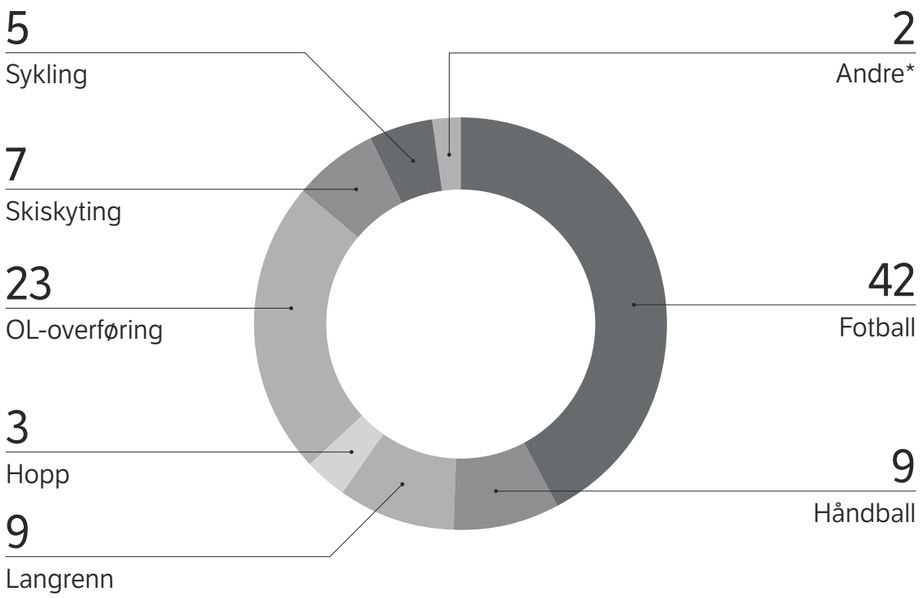


*Sykkel 0,3 %; Tennis 0,4 %; Hestesport 0,4 %; Ishockey 0,1 %; Svømming 0,8 %; Kunstløp 0,8 %

905 timer sport på NRK1 fordelt på sportsgrener i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Bred dekning av sport på NRK P1



*Diverse sport 1 %; Skøyter 1,2 %

371 timer sport på NRK P1 fordelt på ulike sportsgrener i prosent.

Kilde: Kantar TNS PPM

1,4 millioner så EM-finalen mellom Portugal og Frankrike

Den mest sette kampen under fotball-EM for herrer i 2016 var finalen mellom Portugal og Frankrike. Kampen hadde 1,4 millioner seere i snitt gjennom hele sendingen, og 31 prosent av seerne så kampen et annet sted enn i sitt eget hjem.

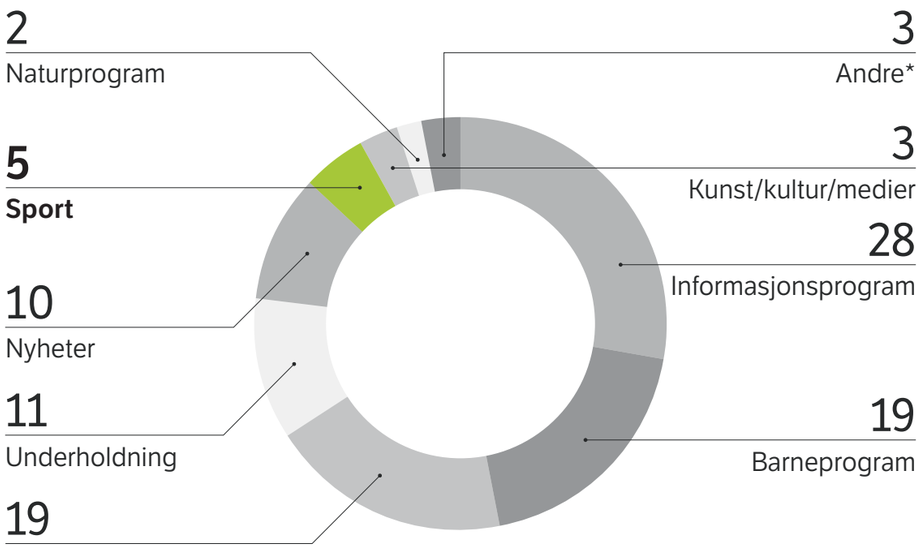
		Rating	Prosentandel av seing utenfor hjemmet
NRK1	EM: Portugal – Frankrike (1/1)	1 414 000	31
NRK1	EM: Frankrike – Island (1/4)	1 273 000	19
NRK1	EM: England – Island (1/8)	1 262 000	18
TV 2	EM: Tyskland – Italia (1/4)	1 046 000	38
NRK1	EM: Wales – Belgia (1/4)	996 000	30
TV 2	EM: Tyskland – Frankrike (1/2)	966 000	25
TV 2	EM: Portugal – Wales (1/2)	869 000	24
TV 2	EM: Polen – Portugal (1/4)	831 000	20
TV 2	EM: England – Russland	812 000	34
NRK1	EM: Slovakia – England	804 000	18

Tabellen viser mest sette kamper under fotball-EM for herrer 2016, og prosentandel av seing utenfor hjemmet.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

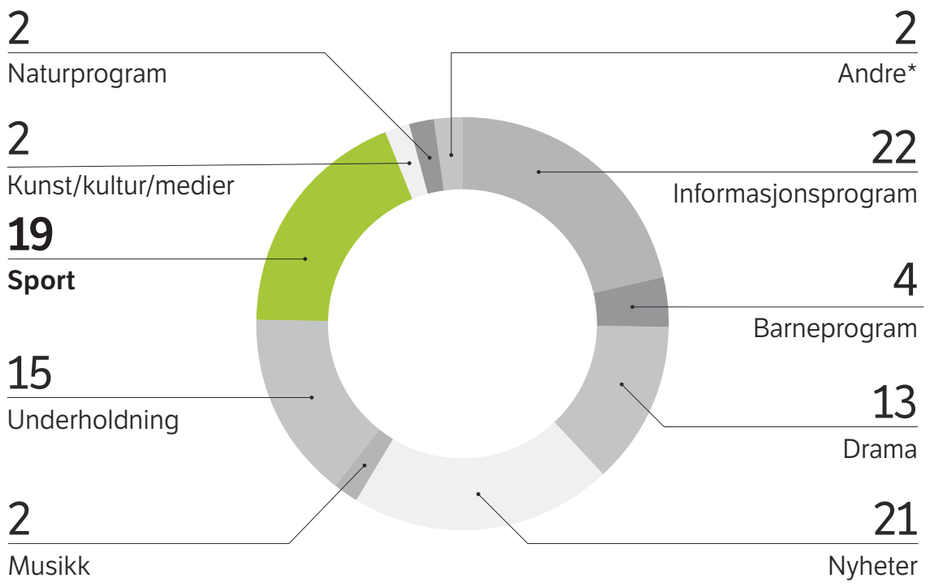
Sport utgjør 5 prosent av sendetiden til NRKs TV-kanaler, men hele 19 prosent av tiden publikum ser på NRK

Sendetimer på NRKs TV-kanaler fordelt på sjangere, i prosent.



* Musikk 1,3 %; Vitenskap 0,5 %; Religion/livsfilosofi 0,4 %; Undervisning 0,3 %; Pauseprogram/filler 0,2 %

Befolkningen så i snitt 387 timer på NRK i 2016. Konsumerte timer fordelt på sjanger, i prosent.



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

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

I november konsumerte hver nordmann i snitt over 4 timer sjakk på NRK

Under Sjakk-VM i november var til sammen nesten tre millioner innom en eller flere av sendingene, og til sammen konsumerte hver nordmann i snitt over 4 timer sjakk på NRK. Det mest sette partiet var omspillet mellom Carlsen og Karjakin på NRK1 hvor det i snitt var 766 000 seere gjennom hele den 5 timer lange sendingen.

	Rating i tusen	Markeds-andel
Sjakk-VM: Parti 1: Carlsen – Karjakin	136	9
Sjakk-VM: Parti 2: Carlsen – Karjakin	144	9
Sjakk-VM: Parti 3: Carlsen – Karjakin	198	21
Sjakk-VM: Parti 4: Carlsen – Karjakin	213	24
Sjakk-VM: Parti 5: Carlsen – Karjakin	242	23
Sjakk-VM: Parti 6: Carlsen – Karjakin	167	11
Sjakk-VM: Parti 7: Carlsen – Karjakin	200	11
Sjakk-VM: Parti 8: Carlsen – Karjakin	265	21
Sjakk-VM: Parti 9: Carlsen – Karjakin	284	27
Sjakk-VM: Parti 10: Carlsen – Karjakin	278	29
Sjakk-VM: Parti 11: Carlsen – Karjakin	300	20
Sjakk-VM: Parti 12: Carlsen – Karjakin	314	20
Sjakk-VM 2016: Omspill (NRK1)	766	54

Rating og markedsandeler for Sjakk-VM-partiene.

Totaldekning alle sendinger	2 951 000
Total minutter konsumert per person i befolkningen – alle partier	258

Dekning og konsum gjennom hele Sjakk-VM.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

2,6 millioner var innom en eller flere Paralympics-sendinger

Den mest sette øvelsen under Paralympics 2016 var finalen i 50 meter butterfly for kvinner som hadde 453 000 seere i snitt gjennom hele sendingen. Til sammen var 2,6 millioner innom en eller flere av Paralympics sendingene.

Dato	Ukedag	Tidspunkt	Øvelse	Rating	Markeds-andeler
10. sep	Lørdag	22.59	Svømming finale 50 m butterfly kvinner	453 000	37
14. sep	Onsdag	22.16	Svømming, finaler	314 000	28
08. sep	Torsdag	22.31	Friidrett 100m forsøk	313 000	30
15. sep	Torsdag	22.31	Svømming, finaler	286 000	29
13. sep	Tirsdag	22.30	Svømming finale 200m medley menn	264 000	26
12. sep	Mandag	22.30	Friidrett, finaler	189 000	16
15. sep	Torsdag	23.16	Friidrett, finaler + Svømming, finaler	112 000	32

Total daglig dekning	2 642 000

Grafen viser de syv øvelsene med høyest rating, og markedsandeler for disse øvelsene.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Først – med hele bildet

Først – med hele bildet er NRKs viktigste strategiske mål på nyhetssiden, og vårt løfte til publikum.



01.
Producer Benedicte Styren har kontrollen når «Dagsrevyen» går på lufta. **Foto:** Jan Kristian Schriwer, NTK



02

Nyheter er kjernen i NRKs oppdrag, og vår ambisjon er å være Norges ledende nyhetsformidler.

Vi skal være først ute med oppdateringer fra viktige hendelser, og rapportere løpende med ny informasjon. Det er et mål at NRKs dekning skal gi publikum økt forståelse og at den skal engasjere. NRK har et særskilt oppdrag når det kommer til å dekke hendelser, sette dagsorden og ha søkelys på viktige forhold i samfunnet både lokalt og nasjonalt.

Den posisjonen sikrer vi gjennom vår unike tilstedeværelse. NRK Nyheter er Norges største nyhetsredaksjon, og består av 15 distriktsredaksjoner landet rundt i tillegg til nyhetsredaksjonene på Marienlyst. I tillegg har distriktskontorene flere større og mindre lokalkontorer knyttet til seg. Totalt finnes det mer enn 50 NRK-kontorer landet rundt som leverer lokale, regionale og nasjonale nyheter.

OPPDATERING OG DYBDE

For NRK er målet å avdekke og sette søkelys på viktige forhold i samfunnet. Vi ønsker at vårt nyhetstilbud skal bidra til større samfunnsengasjement og et økt refleksjonsnivå i den offentlige debatten.

Dette gjør vi ved å levere på både oppdatering og dybde. Nyhetshendelser skal dekkes raskt og korrekt, og publikum skal hos oss få den kvalitativt beste dekningen, også i en tidlig fase.

NRK Nyheter har i året som har gått, arbeidet målrettet med å produsere og publisere raskere og med høy kvalitet på alle plattformer. Profilundersøkelser gjort for NRK, viser at vi er sterke på integritet, kvalitet og innsikt. Det vi arbeider for å bli sterkere på, er vår tilstedeværelse på nett/mobil, og selve tempoet i nyhetsformidlingen.

MOBIL FØRST

Nett/mobil er vår førsteprioritet i nyhetsoppdateringen, for å treffe enda bedre der publikum er. Daglig unike brukere på NRK Nyheter på mobil økte med 36 prosent fra 2015 til 2016. Medregnet distrikskontorenes nyhetsleveranse er økningen i antall daglig unike brukere i samme tidsrom på 22 prosent.

Mobile plattformer har førsteprioritet i nyhetsoppdateringen i NRK. Redaksjonene jobber også kontinuerlig med å videreutvikle posisjonen vår på radio og TV. Disse plattformene er fortsatt svært viktig for publikum, men medievanene har endret seg kraftig den siste tiden, og NRK endrer seg i takt med disse. Produksjon og publisering av nyheter i NRK skal tilpasses de ulike plattformenes egenart.

Nyhetene fra NRK skal leve opp til standarden «i verdensklasse fra norsk virkelighet», både når det gjelder oppdatering og fordypende nyheter.

NYHETSÅRET

Internasjonalt var nyhetsåret 2016 preget av terror. Terroraksjonene i Brussel, på strandpromenaden i Nice og på julemarkedet i Berlin ble omfattende dekket av NRK.

Også andre utenrikssaker har dominert nyhetsbildet i 2016 som flyktningkrisen, brexit, slaget om Mosul, kuppforsøket i Tyrkia, jordskjelv i Italia, frigivelsen av Kjartan Sekkingstad på Filippinene og Fidel Castros død. NRKs korrespondenter og utsendte medarbeidere har bidratt sterkt til at et norsk publikum har fått førstehånds innsikt i disse sakene.

Den største enkeltsatsingen i 2016 var presidentvalget i USA, hvor vårt store korrespondentnett, utsendte reportere og fotografer bidro avgjørende i dekningen. NRK besøkte rundt 20 delstater gjennom valgkampen, og satset stort på å få grasrota i tale. Mer om dette i Utenriks-kapitlet.

FLERE SENDETIMER

NRK Nyheter fikk kritikk for å ikke å levere godt nok ved store hendelser i 2015, spesielt på TV i forbindelse med terroraksjonen i Paris. I 2016 har vi sendt 19 prosent flere nyhetstimer på TV enn i 2015, for å dekke en rekke pågående nyhetshendelser.

Distriktsdivisjonen stod i 2016 bak mer enn to tredjedeler av innholdet publisert på nett i NRK, og en tredjedel av forsidepubliseringene på NRK.no kom fra distriktskontorene. Et velfungerende nyhetssamarbeid på tvers av divisjoner er



03



04



05

02. Programleder Thor Albert Frøsland selvkjører radiosendingen i NRK Alltid Nyheters studio på Marienlyst. **Foto:** Chris Carlsen, NRK

03. Marit Kolberg rapporterte fra jordskjelvet i Italia i august der nesten 300 mennesker omkom. **Foto:** NRK

04. NRKs USA-korrespondent Tove Bjørgaas og fotograf Thomas Haas fulgte seks velgere tett i valgkampinnspurten i serien «Splitta» som gikk på TV og nett. **Foto:** Thomas Haas, NRK

05. NRK Finnmarks reportere Gyda Hesla og Inghild Eriksen gikk daglig direkte på nett med siste nytt fra Finnmarksløpet 2016. **Foto:** André Bendixen, NRK

avgjørende for at NRK skal lykkes med vårt felles nyhetsoppdrag og vårt merkevareløfte til publikum.

SAMARBEID PÅ TVERS

I dag skapes noen av de sterkeste relasjonene mellom NRK og publikum lokalt. Distriktsdivisjonens journalister har særlig kunnskap om lokale og regionale forhold, de har kort vei til kildene og hendelsene landet rundt, og de graver frem saker av nasjonal interesse som sentrale redaksjoner ikke har mulighet til å jobbe frem på samme måte. Samtidig har nyhetsredaksjonen på Marienlyst spisskompetanse og kort vei til sentrale myndigheter.

Et tett og godt samarbeid mellom divisjonene kan gi resultater som slår hardt. For eksempel var First House-avsløringene et samarbeid mellom nyhetsredaksjonen i Telemark og politisk redaksjon på Marienlyst. Det fins mange eksempler på godt samarbeid mellom de ulike nyhetsredaksjonene i NRK.

NRKs distriktskontorer var sentrale i dekningen av flere av de største innenrikssakene i 2016, som helikopterulykken på Turøy, dobbeltdrapet i Kristiansand, nedleggelsen av flystasjonen på Andøya, politireformen og kommunereformen. Samtlige distriktskontorer har dekket prosessene lokalt, gjennom å trekke fram konsekvenser av ulike forslag og åpnet for debatter rundt dette. Mange av disse vinklene er også løftet fram i rikssendingene.

AVSLØRINGER

Distriktskontorene i Nord-Norge og NRK Sápmi startet høsten 2016 opp en felles gravegruppe som allerede har satt dagsorden i flere saker, blant annet gjennom historier om barn med alvorlige funksjonshemminger som har fått avslag på hjelpesøknader. Les mer om distriktene i eget kapittel.

NRK Nyheter satte dagsorden gjennom avsløringer rundt Vipps og Statoil. Vi avslørte at indiske utviklere jobbet på grensen av loven med Vipps-appen. I Statoil avslørte vi at deler av Statoils virksomhet er styrt fra India. Vi avslørte også omfattende juks med førerprøven, og at representanter for den norske regjering hadde hemmelige møter i Italia om utlevering av terrorsiktede mulla Krekar. Spesialenheten for politisaker startet i 2016 granskning på bakgrunn av en NRK-sak, der vi fortalte om en politiinformant som følte seg sviktet av politiet og opplevde at hun var i livsfare.

DER PUBLIKUM ER

NRK Nyheter leverer døgnkontinuerlig nyhetsdekning på NRK.no og NRK radio. En rekke TV-sendinger går eksklusivt på nett. NRK.no er et nettsted som skal speile hele allmennkringkasteroppdraget, men kjernetilbudet er bygget opp rundt en løpende nyhetsoppdatering. I tillegg til dagsaktuelle nyheter byr NRK.no på analyse, debatt og fordypning.

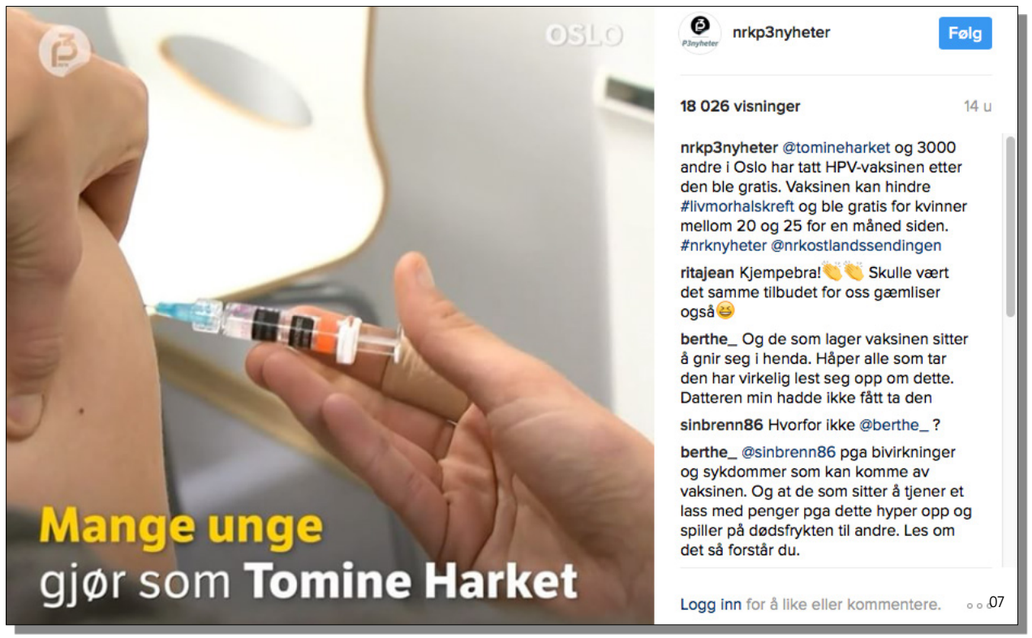
For å treffe publikum der de er, har nyhetsavdelingen hatt en sterkere satsning på sosiale medier i 2016. Publikum kan



følge NRKs nyhetsdekning på Facebook via kontoene NRK Nyheter, NRK Debatt, NRK Urix og NRK P3. I tillegg har alle distriktskontorene sine egne Facebook-sider. Den største Facebook-siden, NRK Nyheter, hadde 250 000 følgere ved utgangen av 2016. NRK Nyheter, NRK Debatt og NRK Urix er også på Twitter. I tillegg har NRK Nyheter i 2016 eksperimentert med nyheter på Snapchat.

NYHETER TIL UNGE

«P3nyheter» leverer nyheter på ungdomskanalene NRK P3, NRK mP3, NRK3 og på sosiale medier. Redaksjonen ble dobbelt så stor i 2016 og er nå på seks medarbeidere. Redaksjonen tenker hele tiden nytt og innovativt for å nå ut med nyheter til unge.



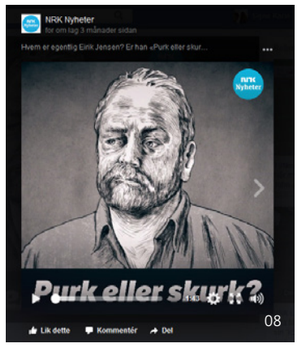
Nyhetsbulletinene har et ledigere muntlig uttrykk enn bulletinene i «Dagsnytt». Utvalget av nyheter er også gjort med en ung målgruppen for øye, og eksperimentviljen er stor. Satsingen på Facebook, Instagram og Snapchat vokser, mens «P3nyheter» sluttet å publisere på Twitter i 2016 da målgruppen svikter dette mediet.

«P3nyheter» ble kåret til «Årets radioprogram» 2016 i Adresseavisens kåring Utawards.

Prosjektet «DebattLab» er NRK Nyheters forsøk å skape en ny arena for debatt rettet mot en ung brukergruppe med videokronikker, minidokumentarer, forklaringsvideoer og «gull» fra arkivet. Dette prosjektet resulterte også i «Retrodebatten» i desember 2016, der alle partilederne møttes til en klassisk partilederdebatt på TV med de samme debattreglene som ble brukt i 1983.

For at NRK skal være like viktig for publikum i framtida som vi er i dag, er det avgjørende at de sentrale nyhetsredaksjonene på Marienlyst og distriktskontorene fortsetter å speile norsk virkelighet, og innfrir på nyhetsoppdraget både innen hendelser og fordypende journalistikk. En solid tilstedeværelse sikrer NRKs samfunnsoppdrag og nyhetsoppdrag, men først og fremst sikrer det at vi er relevante for NRKs lesere, seere og lyttere over hele landet, og at de kjenner seg igjen i den virkeligheten vi presenterer.

I en fragmentert og omskiftelig medievirkelighet hvor publikum bombarderes med informasjon fra alle kanter, er det viktigere enn noengang før å framstå med tydelig og troverdig formidling av faktabaserte nyheter, og speile norsk virkelighet slik den faktisk er.



06. NRK Nyheter laget i 2016 mange flere videoer beregnet på sosiale medier der følgene av dramatiske hendelser i utlandet ble synliggjort. Denne videoen ble spredt på Facebook og viser hvordan Oslos julemarked ble berørt. **Foto:** NRK

07. Utvalget av nyheter og språkdrakten er tilpasset en yngre målgruppe når «P3nyheter» publiserer på Instagram. **Foto:** NRK

08. Podkasten «Purk eller skurk» om Eirik Jensen-saken ble spredt i en rekke sosiale medier. **Foto:** NRK

TV-TILBUDET

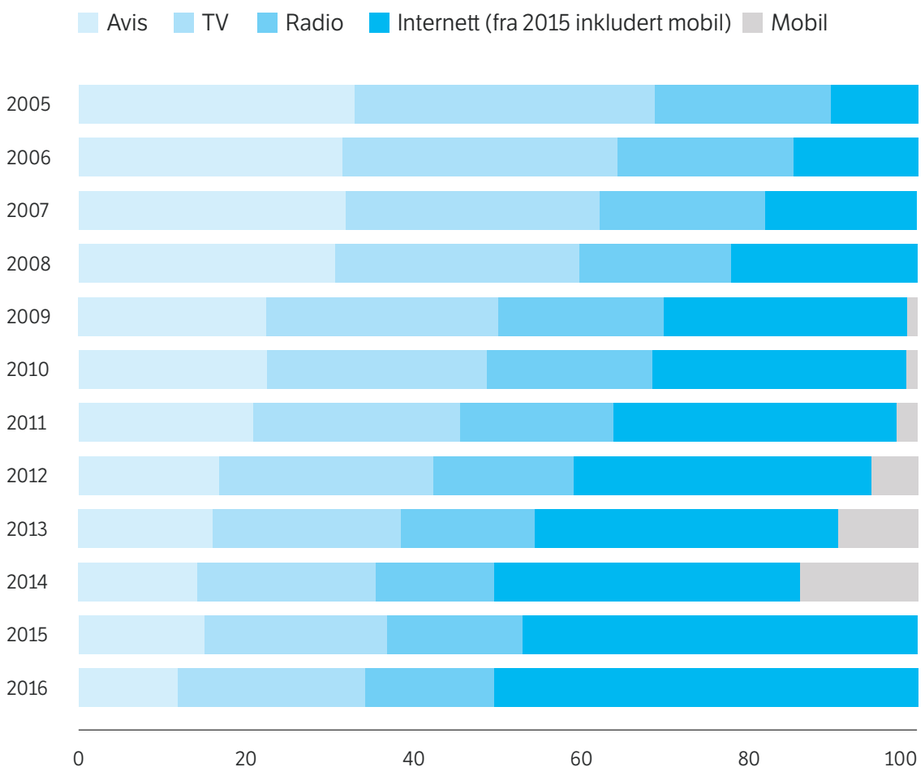
- Korte nyhetssendinger/ekstrasendinger når nyhetsbildet krever det
- **«Dagsrevyen»** – hovedsending, alle dager i året, på NRK1
- **«Dagsrevyen 21 med Norge i dag»** – mandag til fredag, på NRK1
- **«Urix»** – utenriksmagasin – mandag til torsdag, på NRK2
- **«Torp»** – aktuelt og dyptpløyende intervjuprogram, onsdag, på NRK2
- **«Debatten»** – aktuell studiodebatt, torsdag, på NRK1
- **«Kveldsnytt»** – daglig nyhetssending på NRK1
- **«Supernytt»** – daglig nyhetssending for barn på NRK Super
- **«Oddasat»** – samisk nyhetssending, mandag til fredag, på NRK1
- **Regionale nyhetssendinger** – mandag til fredag, på NRK1

RADIO-TILBUDET

- **«Dagsnytt»** – nyhetsbulletiner gjennom hele døgnet på NRK P1, inkludert ekstrasendinger når nyhetsbildet krever det.
- **Regionale nyhetssendinger** – 3 timer morgensending og 3 timer ettermiddagssending mandag til fredag på NRK P1. Ekstrasendinger ved behov.
- **«P3nyheter»** – eget nyhetstilbud tilpasset yngre lyttere på NRK P3. Publiserer også nyheter på sosiale medier og på NRK3.
- **«NRK Alltid Nyheter»** – en døgnkontinuerlig oppdateringskanal.
- **«Nyhetsmorgen»** – 2,5 timers nyhetsflate i NRK P2 og NRK Alltid Nyheter, hvori inngår «Politisk kvarter» og «Kulturnytt».
- **«Nyhetslunsj»** – en times nyhetsmagasin (utvidet fra 27 til 57 minutter i 2016) i NRK P2 og NRK Alltid Nyheter.
- **«Nyhetsettermiddag»** – to timers nyhetsoppdatering i NRK P2 og Alltid Nyheter
- **«Her og Nå»** – 1,5 times nyhetsmagasin i NRK P1.
- **«Dagsnytt 18»** – timelangt debattprogram i NRK P2, sendes også i NRK2.
- **«Ukeslutt»** – timelangt nyhetsmagasin hver lørdag, på NRK P1 og NRK P2.
- **«Urix på lørdag»** – timelangt ukemagasin fra utenriksredaksjonen på NRK P2.
- **«Ytring»** – nyhetsmagasin med ytringer og meningsbrytning på søndager, NRK P2.
- Podkast – **«Purk eller skurk»** ble startet mot slutten av 2016.

«Min viktigste nyhetskilde»

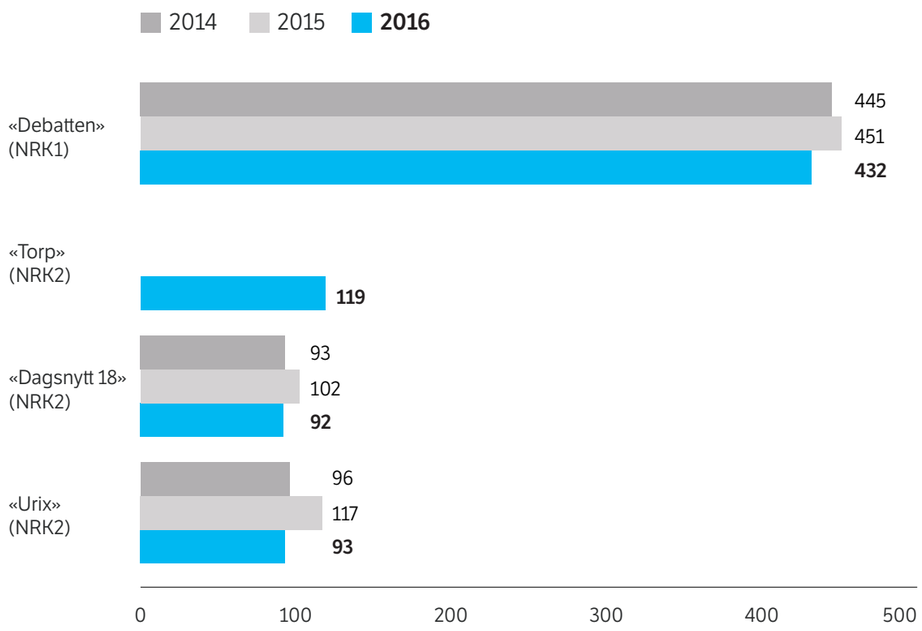
NRK arbeider kontinuerlig med å tilpasse nyhetspresentasjonen til publikums medievaner. Det er viktig å lykkes på alle platformer for å gi befolkningen et best mulig nyhetstilbud.



Spørsmålet som ble stilt: «... er min viktigste nyhetskilde». Fra og med 2015 er mobil en del av internett.

Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

Seertall for debatt- og aktualitetsprogrammer på NRK



Rating i tusen. Snitt for førstegangsutsendelser i 2016.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Seertall for nyhetssendinger på NRK1

	2014	2015	2016
«Dagsrevyen» alle dager	693 000	703 000	**659 000**
«Dagsrevyen 21» mandag–torsdag	523 000	517 000	**481 000**
«Kveldsnytt» alle dager	428 000	433 000	**407 000**

Rating. Snitt for hele 2016.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NÆRE MØTER

I 2016 har NRK fornyet helse- og livsstilsjournalistikken ved stadig å utforske nye fortellergrep og publiseringsmåter. Målet er å nå bredere ut.

01.
Fra serien «Helene sjekker inn». **Foto:** NRK



02



03

NYSKAPENDE HELSEJOURNALISTIKK

I serien «Helene sjekker inn» flytter programleder Helene Sandvik inn på forskjellige institusjoner. I programserien «Hva feiler det deg» serveres helsestoff i et lekent og utforskende konkurranse-format.

I dokumentarserien «Helene sjekker inn» møter vi programleder Helene Sandvik på asylmottak, sykehjem, hospits, i fengsel, på avdeling for spiseforstyrrelser, og på rusbehandling. I fem døgn bor hun på institusjonene. Serien gir innsikt i det som for mange er ukjente sider ved vårt velferdssamfunn, og gir stemmer til mennesker i sårbare situasjoner.

ETISKE UTFORDRINGER

Det ligger et omfattende og tidkrevende arbeid til grunn for hvert program. Grundige, etiske avveininger og omfattende dialog med institusjonsledelse, beboere og ansatte over tid, har bygget gjensidig tillit. Hensynet til de medvirkende har vært bærende i arbeidet med serien, og åpenhet har preget hele prosessen fra de første møtene til publisering.

De medvirkende møtte Helene og teamet med åpenhet, raushet og vilje til å dele sine historier. NRK er takknemlig for den tilliten vi er vist. Målet med serien har vært å skape større forståelse, et mål vi har delt med beboerne og institusjonene som har sluppet oss inn.

Tilbakemeldingene fra publikum har vært overveldende, og tyder på at serien har truffet en nerve. Engasjementet i sosiale medier har vært stort, med ros, reaksjoner og tilbakemeldinger.

HVA FEILER DET DEG?

I den medisinske kunnskapsleken «Hva feiler det deg?» presenteres helsestoff i et format som er både lekent, varmt og engasjerende. Et erfarent legelag utfordres hver uke av et nytt folkelag uten særskilt medisinsk kompetanse, men som ved hjelp av internett forsøker å slå legelaget i antall riktige diagnoser, foran ekte pasienter som deler sine sykdomshistorier. Programmet alminneliggjør sykdommer og sprer kunnskap om helse, og bevisstgjør også publikum om fallgruvene ved selvdiagnostisering.

Bak hvert program ligger en grundig kvalitetssikring av oppgavene i samarbeid med medisinske fagfolk. Programleder Kjetil Røthing Askeland er selv lege, og sammen med helseredaksjonen har han beveget seg inn i helt nytt terreng med programserien, som mikser helsejournalistikk med elementer fra gameshow-sjangeren. Det er lagt ned et stort arbeid i forkant for at alle medvirkende i programmet skal oppleve det som trygt å være åpen om sin sykdom, både under opptak og når det blir sendt.

TV-serien følges av nettsaker med utdypende informasjon om sykdommene i programmene. Redaksjonen har utviklet nettesten «Vil du bli lege?». Her får publikum medisinske gåter, hvor løsningene kvalifiserer til fjonge titler som kan deles i sosiale medier.

I første sesong prøvde 330 000 brukere seg på nettesten. TV-programmene traff også blink hos publikum våren 2016. Serien var oppe i en markedsandel på over 49 prosent. I snitt hadde hver episode 536 000 seere på NRK1, og det gjorde programmet til et av de aller mest sette programmene på hverdager i NRK i fjor.

UNDERSØKENDE JOURNALISTIKK OG DIGITAL HISTORIEFORTELLING

NRK eksperimenterer med nye fortellerformer og presentasjonsmåter på nett. Målet er å dra nytte av de mulighetene nettet byr på, gjennom en kombinasjon av stillbilder, lydopptak, video og tekst.

I nettdokumentarene «Politi og røver» og «Gatekampen» ble publikum kjent med politibetjent Jan Erik Bresil. I nesten et halvt år fulgte NRK Bresil og gatepatruljen i Oslo. Dokumentarene viser en mørk side av landets hovedstad, fra et miljø der slagsmål, dop og knivstikking er en del av hverdagen. Politibetjent Bresils møte med ungdom på skråplanet gjorde inntrykk på mange, blant andre kongen, som i sin nyttårstale refererte til Bresils håp og arbeid med ungdom i trøbbel;

«Et av de fineste ønskene jeg har hørt uttrykt gjennom året som har gått, kom fra en politimann som jobber med ungdom i trøbbel. Da den unge gutten mente politimannen bare drømte når han trodde på en endring, svarte politimannen: Kanskje det. Men min drøm starter med deg.»

- Sitat fra kong Haralds nyttårstale 2016.

Dokumentaren skapte ikke bare en debatt om politiets måte å håndtere problemene på, men også om hvor trygt det egentlig er i Oslo sentrum. Noen dager etter at dokumentaren ble publisert, lovte innvandrings- og integreringsminister Sylvi Listhaug (Frp) å bevilge 10 millioner kroner til kamp mot ungdomskriminalitet i bydelen.

HTTPS-PROSJEKTET

De aller fleste stoler på offentlige etater i Norge. Få tenker over om systemene til kommunen eller staten er sikre nok når de sender informasjon, ofte sensitive opplysninger, digitalt. NRK avdekket at under fem prosent av offentlige nettsteder hadde sikre tilkoblinger av typen HTTPS, og mange var til overmål satt opp feil.

NRKs saker førte til at en rekke offentlige etater ryddet opp i systemene sine. Ved årsskiftet ble et slikt krav om HTTPS foreslått som IT-standard for hele det offentlige Norge.

02. På legelaget i «Hva feiler det deg?» (f.v.) Astrid Nylander Almaas, Elisabeth Holmboe Eggen og Wasim Zahid. **Foto:** NRK

03. Politibetjent Jan Erik Bresil. **Foto:** Kjetil Solhøi, NRK



04

BRENNPUNKT, EN PREMISSLEVERANDØR FOR SAMFUNNSDEBATTEN

«Brennpunkt» har i 2016 levert saker som har skapt stort engasjement. I dokumentaren «Framtidsbonden» undersøkte «Brennpunkt» om det finnes et alternativ til dagens jordbrukspolitikk. Hva skjer når jordbruk ikke lenger handler om å bruke jorda? Melkekartongenes idylliske bilder av dyr som går fritt i vakker norsk natur, er langt fra hverdagen til norske melkekyr. Når gresset byttes ut med importert soya, får det konsekvenser for dyra, for maten vår og for landskapet rundt oss. Dokumentaren skapte stor debatt og ble sett av over 600 000. To Facebook-videoer hadde en rekkevidde på over 1,6 millioner.

«Pengepredikanten» var en annen dokumentar som vakte oppsikt. Filmen om pastor Jan Hanvold, hans pengeinnsamling og helbredelsesvirksomhet ble debattert, parodiert og analysert. Filmen hadde et stort publikum på TV, og er også en av de mest sette dokumentarene på NRK TV i 2016.

Både «Pengepredikanten» og filmen «Ikke i mitt nabolag», om planene for å opprette et asylmottak på Montebello i Oslo, ble diskutert i Kringkastingsrådet. «Brennpunkt»-redaksjonen mottok der ros for sitt arbeid med disse dokumentarene.

FREMMEDKRIGERNE FRA SKANDINAVIA

I 2016 var fortellinger om skandinaver som har reist til Syria for å slåss, et viktig tema. NRK, Danmarks Radio og Sveriges Radio samarbeidet om en radiodokumentar-serie med støtte fra Norvisjonsfondet. Hvert land produserte flere dokumentariske historier og utvekslet disse.

For NRK ble resultatet en fire-episoders serie à 50 minutter med tittelen «Fremmedkrigerne fra Skandinavia». Serien ble promotert på TV, radio og sosiale medier. På NRK P2 nådde serien en halv million lyttere.

Serien ble også distribuert som podkast som fremdeles når nye lyttere. Det vellykkede samarbeidet har også resultert i en ny satsing der de nordiske radiodokumentar-miljøene nå jobber mot en samproduksjon om høyreekstreme miljøer i Norden.

ISDALSKVINNEN

Hvem var den unge kvinnen som ble funnet død og sterkt brannskadet i Isdalen utenfor Bergen i 1970? Hvorfor hadde hun åtte falske pass og identiteter, og hvem hadde gjort så mye for å fjerne alle muligheter til å identifisere henne? I nesten 50 år har politi, presse og hobbydetektiver jaktet på biologiske spor som kan ta saken videre.

I 2016 var det NRK og Inge Morild som fant dem. Jakten på «Isdalskvinnen» har blitt et av de største nettprosjektene NRK har gjennomført. Isdalssaken publiseres på en helt ny måte – der publikum kan følge etterforskningen etter hvert som den skrider fram.

KRONPRINSESSE MÄRTHAS KRIG

I dokumentarfilmen «Kronprinsesse Märthas krig» fortalte NRK den dramatiske historien om hvordan den norske kronprinsessen ble trukket inn i storpolitikken ved utbruddet av andre verdenskrig. Etter et kort opphold i sitt fødeland Sverige, flyktet hun med barna til USA etter personlig invitasjon fra president Franklin D. Roosevelt. De kongelige krigsflyktningene ble boende i USA gjennom de fem krigsårene, og den norske kronprinsessen og den amerikanske presidenten ble være venner.

For første gang åpnet Slottet i Oslo sine samlinger og ga tilgang til kronprinsesse Märthas private filmopptak og fotografier, brev og gjenstander. Dette kastet et helt nytt lys over kronprinsessens betydning i historisk sammenheng, og over hennes nære forbindelse til den amerikanske presidenten i krigsårene.

NRK SKOLE

NRK skal bidra til utdanning og læring, herunder tilby innhold tilrettelagt for skoleverket. De fleste programmer og serier NRK lager, har et element av læring, ikke bare der målgruppen er skoleelever eller lærere. Men på noen områder har NRK et ekstra fokus på denne oppgaven. I 2016 publiserte NRK Skole en egenprodusert nettserie om koding «Kodeknekkerne», og et nytt opplæringtilbud til nyankomne enslige, mindreårige asylsøkere.



05



06

DUBBET NORSK INNHOLD TIL NYANKOMNE

Høsten 2016 kunne nyankomne flyktninger i Norge se utvalgte «Newton»-episoder på sitt eget morsmål. NRK Skole har dubbet «Newton»-innslag og matte-klipp for ungdomsskolen på fem språk: Dari, pashto, kurmanji, tigrinja og arabisk.

Klippene i «NRK Skole for Flere» er laget spesielt med tanke på enslige, mindreårige asylsøkere på mottak. I stedet for å tekste på de ulike språkene er det valgt å dubbe fordi mange i den aktuelle målgruppen hverken kan lese eller skrive sitt eget morsmål. Tekstingen på norsk vil gi dem en mulighet til å bli kjent med det norske språket gjennom å se norske programmene og forstå innholdet.

I tillegg til dette tilbudet utarbeider også NRK Super et nettsted under «Supernytt»-fanen med en digital velkomstpakke til barn som er nye i Norge. Her skal også barna få innhold om ulike sider av livet i Norge.

KODEKNEKKERNE

Koding (programmering) er flettet inn i hverdagen vår, ofte uten at vi tenker over det. Å lære barn grunnprinsippene i programmering, gir dem en forståelse av hvordan verden fungerer. Det gir dem større mulighet til å påvirke sin egen fremtid. Men for mange er terskelen inn til kodingens verden høy. Høsten 2016 ble det satt i gang et prøveprosjekt på 149 norske skoler, der målet var å tilby koding og programmering som valgfag.

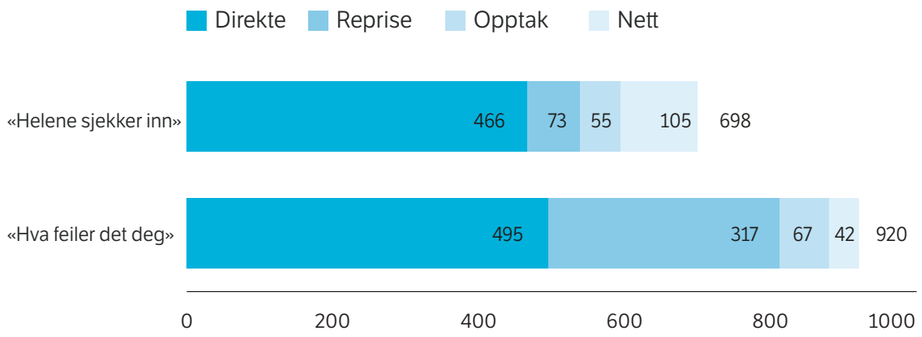
Samtidig lanserte NRK Skole «Kodeknekkerne». Gjennom åtte episoder lærer 11-åringene Max, Mia og Anniken seg koding. De hjelper kjente folk som Youtube-rne Prebz og Dennis og «Folkeopplysningen»s Andreas Wahl. 11-åringene får flere programmeringsoppdrag fra det helt grunnleggende til det mer avanserte.

04. Tannlege Malin Jonsson, rettsmedisiner Inge Morild og kriminaltekniker Nils Jarle Gjøvåg ser på kjevene fra Isdalskvinnen. **Foto:** Paul S. Amundsen, NRK

05. President Franklin D. Roosevelt og kronprinsesse Märtha på yachten Potomac. **Foto:** De kongelige samlinger, Oslo

06. Kodeknekkerne i aksjon. Max, Mia og Anniken lærer seg å løse ulike dataproblemer **Foto:** Hans Erik Lindbom, NRK

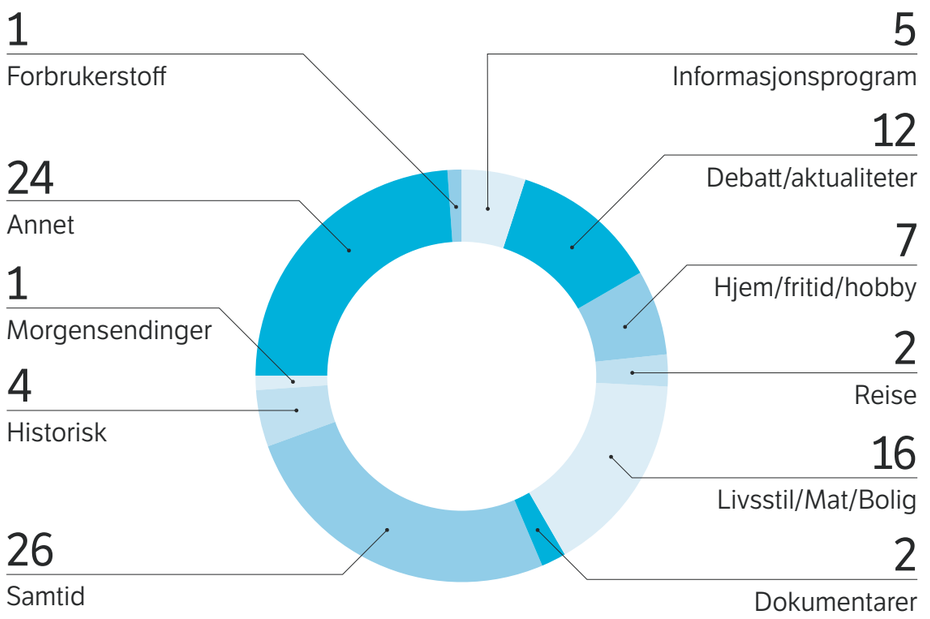
Seertall for «Hva feiler det deg» og «Helene sjekker inn»



Totale seertall i tusen.

Kilde: Kantar TNS Scores og Kantar TNS TV-undersøkelsen

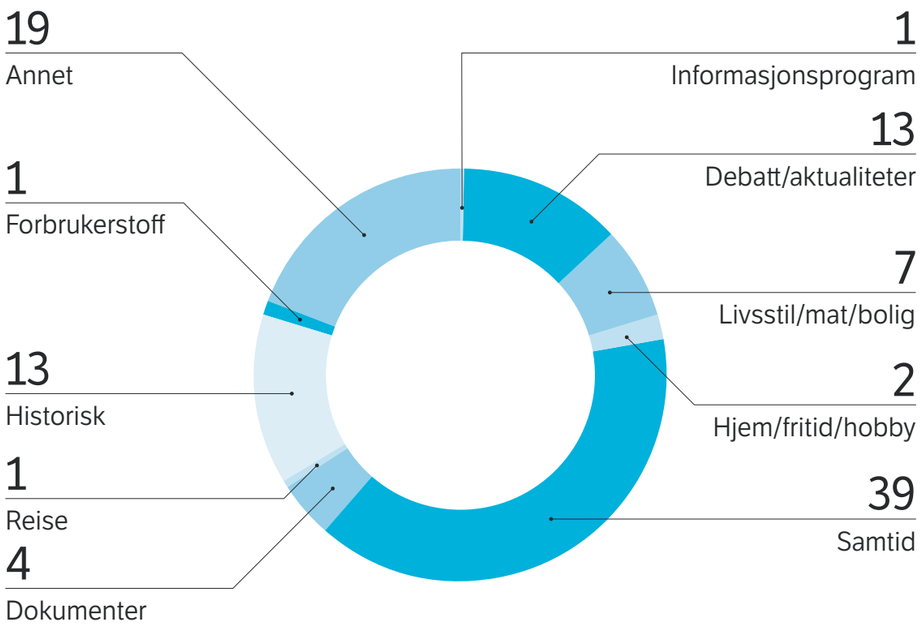
NRK gir deg et bredt tilbud av informasjonsprogrammer på NRK1



Sendetimer med informasjonsprogrammer på NRK1 fordelt på tema i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

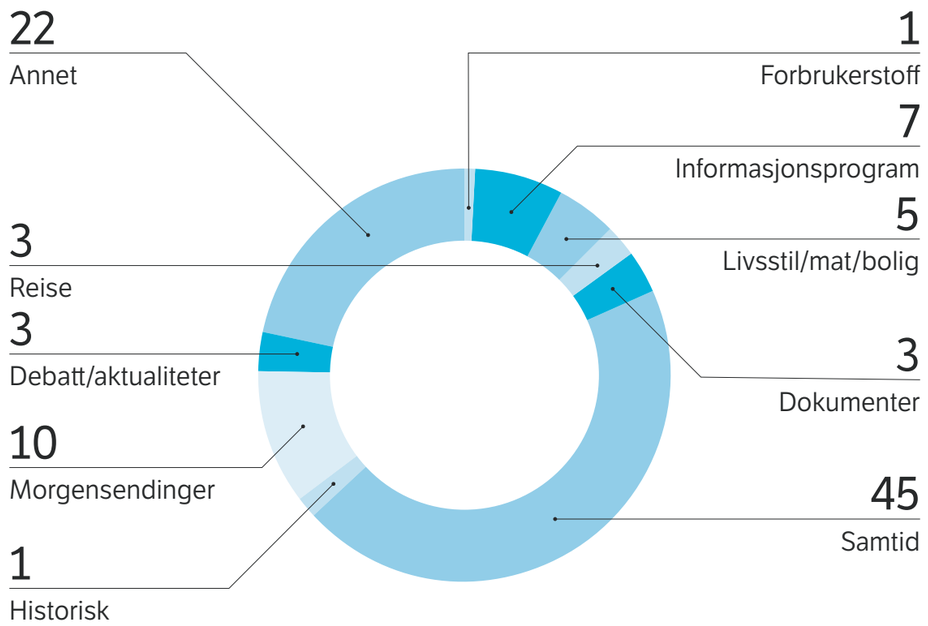
NRK gir deg et bredt tilbud av informasjonsprogrammer på NRK2



Sendetimer med informasjonsprogrammer på NRK2 fordelt på tema i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NRK gir deg et bredt tilbud av informasjonsprogrammer på NRK3



Sendetimer med informasjonsprogrammer på NRK3 fordelt på tema i prosent.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

NRK SÁPMI

Unge samers førstevalg

I 2016 har vi startet endringene som skal gjøre NRKs samiske tilbud til førstevalget for unge voksne samer. Vi fokuserer på relevant innhold som publiseres først på nett.



01.
Det samiske flagget og parolen Sápmi Pride fikk spontan applaus under Oslo Pride-festivalen sommeren 2016. **Foto:** Mette Ballovara, NRK



I 2016 har NRK Sápmi holdt en rekke folkemøter og møtt representanter for den samiske befolkningen, spesielt de unge. Deres råd og vår erfaring er sammenfallende. Unge voksne samer kan i dag velge fritt blant det beste medieinnholdet i verden. NRK Sápmis program- og innholdstilbud må derfor ligge på dette nivået. En kringkaster i verdensklasse, også for urfolk, betyr at vi må satse tydelig på kvalitet og relevans for både et samisk, norsk og globalt publikum.

NRK Sápmis har endret både innholdsproduksjon og publiseringspraksis i 2016. Målet er økt synlighet på brukernes foretrukne plattformer, med relevant og godt innhold for unge voksne samer og nordmenn. Vi har startet fornyelsen av nettsiden og har økt vår tilstedeværelse i sosiale medier.



03

STUDIO SÁPMI

Det samiske talkshowet «Studio Sápmi» er en nyskapning fra NRK Sápmi. Tilbudet er tilgjengelig på nett og TV, og er et resultat av satsingen på ungt, samisk innhold. «Studio Sápmi» er et studiobasert underholdningsprogram med unge og aktuelle gjester og artister.

I 2016 så den samiske barnefiguren «Binnabánnaš» dagens lys, et tilbud rettet mot de aller yngste samiske og norske barna. «Binnabánnaš» er blitt godt mottatt av publikum på nett, mobil og TV. Arbeidet med å utvide tilbudet til de aller yngste ytterligere, er godt i gang.

NYHETER OG ØKT AKTUALITET

NRK Sápmi har styrket samarbeidet med finske YLE Sápmi og svenske SVT/SR Sápmi i 2016 gjennom etablering av felles nordiske nyhets- og aktualitetsendinger på radio. På TV har NRK Sápmi har daglige nyhetssendinger fra Karasjok i et samarbeid med de nordiske samiske redaksjonene.

Samarbeidet med andre urfolkskringkastere er samtidig forbedret gjennom nettverket World Indigenous Television Broadcasters Network (WITBN). Målet er å gjøre urfolkssaker mer synlige også i et internasjonalt perspektiv.

NRK Sápmi har etablert et redaksjonsnært studio i Karasjok med selvkjør for direkteavvikling av nyhetssendinger på nett og TV. I 2016 prioriterte NRK Sápmi journalistikk rundt flere større saker som fikk nasjonal og internasjonal oppmerksomhet, blant annet retten til land og vann i Finnmark.




03



04

02. I mars 2016 arrangerte NRK Sápmi en åpen konferanse i Tromsø for å innspill til hvordan NRK bedre kan dekke samisk hverdag. **Foto:** Ante Jovna Gaup, NRK

03. Etter årelang strid felte Høyesterett i 2016 dom over eiendomsretten til store deler av Stjernøya i Vest-Finnmark. **Foto:** Dag Ivar Indrebø, NRK

04. «Binnabánnaš» er en populær samisk barneserie som blant annet går på NRK Super. **Foto:** NRK



06

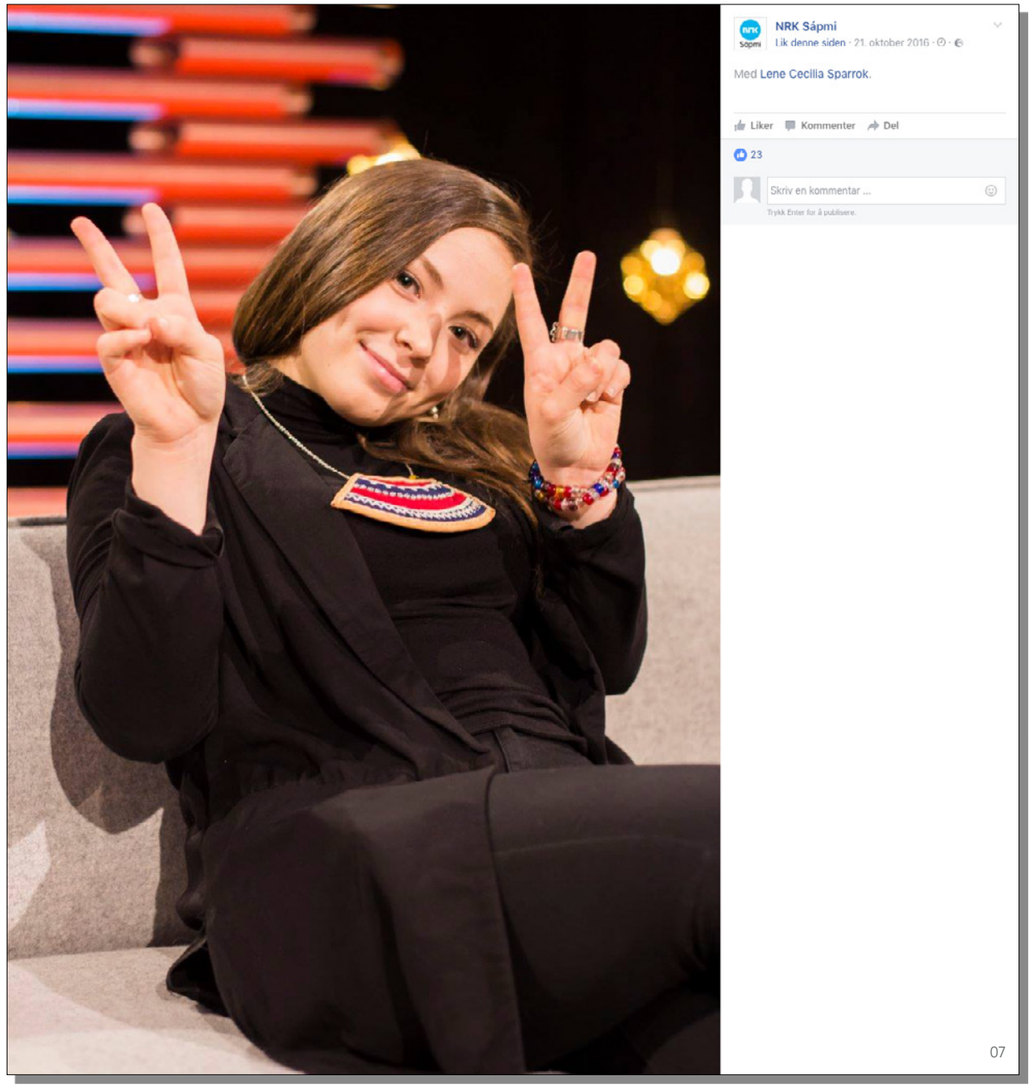
06. Ella Marie H. Isaksen vant sangdelen i «Sámi Grand Prix». Johan Ivvar Gaup stakk av med seieren i joikedelen. **Foto:** Dragan Cubrilo, NRK

DIGITALT FØRST

Målet for NRK Sápmi om økt kvalitet og tilstedeværelse i digitale, mobile og sosiale medier har gjort at vi har økt bredden på vårt nettilbud il 2016. Vi har prøvd og feilet på sosiale medier. Vi har startet utviklingen av en ny forside på nett som i større grad viser bredden i det samiske medietilbudet i NRK.

I tiden som kommer ønsker NRK Sápmi ytterligere å styrke sin posisjon som leverandør av godt samiskspråklig innhold. Radio- og fjernsynstilbudet fra NRK Sápmi vil fortsatt være høyt prioritert, ikke minst gjennom nyskapende og underholdende konsepter fra det samiske samfunnet rettet mot hele den norske befolkningen.

Men retningen er klar: Ungt, relevant og digitalt. Det er nødvendig for at unge samer i framtiden skal velge samiskspråklig innhold.



07

07. Skuespiller Lene Cecilia Sparrok var gjest i «Studio Sápmi» i oktober.

Samlet programprofil for TV-tilbudet til NRK Sápmi

	2014	2015	2016
Barn	87	76	**75**
Fakta	7,5	1	**2**
Kultur	12	40	**28**
Urfolksmagasin	0	0	**0**
Nyheter	158	164	**147**
Underholdning	13,5	1	**0**
Valg	0	0	**0**
Totalt	**278**	**282**	**252**

Antall sendetimer.

Kilde: NRK Statistikk

Programprofil for radio-tilbudet til NRK Sápmi

	2014	2015	2016
Nyheter på samisk	279	143	**161**
Nyheter på norsk	21	19	**0**
Aktualiteter	78	105	**77**
Barn og ungdom	7,5	6	**8**
Sport	4	0	**0**
Religion	51	50	**50**
Kultur, underholdning	1 255	1 367	**1 393**
Kultur, underholdning på norsk	41,5	39	**12**
Musikk	0	0	**0**
Totalt	**1 737**	**1 729**	**1 701**

Antall sendetimer.

Kilde: NRK Statistikk

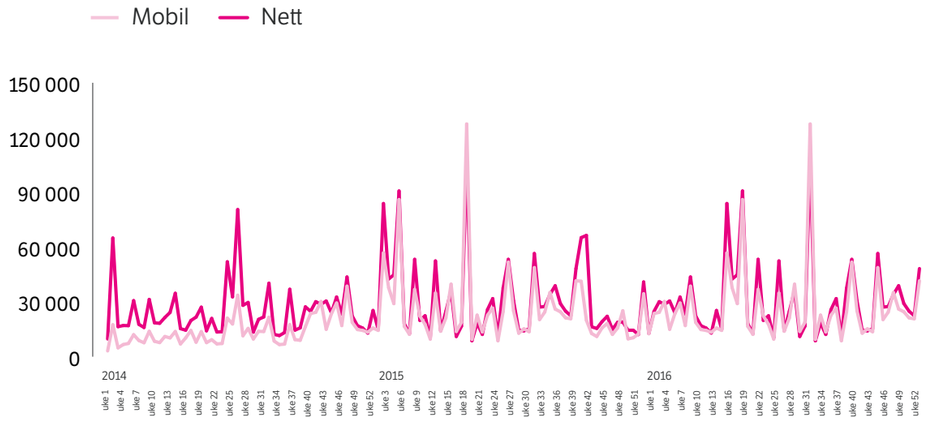
Programprofil for DAB-tilbudet til NRK Sápmi

	2014	2015	2016
Nyheter på samisk	454,5	218	**238**
Nyheter på norsk	21	19	**0**
Aktualiteter på norsk	0	0	**0**
Aktualiteter	156	215	**154**
Barn og ungdom	15	12	**16**
Sport	14	0	**0**
Religion	136	133	**130**
Kultur, underholdning	3 325	3 553	**3 644**
Kultur, underholdning på norsk	84,5	86	**64**
Musikk	2 276	2 257	**2 322**
Sametinget	92	116	**0**
Totalt	**6 574**	6 609	6 569

Antall sendetimer.

Kilde: NRK Statistikk

Flere bruker NRK Sápmis nettsider



Daglige unike brukere på NRK Sápmis nettsider på nett og mobil. De høye brukertallene i uke 18 2015 og uke 31 2016 skyldes enkeltsaker som ble publisert på nrk.no og som ble lest av mange.

Kilde: Kantar TNS Scores

Tett på norsk natur

Fugle-reality, nærkontakt med rovdyr og folkets egne opplevelser – slik forteller NRK verdens beste historier om norsk natur.



01.
Den fargerike lundefuglen, Nordens papegøye, hadde en av hovedrollene i realityserien «Fuglefjellet» i 2016. **Foto:** Sindre Skrede, NRK



02

NRK Natur formidler glede og skaper respekt og forståelse for norsk natur gjennom underholdende og medrivende innhold. Ved å være tett på ville dyr, får publikum en naturopplevelse hjemme i sofaen, på mobilen eller i en pause på kontoret. For å klare å formidle de store sammenhengene i alle de små historiene, leter vi hele tiden etter nye fortellergrep.

FUGLEFJELLET

«Fuglefjellet» var en naturlig reality, en slags «Big Brother» med sjøfugler i hovedrollene. Fra fuglefjellet på Hornøya i Finnmark sendte NRK direkte 24/7 på nett, og fem dager i uka på TV, over seks uker. Den lille øya i havgapet er sommerens ferieparadis for 70 000 bråkete gjester. De kommer hit hvert eneste år med ett mål – å sjekke, hekke og klekke.

Aldri før har noen kommet så tett på dramaet som utspiller seg i noen hektiske sommeruker i en sjøfuglkoloni. På nett kunne publikum følge livets gang i sju forskjellige reir. På NRK2 fulgte vi fuglene inn i midnattssolen fem kvelder i uka, og fanget drama, liv og død i sanntid. På NRK1 ble det ukentlige oppsummerende sendinger og mer bakgrunnsstoff.

15 kameraer var montert i bratte fjellvegger. Det ga et unikt innsyn i helt spesielle hendelser som selv fugleforskerne aldri hadde sett før. Et spesialbygd kamera kunne for første gang vise livet inne i en lundehule hvor en liten lundeunge vokste opp.

Gjennom å følge liv, død og kjærlighet i fuglefjellet, ble flere oppmerksom på sjøfuglenes situasjon og et økosystem i endring.

@CSpange
Kjære @NRKno
Dette fugle-minutt-for-minutt sparer staten for antidepressiva! Betaler lisensen med glad sang. Tusen takk
#nrkpiip

VILLMARKAS VOKTERE

Få mennesker kommer tettere på ville dyr enn de utegående ansatte i Statens naturoppsyn. I en serie på åtte episoder kalt «Villmarkas voktere», fikk publikum følge dem på store og små oppdrag i norsk villmark gjennom et år.



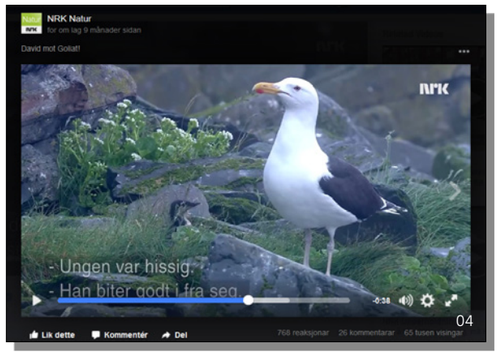


03

Statens naturoppsyn er feltavdelingen til Miljødirektoratet, med rundt 100 ansatte spredt over hele landet. Arbeidsoppgavene spenner vidt, fra skjøtsel og naturveiledning til lakseoppsyn og fellingsoppdrag.

«Villmarkas voktere» viste publikum hvordan norske myndigheter forvalter naturen og de artene Norge har et spesielt ansvar for å ta vare på. Rovviltpolitikken er kontroversiell og konfliktfylt. Når rovdyr befinner seg i et område der politikerne har bestemt at de ikke skal være, er det fellingsleder Lars Gangås og kollegene hans som får i oppdrag å skyte dem.

Gjennom «Villmarkas voktere» fikk seerne kunnskap og innsikt, men serien skapte også debatt i både NRKs radio- og TV-sendinger, på våre Facebook-sider og på NRK.no. Den vant Gullruten for «Beste dokusåpe» i mai 2016.



04



05

02. En av NRKs medarbeidere monterer kamera foran toppskarvens reir på Hornøya. **Foto:** Jon Arne Nøstdal, NRK

03. Nesten åtte tonn med utstyr ble fraktet inn og montert på Hornøya. I alt 19 kameraer ble styrt fra kontrollrommet som ble bygget opp inne i fyret på toppen av øya. **Foto:** Ruth Følstad, NRK

04. Den vesle lomviungen forsvarte seg heroisk mot en stormåke, og ble helt på sosiale medier hvor videoklippet ble sett 65 000 ganger. **Foto:** NRK

05. Lars Gangås er fellingsleder i Statens naturoppsyn. Her viser han fram en felt jerv. **Foto:** Odd Arne Olderbakk, NRK



06



07

06. Saltstraumen-sendingen varte i 12 timer og over én million nordmenn tittet innom. **Foto:** NRK

07. Hvem vinner når sinna tiur møter korps? Det var tiuren det! **Foto:** Seervideo NRK Natur

08. Bak de spesialbygde kameraene og avanserte kameravinkler lå over et år med planlegging, testing og utvikling. **Foto:** Sindre Skrede, NRK

09. Else Bull Jensen drar til Finnmarksvidda på jakt i serien «Eventyrjenter». **Foto:** Privat

SALTSTRAUMEN MINUTT FOR MINUTT

Saltstraumen utenfor Bodø er blant verdens kraftigste tidevannsstrømmer. Med en fart på opp mot 20 knop, eller 36 kilometer i timen, flyttes enorme vannmasser mellom Saltfjorden og Skjerstadfjorden to ganger i døgnet. Dette lagde NRK en 12 timer direktesendt TV-sending av i 2016.

For å kunne vise frem både de kjente og de ukjente sidene ved havstrømmen og området rundt, ble det utviklet nye tekniske løsninger for produksjonen av sendingen, blant annet en fjernstyrt undervannsfarkost med kamera. Mer om det i Teknologi-kapitlet.

UT I NATUREN

Seernes egne naturvideoer fikk hedersplass i «Ut i naturen» i 2016. Amatørfotografer fra hele landet har filmet både hjemme i hagen og ute i villmarka, over og under vann. De har fanget unike situasjoner der tiuren spiller om kapp med korpset på tur, der spekkhoggere leker seg og synger for fotografen. Elgen må jage årsungen unna, og reven stikker av med hele vaffeljernet.

Seervideoene er morsomme og gir samtidig et lite innblikk i et vilt dyrs hverdag. Dette er situasjoner som er umulige å planlegge, og som vi får takket være et oppmerksomt og naturelskende publikum som er tilstede og filmer det som skjer.

EVENTYRJENTER

I «Eventyrjenter» møter vi fem jenter som har til felles at de elsker naturen, og at de ikke lever et typisk A4-liv.

Tonje, Else, Guro, Hilde og Marthe pakket kamera og dro ut i vill natur hver for seg.

Utenfor komfortsonen ventet eventyret. Jentene filmet selv og bød på medgang og motgang. De lot publikum få være med både når tårene rant, og når jubelskrik runget over åpne, vakre landskap.

NATURLIGVIS

Programleder Hanne Cecilia Aass ville leve et mer bærekraftig liv i pakt med naturen. I serien «Naturligvis» treffer hun entusiaster som lever litt mer på godfot med kloden enn nordmenn flest. De gjør det mye for å hjelpe vår skakkjørte klode, men aller mest gjør de det fordi de liker det. Hun tar seerne med på høsting av delikatesser fra nærnaturen, dyrking i urbane, bugnende kjøkkenhager, husbyggeprosjekter for humler, bier, fugler og pinnsvin, og frisk ferietur på el-sykkel.



08



09

Befolkningen så tilsammen tre år med «Fuglefjellet» på nett i løpet av sommeren

I løpet av sommeren hadde strømmen av «Fuglefjellet» på nett tilsammen 609 000 sidevisninger, og over 100 000 unike brukere var innom for å følge med.

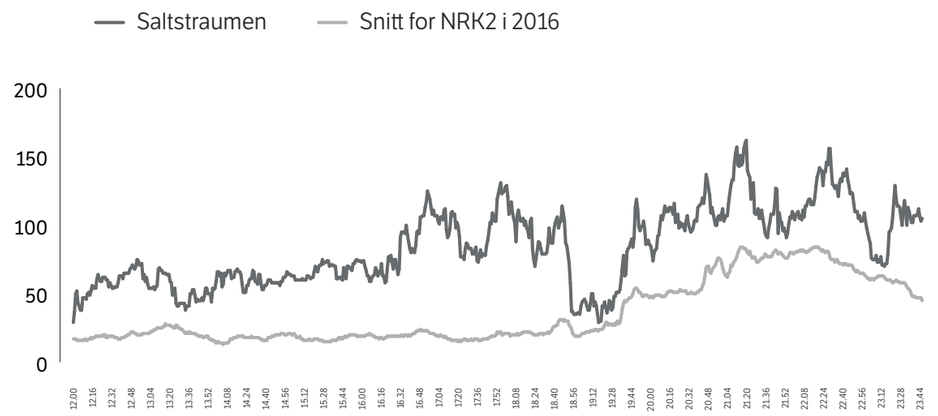
Visninger	609 000
Unike brukere	102 499
Total tid brukt på stream (sekunder)	88 816 443

Antall sidevisninger, unike brukere og tid brukt på stream av «Fuglefjellet» på NRKs nettsider fra publisering i juni til midten av august.

Kilde: Kantar TNS Scores

1 million var innom «Saltstraumen minutt for minutt» på NRK2

Langt flere enn vanlig var innom NRK2 for å følge med på minutt for minutt-sendingen fra Saltstraumen.



Dekning i tusen per minutt under NRK2s minutt for minutt-sending fra Saltstraumen, sammenlignet med snittet for NRK2.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkselsen

Når kjemien stemmer

Vitenskapsformidling kan ha ulike fasonger. I 2015 testet vi naturens lover og utviklet et datingprogram basert på forskningsresultater og biologiske fakta.

01.
Fysiker Andreas Wahl tar sjansen på at en bukett ballonger kan fungere som luftfartøy. Her svever han over Oscarsborg festning. **Foto:** Bulldozer Film, NRK



02



03

Programserien «Når kjemien stemmer» var et sosialt eksperiment om attraksjon mellom kjønnene som ga rom for både alvor og humor. Biologiske mekanismer styrer våre partnervalg uten at vi er klar over det. Kroppens immunforsvar gjenspeiles for eksempel i hvordan vi lukter, og når en annens kroppsduft oppleves som behagelig, er det fordi immunforsvaret matcher ens eget.

I serien møter vi 31 år gamle Maren som vil finne sin perfekte match ved hjelp av vitenskapen. Gjennom seks programmer lukter, lytter, snakker, danser hun med sju unge menn, som gjør sitt ytterste for at hun skal velge dem.

Serien tar utgangspunkt i at mennesker er avanserte dyr, og at vi styres av urgamle biologiske mekanismer. Evolusjonen er blind, den går etter friske avkom som selv kan få barn. Vår biologiske suksess måles i antall barnebarn. Gjennom millioner av år med utvelgelse har vi utviklet finurlige tiltrekkingsmekanismer som tjener akkurat denne hensikten.

På tradisjonelt realityvis ryker de mannlige kandidatene ut en etter en. Historien ender med at Maren finner «den rette». Serien hadde over en halv million seere per episode, og skapte til dels stort engasjement på sosiale medier.

02. Maren lukter seg fram til den perfekte match i serien «Når kjemien stemmer». **Foto:** Leif Arild Eriksen, NRK

03. Artikkelen om menneskenes inngripen på jorda ble godt mottatt av leserne. **Foto:** NRK

@Palcw

Takk til @vitenwahl for avsløring av tull og tøys i #Folkeopplysningen!

@Palcw

En stor takk til @vitenwahl og @JOHesselberg for #Folkeopplysningen Serien klasser ut alt annet som er å se på tv.

VITEN PÅ NETT

Vitenskap er et av flere viktige sjangerområder for NRK som allmennkringkaster. Fordypningssaker med vitenskapsinnhold slår godt an blant leserne på NRK.no. For å nå flere med vitenskapsinnholdet vårt, lager vi dybdesaker på nett som tar utgangspunkt i samme tematikk som vi lager TV-programmer fra. I arbeidet med TV-programmene dukker det ofte opp spennende innhold som ikke alltid egner seg på TV-skjermen.

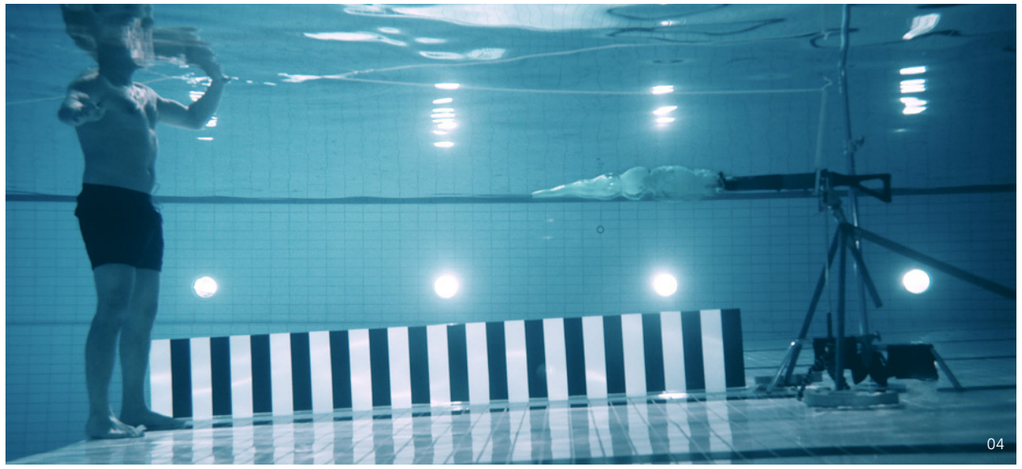
Mye vitenskapsstoff skrives eksklusivt for nett, ofte i form av langlesningssaker. Disse «nerdesakene» blir svært godt mottatt av leserne. Artikkelen «En ny epoke» som handler om at jorda er på vei inn i en ny geologisk epoke, hadde eksempelvis 250 000 lesere. Flere andre artikler har rundet 100 000 lesere.

FOLKEOPPLYSNINGEN

I serien «Folkeopplysningen» blir ulike naturlover og temaer satt under lupen i et vitenskapelig lys. Påstander blir systematisk gjennomgått, basert på den best tilgjengelige forskningen. Dette er seriens tydelige premiss.

Programleder er fysiker Andreas Wahl. I første og andre sesong av «Folkeopplysningen» som ble sendt i 2012 og 2014, satte han søkelyset på helse. Begge sesongene ble svært godt mottatt av publikum og skapte mye debatt. I sesong 3 som gikk på TV høsten 2016, beveget serien seg videre til temaer som er relatert til valg vi gjør i hverdagen. Blant temaene var økologisk landbruk, genmodifisert mat, slanking, coaching, cannabis og personlig økonomi.

Temaene i «Folkeopplysningen» ga også gjenklang i flere redaksjoner i NRK som fulgte opp temaene med debatter, intervjuer og reportasjer. Serien er produsert for NRK av produksjonsselskapet Teddy TV.



04

MED LIVET SOM INNSATS

Våren 2016 møtte seerne Andreas Wahl også i serien «Med livet som innsats» som ble produsert av Bulldozer Film AS for NRK. I åtte programmer testet Wahl fysikkens lover gjennom dristige eksperimenter – med livet som innsats. Hensikten var å gi seerne økt kunnskap om og forståelse for naturlovene.
De spektakulære eksperimentene gikk viralt verden over. Videoklippet «Skutt under vann» er sett av 18 millioner på NRK Vitens Youtube-konto.
Som med «Folkeopplysningen» nådde serien målet med å engasjere yngre målgrupper. Begge seriene lå langt over gjennomsnittet for seing i aldersgruppen 12–39 år.



05

04. Andreas Wahl utløste selv rifleskuddet mot seg selv, og overlevde. Motstanden i vannet stanset prosjektilet. **Foto:** NRK

05. «Newton»-programleder Stian Sandø forsøkte seg som blind fotballspiller. **Foto:** Erlend Lånke Solbu, NRK

NEWTON

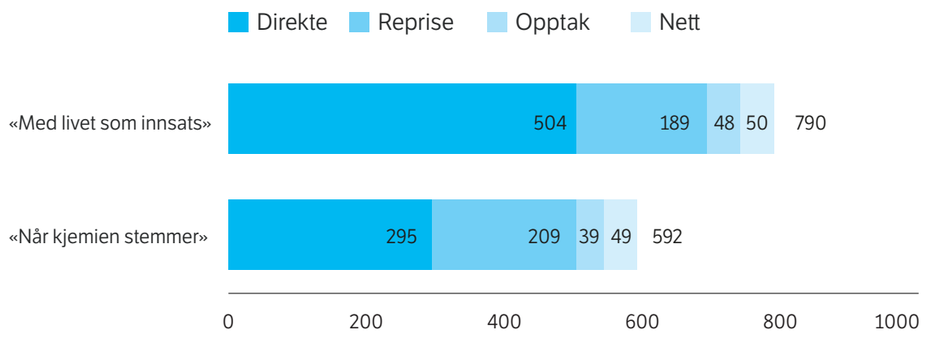
«Newton» fortsetter praksisen med å utsette programlederen for vitenskapelig vinklede utfordringer. I fjor prøvde Stian Sandø blant annet å bli hekta på dataspill, han måtte klare seg en uke i villmarka, og han var blindet i tre døgn.
Videre har «Newton» jobbet mye med sosiale medier. NrkNewtonstian er på Snapschat og når ut til målgruppa på en annen måte enn før. «Newton» jobber med planer med å legge om produksjonen via sosiale medier til ferdig program. Det vil si at mye av innholdet skal formidles på sosiale medier før det settes sammen til ferdig program.

IKKE GJØR DETTE HJEMME

Femte sesong av serien «Ikke gjør dette hjemme» ble spilt inn i et hus i Orkanger, hvor oppskriften stadig var ulike påfunn og eksperimenter, etterfulgt av kontrollert nedbrenning. Torfinn Borkhus fikk ny makker i Marte Hedenstad fra NRK P3, ei tøff jente som liker fart og sprenging.



Seertall for «Med livet som innsats» og «Når kjemien stemmer»



Totale seertall i tusen.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores

Internasjonal suksess

Norsk og nordisk drama står i særstilling hos publikum. Det har bred appell og vekker engasjement og gjenkjennelighet.

01.
Suksess-serien «Nobel» handler om den norske innsatsen i Afghanistan. Over 1,3 millioner så første episode av serien med Aksel Hennie i hovedrollen. **Foto:** Eirik Evjen, Monster Scripted



02

Fiksjonsserier bidrar til NRKs strategiske mål om å samle folket, speile samfunnet og styrke vår kultur og identitet. Det gjelder hele spekteret av dramaproduksjoner, fra humor til krim, fra barn til voksne, fra smal til bred målgruppe.

De siste årene har vi sett en svært positiv utvikling når det gjelder kvalitet og nyskapning. Norge er en liten aktør i verden, men vi har en dramaproduksjon som blir lagt merke til utenfor landets grenser.

NOBEL

Dramaserien «Nobel» tok utgangspunkt i den norske militære deltakelsen i Afghanistan, og ga et realistisk innblikk i norske soldaters hverdag i internasjonal tjeneste. Over 1,3 millioner så første episode, og snitt for serien med alle former for seing ble 1,2 millioner seere. Bare halvparten av publikum så serien i ordinær (lineær) sending. En fjerdedel så den når de selv ville i NRK TV.

Serien ble kåret til «Beste europeiske dramaserie» under Prix Europa-festivalen i Berlin i oktober 2016.

«This outstanding series is based on an exceptional male character, supported by a fantastic cast, set in a stunning landscape, also fighting the forces of nature.»

Prix Europa-juryen om «Nobel».



03

UNGT DRAMA

2016 er uten tvil det store «Skam»-året. Serien, skrevet og regissert av Julie Andem og produsert internt av NRK P3 Ung, er blitt en av NRKs største dramasuksesser gjennom tidene. Ikke bare fordi den nådde ut til et stort og engasjert publikum, men også fordi den fikk så stor internasjonal oppmerksomhet som innovativ og nyskapende.

Både nasjonale og internasjonale medieaktører har vist stor interesse for hvordan historiefortellingen er utviklet og publisert. Selve prosjektet bygger på de erfaringene som er gjort i NRK Super med nettproduksjonene «Sara», «Mia» og «Jenter».

PUBLISERINGSBREDDE

Som forberedelse til «Skam» ble det gjort omfattende research og analyse av den spesifikke målgruppens behov og problemstillinger, og funnene fikk direkte konsekvens for utformingen av både historien og publiseringen. Serien vises i «tilsynelatende sanntid» på nett, det vil si at scenen publiseres den dagen og på det klokkeslettet den angivelig skjer. Alle de ulike scenene fra uka settes deretter sammen til en episode, som legges ut i sin helhet på NRK TV.

Rollefigurene i serien «lever» også på nettet med nye meldinger til hverandre mellom hver publisering. Første sesong av «Skam» ble aldri markedsført i NRKs tradisjonelle kanaler, men det ble lagt opp til en strategi hvor intensjonen var at målgruppa skulle oppdage den selv på nett og anbefale den videre til andre. Strategien lyktes.

I løpet av sommeren og høsten ble det klart at «Skam» også nådde langt utenfor Norges grenser. I uke 49, under avslutningen av sesong 3, ble det registrert seere fra 20 land. Over 40 prosent av de unike brukerne som var innom skam.p3.no i uke 49 befant seg i et annet land enn Norge. Og i Danmark begynte ungdommen å lære seg norsk. Den danske storavisa Politiken erklærte at «Verdens beste ungdomsserie er norsk».

MAMMON

NRK har også sendt flere andre og mer tradisjonelle dramaserier i 2016. I januar var det premiere for «Mammon II». Engasjementet rundt handling og historie var stort. Maktkamp og spinndoktorer i politikken ble debattert. Likeså vekket kritikernes ulike vurderinger av TV-dramaet oppmerksomhet.

«Mammon er nemlig ypperlig TV-spenning», skrev VG, og trillet en femmer på terningen.

«En håndbok i karikerte miljøskildringer fra såvel store avishus og regjeringskvartalet», skrev Dagbladet.

«Dagbladets forhåndsanmeldelse av NRK-serien «Mammon II» er et strålende eksempel på ukyndig flåseri», skrev forfatteren Anne Holt i et debattinnlegg.

I 2016 var det også premiere for både den polske og den tsjekkiske versjonen av «Mammon». «Mammon II» er produsert av NRK.



04



05

02. Svenske Irmeli Krans roser «Skam» opp i skyene: «Det bästa jag sett på väldigt länge! Tack #norge #nrk».

03. For første gang har en norsk dramaserie vunnet den prestisjefulle prisen Prix Europa i kategorien «Beste dramaserie». **Foto:** NRK/Monster

04. Seeingen av «Skam»-episodene på nett danker ut det meste av annet innhold i NRK TV.

05. Slik ser «Skam» eller «Xiuchi» ut på kinesisk. NRK er blokkert i landet, men fans har tekstet episodene og lagt dem ut på tilgjengelige strømmetjenester. **Foto:** NRK



06

VIKINGANE

Høsten 2016 publiserte NRK også den episke og humoristiske dramaserien «Vikingane». Serien gjenskapte et vikingmiljø fra år 790, men innholdet var forankret i humorsjangeren.

Vikingene har vært på tokt og røvet med seg Rufus, en selvhøytidelig skuespiller fra Roma, hjem til «Norheim». Dette får uante konsekvenser for den vesle vikinglandsbyen. Trivielle problemer som vi kjenner fra vår egen hverdag, får nye løsninger i vikingversjonen.

Alle episodene ble lagt ut på NRK TV samtidig, og så vist på NRK1 med én episode per uke. Serien ble spilt inn parallelt både på norsk og på engelsk, i en innspillingstakt som lå langt over hva man normalt skulle forvente seg av et kostymedrama fra vikingetiden.

INTERNASJONAL SPREDNING

Dramaserien «Øyevitne» ble den første norske dramaserien som er gjenskapt for det amerikanske markedet. Serien ble produsert av Universal Studios for kanal USA Network, og hadde premiere i oktober.

«Øyevitne» ble også nyprodusert i Romania for HBO Europe.

Like før jul ble det også klart at Samuel Fuller («American Idol») hadde kjøpt opsjon på en nyinnspilling av «Skam» for det amerikanske markedet.



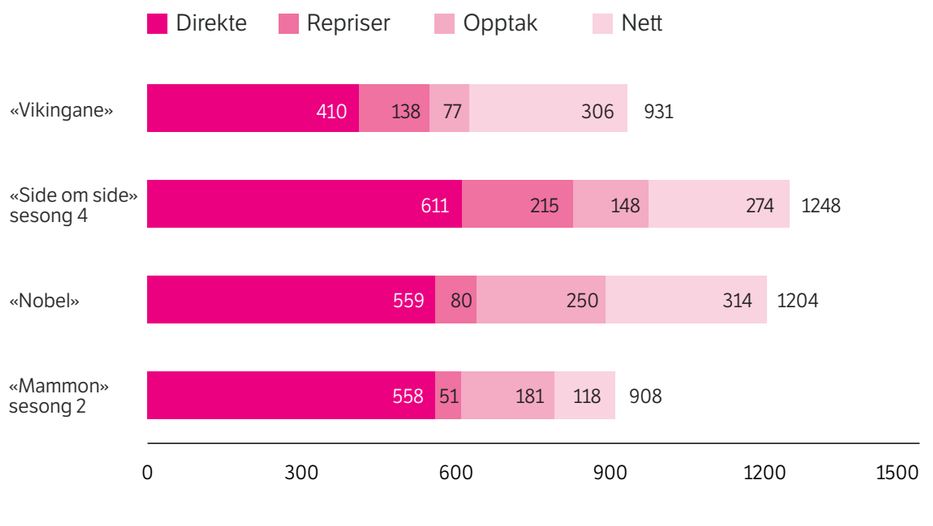
07

06. Hovedrollene i «Mammon II» innehas av Jon Øigarden og Laura Christensen. **Foto:** NRK

07. I «Vikingane» følger vi hverdagslivet til vikingene i landsbyen Norheim, med maktkamp, tokt og slag. Samtidig blir innbyggerne utfordret av nye moderne trender med myke verdier og kunst, krangling og samlivsproblemer som vi kjenner fra moderne tid. **Foto:** NRK

08. Før jul ble det klart at det trolig kommer en amerikansk versjon av den norske ungdomsserien «Skam». Fjerde sesong er varslet på NRK våren 2017. **Foto:** NRK

Norske drama- og humorserier trekker seere på TV og nett



Totale seertall i tusen.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen og Kantar TNS Scores



08

Kultur som inviterer inn

I 2016 opprettet kulturavdelingen en redaksjon for digital og event. De har som oppgave å sikre at mer av kulturinnholdet når ut til flere, og å tilrettelegge og tilgjengeliggjøre kulturinnhold på alle digitale plattformer.



01.
Programleder Thomas Alkärr vet lite om kunst, men har alltid drømt om å forstå og elske den. Her er han sammen med den eksperimentelle kunstnerduoen Trollkrem. **Foto:** Simon Skreddernes, Coup Agency

Kulturavdelingen jobber systematisk med å utvikle unike formater, kommunisere på flere plattformer og å nå nye målgrupper. Prosjektene «Dikt & forbannet løgn», «Thomas og den vanskelige kunsten» og «Oppfinneren» er noen eksempler på dette.

ET SELVFORSYNT PARADIS

Serien «Oppfinneren» handler om tusenkunstneren Erik Alfred Tesaker og familien. De har kjøpt et gammelt småbruk på Sørlandet, for å realisere drømmen om et selvforsynt, mekanisk paradis.

Far i huset, Erik Alfred, har spesialisert seg på tradisjonshåndverk. Med en livsfilosof som programleder er dette også en serie om eksistensielle spørsmål: Lever vi et liv i pakt med egne verdier? Og hva trenger vi egentlig for å skape oss et godt liv? Og framfor alt viser han oss gleden ved å lage noe med egne hender.

Rundt TV-serien «Oppfinneren» har redaksjonen jobbet med eksklusivt video- og artikkelinnhold for NRK.no, og møtt publikum med alt fra oppskrift på å lage sin egen puttputt-båt til oppfinner Erik Alfreds Ytring om nyskaping.

FORSTÅ KUNST

NRK ønsker å gi flere tilgang til kulturinnholdet ved å behandle brede kulturuttrykk med nysgjerrighet, og åpne smale kulturuttrykk for flere. Vi vil at tilbudet skal bety noe for folk, at innholdet er verdt å dele, og at hoder og hjerter åpnes.

«Thomas og den vanskelige kunsten» er et program om et smalt felt, fortalt på en måte der alle blir invitert inn. For hva skjer når en som har drømt om å forstå og elske kunst, endelig får sjansen?

I serien får seerne være med når programlederen utforsker ulike former for kunst på en måte der hensikten er å gjøre kunst mer tilgjengelig for mange. «Thomas og den vanskelige kunsten» er en serie på seks programmer à 29 minutter.

@LivBauge

Thomas og den vanskelige kunsten. #nrk Koser meg glugg ihjel! Derfor betaler jeg lisens med glede.


02

02.–03. Oppfinner Erik Alfreds store prosjekt er å bygge et drømmetårn på toppen av låvetaket. **Foto:** NRK


03



04

04. Programlederne Thorbjørn Harr og Hans Olav Brenner. **Foto:** Anne Liv Ekroll, NRK

DUGNAD FOR DIKT

Tanken bak det flermediale prosjektet «Dikt & forbannet løgn» var å løfte frem et smalt kulturuttrykk til flere. Poesi kan være så mangt, fra rapping til korsang. NRK lot en profesjonell jury velge ut en grunnbase med dikt. Poeter og kritikere engasjerte seg i hvem som manglet i en slik base, og det førte diskusjon om poesi i Dagsnytt 18 og oppslag på forsiden av Dagbladet.

Innholdet til det store eventet ble formet gjennom en artikkelserie på NRK.no, samt i konkurranser og dialog via sosiale medier i forkant av selve sendingen. På vei mot TV-sendingen, gjennom hele sommeren, stemte så det norske folk frem dikt i ulike kategorier via NRK P2 og NRK.no. Seks finaledikt sto igjen til den fem timer lange TV-sendingen i september.

Redaksjonen for digital og event skriver langlesinger om kulturfeltet for å gi publikum gode og innsiktsfulle leseopplevelser. Redaksjonen presenterer innhold fra avdelingen, men i andre former og innhold enn det som lages for TV og radio. I 2017 ønsker redaksjonen å kunne gi publikum enda flere gode leseropplevelser og samtidig presentere kulturinnhold via alt fra store eventer til gode videoer og digitale serier.

DIALOG PÅ RADIO

I 2016 rustet NRK P2 seg til det teknologiske radioskiftet. NRK P2s oppdrag har blitt tydeligere, og kanalen skal bli mer direkte og åpen. NRK P2 skal være en mer moderne fordypningskanal som er mer i dialog med sine lyttere enn det kanalen har tradisjon for. I underkant av seks prosent av befolkningen lytter til kanalen daglig, mens ti prosent oppgir NRK P2 som favorittkanal, ifølge NRKs lytterundersøkelser.

Samtidig er behovet for dybde og refleksjon økende i samfunnet. Utviklingen av NRK P2s programtilbud vil både ha fokus på brede kulturprogrammer i tråd med lytternes behov, men også programmer som går i dybden og som egner seg for fokusert lytting – både på radio og når du vil.

Gjennom historiefortelling speiler NRK P2 aktuelle problemstillinger i samfunnet. Radioteatret, «Jul i P2», «Sommer i P2» og «Salonghistorier» forteller unike historier som treffer et bredt publikum.

I anledning DAB-overgangen har NRK valgt å satse på to sjangerbaserte musikkanaler, NRK Klassisk og NRK Jazz. NRK Klassisk har gått fra å være en ren musikkanal, til å bli en aktuell radiokanal med direktesendinger og profilerte programledere.

Musikkprofil NRK P1

2016	Antall timer
Diverse lett musikk/pop/rock	155
Diverse musikk	198
Musikk	23
Pop/rock	1 367
Klassisk musikk	23
Totalt NRK P1	**1 766**

Kilde: Kantar TNS PPM

Musikkprofil NRK P2

2016	Antall timer
Blues	56
Diverse musikk	91
Etnomusikk/verdensmusikk	127
Folkemusikk	92
Jazz	157
Lett musikk	0,5
Musikk	14
Opera	93
Pop/rock	10
Seriøs musikk	2 485
Totalt NRK P2	**3 125**

Kilde: Kantar TNS PPM

Musikkprofil NRK P3

2016	Antall timer
Diverse lett musikk/pop/rock	555
Diverse musikk	153
Hiphop, Dance, House, Techno, Trance	10
Musikk	3
Norsk musikk	176
Pop/rock	4 740
Totalt NRK P3	**5 636**

Kilde: Kantar TNS PPM

Humor og glede

NRK vil by på glede og engasjement i underholdningstilbudet vårt. NRK skal samle familien med underholdning, spesielt i helgene. Vi ønsker å tilby godt selskap og opplevelser som folk ler av, koser seg med og deler med andre. Det er viktig for NRK å skape et fellesskap med et bredt innholdstilbud, men også smalere satsinger på alle medieplattformer.

01.
10 artister kjempet om tittelen «Norges ultimate entertainer» i femte sesong av den populære sangkonkurransen «Stjernekamp». **Foto:** Julia Maria Naglestad, NRK



02

HER OG NÅ-FØLELSE

På NRK1 har vi underholdningsprogrammer med høy grad av «her og nå»-følelse for hele familien. I femte sesong av den direktesendte underholdningsserien «Stjernekamp» kjempet 10 norske artister om tittelen «Norges ultimate entertainer». Knut Anders Sørum gikk til slutt av med seieren.

«Anno» tok i 2016 seerne med seg til Isegran og 1700-tallets Fredrikstad med den moderne byen rett utenfor.

SAMLER GENERASJONER

I «Det store spranget» lærte seks hestejenter i alderen 16-26 år fedrene sine å ri i en konkurransedrevet reality-serie. Sammen dro jentene og fedrene til hestelegenden Don Alfonso Lopez de Carrizosas gård i Spania.

Vi satset videre på «Nytt på Nytt» og «Skavlan» på fredagskveldene og «Lindmo» på lørdag kveld. «Tidsbonanza» tok høsten 2016 over fredagskvelden etter «Nytt på nytt». Med den gamle rockeren Thomas Felberg som programleder etablerte «Tidsbonanza» seg som en frisk nykommer.

På hverdager ble «Monsen på villspor» en ubetinget suksess. Lars Monsen har en spesiell plass i norske hjerter, og samler generasjoner foran TV-skjermene. En nykomling var «BroShow», et urbant talkshow bundet av brorskap.



03

YNGRE PUBLIKUM

Underholdningsavdelingen har som mål at vi skal legge spesielt vekt på å nå en ung målgruppe. Et av virkemidlene er å dele godt innhold på Facebook, hvor NRK Underholdning økte sin følgerskare fra 30 000 til over 100 000 i 2016.

Over halvparten av følgerne er er under 34 år. Det er viktig å presisere at alle poster på tredjeparts plattform skal ha én eller flere lenker som leder brukerne tilbake til NRKs innhold på radio, TV og nett.



04



05



06

02. Deltakerne i 2016-utgaven av «Anno» ble sendt nesten 300 år tilbake i tid, til Fredrikstad anno 1721. **Foto:** NRK

03. I «BroShow» utsatte Abiel, Aon og Mikkel hverandre for tester og utfordringer du ikke hadde sett på TV før.

04. «Tidsbonanza», programleder Thomas Felberg. **Foto:** Javad Montazeri, NRK

05. Humorserien «Vikingane» hadde premiere på nett, og ble deretter vist på TV. Her er Henrik Mestad som høvding Olav, og Silje Torp som kona til Olavs bror, spilt av Kåre Conradi. **Foto:** NRK

06. Figuren Jonis Josef fra «Humorlab»sliter med å holde orden på muslimske høytider. **Foto:** NRK



07



08



09

HUMOR

NRK har lang tradisjon i å tilby et bredt humorinnhold på radio og TV. Høsten 2016 kom blant annet «Vikingane», en serie om livet til gjeng med vikinger i landsbyen Norheim. Alle episodene ble først publisert samlet på NRK TV, deretter vist på NRK3.

Samtidig som vi tilbyr kjente humorprogrammer fra etablerte humorister, satser vi på å fange opp og dyrke fram unge, uetablerte talenter, spesielt på nett og mobil. «Satiriks» bidrar til samfunnsdebatten med aktuell satire. En fersk satsing fra fjoråret er «Humorlab», hvor unge og lovende talenter får eksperimentere.

STORT OG RELEVANT

«Melodi Grand Prix» (MGP) har i over 60 år samlet det norske folk til musikalsk fest. MGP 2016 hadde 1,3 millioner seere og en markedsandel på 71 prosent, som er de høyeste seertallene for MGP på seks år.

MGP er en viktig arena for ny, norsk musikk, og et sted hvor artister og låtskrivere får vise seg i et stort format for et stort publikum. Det er en del av «Eurovision Song Contest» (ESC) der 43 land møtes i det som omtales som verdens største underholdningsshow.



10

07. Sajandan Rutthira fra Furuset Idrettslag i Oslo ble kåret til «Årets ildsjel 2016» på «Idrettsgallaen». **Foto:** NRK

08. Marte Stokstad, Knut Folkestad og Kristine Riis er programledertrioen som daglig byr på radiounderholdning fra Bodø og Oslo. **Foto:** Rune Lind, NRK

09. Lille julaften inviterte NRK til «Kvelden før kvelden» fra Frognerseteren, hvor Nils Bech sang «O, helga natt». **Foto:** NRK

10. Rapperen OnklP gjester «Nitimen». I bakgrunnen sikrer programleder Marte Stokstad seg et bilde til deling på sosiale medier. **Foto:** Rune Lind, NRK

«Idrettsgallaen» ble arrangert for 15. gang i 2016, og arrangementet ble flyttet til Lillehammer. Alle som var nominert til prisen som «Årets Ildsjel», var under 26 år. Vinneren ble 20 år gamle Sajandan Rutthira fra Oslo. «Idrettsgallaen» er et samarbeid mellom NRK, Norsk Tipping og Norges Idrettsforbund.

«Kvelden før kvelden» har i mange år vært NRKs mest sette program. I 2016 flyttet sendingen ut av studio og inn på Frognerseteren i Oslo. Kvelden ble avsluttet med en julekonsert med Odd Nordstoga. Rundt 1,4 millioner så programmet, og 1,8 mill så på innslaget med «Grevinnen og hovmesteren».

RIBBA SOM SAKTE-TV

Mat og TV betyr mye for nordmenn i julen. På julaften kombinerte vi disse to tingene i et nytt sakte-TV-påfunn kalt «Ribba – grad for grad». I syv timer ble en ribbe langtidsstekt med minutt-for-minutts detaljveiledning for usikre ribbekokker. Fremdriften ble formidlet via kameraer plassert inne i en spesialkonstruert ovn, og matlagingen ble akkompagnert av julemusikk fra NRKs musikkarkiv. 600 000 nordmenn var innom sendingen.

RADIOFLAGGSKIP

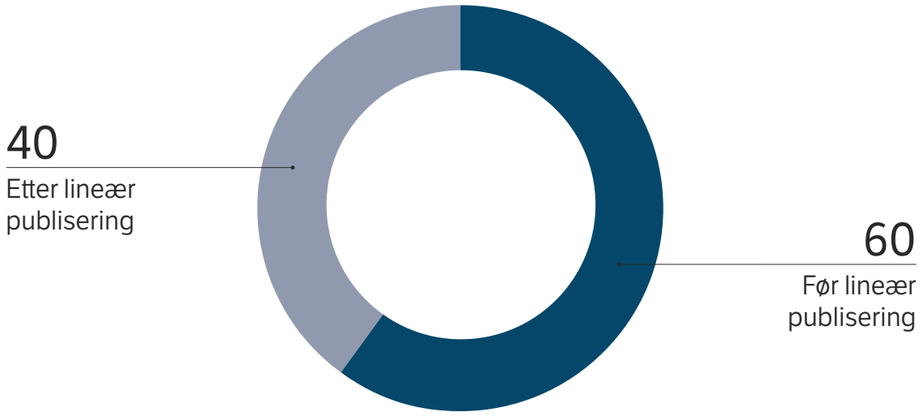
Etter at «Nitimen» i 51 sammenhengende år var kringkastet fra studio på Marienlyst, ble sendingen i fjor gjort om til en daglig samsending mellom Bodø og Oslo. Knut Folkestad sitter i studio i Bodø og ser sine medprogramledere i Oslo, Marte Stokstad og Kristine Riis, på storskjerm – og de ser ham på sin storskjerm.

«Nitimen» økte høsten 2016 lytteroppslutningen, og er et av Norges mest populære radioprogrammer med 615 000 daglige lyttere. Totalt hører 44 prosent av alle radiolyttere på «Nitimen».

Spesielt viktig har det vært å nå flere unge radiolyttere, og det har «Nitimen» klart. Nærmere 20 prosent av alle radiolyttere mellom 20 og 29 år hører på NRK P1 når «Nitimen» sendes.

60 prosent av all strømming av «Vikingane» skjedde før serien hadde premiere på TV

Alle episodene av «Vikingane» ble publisert på nett en uke før premieredatoen på lineær TV. Mange benyttet seg av denne muligheten, og 60 prosent av all seing av «Vikingane» på nett skjedde før seriens lineære publisering.



Andel av strømming av «Vikingane» før og etter lineær publisering.

Kilde: Kantar TNS Scores

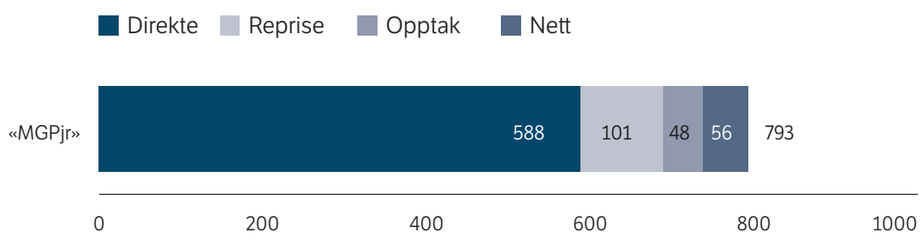
MGP samlet over 1,3 millioner seere

Kanal	Dato	Tittel	12+	2–11 år
NRK1	14.05.16	«Eurovision Song Contest 2016»: Finale	892	36
NRK1	27.02.16	«Melodi Grand Prix 2016»: Finale	1338	53
NRK1	09.01.16	«Idrettsgalla 2016»	1047	34
NRK1	10.05.16	«Eurovision Song Contest 2016»: Semifinale	491	5
NRK1	30.01.16	«Spellemannprisen 2015»	890	44
NRK1	12.05.16	«Eurovision Song Contest 2016»: Semifinale	925	19
NRK1	30.04.16	«Komiprisen 2016»	788	33
NRK1	24.06.16	«VG-lista Topp 20»: Fra Rådhusplassen	626	62
NRK1	05.11.16	«MGPjr 2016»: Finale	476	156

Eventer på NRK i 2016.Rating i tusen.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Nesten 800 000 så finalen i «MGPjr»



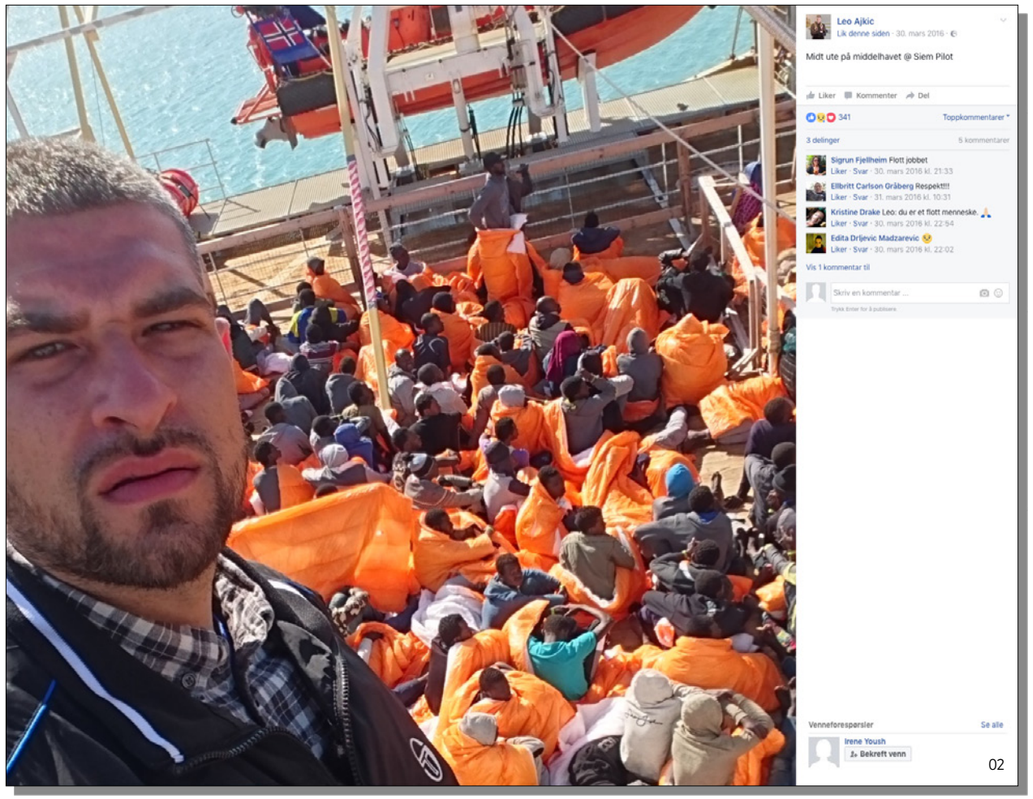
Totale seertall for «MGPjr» finale 2016.

Kilde: Kantar TNS Scores og Kantar TNS TV-undersøkelsen

I dialog, tett på

2016 markerte et viktig skille for NRKs tilstedeværelse på og bruk av sosiale medier.

01.
Heidi Røneid styrte kontakten med publikum i sosiale medier fra NRKs studio under Sjakk-VM. **Foto:** NRK



02



03



04



05

Det digitale medielandskapet er i hurtig endring, og NRKs evne til å endre seg i takt med publikums brukervaner, er avgjørende for hvordan vi klarer å oppfylle oppdraget de neste årene.

Det er viktig for NRK å være en tydelig og troverdig formidler på alle plattformer. Det er nødvendig for å 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.

Nordmenns bruk av sosiale medier – og de nye medieplattformenes rolle i våre liv – vokser videre. Facebook er fortsatt det største sosiale mediet, mens Snapchat har skutt frem og vokst til å bli den plattformen nest flest nordmenn er aktive på.

02. Leo Ajkic delte sine inntrykk på sosiale medier da han dro ut med det norske supplyskipet «Siem Pilot» for å redde skipbrudne flyktninger i Middelhavet våren 2016. Opptakene derfra inngikk i serien «Flukt». **Foto:** NRK

03. NRK fikk skryt internasjonalt for sin rekruttering av gravejournalist via Snapchat på en EBU-konferanse om sosiale medier. På bildet forteller NRK-journalist Anne Linn Kumano-Ensby om rekrutteringen til prosjektet «Innafor». **Foto:** Madiana Asseraf

04. Magnus Carlsen gikk i tilsynelatende frustrasjon fra pressekonferansen etter å ha tapt et parti underveis i Sjakk-VM. **Foto:** NRK

05. NRK P3 har 95 000 følgere på Instagram og poster daglig smått og stort fra kanalens indre liv. Her er Astrid S. i studio og gir gode råd for sjekking på Tinder. **Foto:** NRK

VIKTIGE AVKLARINGER

En konsekvens av de hurtige endringene er nye problemstillinger som følger med publisering av journalistikk og innhold på tredjepartsplattformer som ikke eies av NRK. Nye retningslinjer er utarbeidet i NRK for hvordan fremtidige samarbeid med tredjeparter skal foregå.

På den ene siden er det svært viktig å sørge for at publikum forstår at NRK er avsender, selv på tredjepartsplattformer. Et kontinuerlig arbeid med å synliggjøre merkevare og avsender har pågått gjennom 2016, og fortsetter i 2017.

På den andre siden venter presseetiske utfordringer. I løpet av året har alle redaksjoner deltatt i kompetansehevende tiltak for å forankre allmenkringkasteroppdraget og redaktøransvaret på nye digitale plattformer. Flere store nyhetshendelser stilte høye krav til både publiseringsarbeid og til verifisering av kildemateriale.

STØRRE, FÆRRE, BEDRE

NRK har siden 2016 fokusert på nye medieplattformer som publiseringsplattformer på linje med tradisjonelle kanaler. Dette har ført til endringer i måten NRK arbeider med sosiale medier på, og hvordan publikum opplever allmenkringkastertilbudet. I et raskt skiftende mediebilde jobber NRK kontinuerlig med utfordringer rundt sosiale medier.

En grundig opprydding i NRKs tilbud på Facebook er gjennomført, hvor mer enn 140 Facebook-sider, mange av dem inaktive eller med lav aktivitet, er lagt ned, slått sammen og/eller skjult. For publikum betyr det enklere navigering og at det er blitt lettere å komme i kontakt med oss. Målet er at publikum skal få svar når de kontakter oss på Facebook.

Et mer målrettet fokus på innholdsproduksjon og presentasjon tilpasset sosiale medier, har ført til at flere barn og unge voksne i løpet av året er blitt oppmerksom på NRKs tilstedeværelse på Facebook.



06. NRK Nyheter bruker Facebook til å servere ferske nyhetshendelser fra hele spekteret, og til å komme i kontakt med sine 260 000 nyhetsinteresserte brukere. Her får Fahad Qureshi i Islam Net spørsmål om kvinner skal adlyde menn. **Foto:** NRK

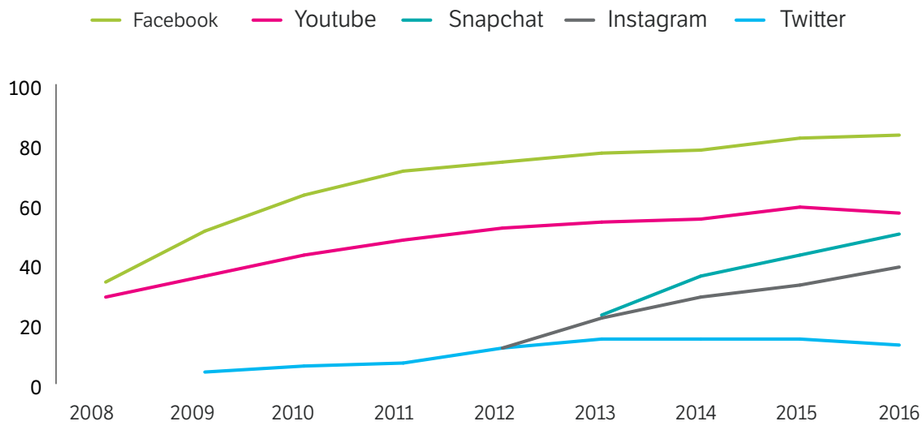
07. NRK Nyheter eksperimenterte med Snapchat under dekningen av USA-valget. **Foto:** NRK



07

Ukentlig dekning sosiale medier

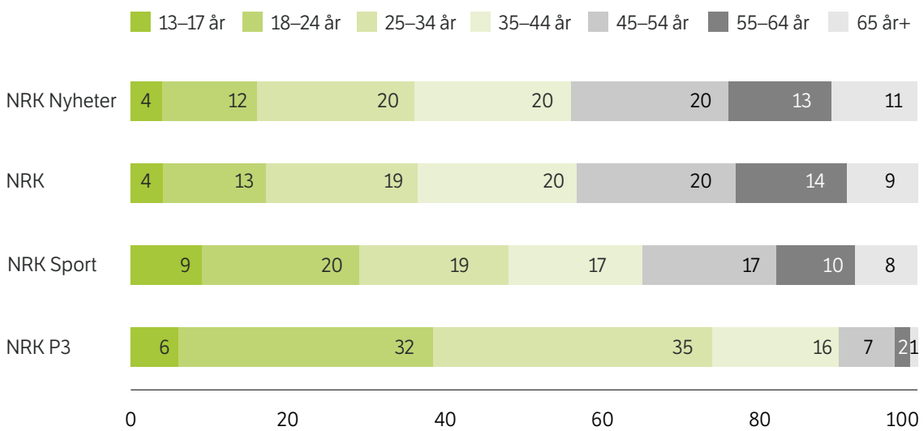
86 prosent av internettbefolkningen over 15 år bruker Facebook ukentlig. Det gjør Facebook til det mest brukte sosiale mediet, etterfulgt av Youtube og Snapchat med henholdsvis 57 og 50 prosent ukentlig dekning.



Internettbefolkningen 15+. Oppgitt i prosent.

Kilde: Interbuss. 2016 inneholder Q1-Q3

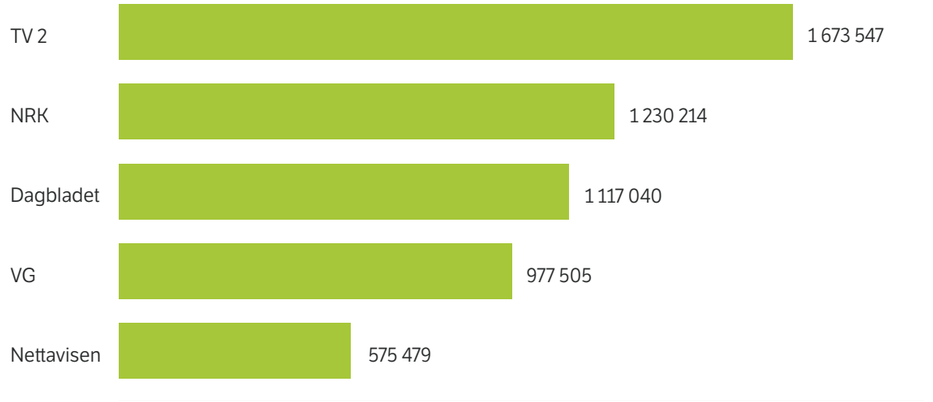
Aldersfordeling av følgere på NRKs fire største Facebook-kontoer



Oppgitt i prosent.

Kilde: Mingler

Deling av artikler fra ulike mediehus i sosiale medier



Gjennomsnittlig antall delinger per måned i 2016. Grafen viser antall ganger mediehusenes artikler deles i sosiale medier (Facebook, Twitter, G+, Linkedin og Pintrest). Flest delinger skjer på Facebook. På Facebook vil en deling si enten en like, kommentar eller deling av en post med lenke til artikkel.

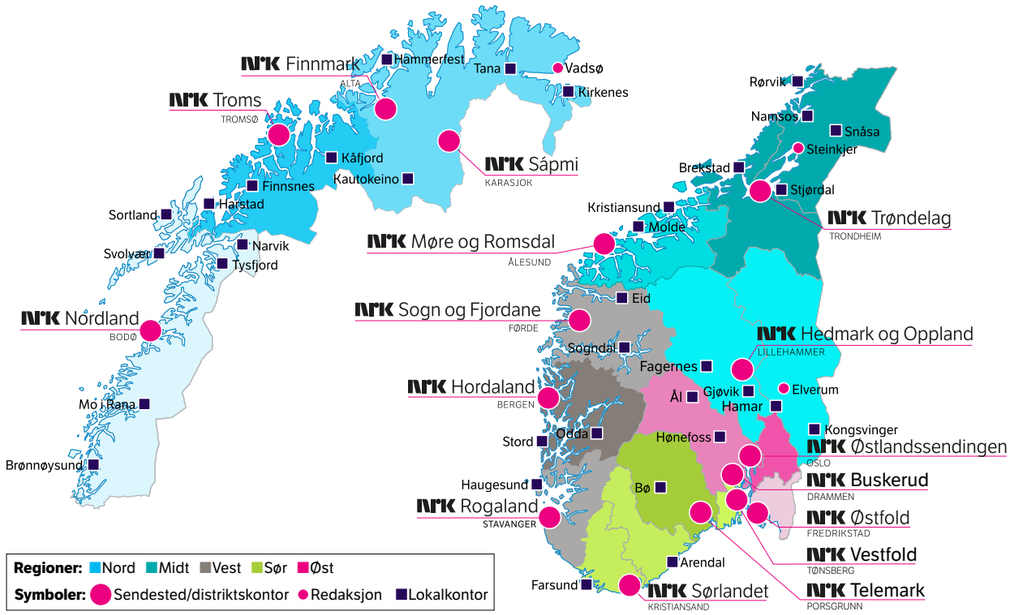
Kilde: Storyboard

Frå heile landet – til heile landet

Distriktsdivisjonen har den største innanriksredaksjonen i landet, og leverer regionale nyhendesendingar og program til heile landet.

01.
19 000 publikummarar tok imot DS «Skibladner» då sommarbåten med NRK-mannskapet la til på Gjøvik. **Foto:** Karianne Stordal, NRK

NRK distriktsdivisjonen og NRK Sápmi



NRKs distriktsdivisjon er inndelt i 15 distrikt og har 53 kontor spredd rundt i heile landet. Medarbeidarane i distriktsdivisjonen produserer både nasjonale og lokale nyhende til eigne sendingar og til nasjonale nyhendesendingar heile døgeret. I tillegg lagar dei riksprogram på fjernsyn og radio innanfor sjangrar som vitskap, natur, barn, livssyn, dokumentar og underhaldning, og fjernsynsinnslag til «Norge i dag» kvar kveld frå måndag til torsdag. Sist, men ikkje minst, produserer dei nyhende til regionale nettsider.

Dei største produksjonsmiljøa ligg i Tromsø, Trondheim og Bergen. Mykje av innhaldet på NRK P1 vert òg laga utanfor Marienlyst, og mange av dei mest folkekjære TV-programma vert laga i distriktsdivisjonen, mellom anna «Norge rundt» og «Der ingen skulle tru at nokon kunne bu».

Distriktsdivisjonen sender seks timer radio på NRK P1 måndag til fredag frå 15 kontor, tilsaman vert det ein produksjon på 53 radiotimer dagleg. I tillegg kjem regionale fjernsynssendingar frå 11 sendestader.

I den fylgjande oversikta finn du nokre av dei nye satsingane frå Distriktsdivisjonen i 2016.



02. Starten av Finnmarksløpet 2016 gjekk i Alta til stor folkeleg jubel. **Foto:** NRK



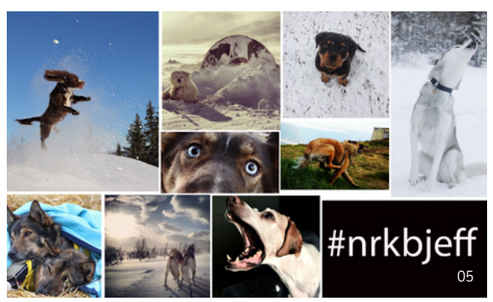
03. NRK Finnmark fylgde Finnmarksløpet tett på nett, TV og radio. Her er reportar Anita Føleide på lufta. **Foto:** NRK



04. Marte Hedenstad og Torfinn Borkhus leia «Ikke gjør dette hjemme» – sesong 5, hausten 2016. **Foto:** NRK

SOMMARGLEDE I HJARTA TIL FOLKET

I juli kom «Sommerbåten» endeleg til innlandet og Mjøsa. DS «Skibladner» si ferd på Mjøsa ei veke i juli er eit godt og solrikt minne for alle som stilte seg opp med flagg langs Noregs største innsjø for å skape liv, vinke, sjå og bli sett – av NRK sine kamera. Og dei som fylgde ferda på NRK1, fekk ei god dose innlandssjarm inn i stova. NRK bidrog til ein folkefest vi ikkje har sett i regionen sidan OL på Lillehammer. Fleire tusen møtte opp i Hamar, på Lillehammer, på Gjøvik, Kapp og Atlungstad i Stange.



05. NRK Finnmark fekk inn tusenvis av bilete medan Finnmarksløpet var i gang under emneknaggen #NRKbjeff. **Foto:** Montasje av bilete frå Instagram

Ved sida av å ha Hedmark si eiga Helle Therese Kongsrud som frontfigur på Skibladner, bidrog NRK Hedmark og Oppland til folkelivet ved å sende tre timer ettermiddagssending i radio og på nett i samarbeid med NRK P1+, frå alle bryggene der båten la til. Det vart ei solid dose innlandsnatur og -kultur i radio, på NRK1 og på nett.

FINNMARK PÅ EIGNE BEIN

NRK Finnmark hadde i 2016 sitt første heile, ordinære driftsår etter at kontoret igjen fekk status som eige distriktskontor etter å ha vore drifta saman med NRK Troms sidan 2003. Hovudkontoret vart i 2016 flytta frå Vadsø til Alta.

I byrjinga av året var det konsekvensane av den store flyktningstrømmen over den norsk-russiske grensa på Storskog som dominerte nyhendebiletet i nord. I tillegg fylgde me den juridiske prosessen rundt retten til land og vatn gjennom rettssystemet.

I 2016 presenterte NRK Finnmark ei rad avsløringar om etterretning i nord, om norsk og alliert overvaking og om forholdet til Russland. Stoffområdet har vore fylgt av journalist Bård Wormedal gjennom 16 år, eit engasjement som òg resulterte i bok og pris, og ein open konferanse om overvaking i nord, «Militær etterretning i ei demokratisk blindsone» i oktober 2016.



06

ULV ENGASJERER

I september vedtok rovviltnemndene i Oslo, Akershus og Hedmark lisensjakt på 24 ulvar utanfor ulvesona. Dyre- og naturvernarar protesterte, og i desember sette miljøvernministar Vidar Helgesen vedtaket til side. Det starta eit grasrotengasjement – eit engasjement som framleis varer ved.

NRK Hedmark har dekt ulvesaka tett, og redaksjonen diskuterer dagleg korleis dei skal få til ei balansert dekning. Ei oppteljing syner at redaksjonen har intervjua fleire av dei som vil skyte ulv enn dei som vil bevare ulvane. NRK skal vere uavhengig og balansert i nyhendedekninga. Men på heimebane møter våre journalistar flest av dei som kjenner veksten i ulvestamma på kroppen.

SJØLVKØYRT TV

I løpet av 2016 har alle distriktskontora teke eit langt steg mot kontinuerlig publisering gjennom auka satsing på nett og nye fjernsynsstudio som krev lågare bemanning. Dei nye sjølvstyrte studioa ligg nær redaksjonen, og gjer at terskelen for å kome hurtig på lufta, er senka.

Kvart distriktskontor kan no gå på lufta, anten på TV eller nett, med berre to personar direkte involvert. Utstyret har vakt internasjonal oppsikt. Sist haust fekk NRK Telemark besøk av ein delegasjon frå dansk TV som ville sjå på på kva fordelar eit slikt sjølvkøyrt TV-studio gjev.

LÅGARE TERSKEL FOR EKSTRASENDINGAR

Kvelden den 4. april 2016 venta innbyggjarane i Sunnfjord spent på resultata frå folkerøystinga om kommunesamanslåing. Med ny teknologi og utviklinga på nett kan sjølv eit lite distriktskontor som NRK Sogn og Fjordane fylgje slike viktige, lokale hendingar både på nett i NRK TV og på radio.

Når ekstremvêr treffer land, har fleire distriktskontor tradisjon for ekstrasendingar på radio. I 2016 var det «Tor» og «Urd» som ramma hardt. I januar vart «God ettermiddag, Sogn og Fjordane» utvida utover heile kvelden då «Tor» vart meir kraftfull enn venta. Då ekstremvêret roa seg, hadde programleiar Stein Aase stått i studio i sju timar.



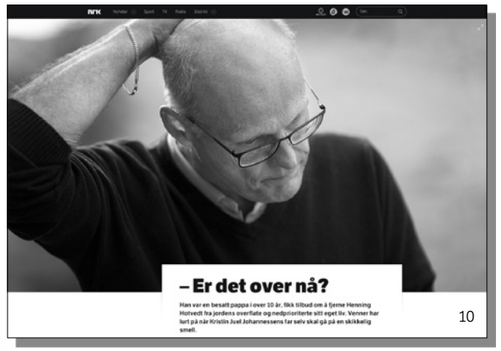
07



08



09



10

06. Programleiar Tom Ole Buaas i NRK Telemark viser fram det nye TV-studioet der programleiaren sjølve styrer kamera, til gjester frå danske TV Syd. **Foto:** NRK

07. Kvar veke svara psykolog Egon Hagen på spørsmål frå publikum i podkast-sendingar frå NRK Rogaland. **Foto:** NRK

08. Vegard Alexandersen vart alvorleg brannskadd som barn, og fortalte at han stadig vert mobba for utsjånaden sin i artikkelen «Se, der kommer styggen». **Foto:** Alf Harald Martinsen, NRK

09. Lene Marie Fossen fortel i artikkelen «Å ta bilder holder meg i live.» openhjartig om livet som anorektikar. **Foto:** John-André Samulensen, NRK

10. Roar Juel Johannessen fortel om livet og jakta på ein drapsmann i åra etter at dottera Kristin vart drepen i 1999. **Foto:** John-André Samulensen, NRK

NRK FOR ALLE

Stortinget har gjeve NRK i oppgave å gje eit tilbod til alle innbyggjarar i landet, uansett etnisk bakgrunn. NRK Østlandssendingen, som har Oslo og Akershus som dekningsområde, har eit særleg ansvar for å nå det fleirkulturelle Noreg. Kvar tredje Oslo-borgar, og i underkant av kvar femte Akershus-innbyggjar, har innvandrarbakgrunn.

I 2016 kunne Østlandssendingen fortelle om Islamsk Råd Norge, som tener godt på å halal-sertifisere matvarar, restaurantar og butikkar. Østlandssendingen fortalte òg at alle leiarane i bydelane i Groruddalen er etnisk norske, til tross for at nesten halvparten av innbyggjarane har minoritetsbakgrunn.

Østlandssendingen er òg vertskap for NRK FleRe, eit rekrutteringsprosjekt for journalistar med såkalla fleirkulturell kompetanse. Kvar haust startar eit nytt kull på ein halvårig utdanning som skal gje dei ein «flying start», anten innafor NRK eller andre deler av medie-Noreg.

Meir om dette i kapittel om Minoritetar.

PODKAST

Fleire distriktskontor produserte podkastar i 2016. I april lanserte NRK Rogaland den første i ei rekke på tre seriar: «Radiolegen», «Psykologen» og «Advokaten». «Psykologen» vart raskt populær, og lå lenge på topplista over norske podkastar. Seriane har òg vorte sende på NRK P1.

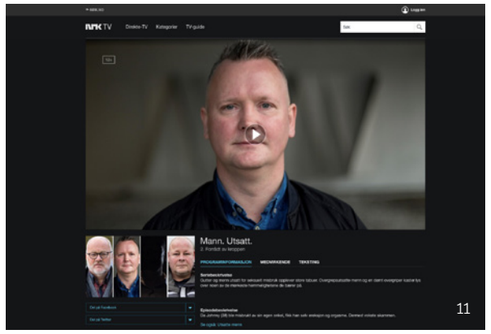
LANGLESING PÅ NETT

Etter kvart som folk har vortne vante til å lese nyhende på nett, har stadig fleire vendt seg til å lese lange artiklar, også på mobil. Mange av distriktskontora har difor lagt mykje arbeid i såkalla «XL-saker» – sterke historier som gjev oppleving, fleire vinklar, meir fakta og utfyllande bakgrunn til lesarane.

GREV DJUPARE

I 2016 opplevde Drammen kommune ei av sine største skandalar nokonsinne då NRK Buskerud etter langvarig graving i dokument og kjelder, avslørte mistanke om korrupsjon i byggesaksavdelinga.

NRK Sørlandet lagde nettserien «Mann.Utsatt» der dei sette søkjelyset på godt vaksne menn som har opplevd seksuelle overgrep som barn. Reportasjeserien vakte sterke reaksjonar. Natta etter at dokumentaren «Utsatte menn» vart sendt på NRK TV, fekk hjelpelinja for overgrepsutsatte kraftig pågang av menn.



11

HAGEGLEDE

Gjennom 14 sesonger laga NRK Østafjells hageserien «Grønn Glede» med ein marknadsandel tidvis over 60 prosent. I 2016 møtte sjåarane ein ny programleiar, Heidi Sivertzen-Oksmo, i nyskapinga «Hagen min». «Hagen min» står òg på sendeplanen i 2018 og 2019.



12

11. I serien «Mann.Utsatt» fortel overgrepsutsette menn og éin dømt overgripar i fire episodar om nokre av dei mørkaste løyndommane dei ber på. Serien er laga av NRK Sørlandet. **Foto:** NRK

12. Heidi Sivertzen-Oksmo og Camilla Næss frå NRK Østfold laga hageserien «Hagen min» i 2016. **Foto:** Tomas René Stryger, NRK



13

13. FUGLESANG MINUTT FOR MINUTT: Natt til 1. mai 2016 fekk radiolyttarar i 12 land, fra Russland i aust, til Irland i vest, via Malta i sør og Noreg i nord, høyre morgengryets lyder etterkvart som sola steig opp over Europa. Noreg bidrog med tiurleik på Voss. **Foto:** Sveinung Klyve, NRK

15 distriktskontor med egne radiosendinger

	Daglig dekning i prosent
Snitt	**27**
NRK Sogn og Fjordane	46
NRK Nordland	35
NRK Finnmark	34
NRK Møre og Romsdal	34
NRK Troms	34
NRK Trøndelag	33
NRK Hedmark og Oppland	32
NRK Hordaland	31
NRK Rogaland	27
NRK Østafjells	26
NRK Sørlandet	26
NRK Østfold	22
NRK Østlandssendingen	19
NRK Telemark	
NRK Vestfold	

Daglig dekning i prosent. Radiodekningen er inkludert korte nyhetsbulletiner.

Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

879 000 lytter til distriktssendingene på P1 hver morgen

	2014	2015	2016
Distriktsmorgen kl. 06–09	936	890	**879**
Distriktssending kl. 14–17	901	845	**820**

Lyttertall for distriktssendingene på NRK P1 alle hverdager.

Kilde: Kantar TNS PPM

NORSK MUSIKK

Tennplugg for ny, norsk musikk

NRK P3 og NRK mP3 jobber for å løfte ny, norsk musikk opp og frem for en ung målgruppe.

01.
«P3Gull» med Alan Walker. **Foto:** Kim Erlandsen, NRK



02

2016 representerter et av de beste år for norsk musikk – noensinne. NRK P3 og NRK mP3 presenterer ny, norsk musikk for unge i Norge, hver dag hele året. Flere unge norske artister har opplevd stor suksess både i inn- og utland det siste året. Felles for dem er at de tidlig i karrieren ble plukket opp av NRK P3 og NRK, og at de har fått masse spilletid på radio, TV og nett.

Dagny og Gundelach er to artister som ble trukket frem i 2016. Begge gikk fra å være totalt ukjente, til å få heftig eksponering på NRK P3, og senere endte opp med hver sin Spellemann-nominasjon.

Likevel er det historien om Cezinando som skinner sterkest. Cezinando er en ung gutt fra Oslo som i tekstene sine bruker det norske språket med kløkt og vidd. Han ble plukket opp gjennom «Urørt», og ble spilt mye på NRK P3 i hele 2016. Deretter ble han én av finalistene i Urørtfinalen – og stakk til slutt av med seieren der han ble kronet som «Årets Urørt».

Cezinando har spilt på en rekke festivaler og scener under NRK P3-banneret, for så å ende opp som én av seks artister som ikke bare spilte på «P3Gull», men som også stakk av med prisen «Årets nykommer» i november. Rett over nyttår ble han nominert til hele tre Spellemann-priser, i kategoriene «Urban», «Tekstforfatter» og «Årets nykommer». Han fikk også årets Gramostipend.

Kristoffer Cezinando oppsummerer selv NRKs rolle slik:



03

«NRKs rolle i min karriere og dens utvikling har i høyeste grad vært vesentlig. Fra jeg for første gang ble listet på P3 med «Sykt Jævla Kult», til jeg fikk utdelt «P3Gull»-prisen i vinter, har jeg vært med på utallige produksjoner og arrangementer i regi av NRK, som har hjulpet meg å nå publikummet jeg ønsker, og gitt meg dyrebare erfaringer jeg ikke ville vært uten. Jeg vil trekke frem P3aksjonen spesielt som en stor opplevelse som ga en lærerik følelse av ansvar og dedikasjon. Sist vil jeg trekke frem arbeidet P3 gjør for det norske populærmusikklandskapet generelt, og broene som bygges mellom artister og produsenter som resultat av P3 som en plattform».



04



05

02. Astrid S er en av mange norske artister som ble plukket opp tidlig og fikk mye oppbacking av NRK. **Foto:** Kim Erlandsen, NRK

03. NRK har arrangert «P3Gull» siden 2013. Årets programledere var Live Nelvik og Ronny Brede Aase. **Foto:** Kim Erlandsen, NRK

04. Cezinando vant Urørt-finalen og ble «Årets nykommer» under «P3Gull», men hadde før det spilt mange ganger i NRK P3.**Foto:** Tom Øverlie, NRK

05. Fra et telt på Trondheim torg ble «P3aksjonen» kringkastet på radio, TV og nett. **Foto:** Tom Øverlie, NRK

TENNER GNISTEN

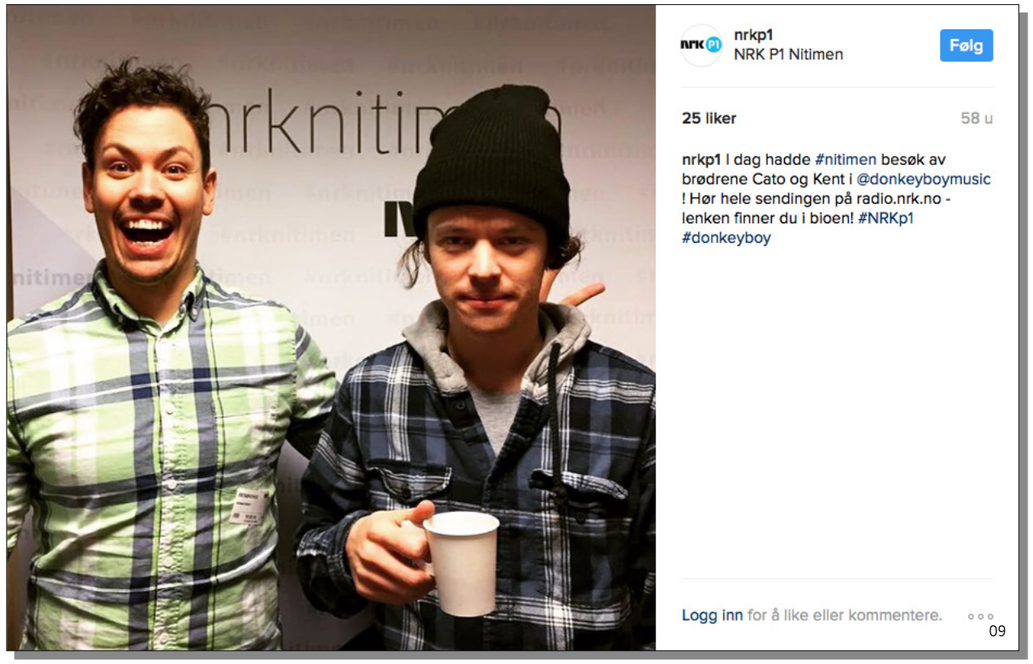
Norsk musikk lever godt mellom tidlig radiospilling og strømming. Synergieffektene mellom strømmetjenester på den ene siden, og NRK på den andre, er mange og viktige. Til tross for at strømmetjenestene inneholder enorme mengder musikk, er det bare én prosent av den tilgjengelige musikken som faktisk blir lyttet på.

Her kommer radiomediet inn som en viktig bidragsyter. Ny musikk blir spilt på radio tidlig, og fanges fortløpende opp av dem som lytter. Dernest får artistene et liv hos strømmetjenestene, og gis mulighet for eksponering også utenfor landets grenser.

NRK har slik sett en viktig funksjon som fødselshjelper eller tennplugg for ny, norsk musikk. Ved at radiokanalene begynner å spille en låt, tennes gnisten som lyser opp artisten for massene. Med andre ord: Radio og strømmetjenester komplimenterer hverandre, og lever godt side om side.



06



09

MER NORSK

NRK P1 har spisset musikkprofilen og løftet fram norsk musikk i 2016. 46 prosent av alle musikken på kanalen i året som gikk, var norsk.

NRK P1 har tatt opp og sendt konserter med en rekke norske artister, blant andre Highasakite, Eric Zahl (Vinner European Blues Challenge), Sivert Høyem, MK's Marvellous Medicine (Spellemannvinner Blues 2016), Astrid S, Lars Vaular, Marit Larsen, Kari Bremnes, DumDum Boys og julekonsert med PUST.

I tillegg er norske artister hyppige gjester på direkten i distriktskontorenes morgen- og ettermiddagssendinger og møter et nytt publikum der.



07



08

06. Jonas Alaska klar for «Nitimen». Foran programleder Kristine Riis. **Foto:** Marte Stokstad, NRK

07. Ary opptrer på «P3aksjonen». **Foto:** Rashid Akrim, NRK

08. Eva Weel Skram fikk en megahit mot slutten av året med «Selmas sang» fra NRKs julekalender «Snøfall». Her spiller hun live på en TV-sendt konsert på Åmot operagard. **Foto:** Alf Vidar Snæland, NRK

09. Brødrene Cato og Kent Sundberg fra Drammens-bandet Donkeyboy gjestet «Nitimen» i NRK P1. **Foto:** NRK

NRK spiller over 40 prosent norsk musikk på NRK P1 og NRK P3

NRKs tre største radiokanaler har en høyere andel norsk musikk i 2016 sammenlignet med 2015. Norsk musikk vil si musikk av norsk artist/utøver, komponist, tekstforfatter eller med norsk språk. Andel norsk språk på P2 er lav sammenlignet de andre kanalene fordi kanalen spiller mye instrumentalmusikk.

	Andelen norsk musikk av totalt avspilt musikk		Andelen av norsk musikk med norsk språk		Andel av norsk musikk med norsk komponist/ tekstforfatter	
	2015	**2016**	**2015**	**2016**	**2015**	**2016**
NRK P1	45	**46**	66	**66**	93	**97**
NRK P2	36	**36**	19	**19**	56	**58**
NRK P3	39	**41**	29	**31**	94	**95**

Andel norsk musikk av totalt avspilt musikk, i prosent.

Kilde: NRK Statistikk

Grunnlaget for troverdiget

Mediene er avhengige av å ha tillit i befolkningen - en tillit som utfordres i en stadig mer globalisert, digital verden.



01.
NRK-huset på Marienlyst. **Foto:** Anne Liv Ekroll, NRK

Journalistisk innhold med uklar avsender florerer i sosiale medier. Falske eller tvilsomme historier forkledd som nyhetsformidling, får til dels stor utbredelse, og skjulte algoritmer styrer mye av det vi som nettbrukere får se.

I en slik situasjon er det viktig at mediene, ved å jobbe i tråd med pressens etiske prinsipper, viser at vi er verdt publikums tillit. NRK har svært høy tillit hos vårt publikum, og for å opprettholde denne tilliten må vi holde en høy etisk standard i alt redaksjonelt arbeid.

I årene 2011–2015 ble NRK felt til sammen 26 ganger av Pressens Faglige Utvalg (PFU) for brudd på god presseskikk. I denne perioden fikk vi kritikk i ytterligere 10 saker. Dette er ikke i tråd med den standarden vi ønsker å leve opp til. I mange av disse sakene hadde vi ikke utført det grunnleggende journalistiske håndverket godt nok. Gjennom 2016 har NRK derfor intensivert arbeidet med redaksjonell etikk, både gjennom kursing og daglig oppfølging.

ETIKKDUGNAD

Samtlige redaksjonelle avdelinger i NRK har gjennomført egne etikkseminarer i løpet av året. Alle nyansatte medarbeidere får også grunnleggende opplæring i presseetikk. I disse seminarene legges det vekt på faktasjekk og kildekritikk, og på at de som blir angrepet i saker NRK lager, skal få åpen og redelig behandling.

Målet er at journalistikken framkommer og presenteres på en saklig og balansert måte. Dette var også tema for en egen etikkdugnad i mai/juni, der samtlige redaksjoner gjennomførte et felles opplegg med tre avdelingsmøter hvor konkrete saker som var felt i PFU, ble gjennomgått.

PFU-BEDRING

PFU mottok til sammen 70 klager mot NRK i løpet av 2016. Åtte av disse ble tatt opp til full behandling i utvalget. I én av sakene ble NRK felt for brudd på god presseskikk, mens PFU ga NRK kritikk for arbeidet i én sak.

I de øvrige seks klagene som ble tatt opp til full behandling, konkluderte utvalget med at NRK ikke hadde brutt god presseskikk. Dette er en betydelig forbedring fra 2015 da NRK ble felt seks ganger og fikk kritikk i ytterligere fire saker.

GOD PRESSESKIKK

Et varig fokus på presseetikk skal bidra til høy bevissthet rundt kravene til god presseskikk i det daglige redaksjonelle arbeidet. Etikkredaktør bistår NRKs redaksjoner med vurderinger og råd i det daglige arbeidet, og bistår også med oppfølging av klager mot NRK for å bidra til en forutsigbar håndtering og vurdering av ulike klager.

NRK har satt opp tre hovedmål for god presseetisk standard i journalistikken vår:

1. Publikum skal vite at de kan stole på NRKs journalistikk
2. De som blir utsatt for kritikk og angrep gjennom NRKs journalistikk, skal oppleve at vi behandler dem på en fair og redelig måte
3. Vi skal ikke gjøre saker verre eller bedre enn de er, men fortelle våre historier på en sannferdig og balansert måte

Hvis vi klarer å leve opp til disse målene over tid, oppfyller vi den presseetiske standarden vi har satt for det redaksjonelle arbeidet i NRK.

I 2016 innførte NRK egne retningslinjer for kreditering og sitering av andre medier, samt nye retningslinjer for endringer og rettelser på nett. Disse er tatt i bruk av alle redaksjoner, og skal sikre at vi har en felles, raus og enhetlig praksis på disse områdene.

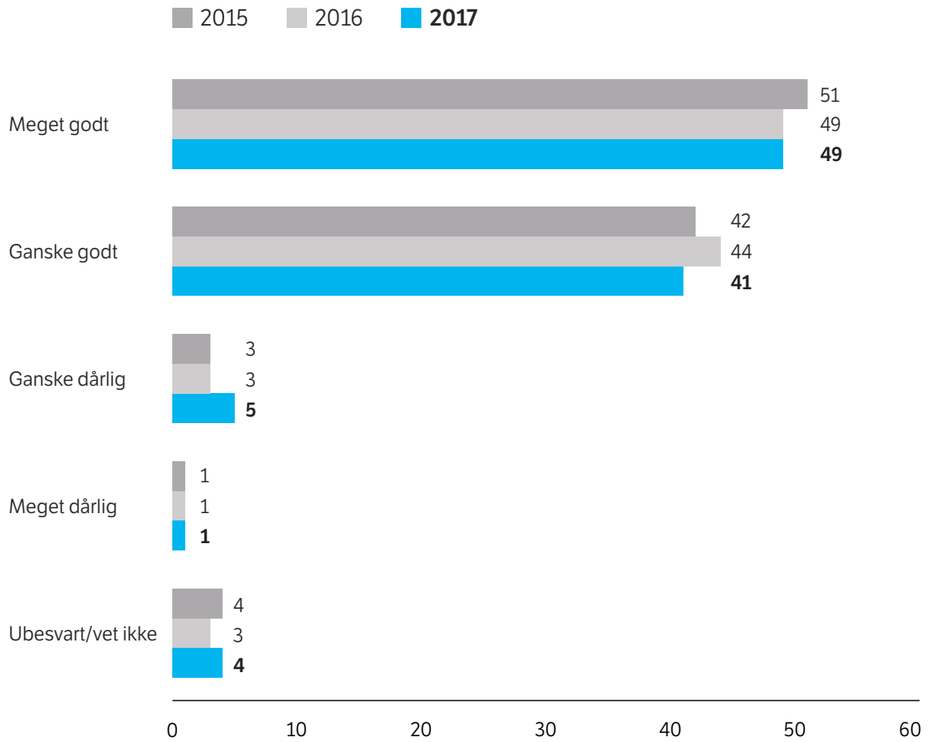


02. Journalist Mina Ghabel Lunde klaget NRK inn for PFU for det hun mente var en rekke brudd på Vær Varsom-plakaten i @fruhjorth-saken. Konklusjonen i utvalget var at NRK ikke hadde brutt god presseskikk. På bildet er Lunde avbildet i Dagsnytt 18-studio sammen med programleder Fredrik Solvang. **Foto:** NRK



03. Etikkredaktør Per Arne Kalbakk understreker tilsvarsretten og retten til samtidig imøtegåelse i en video om presseetikk som ble laget i 2016. **Foto:** NRK

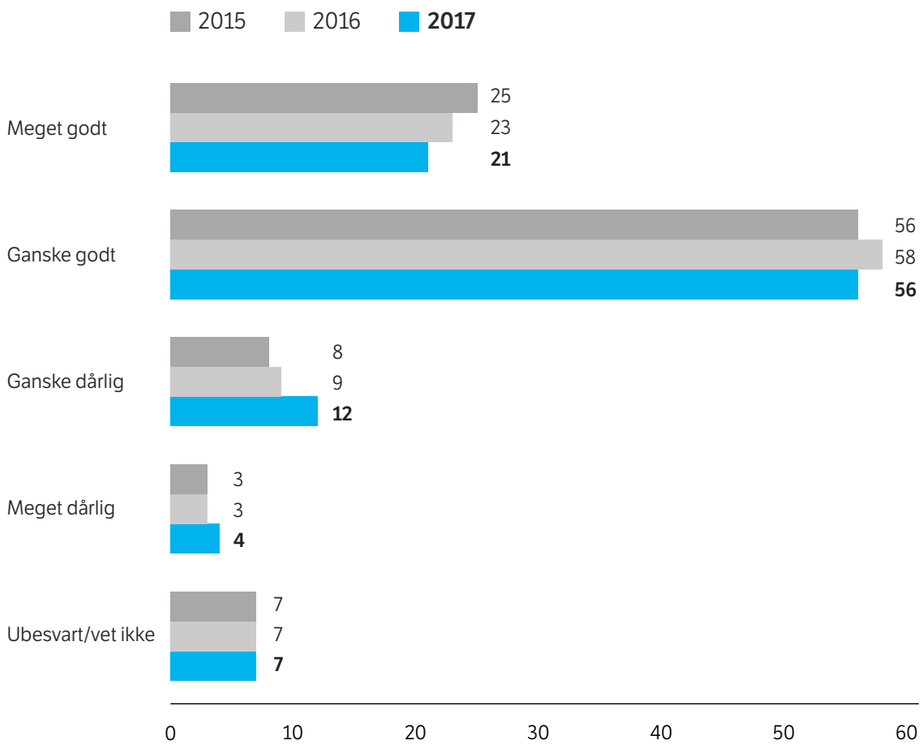
9 av 10 mener NRK sender troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer



Andel av befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålsformuleringen er: «Hvor godt mener du NRK oppfyller sin målsetning om å sende troverdige nyhets-, informasjons- og dokumentarprogrammer?»

Kilde: NRKs Profilundersøkelse 2017

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

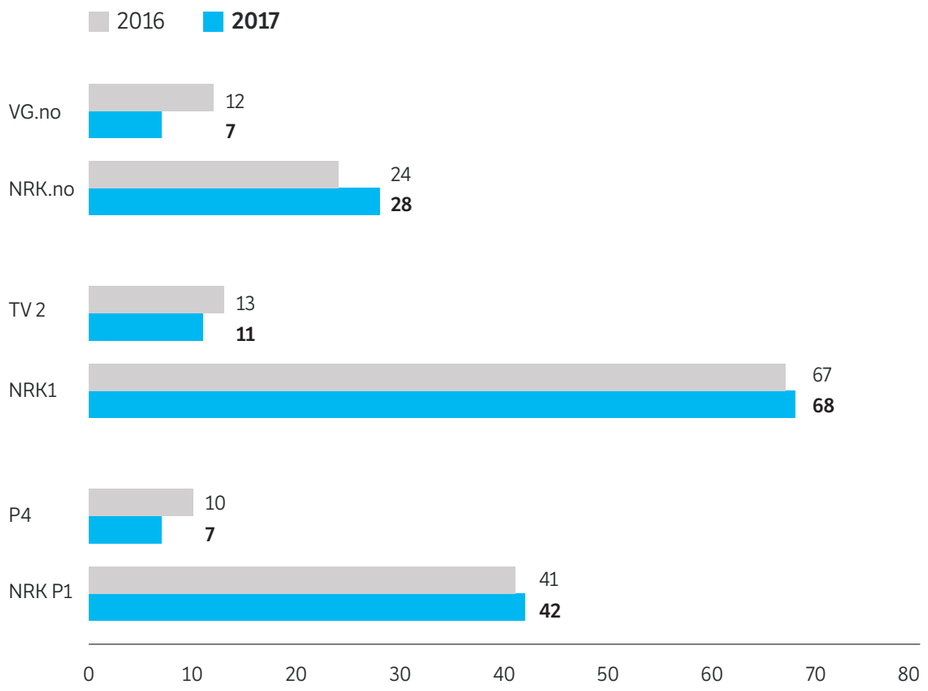


Andel av befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålsformuleringen er: «Hvor godt mener du NRK oppfyller sin målsetning om å være upartisk og upåvirket?»

Kilde: NRKs Profilundersøkelse 2017

NRK har høy tillit i befolkningen

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



Andel i befolkningen 15 år eller eldre, i prosent. Spørsmålsformuleringen er: «Hvilken TV-/Radiokanal eller nettside/nettavis har du størst tillit til». Merk at det var en endring i spørsmålsstilling for nett i 2017, hvor intervjuerens hjelpetekst «Her skal det svares for nettaviser» ble fjernet.

Kilde: NRKs Profilundersøkelse 2017



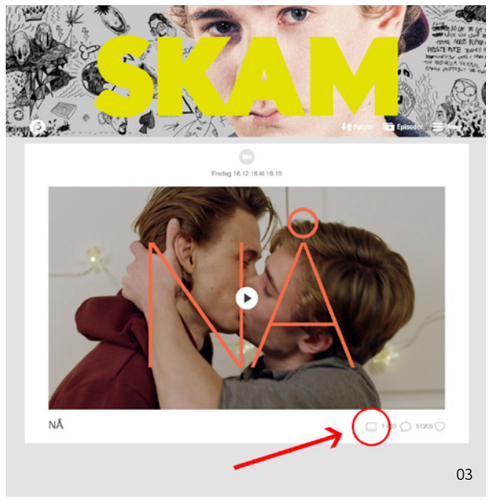
TILGJENGELIGHET

NRK for alle

NRKs mål er å samle folket rundt de store opplevelsene. Det betyr at innholdet må være tilgjengelig for alle – uavhengig av hindringer som nedsatt hørsel, syn, fysiske eller kognitive ferdigheter. Erfaring viser at når grep tas for å bedre tilgjengeligheten for noen, gir det merverdi for enda flere.

01.
«Er verden blitt farligere?» spurte Urix-programleder Gry Blekastad Almås i både tekst og lyd, i serien «Urix forklarer» som går både på nett og TV. **Foto:** NRK





03



04



05



06



07

TEKSTING

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

TEKSTING AV VIDEOER PÅ SOSIALE MEDIER

Våren 2015 var nesten ingen av NRKs videoer på nett tekstet. I desember 2016 var de fleste av dem tekstet. Det gjør innholdet tilgjengelig for hørselshemmede og døve. Hørende har også glede av teksten siden mange er på sosiale medier uten å ha tilgang på lyd.

De to første sesongene måtte hørselshemmede vente til fredagen for å få med seg hva som hadde skjedd i «Skam»-universet i uken som gikk. Fra høsten 2016 har hørselshemmede vært inkludert fra første dag. Ved å klikke på et tekst-symbol i videoruta, kommer det opp en tekstet versjon.

«Jeg vil bare takke for innsatsen dere har gjort med teksting på Skam med små klipp gjennom P3 i samarbeid med NRK. Dette er en stor suksess ettersom jeg har brukt mine sosiale medier til å fortelle at det er nå tekstet og det er mange som nå går over til å følge med hver dag istedenfor å vente til det blir sendt på TV. Takk for at vi blir likestilt!"

- Katrine Grindheim Søyland Terpstra i e-post til NRK
(gjengitt med tillatelse)

TEGNSPRÅK

Tegnspråknytt sendes hverdager klokka 17.45 – 17.49. Seriene «Snakkis» og «Gode venner» ble laget på tegnspråk og sendt på NRK1 og NRK Super.

I 2016 tolket TV-kanalen NRK Tegnspråk 1113,5 timer – noe som i snitt utgjør 21,5 timer per uke. I tillegg kommer programlederkommentarer i «Barne-TV», «Påskemorgen», «Julemorgen» mv. Tegnspråktolkene har også tolket andre sendinger, for eksempel MGP-finalen, ekstrasendinger om terrorangrep og det amerikanske valget. De tolkede programmene ligger tilgjengelig på NRK TV under kategorien «Tegnspråk».

02. I 2016 kom den nye julekalenderen «Snøfall» i både synstolket og tegnspråktolket versjon. **Foto:** NRK

03. Et lite ikon nederst viser hvor man finner tekstingen på «Skam». **Foto:** NRK

04. Katrine Grindheim Søyland Terpstra kunne følge med på «Skam» ved hjelp av tekstinga. **Foto:** Privat

05. NRK Tegnspråk tolker en rekke programmer på direkten. **Foto:** NRK

06. Tore Juvik var begeistret for tegnspråktolkningen av «Melodi Grand Prix». Skjermdump fra Facebook-siden til NRK Tegnspråk. **Foto:** NRK.

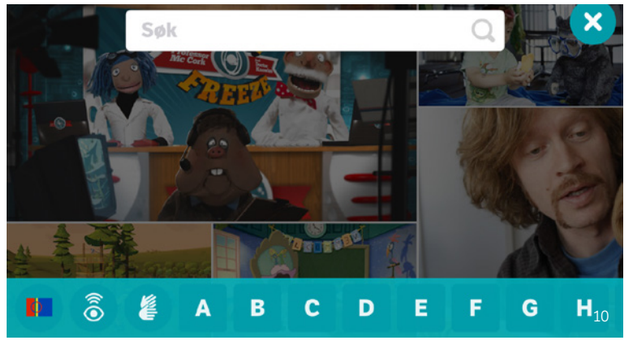
07. Bjørn Stensvoll takket tegnspråktolkene som dekningen av valgnatta i USA. Skjermdump fra Facebook-siden til NRK Tegnspråk. **Foto:** NRK



08



09



08. Tegnspråkversjonen av låten «Starten på noe nytt». **Foto:** NRK

09. Atle Lunde gleder seg over at flere blinde og synshemmede kan følge med på NRKs TV-serier. **Foto:** Privat

10. NRK Super med knapp til synstolkning og tegnspråk nede til venstre. **Foto:** NRK

BARN MED PÅ TEGNSPRÅKVERSJON AV SUPER-LÅT

Høsten 2016 inviterte tegnspråkredaksjonen barn til å være med og lage en tegnspråkversjon av «MGP-junior»s felleslåt, «Starten på noe nytt». 20 barn kom til NRK og laget en flott versjon av låta.

SYNSTOLKING

Synstolking bidrar til at flere blinde og synshemmede kan følge med på NRKs TV-serier. Synstolkingen foregår ved at en stemme bruker dialogpausene til å fortelle hva som skjer i bildet.

NRK begynte i 2016 med egenprodusert synstolking av drama for blinde og svaksynte. NRK-seriene «Mammon II», «Nobel» og «Snøfall» ble synstolket. På NRK TV publiserte vi også innkjøpte norske, svenske og danske synstolkede programmer, blant annet «Bedrag» sesong 1 og 2. «Den andre verden» og «Frøken Frimans krig». Totalt leverte vi 28 timer norsk synstolking og 33 timer svensk/dansk synstolking.

«Det er et utrolig løft vi blinde har hatt etter dere i NRK synstolker TV-serier. Ja, jeg vil si nærmest en revolusjon. Jeg håper dere fortsetter for dette er virkelig å få en ny vår for mange som har følt seg utestengt fra flotte serier tidligere. Ha en fin vinter!”

Atle Lunde i e-post til NRK
(gjengitt med tillatelse)

LYDTEKST

Lydtekst er når tekstingen av fremmedspråk leses opp av en syntetisk stemme. NRK har egne TV-kanaler for denne tjenesten. NRK1 Lydtekst, NRK2 Lydtekst og NRK3/Super Lydtekst. NRK arbeider med en løsning for å få dette til å fungere også på nyhetssendinger.



11

11. NRKs brukerrådf gir oss innspill til bedret tilgjegelighet. Fra venstre foran: Geir Jensen, Gustav Granheim, Jannicke Andersen og Kari Engan. Bak: Sverre Fuglerud, Petter Noddeland, Steinar Wangen, Marianne Kufaas Sæterhaug og Sindre Falk. **Foto:** Anne Liv Ekroll, NRK

HØRBARHET

NRK får en del klager på bruk av bakgrunnsmusikk som gjør det vanskelig å oppfatte hva som blir sagt. Tilgjengelighetssjef Siri Antonsen fikk i 2016 ansvaret for hørbarhet.

Det finnes ingen verktøy for å kontrollere hørbarhet. Hørbarhet er subjektivt, og hva som oppleves som god hørbarhet, vil variere fra person til person. For å kunne jobbe med hørbarhet må vi bygge kompetanse internt i NRK. Høsten 2016 startet en gruppe i NRK arbeidet med å sikre bedre hørbarhet.

NETT OG MOBIL

Super-appen har gjort det enkelt for synshemmede og hørselshemmede barn å finne frem til innhold som er synstolket og tegnspråktolket. I den alfabetiske oversikten har de lagt inn knapper med symbol for tegnspråk og synstolking.

YR-APP MER BRUKERVENNLIG

Værtjenesten Yr ble i 2016 oppdatert for å gi en bedre brukeropplevelse, slik at den blant annet kan brukes av blinde som bruker stemmestyring på mobilen.

NRKS BRUKERRÅD

Brukerrådet som består av ni representanter for funksjonshemmedes organisasjoner og en fra Pensjonistforbundet, har hatt tre møter i 2016. Temaene har vært DAB, hørbarhet, tilgjengelighet på nett og mobil. Journalisters bruk av ord og uttrykk for funksjonshemmede har også vært et tema på møtene, og NRK har fått en rekke gode og interessante innspill til forbedringer fra rådet.

Teksting

NRK tekster de fleste forhåndsproduserte programmer, enten de er norske eller fremmedspråklige.

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

Antall timer tekstet på NRKs TV-kanaler.

Kilde: NRK Statistikk

Synstolking 2016

NRK synstolker enkelte programmer for å tilgjengeliggjøre dem for synshemmede.

	Antall episoder	Antall minutter per episode	Minutter totalt	Timer totalt
NRK-produsert synstolking				
«Mammon» sesong 2	8	55	440	
«Nobel»	7	45	315	
«Snøfall»	24	24	576	
«Sol snart seks»	8	5	40	
Totalt			**1 371**	**23**
Norskprodusert synstolking				
«Victoria»	1	102	102	
«Til ungdommen»	1	110	110	
«Babycall»	1	92	92	
Totalt			**304**	**5**
Nordisk produsert synstolking				
«Bedrag» sesong 1	10	57	570	
«Bedrag» sesong 2 (DR)	10	57	570	
«Den annen verden» (DR)	24	25	600	
«Jeg ser deg» (SVT)	1	52	52	
«Frøken fridmanns krig» (SVT)	3	58	174	
Totalt			**1 966**	**33**
Total synstolking			**3 641**	**61**

Kilde: NRK Statistikk

Flerkulturell kompetanse

Skal NRK fortsette å være viktig og relevant for alle mennesker i Norge, må vi hele tiden ha evnen til å fornye og endre oss i takt med samfunnet.

01.
«Broshow» – Et urbant talkshow om brorskap. **Foto:** Hans Petter Skolsegg , NRK



02

Dette betyr at også NRKs redaksjonelle innhold må speile en stadig mer flerkulturell befolkning. Rekruttering av nye talenter er viktig for å nå målet om å speile befolkningen gjennom relevant innhold i alle flater.

MINST 1 AV 3

NRK har som mål at minst én av tre nyrekrutterte i faste stillinger skal ha «flerkulturell kompetanse», som defineres ut fra nettverk, språkkompetanse, perspektiv (kjennskap) og familiebakgrunn.

Siden 2008 har NRK tatt inn 60 stipendiater med slik flerkulturell kompetanse, i hovedsak journalister, til opplæring og praksis i virksomheten. Rekrutteringstiltaket NRK FleRe mottar hvert år over hundre søknader til de fem stipendiat-stillingene som lyses ut. Etter endt opplæring søker stipendiatene på ledige jobber i NRK.

Av de 54 tidligere stipendiatene som har gjennomført treningen til nå, er i dag 28 fortsatt i NRK – 24 av disse i fast stilling. Noen arbeider i andre mediebedrifter.

NYE TALENTER

Den flerkulturelle delen av befolkningen i Norge består av mange unge. Ungt innhold og flerkulturell relevans er derfor ofte to sider av samme sak.

Nora Ibrahim, fersk prosjektleder i NRK P3, ledet samarbeidsprosjekt «Hata på nett» i 2016 – et prosjekt der store deler av NRK satte nettmobbing blant ungdom i fokus. En rekke redaksjoner bidro til at budskapet nådde ut til et stort publikum.

NYE PROGRAMKONSEPTER

I april 2016 gikk siste sending av «Migrapolis», et program som har hatt en viktig funksjon gjennom 19 år. Det erstattes nå av nye serier om og fra det flerkulturelle Norge.

I serien «99 % norsk» reiser seks norske vennepar til et land i verden hvor den ene av dem har sine røtter. Her avslører de historier om mobbing, foreldrepress, krig og kulturkollisjoner. Programmet tar seerne med på reise til Iran, Pakistan, Polen, Israel, Sri Lanka og Irak. I 2016 ble programmet fra Pakistan nominert i klassen «Beste dokusåpe». I 2017 arbeides det med å utvikle serien videre.

NRK jobber med flere nye serier som kommer i 2017 og 2018, blant annet en dokumentarserie «Bosetterne», hvor NRK skal følge flyktninger den første tiden i Norge. I «Vita og Wanda» blir det glamour, mote, festing, men også en sår historie om mobbing og utenforskap i ungdomsårene.

Og det jobbes med en serie om ungdom i Oslo «Ung-2017, den nye TV-fortellingen» – et samarbeid mellom Elvebakken, Orkis og NRK. NRK har høsten 2016 hatt flere workshops for mediestudenter på Elvebakken, og ti unge er valgt ut til å være med og lage serien sammen med NRK.

I NRKs nye nettserie «Mottaket» får vi et innblikk i livet på mottak, nærmere bestemt Landås avlastnings- og transittmottak i Bergen. Vi møter blant andre Lazkeen og sønnen Mohamed fra Syria og får høre deres sterke historie om et liv på flukt, livet på mottak og endelig gjenforeningen med familien.



03



04



05



06

02. F.v: Patrick da Silva Sæther, Matunda Bigirimana, Sagal Guleid, Sara Aghili Taslimi og Ragnhild Aarø Njie. **Foto:** Ole Kaland, NRK

03. Lazkeen og Mohamad på mottaket i Bergen. **Foto:** NRK

04. «Inside – offside», en dokumentarserie om unge i Europa som elsker fotball. Enten de sliter med psyken, venter på oppholdstillatelse eller er skilt fra familien en periode, tyr de til fotballen. Det gir dem glede, vennskap og nytt håp i en vanskelig tid. Nissrin Khalaf var en av dem vi møter i serien. **Foto:** Tim Christian Wassmo, NRK

05. Prosjektleder for «Hata på nett», Nora Ibrahim. **Foto:** Sidsel Mundal, NRK

06. Fra serien «99 % norsk». Mattias og Jaysant er begge 22 år og vokste opp på Grünerløkka i Oslo, og reiser til Sri Lanka sammen. Der lærer Mattias mer om Jaysants familiebakgrunn, forventninger og press. Kan Jaysant velge ei norsk jente eller må han gifte seg med en foreldrene velger? **Foto:** NRK



07



08

NASJONALE MINORITETER

NRK har i sitt oppdrag et særlig ansvar for å synliggjøre nasjonale minoriteter: jøder, rom (sigøynere), romani (tatere), skogfinner og kvener. NRK søker å gjøre dette gjennom innhold som når bredt. Minoritetene er en del av det norske mangfoldet og speiles i stor grad også slik fra NRK, omtalt og innvevd i ulikt innhold.

NRK har ukentlige sendinger på finsk i NRK P2. Sendingen har i mer enn 25 år vært kringkastet i Nordland, Troms og Finnmark. I dag publiseres finsksendingene også på NRKs nettsider, slik at alle som ønsker det, kan få tilgang på radiosendingen.

NRK har også et tilbud på kvensk i værtjenesten yr.no. Språkvalgene for yr.no er norsk, nynorsk, samisk, kvensk og engelsk. I 2017 ser NRK på en mulig utvikling og modernisering av innholdet til den kvenske befolkningen. I løpet av våren 2017 skal det utredes på hvilke plattformer og i hvilket omfang dette tilbudet skal ha i framtiden.

Den øvrige tematikken på minoritets-området er bredt og tilstede i mange sjangre og for ulike målgrupper. Her er et knippe eksempler fra publisert innhold fra 2016.

I 2016 sendte NRK portrettet «Fra Grand Hotel til Köykiniemi» om Einar Benjaminsen som lever i to verdener: En dag omgitt av krystall og hvite duker på Grand hotel i Oslo – den neste i en tjærebredd elvebåt i Lakselvdalen. Ragnvald, broren til Einar, bor på hjemgården og brødrene deler den samme lidenskapen for tradisjonene. Og begge har de den samme bekymringen for om den gamle kvenske kulturen og det kvenske språket vil overleve.

«Det hemmelige språket». I dramatiske omgivelser i Finnmark møter vi i denne dokumentaren en folkegruppe med en ofte glemt historie. Hva skjer med deg når morsmålet ditt ikke anerkjennes som et ordentlig språk? Og hvordan oppleves det for kvener av i dag å gjenoppdage sitt språk og sin identitet?

I 2016 hadde NRK Hedmark og Oppland flere programmer med et historisk blikk på taterkulturen. I oktober sendte P1 en serie om tatergutten Josef Elvebakken, basert på en bok av Thor Gotaas: «Josef Elvebakken – eneboer og skogsarbeider i Nordre Land». Serien handlet om livet til tatergutten Josef, som ble bortplassert, tvangsinnlagt og levde et kummerlig liv.

Programmet «Brenner og bøkene» tok høsten 2016 opp den samme historien og fulgte i fotsporene til lofferen Josef på Nordre Land. Vi fikk innblikk i en flik av historien til eneboeren og skogsarbeideren i en fortelling om en som levde utenfor «folkeskikken».

«Stor-Johan». Hvem var Stor-Johan, spurte P1-programmet om en av norgeshistoriens mest legendariske tatere. Av de reisende ble han ansett som en høvding, men i over 100 år har Stor-Johan vært et mysterium. Hvem var han, og hvor kom han fra? Vi møter Nora Christin Pettersen og Holger Gustavsen fra Taternes landsforening som fulgte sporene av den legendariske taterskikkelsen tilbake til 1600-tallet.

«Sigøynernes musikk» var en svensk serie om romfolkets musikkultur som ble sendt i NRK P2 i juni 2016.

P2s program «Ekko» har jevnlig stoff om nasjonale minoriteter. Noen eksempler: «På jakt etter kjernen i sigøynermusikken – i Oslos gater». En gang spilte gatemusikerne i de beste orkestrene i Romania. Nå sitter de med lua i hånda på fortauet i byen.

«Trenger vi å revidere fortida?» spurte vi forfatter og idehistoriker Dag Herbjørnsrud. Han pekte på at jøder og muslimer spilte mye større rolle enn vi tror, fordi historien er revidert.

«P2-portrettet – Solomia Karoli». I Europa lever det rundt 12 millioner rom, rundt 700 av dem er norsk-fødte. Solomia Karoli bærer navnet til en av de mest kjente familiene i Norge, og hennes turbulente oppvekst mellom to kulturer preger hennes engasjement.



09



10

07. «Svart humor» tar for seg fordommer og forskjeller i samfunnet, og gir folk fargerike øyeblikk med en stor dose humor og varme. **Foto:** NRK

08. Einar Benjaminsen i Speilsalen på Grand. **Foto:** Anstein Mikkelsen/Harry Johansen

09. «Det hemmelige språket». **Foto:** Lightsource Film Productions

10. Katinka (Tink) Gresvig. **Foto:** Hege Holm, NRK







11. Dette er noen av de såkalte «snublesteinene» som er murt ned i Elverums gater til minne om jøder som ble deportert og drept. **Foto:** Stein S. Eide, NRK

12. I filmen «Husk oss til livet» møter vi blant andre Mona og Solveig Levin. Bildene av de to kvinnene er tatt i 1942 og i 2015. **Foto:** Privat og Jan T. Espedal, NTB scanpix

«Stolt jøde». Hva er det som gjør at man føler seg som jøde, selv om man kanskje ikke tror på Gud eller følger alle regler? En dokumentarfilm om hvordan det er å være jøde og ungdom i Norge.

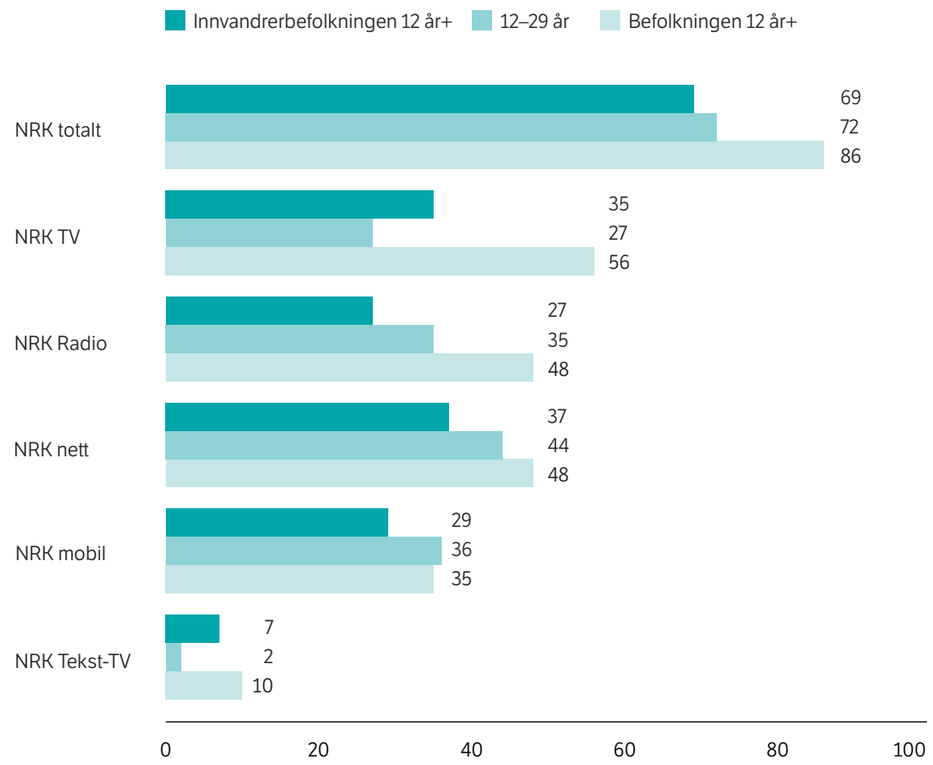
Radiodokumentaren «Tink vil bli jøde» handler om Tink (Katinka Gresvig) fra Risør som har et ønske om å konvertere til jødedommen, gifte seg med sin jødiske forlovede fra Israel og stifte familie. Hun forklarer at hun vil bli en del av den jødiske tro også uavhengig av om det blir henne og forloveden.

I serien «Museum» ble det sendt et program om såkalte «snublesteiner», minnesmerker over jøder som ble drept under krigen. Siden 1993 har den tyske kunstneren Günter Demnig murt ned titusenvis av slike brosteiner med navn i europeiske gater. Nå får også norske jøder sine steiner.

«Husk oss til livet» er en dypt personlig dokumentar hvor norske jøder forteller om de dramatiske høstdagene i 1942. Flere av de intervjuede hadde tidligere ikke snakket om sine opplevelser, selv ikke til sin nærmeste familie. Filmen «Husk oss til livet» handler om varsling, arrestasjoner og flukt, og om livet etter Holocaust.

7 av 10 i innvandrerbefolkningen bruker NRKs tilbud daglig

Innvandrerbefolkningen i Norge kjennetegnes av en yngre alderssammensetning enn befolkningen totalt. Medievanene blant innvandrere samsvarer derfor ofte med mediebruken til befolkningen 12–29 år generelt.



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

Kilde: Kantar TNS Forbruker & Media

Tro, tvil og glede

NRKs livssynsdekning skal speile tro og tvil og aktualisere eksistensielle spørsmål, samtidig som en del av programmene er forkynnende.

01.
Lofotkatedralen. **Foto**: Kristine Sandmæl



02

JUBILEUMSGUDSTJENESTE

I fjor feiret hele landet 25 år med kong Harald på tronen. Kongen og dronningen la ut på en rundreise i riket, som startet i Tromsø og fortsatte til Bodø, Trondheim, Bergen, Stavanger og Kristiansand. 23. juni var det jubileumsgudstjeneste i Nidarosdomen med hele kongefamilien til stede. Festgudstjenesten ble sendt direkte midt på dagen, med redigert sending på kvelden. I tillegg sendte NRK Trøndelag innhold fra folkefesten dagen gjennom både på TV, radio og nett.



03

02. Hele kongefamilien var samlet i Nidarosdomen, 25 år etter signingen samme sted. **Foto:** NRK

03. Blomsterbarn overrekker buketter til kongen og dronningen etter gudstjenesten. **Foto:** Henrik Sundgård, NRK

04. Jubileumsgudstjeneste i Nidarosdomen. **Foto:** NRK



04



05

TRO OG TVIL

«Mellom himmel og jord» er NRKs livssynsprogram på radio. Programmet speiler bredden av livssyn i Norge, og tar opp aktuelle saker innen sjangerområdet.

På TV dyrkes de personlige, sterke historiene, i blant annet seriene «Overleverne» og «Fyrtårn». Her har NRK som mål å la eksistensielle spørsmål få plass i folks liv. Målet er å være nyskapende i form og innhold, slik at også dette innholdet forsvarer sin plass i beste sendetid på NRK1.

I serien «Overleverne» møtte vi åtte mennesker som alle hadde opplevd å se døden i hvitøyet. Fotballspilleren Carl-Erik Torp segnet om på fotballbanen. 15 år gamle Ingrid Jurs hadde hodet fullt av planer for helgen og drømte om livet da bilen hun satt i, kolliderte. Hva har denne opplevelsen gjort med synet på livet og hverdagen? Kommer man nærmere en gud, eller distanserer man seg?

I serien «Fyrtårn» møtes to mennesker på et fyrtårn, og i løpet av to dager forteller de hverandre sterke historier fra livet. Sammen har de fått et oppdrag: Livsvisdom fra samtalene på fyret skal skrives på en tavle. En flaske med det samme innholdet kastes i havet. Kanskje vil det vise vei for den som finner det – akkurat som et fyrtårn?

KRISTENT INNHOLD

I den daglige radioandakten på NRK P1 har NRK invitert flere kvinner og flere yngre stemmer av begge kjønn. I «Andakten» dyrkes også den gode historien. «Andakten» har et tydelig kristent innhold, og avsluttes med bønn og velsignelse.

Olavsfestdagene i slutten av juli er Norges viktigste religiøse festival. På Vestfrontmøtet debatteres viktige tema under en hovedparole som i 2016 var «mammon». Et av temaene stilte spørsmålet om Jesus var kommunist – eller om kapitalismen er et ektefødt barn av kristendommen. NRK overførte fire av debattene, samt en salmekveld, på direkten.

Fire søndager før jul sendte NRK førjulsstemning fra Kvilhaugen gård i Trondheim med kjente artister som Jonas Skybakmoen og Kim André Rønningen.



06

05. Bibelentusiaster ved Normisjonen. Fra «Andakten». Foto: Lasse Dollis Spilling

06. «Overlever» Rebecca Hetland elsket å danse på ski nedover bratte fjellsider. Så falt hun 200 meter, og var nær ved å miste livet. **Foto:** Rebecca A. Hetland.

07. Elisabeth Thorsen og Anne Grete Preus i serien «Fyrtårn». **Foto:** NRK



07

Livssynsprogram og gudstjenester på NRK

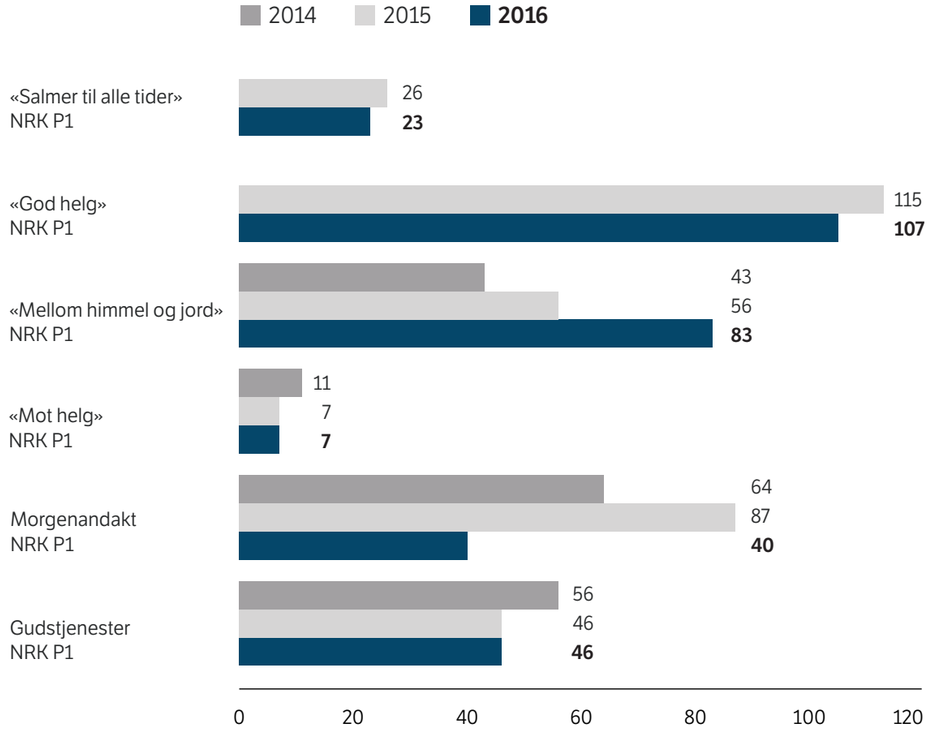
Totalt sendte NRK 97 timer med livssynsprogrammer på NRK1, NRK2 og NRK3 i 2016.

	Totalt	NRK1	NRK2	NRK3
Totalt	**97**	**45**	**38**	**15**
«Fra Sverige til himmelen»	23	23		
«Guds lærlinger»	18		3	15
«Overleverne»	10	3	8	
«Bibelen»	10	10		
«Når livet vender»	7		7	
«Gud og vitskapen»	5	5		
«Fyrtårn»	3	0	3	
«På tro og Are»	3		3	
«Katolsk messe i Malmø»	3		3	
«Påskenattsmesse fra Roma»	2	2		
«Midnattsmesse fra Roma»	2	2		
«Økumenisk gudstjeneste i Lund domkirke»	2		2	
«Tenn lys»	1		1	
«Jubileumsgudstjeneste i Nidarosdomen»	1		1	
«Allehelgensgudstjeneste fra Erdal kirke»	1		1	
«I heisen med»	1		1	
«Påskegudstjeneste i Nordstrand kirke»	1		1	
«Pasjonsgudstjeneste i Nordstrand kirke»	1		1	
«Palmesøndag i Nordstrand kirke i Oslo»	1		1	
«Kongepar i 25 år – gudstjeneste fra Slottskapellet»	1		1	
«Andre juledagsgudstjeneste fra Trondheim»	1		1	
«Eid – muslimsk høytid»	0		0	
«Pinsedagsord»	0		0	

Timer sendt av programmer innenfor religion/livssynssjangeren på NRK i 2016.

Kilde: Kantar TNS TV-undersøkelsen

Livssynsprogrammer på NRK P1 og NRK P2



Timer sendt i 2014–2016 inkl.repriser.

Kilde: Kantar TNS PPM

Innhold og innovasjon

Nye virkemidler og ny teknologi kan bidra til å fortelle og spre gode historier på friske, nye måter.

01.
Vignetten til VM i skiskyting vakte oppsikt. **Foto:** Terje Røkke, NRK



02

Tradisjonelt har NRK hatt sterke merkevarer på TV og radio som nasjonal nyhetsformidler. Den voldsomme teknologiske utviklingen og publikums endrede medievaner har gitt oss nye muligheter til å formidle innholdet vårt på. Det handler både om teknologi, men også mye om måten vi tar de nye mulighetene i bruk på.

FORKLARINGSVIDEOER

Fjoråret var et år med gjennomgripende politiske omveltninger internasjonalt, blant annet brexit, kuppforsøk i Tyrkia og det amerikanske presidentvalget. Hendelser som dette fører til et økt behov for å forstå bakgrunnen for det som skjer.

Informasjonsgrafikere og motiondesignere har i samarbeid med journalister og fotoredigerere skapt ny fortellerkunst som gir innsikt på NRK. Designerne har også tidligere laget forklaringsvideoer om valg og klima, men i 2016 fikk slike videoer en mye større tematisk bredde, og en mer leken form med et visuelt formspråk utenom det vanlige.

En forklaringsvideo om sult satte igang en prosess som endte med formatet «Urix forklarer», en innholdskategori som treffer målgruppen godt.

På nett inngikk flere redaksjoner og informasjonsgrafikere et tett samarbeid med mål om å lage visuelt spennende og engasjerende journalistikk på nett. Fortellerteknikken i videoene er så effektfull at mange også har fungert meget bra på TV.



03

02. Tekstede kortvideoer brukes både på TV, på nett og ikke minst i sosiale medier. Videoen «Urix forklarer sult» viste blant annet at 800 millioner mennesker sulter i verden i dag. **Foto:** NRK

03. Espen Aas forsøker å forklare hva det er med EU som gjør at motstanden er så stor i Storbritannia. **Foto:** NRK



04



05

GJENKJENNELIG

Når NRK innhold nå kan deles opp og sees løsrevet i sosiale medier, er det en utfordring å sørge for at seerne opplever at sakene er troverdige. Designprofilen til NRK Nyheter skal sikre at avsender av innholdet er tydelig og gjenkjennelig, selv i små formater.

Grafiske designere arbeider tett på digitale historieutviklere som lager design og digitale løsninger for nettartiklene på NRK.no, slik at temaer og satsinger fremstår likt, enten brukerne ser innholdet på TV, nett eller i sosiale medier. Når farger, typografi og illustrasjonsstil er gjenkjennelig, bringes publikum raskere inn i fortelleruniverset.

I 2016 samarbeidet grafiske designere på TV og nett tett om den grafiske utformingen av sakene om «Isdalskvinnen», «Hemmelige rom», «Purk eller skurk» og «Modig». Det amerikanske valget fikk også en bred og tydelig visuell felles innramming.

NRKs designprofil vant i 2016 Merket for God Design, Gullruten og diplom i Visuelt. Sammen med en tydeligere SoMe-strategi og et nyskapende innhold, har dette bidratt til økende bruk av NRKs sider på sosiale medier.



06

04. Farens historie om da åtte år gamle Io fikk kreft, er vist 2,6 millioner ganger på Facebook. **Foto:** NRK

05. Det tar naturen 2000 år å lage 10 cm god matjord. Videoen som viser hvordan naturen lager matjord er delt over 6000 ganger fra NRK Debatts konto på Facebook. **Foto:** NRK

06. Morgenen etter valgsjokket fra USA, delte NRK Nyheter denne kortvideoen på sosiale medier. **Grafikk:** NRK



07



08

BILDEKORTSTOKK

Et prosjekt om asylmottak i Otta ble starten på en nytt innholdsformat for bildefortellinger spesielt tilpasset mobil med høydevideoer som en viktig komponent. Historier om å skape nye jobber i Stavanger – «Etter oljen», søppeldeponier som truer lokalbefolkningen – «Kampen om søppelmilliardene», veien mot høydepunktet i Solskjærs karriere – «Den usannsynlige helten», er noen av historiene fortalt i dette formatet.

Det siste året har dette formatet banet vei for en ny interesse for stillfotografi i NRK, som tradisjonelt har vært mest opptatt av levende bilder. Gode stillbilder er en viktig ingrediens i nettartikler, og for å vekke interesse i sosiale medier.

I tillegg er det utviklet nye maler for å tekste videoer på en måte som skal fungere på små skjermer og i sosiale medier.

FUGLEFJELLET

Det mest krevende tekniske rigget som NRK hadde i fjor, var sendingen fra Hornøya i Finnmark. Med 15 avanserte kameraer og nesten åtte tonn utstyr fortalte NRK historien om den dramatiske nedgangen i sjøfuglbestanden. Mye av utstyret måtte spesialbygges, og forberedelsene til den teknisk krevende sendingen tok over et år.

På nett og TV kunne publikum følge fuglenes familieliv gjennom hektiske sommeruker. NRK sendte direkte fra fuglefjellet 24 timer i døgnet på nett, og fem dager i uken på NRK2, samt oppsummering på NRK1.

På nett kunne brukerne følge direkte videostrømmer fra ulike fuglereir, med et kommentarfelt som ble fylt med livlig prat og fuglenerderi. I tillegg kunne brukerne på nett utforske fuglefjellet og øyas innbyggere i en 3D-modell. På toppen av dette kom daglige oppdateringer fra dramaet på fuglefjellet, bakgrunnsstoff og bidrag fra publikum. Direktestrømmene på nett ble sett i til sammen tre år i løpet av denne perioden.



09



10



11

SALTSTRAUMEN

En annen produksjon som krevde ny teknologi, var de spektakulære bildene fra Saltstraumen ved Bodø, en av verdens kraftigste tidevannsstrømmer. Over et år med planlegging, testing og utvikling måtte til for å vise tidevannets krefter på direkten.

For å vise Saltstraumen fra sin beste side ble det eksperimentert med en rekke nye tekniske løsninger. Blant annet ble det bygget en 360 graders undervannskameraløsning og GPS-styrte strømmålere.



12



13

07. Skriftstørrelsen på videoer beregnet på små skjermer er en helt annen enn den som fungerer på TV-skjermen. **Foto:** NRK

08. «Den usannsynlige helten» bød på en helt ny fortellerteknikk, basert på plakater med bilde og tekst. Solskjær-historien har har en imponerende gjennomsnittlig lesetid på 12,5 minutter. **Foto:** NRK

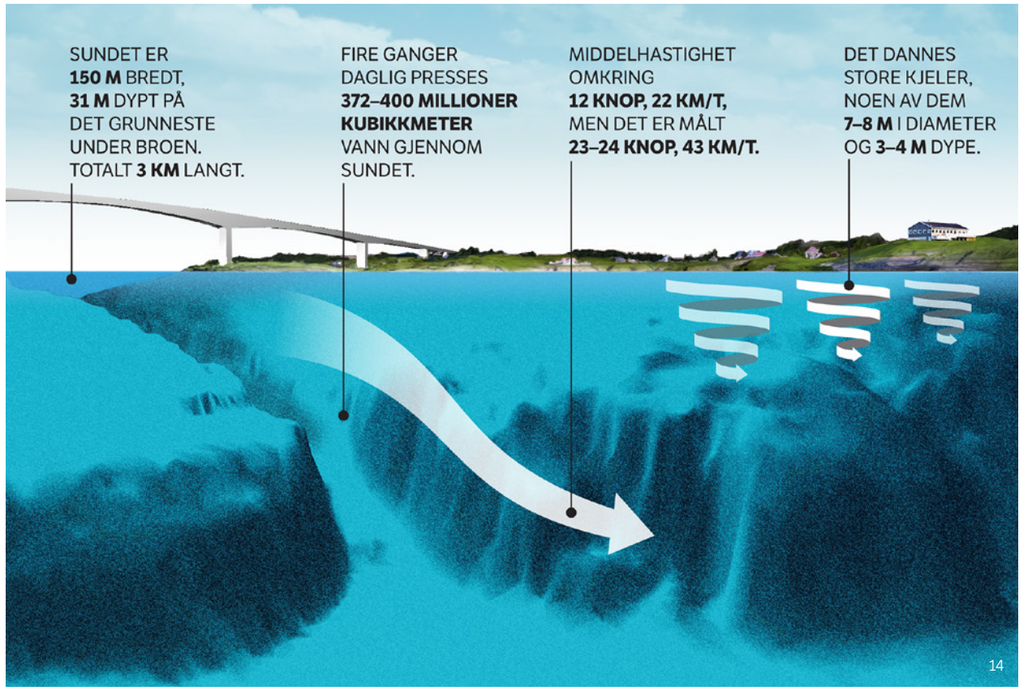
09. Prosjektleder Nils Arne Sæbø med kameraløsningen på Hornøya. Helt til venstre selve kameraet, deretter en konverteringsboks for videosignalet fra HDMI til SDI, en boks for fjernstyring og til slutt strømforsyning. Det hele settes inn i et utendørs kamerahus. **Foto:** Sindre Skrede, NRK

10. Nils Arne Sæbø (t.v.) og Tore Zakariassen monterer kamera ved lomvikolonien på Hornøya. **Foto:** Sindre Skrede, NRK

11. I forkant av direktesendingen fra Saltstraumen foregikk det mye rigging og testing av utstyr. **Foto:** NRK

12. Et avansert gyrostabilisert Cineflex-kamera svevde over Saltstraumen i et rekordlangt wirestrekk (1100m). **Foto:** Sindre Skrede, NRK

13. NRKbetas Jon Ståle Carlsen fikk testet ut både sin hjemmebygde strømmåler og undervannskamera. **Foto:** Sindre Skrede, NRK





14. Nye grafiske løsninger bidro til å forklare hva som faktisk skjer når Saltstraumen reiser seg i hvitt skum to ganger i døgnet. **Foto:** Marco Vaglieri, Harald K. Jansson. Bunntopografi: Norges geologiske undersøkelse (NGU) og Kartverket

15. Sterk strøm gjør dykking i Saltstraumen farlig. Løsningen ble en spesialbygget miniubåt med kamera. **Foto:** Sindre Skrede, NRK

16. Vignetten til VM i skiskyting i 2016 vakte internasjonal oppsikt. **Foto:** NRK

17. Stuntkvinne Kristin Bugge Lyche er en av skiskytterne i videoen som ble spilt inn i 20 minusgrader. **Foto:** NRK

QUIZ

TV-programmet «Hva feiler det deg?» var tidlig ute med et ønske om en digital komponent for å engasjere seerne utover å rope diagnoseforslag mot TV-ruta. «Burde du vært lege?» ble en populær quiz på nett. Med en gjennomsnittlig lesetid på nesten 10 minutter hadde de digitale historieutviklerne laget en løsning som både engasjerer og gjør publikum litt glupere.

Quizkomponenten ble gjenbrukt for å gjette på stedsnavn i tilknytning til «Nomino», forklare regler i krig i forbindelse med TV-aksjonen, og for å la publikum teste om de kanskje kunne vært amerikansk president.





OPPSIKTSVEKKENDE VIGNETT

NRKs avdeling for grafisk design ga skiskyting et nytt og moderne ansikt ved å bryte med gamle normer. Designerne ville løfte opplevelsen av skiskyting fra noe vi er vant til å se, til noe nesten overmenneskelig som ville engasjere seerne mer.

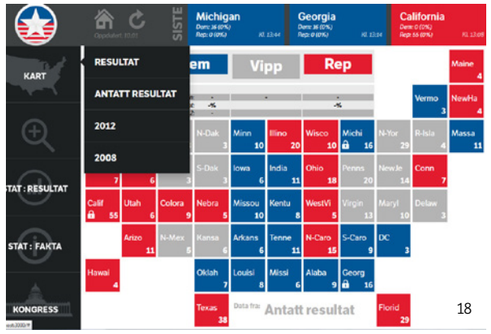
Vignetten til VM i skiskyting ble laget ved hjelp av drakter med LED-lys som deretter ble animert. Vignetten ble nominert i kategoriene «Beste grafisk design/vfx» og «Årets innovasjon» under Gullrutens Fagpris 2016.

Det ble også laget en bakomfilm som fikk sendetid under VM.

NYSKAPENDE REGIKONTROLL I STUDIO

Vanligvis styres visningen av grafikk på storskjermene i TV-studio fra regikontrollen. I «Urix»-sendingene fra den amerikanske valgkampen ble kontrollen overført til programleder i studio.

Løsningen kan også brukes til å legge ut innhold på sosiale medier, med f.eks. ekstra fakta. Alt kontrollert av programleder i studio på direkten under sending. Dette ble brukt til USA-valget i NRKs sendinger i NRKs studio 3, studio 5 og studio 7 med stor suksess.



18

VERDENSLEDENDE PÅ LUFTFOTO

NRK er en av verdens ledende kringkastere på luftfoto, og dronefoto inngår i stadig flere sendinger, blant annet de spektakulære bildene fra Skibladners ferd på Mjøsa sommeren 2016.

Primus motor for dronefoto i NRK er Reidar Otto Johnsen som blant annet har bidratt til nasjonale regler for sikkerhet under droneflygning. Avdelingen NRK Luftfoto ble etablert i 2013 og tilbyr foto og video fra luften på bestilling fra andre avdelinger.



19



20



21

18. Ved hjelp av en spesiallaget Ipad-løsning kan programleder selv styre fremdriften i sendinger som inneholder mye grafikk. **Foto:** NRK

19. Her styrer «Urix»-programleder Gry Blekastad Almås visningen av valgresultatene i de amerikanske delstatene fra en håndholdt Ipad, noe som gir henne mer kontroll og bedre flyt i sendingen. **Foto:** NRK

20. Reidar Otto Johnsen så tidlig mulighetene for å bruke droner i TV-produksjon, og slike dronebilder inngår nå i en rekke produksjoner. **Foto:** NRK

21. Kamera festet på droner sørget for spektakulære bilder fra DS Skibladners ferd Mjøsa rundt sommeren 2016. **Foto:** NRK Luftfoto

Eit språkleg fyrtårn

NRK har som ambisjon å utmerke seg ved tydeleg og korrekt språk.

01.
Marte Iren Noreng Trøen (t.v.) og Kathrine Nygård hadde praksis i NRK Sogn og Fjordane. Slik praksis skal sikre NRK fleire journalistar med nynorsk som målform. **Foto:** NRK



02



03

I 2016 har det vore arbeidd vidare med å sikre eit godt, lett tilgjengeleg skriftspråk på NRK.no. Samstundes har arbeidet med ein plan for å styrke nynorskandelen i NRK kome godt i gang. I tillegg kjem mange små og store tiltak for å betre språket i kvar redaksjon.

I ein kommersiell kvardag der utanlandske aktørar spelar ei stadig større rolle, er det viktigare enn nokon gong at NRK er eit språkleg fyrtårn. Godt språk skapar tillit og tiltru, og det vil bli viktigare i åra som kjem. Med den tilliten og det nedslagsfeltet vi har, spelar NRK ei særs viktig rolle i språkkvardagen til folk i Noreg.

GODT SKRIFTSPRÅK

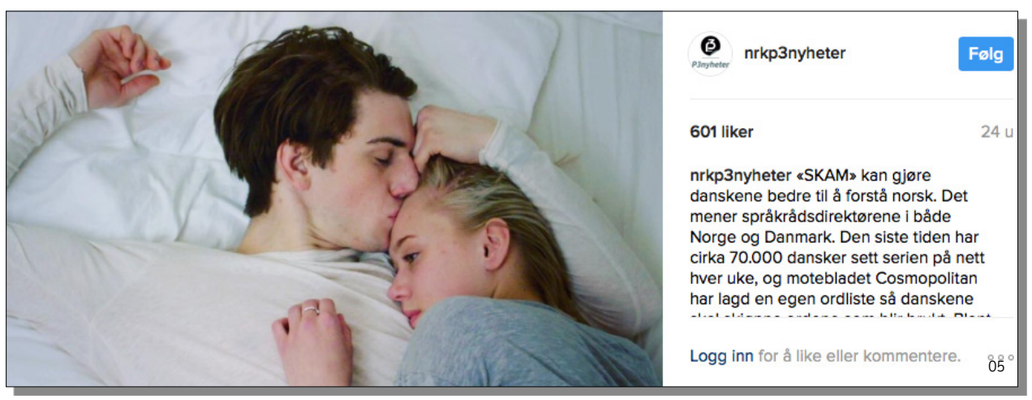
Fleire NRK-medarbeidarar enn tidlegare er skrivande journalistar. Det stiller nye krav til språkleg tryggleik og til rettskriving.

Gode retteprogram og gode daglege rutinar der vaktsjef går gjennom språket saman med reporter, er blant tiltaka som skal sikre eit godt skriftspråk. I 2016 tok vi i bruk eit nytt eigenutvikla evalueringsverktøy, Janus, der kollegaer på ein enkel, nettbasert måte kan evaluere innhald, mellom anna på språklege verkemiddel.



04

NRK ønskjer å få ein eins praksis for korleis vi skriv tal, teikn, forkortingar, namn mm. Ei arbeidsgruppe har komme med eit forslag som blir lagt i ei søkbar ordliste, lett tilgjengeleg for alle som skriv i NRK.



05


06

LOKAL SPRÅKRØKT

Kvar redaksjon har sin eigen språkkontakt. Det er ein erfaren journalist som har i oppdrag å drive språkrøkt. Det kan vere alt frå individuell rettleiing til å ta opp aktuelle tema på redaksjonsmøte og kurs.

I Sogn og Fjordane arrangerte t.d språkkontakt Noralv Pedersen fleire språkmøte der kontoret sette seg mål for språkarbeidet. Måla var:

1. Skapa ein positiv kultur for å drøfte og gje tilbakemeldingar på språket
2. Eit feilfritt og godt språk på nettet
3. Styrkja DKSF som ein produsent av kvalitetsjournalistikk på god nynorsk

Andre eksempel er dramaturgikurs for journalistar i Trondheim og kurs i teiknsetting for kommunikasjonsavdelinga i NRK.

NYNORSK

Minst 25 prosent av det NRK publiserer, skal vere på nynorsk. Det er gjort eit omfattande arbeid for å få verktøy som måler målformprosenten frå dag til dag på alle plattformer (radio, TV og nett).

02. «Skam» fekk den prestisjetunge Nordens språkpris 2016 for sin evne til å engasjere et ungt nordisk publikum..

03. «P3morgen» ved Ronny Brede Aase, Silje Nordnes og Markus Neby fekk Kringkastingssjefens språkpris for 2016. **Foto:** Silje Rønning Kampesæter, NRK

04. Ole Rolfsrud frå NRK Sport fikk Kringkastingsjefens språkpris for 2015. Han fekk prisen for sitt rike og varierte språk, og fordi han alltid gjev det lille ekstra som skal til for at publikum skal få ei god oppleving. **Foto:** Olaug Bjørneset, NRK

05. «Skam» gjør danskane betre i norsk, meiner språkrådsdirektørane i både Noreg og Danmark.

06. Eit utval leia av språksjef Ragnhild Bjørge (i midten) har foreslått tiltak for fremje nynorskbruk i NRK. **Foto:** NRK

NRK hadde i 2016 eit snitt på 23 prosent nynorsk for alle plattformer. Mengda nynorsk på TV og radio omfattar all normert nynorsk, og halvparten av all munnleg dialektbruk i riks- og distriktssendingar. På NRK.no tel vi publiserte artiklar på normert nynorsk.

For å sikre nynorsk i NRK har Språkstyret i NRK arbeidd med ein plan for å styrke nynorsken. Planen blir ferdig og sett ut i livet første halvår i 2017.



07

SÁPMI

NRK Sápmi samarbeider med Giellatekno (samisk språkteknologi) ved Universitetet i Tromsø om språklege hjelpemiddel (rette- og oversettingsprogram) slik at det skal verte lett å bruke samisk. På sikt skal vi tilby språkteknologi på nettsidene våre slik at det samiskspråklege innhaldet skal bli lettare tilgjengeleg for publikum.

NRK Sápmi publiserer på fire språk: nordsamisk, lulesamisk og sørsamisk, i tillegg til norsk.

I mars 2016 arrangerte NRK Sápmi ein open konferanse i Tromsø for å innspel til korleis NRK kan bidra til å ta vare på samisk språk og samisk kultur i møtet med nye medievanar. I september inviterte NRK Sápmi til folkemøte på Røros der den sørsamiske befolkningen fekk komme med sine ønske.

Sápmi arbeider óg med å styrke bruken av samisk internt. Målet er at hovudspråket i huset skal vere samisk.

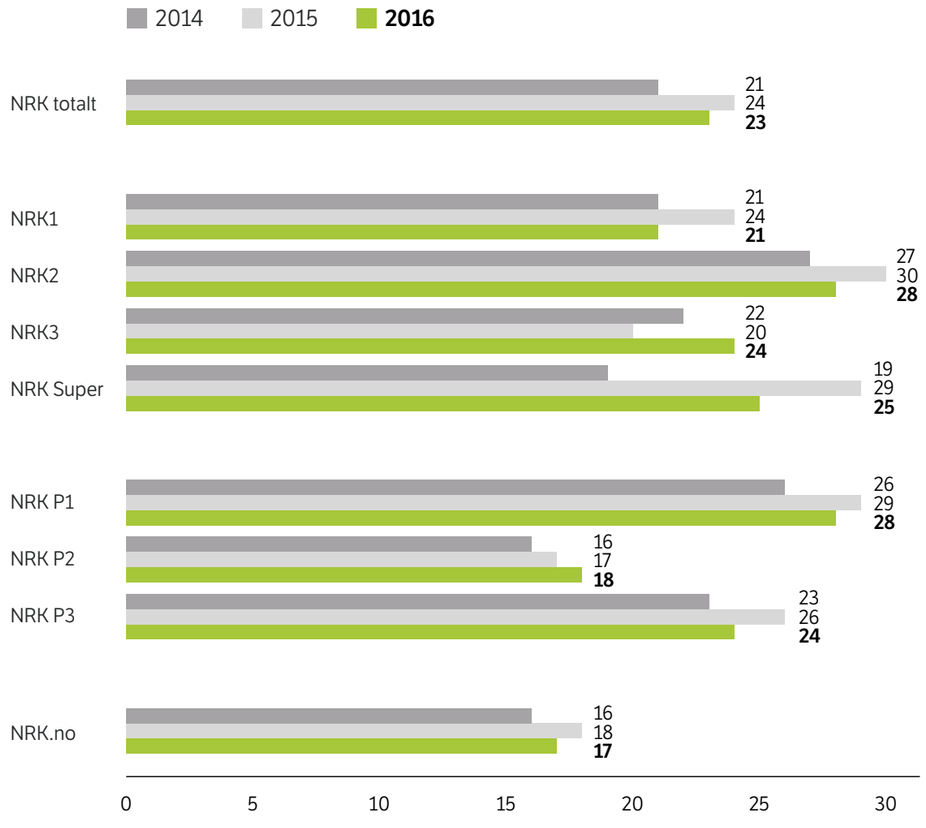


08

07. Johan Ivvar Gaup vann joikedelen i «Sámi Grand Prix». 2016. **Foto:** Dragan Cubrilo, NRK

08. Mona Solbakk er sjef for NRK Sápmi og oppteken av korleis NRK kan arbeide for å styrke samiske språk.

Nynorskandelen i NRK



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

Kilde: Opoint og NRK Statistikk

Priser og utmerkelser til NRK i 2016

Ungdomsserien «Skam» er ikke den eneste NRK-produksjonen som har sanket priser i løpet av året.

01.
«Skam» fikk pris for beste TV-drama under Gullrute-prisutdeling i Grieghallen. **Foto:** Lise Åserud, NTB scanpix

NORSKE PRISER

GULLRUTEN 2016

NRK fikk hele 13 priser under Gullrute-utdelingen som avsluttet Nordiske mediedager i Bergen i mai. Tre av prisene gikk til suksess-serien «Skam».

Beste underholdningsprogram:
«Skavlan» (Monkberry for NRK)

Beste konkurransedrevne reality:
«Mesternes Mester» (Rubicon for NRK)

Beste reality:
«Dama til» (NRK egenproduksjon)

Beste dokusåpe:
«Villmarkas voktere» (NRK egenproduksjon)

Beste TV-drama:
«Skam» (NRK egenproduksjon)

Beste barne- eller ungdomsprogram:
«Labyrint» (NRK egenproduksjon)

Beste livsstilsprogram:
«Med livet som innsats» (Bulldozer for NRK)

Beste kvinnelige programleder:
Line Jansrud for «Newton fødsel» (NRK egenproduksjon)

Årets deltaker:
Tone Knudsen for «Datoen» (Monster for NRK)

Beste event eller sportssending:
«Special Olympics Mats og Erling i LA» (Empo for NRK)

Beste nye programserie:
«Skam» (NRK egenproduksjon)

Årets nyskapning:
«Skam» (NRK egenproduksjon)

Tidligere NRK-programleder Anne Grosvold (65) fikk hedersprisen.

«Gjennom sin programledelse i debatt-, kultur- og underholdningsprogrammer har Anne Grosvold satt sitt avtrykk – å alltid være på parti med publikum. Det krever stort mot å fortelle hele nasjonen at «dette forstår jeg ikke – du må forklare». Med en blanding av humor, sjarm og kritiske spørsmål har hun avvæpnet maktmennesker i nesten 40 år og gitt oss unike TV-opplevelser», het det i juryens begrunnelse.



02

GULLRUTENS FAGPRISER 2016

NRK gjorde rent bord under fagpris-utdelingen på Chateau Neuf to uker før Gullrute-showet: Alle vinnerproduksjonene var laget for eller av NRK.

Beste regi TV-drama:
Thomas Seeberg Torjussen for «Kampen for tilværelsen» (NRK)

Beste manus TV-drama:
Siri Seljeseth, Mads Løken og Birgitte Wegener for «Unge Lovende» (Monster Scripted AS for NRK)

Beste foto TV-drama:
Odd Reinhardt Nicolaysen for «Kampen for tilværelsen» (NRK)

Beste klipp TV-drama:
Ida Vennerød Kolstø for «Skam» (NRK)

Beste foto flerkamera:
Mats Lian for «P3 Gull» (NRK)

Beste regi flerkamera:
Nicolai Sørensen for «P3 Gull» (NRK)

Beste foto enkamera:
Runar Blekken for «Datoen» (Monster Entertainment for NRK)

Beste regi enkamera:
Rune Kjær Valberg for «Newton Pubertet» (NRK)

Beste klipp/redigering enkamera:
Erik Andersson for «Idas dagbok» (Indie film for NRK)

Beste lydproduksjon:
Richard Sveen for «Mammon» (NRK)

Beste lysdesign/scenografi:
Joakim Faxvaag for «P3 Gull» (NRK)

Beste grafisk design/VFX:
NRK Nyheter 2015. Designkonsept: Johan Sæther, Åsmund Matzow, Hilde Jørgenvåg. Designteam: Jørn Veberg, Christian Sletten Eide, Ingvild Kihle, Renate Rognan (NRK)

Beste kostyme/sminke:
Marit Sætren og Anna-Lena Langsrud for «Mammon 2» (NRK)

Beste originalmusikk:
Topscore/Stein-Johan Grieg Halvorsen og Eyvind Andreas Skeie for «Idas Dagbok» (Indie Film for NRK)

Årets innovasjon:
Julie Andem og Mari Magnus for «Skam» (NRK)

Årets æresfagpris:
Jarl Emsell Larsen, norsk manusforfatter, regissør og serieskaper. Han er mest berømt for NRK-seriene «Øyevitne», «Kodenavn Hunter», «Svarte penger – hvite løgner», «De hvite bussene», «Fedrelandet» og «Offshore».


03


04

KOMIPRISEN 2016

Christian Mikkelsen ble hedret som Årets gjennombrudd for sin innsats i «Latter Live» og «Underholdningsavdelingen» – begge NRK-programmer – under Komipris-showet. 26-åringen fra Oslo har siden 2015 vært en fast del av humorgjengen «Underholdningsavdelingen» på NRK1.

Pernille Sørensen fikk publikumsprisen Årets morsomste. Sørensen har hatt stor suksess som Lisbeth Berg i komiserien «Side om side» på NRK1. I tillegg er hun fast paneldeltaker i «Nytt på Nytt» på fredagskveldene.

KONGENS FORTJENSTMEDALJE

NRK-journalist Johs. Kalvemo fikk overrakt Kongens fortjenstmedalje av kringkastingssjef Thor Gjermund Eriksen i en høytidelig seremoni i NRK Sápmis lokaler 14. januar 2016.

– Johs. Kalvemo er gjennom sitt arbeid et forbilde for samiske journalister og mediefolk, sa tidligere NRK Sápmi-direktør Nils Johan Heatta under utdelingen.

02. Kulturminister Linda Hofstad Helleland mente at prisen til «Skam» som Årets nyskapning var høyst fortjent.

03. Årets gjennombrudd: Christian Mikkelsen. **Foto:** Ole Kaland, NRK

04. Kringkastingssjef Thor Gjermund Eriksen overrekker Kongens fortjenestmedalje til Johs. Kalvemo. Helt til høyre Mona Solbakk, direktør for NRK Sápmi. **Foto:** Samuel Frode Grønmo, NRK



05

@nattogdag
NRK-serien Skam vant NATT&-DAGs Årets TV 2015-pris, og det er MER enn fortjent. http://www.nattogdag.no/2016/02/vinnerne-av-nattdags-rikspriser-2015-arets-musikk-arets-film-arets-stemme/ ...

NATT & DAGS RIKSPRIS

Gratisavisen Natt & Dag delte ut fem store priser under sin prisutdeling på Rockefeller i Oslo i februar. Årets TV-pris gikk til NRK-serien «Skam».

«Serien bruker sosiale medier, musikk (Young Thug! The Weeknd! Lana Del Rey!) og ungdommelig sjargong på en relevant måte, og med daglige videoklipp, meldingsutvekslinger og Instagram-oppdateringer er serien tilpasset dagens medievirkelighet på en smart, gjennomført og avhengighetsskapende måte.»



07

RIKSMÅLSFORBUNDETS LYTTERPRIS

NRKs kulturjournalist Lisbeth David-Andersen ble i mai tildelt Riksmålsforbundets lytterpris.

I begrunnelsen heter det blant annet at «hun praktiserer en djerv form for dannet frekkhet som gjør det komplett umulig for intervjuobjektene å ikke svare når hun stiller et av sine velformulerte spørsmål».



06

ÅRETS KVINNELIGE MEDIELEDER

Direktør for Distriktsdivisjonen i NRK, Grethe Gynnild-Johnsen, ble utnevnt til årets kvinnelige medieleder under Medienettverkets høstkonferanse i Oslo i oktober.

Utdrag fra juryens begrunnelse:

«Grethe Gynnild-Johnsen er en modig leder som ofte må forsvare bedriftens beslutninger og satsingsområder både internt og overfor lokalbefolkning og politikere, og hun står støtt i disse situasjonene. Hun oppleves som en synlig og tilstedeværende leder. Som personalleder beskrives hun som omtenksom og omsorgsfull, en som husker folk, historier og navn. Hun er engasjert i menneskene hun møter.»

– Dette er mulig fordi NRK har en tydelig og uttalt strategi på å aktivt løfte kvinner til lederstillinger. Jeg deler denne prisen med alle kvinnelige ledere i NRK, sier Grethe Gynnild-Johnsen.

Årets kvinnelige medieleder er en pris som deles ut til en kvinnelig medieleder som har markert seg særlig som leder, og som kan vise til oppnådde resultater, journalistisk, markedsmessig, økonomisk eller organisatorisk. Gjennom sitt virke skal hun fremstå som et forbilde for andre kvinnelige medieledere.



08

TEKSTERPRISEN

NRKs Marianne Hagen ble i oktober tildelt pris for fremragende teksting.

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

Prisen får Hagen hovedsakelig for tre programmer: Dramaserien «Krig og fred», dokumentaren «Drømmen om udødelighet» og serien «Joanna Lumleys transsibirske eventyr».

I juryens begrunnelse heter det blant annet at «hun evner meget godt å formidle stoff som er vanskelig på flere plan. Hun er flink til å fri seg fra kildespråket og til å finne tonen i programmet. Marianne Hagens tekster er preget av gode oversettelser, gode norske setninger, god tidskoding, og slik tjener de innholdet i programmene uten selv å tiltrekke seg oppmerksomhet.»

05. I begrunnelsen heter det blant annet: «Sentralt i serien er jentene som utgjør kanskje den kuleste vennegjengen i en norsk TV-serie noensinne.» **Foto:** NRK

06. Kulturjournalist Lisbeth David-Andersen stiller spørsmål det er «komplett umulig å ikke svare på». **Foto:** Stig Michaelsen, Riksmålsforbundet

07. Årets kvinnelige medieleder, NRK-direktør Grethe Gynnild-Johnsen. **Foto:** Anne Liv Ekroll, NRK

08. Marianne Hagen med teksterprisen. **Foto:** NRK

09. Selda Ekiz ble æresalumn ved Universitetet i Bergen. **Foto:** Anne Liv Ekroll, NRK

ÆRESALUMN VED UNIVERSITETET I BERGEN

NRKs Selda Ekiz ble utnevnt til æresalumn ved Universitetet i Bergen. For fem år siden forlot hun UiB med en mastergrad i fysikk. Siden har hun brukt tiden til å formidle vitenskap til resten av verden – særlig gjennom sin rolle som programleder i NRK.

– Selda Ekiz har gjort en ekstraordinær innsats som vitenskapsformidler og er en svært god ambassadør for universitetet, sa rektor ved UiB, Dag Rune Olsen da han offentliggjorde utnevnelsen.

Målet med å utnevne æresalumner er å rette oppmerksomhet mot tidligere studenter som har gjort en ekstraordinær innsats innenfor sitt fagområde eller arbeidsfelt.



09

SOCIAL MEDIA DAYS

NRK P3s Line Elvsåshagen fikk to priser for sin innsats på sosiale medier da hun reiste jorda rundt i programmet «Line jorda rundt». Hun fikk pris både som Årets sosiale medier-overraskelse og for Årets kampanje.

Utdrag fra begrunnelsen: *«Historien om den lille jenta i den store verden ble fortalt i sin helhet på nett – både via Instagram, Snapchat og videoer på Facebook. Innholdet sto på egne ben og var blitt et eget univers der TV-serien nesten ble overflødig. Et fantastisk prosjekt, der så og si alle sosiale muligheter ble tatt i bruk.»*

Også NRK P3s Gisle August Gjevestad Agledal, som var SoMe-redaktør på «Line jorda rundt», ble hedret. Han fikk to diplomer for sin innsats – en utmerkelse som Årets sosiale medier-rådgiver og en som Årets sosiale medier-ildsjel. Prisene ble delt ut under Social Media Days i Oslo i februar 2016.



10

VISUELT 2016

Nettdokumentaren «Bygda som sa nei» fikk gull i klassen Redaksjonell design og datavisualisering under prisutdelingen Visuelt 2016.

Visuelt er en årlig prisutdeling for den kreative bransjen, der det konkurreres i kategorier som grafisk design, illustrasjon, digital design og moving image.

Disse NRK-prosjektene fikk diplomer under samme utdeling:

- Kampanje for NRK TV-aksjonen og Regnskogfondet «Bli regnskogvokter». Oppdragsgiver: NRK TV-aksjonen og Regnskogfondet. Firma: Apt/Pol
- Programdesign for NRK Nyheter «Torp». Oppdragsgiver: NRK. Firma: NRK
- Identitet for NRK Nyheter. Oppdragsgiver: NRK. Firma: NRK

FRAMSENTERETS FORMIDLINGSPRIS

TV- og nettprosjektet «Fuglefjellet» ble tildelt Framsenterets formidlingspris for 2016 under Framdagen i Tromsø i november.

I løpet av fem uker sommeren 2016 sendte NRK 777 timer direkte på nett fra fuglefjellet på Hornøya utenfor Vardø. Det ble også sendt 49 timer med reportasjer på NRK1 og minutt-for-minutt på NRK2. I tillegg ble det laget reportasjer til «Naturens Verden» på NRK P1 og til NRKs distriktssendinger og nasjonale nyhetssendinger. NRK-prosjektet var et samarbeid med forskere fra Norsk institutt for naturforskning, Framsenteret, Universitetet i Tromsø og Seapop.

MERKET FOR GOD DESIGN

NRK Nyheters nye visuelle profil og NRK Super-appen ble begge hedret med Merket for god design i april. Utdelingen av den prestisjefylte utmerkelsen fant sted på Transform 2016 – DOGAs arkitektur- og designdag.

«Det visuelle uttrykket i profilen kjennetegnes av gjennomtenkt bruk av animasjoner, tidslinjer, geometriske figurer og elegant fargesetting. Arbeidet begynte der bruken av nyhetstjenester øker mest».

> «På linje med de beste i verden», uttalte juryen om NRK Nyheters nye visuelle profil.

10. Årets sosiale medier-overraskelse: NRK P3s Line Elvsåshagen. **Foto:** Kim Erlandsen, NRK

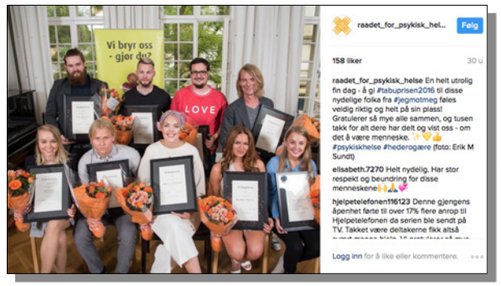
11. Alexandra Beverfjord er nyhetsdirektør i NRK.

12. «Brennpunkt»-trioen avslørte blant annet feil dødsårsak og manipulering av dokumenter i en dokumentarfilm om nordsjødykkere. **Foto:** Sølve Rydland, NRK

13. Trond Ellingsbø (t.v.), leder i Oppland Bondelag, delte ut Bondevettprisen til (f.v.) Reidar Kjæstad, Hans Ulberg og Roar Berntsen for «#NRKfjos». **Foto:** Astrid Simengård



11



TABUPRISEN

Deltakerne i NRK-serien «Jeg mot meg» ble sammen med psykolog Peder Kjøs tildelt Rådet for psykisk helse sin hederspris Tabuprisen 2016.



12

SKUP-DIPLOM

NRKs Synnøve Bakke, Kjersti Knudssøn og Alexander Vollevik Larsen ble tildelt SKUP-diplom 2016 for «Brennpunkt»-dokumentaren «Det dypeste dykket».



13

BONDEVETTPRISEN

Norges Bondelag deler ut Bondevettprisen til personer i eller utenfor norsk landbruk, som har profilert landbruket på en positiv og overraskende måte, og som samtidig er med på å bygge opp under betydningen av norsk mat, matkultur, historie og opprinnelse. I 2016 var det NRKs tur.

«Pris for sunt bondevett er tildelt NRK Hedmark og Oppland ved Reidar Kjæstad og Roar Berntsen for å bidra til å auke kunnskapen om norsk landbruk og bygdeliv, og gje eit uredigert bilde av norsk matproduksjon gjennom satsinga #nrkfjos».

«Pris for sunt bondevett er tildelt Kristin Vold Lexander og Hans Mathias Ulberg for å opne garden, dele kunnskap og gje ei uredigert innsikt i moderne norsk landbruk og matproduksjon gjennom #nrkfjos».

GULLBRANSON

Promoen NRK TV Dokumentar fikk Gullbransonprisen for beste promo på norsk reklamefilmbransjes egen fagprisutdeling i oktober. Promoen, laget av Bjørn Aksel Storaker og Marius Hansen, er satt sammen av mange korte klipp fra forskjellige dokumentarfilmer. Ordene i klippene danner til sammen en rapp.

Det er andre år på rad at NRK vinner denne prisen. Blant de fire nominerte bidragene i denne klassen var tre fra NRK.

Prix Radio 2016:
Den årlige prisutdelingen Prix Radio samler journalister og programledere fra hele landet. Det ble delt ut priser i 19 kategorier med NRK som vinnere i ni av dem.

Årets lokale sendeflate:
Svalbard etter skredet (NRK Troms)

Årets direktesending:
Flom i Buskerud (NRK Buskerud)

Årets intervju: Kronprins Haakon (P3morgen)
Årets reportasje: «Hva skjer når kjærligheten tar slutt?» (Salongen, NRK P2)

Årets radioøyeblikk:
Øyenvitne i Brussel (NRK Alltid Nyheter)

Årets musikkradio:
«Jørn» (NRK P3)

Årets promo:
P13 på stranda (NRK P13)

Årets radionavn:
«P3morgen» (NRK P3)

Årets hederspris:
NRKs Rolf Brandrud



HELL-KONFERANSEN

Beste featurejournalistikk: «Fødsel» – NRK Newton-redaksjonen ved Mari Langva (producer), Morten Waagå (foto), Jane Rasmussen (foto), Lars Kristian Skjetne (foto) og Line Jansrud (programleder).

«Mesteparten av journalistikken lages for voksne, men årets prisvinner utmerker seg ved å lage kvalitetsjournalistikk for barn. Ved hjelp av enkle, men sterke virkemidler, oppleves en stor nærhet til den dramatiske og fantastiske opplevelsen en fødsel er. Prisvinnerne har latt seerne følge prosessen fra den første graviditetstesten til barnet kommer til verden. Programlederen utmerker seg med høy fagkompetanse og stor fortellerglede i sitt virke.»

Hedersprisen:
Kari Sørbø, NRK

«Årets hederspris går til en person som startet sin karriere på Finnmarkskysten i 1979. I fem tiår har reporteren og programlederen satt sitt preg på NRK, regionalt og nasjonalt. Hun har alltid lytteren eller TV-seeren i fokus når hun lager reportasjer, og lar ingen slippe unna vanskelige spørsmål. I intervjuteknikk er det få som kan måle seg med henne. Hun er raus med kolleger, og er en klar og tydelig stemme i alle redaksjoner.»

MENNESKERETTIGHETSPRIS

Kulturdepartementets Menneskerettspris 2016 gikk til journalistene bak Brennpunkt-dokumentaren «Fortell og forsvinn».


14

Internasjonale priser

INTERNATIONAL EMMY KIDS AWARDS

NRK-programmet «Best i mest» vant en Emmy-pris i kategorien for Beste underholdning uten manus.

– Det fineste er at dette er en serie som tar utgangspunkt i barnas egne behov. Den tar tak i dem som er treningslei og i ferd med å droppe ut av idretten. De lærer at det aldri er for sent å gripe tak i noe nytt, sa programredaktør i NRK Super, Hildri Gulliksen, etter utdelingen i april 2016.


15

PRIX DE JEUNESSE – VM I BARNE-TV

NRK fikk prisen for beste non-fiction-program for målgruppen under seks år for en av episodene i dokumentarserien «Litt av en jobb!».

Den gjeve prisen ble delt ut i München i mai.

14. NRK-journalistene (f.v.) Inger Marie Norstrøm, Mari Allgot Lie og Geir Pettersen fikk Kulturdepartementets Menneskerettighetspris. **Foto:** Mads Nygård, NRK

15. NRK Super-serien «Best i mest» fikk en Emmy i International Emmy Kids Awards. Bak (f.v) Truls Pedersen, Simen Kvarstad, Christina Paus, Yousef Hjelde Elmofty, Hanna Lene Sandven, Anna Juan Evensen og Bård Nesteng. Foran (f.v.) Victor Dammann, Katrine Hillestad og Fred-Levi Andersen. **Foto:** Anne Liv Ekroll, NRK

EUROVISION CONNECT

Den europeiske kringkastingsunion (EBU) arrangerer hvert år konferansen Eurovision Connect der temaet er kommunikasjon, design og markedsføring i tradisjonelle og nye medier.

Under konferansen i mai vant NRKs markedsavdeling gull i tre kategorier i konkurranse med totalt 250 innsendte bidrag fra hele Europa.

Beste musikk/lyd i en promofilm:
VM Sjakk-promo. NRK-team: Bjørn Aksel Storaker, Marius Hansen, Christopher Homan og Asbjørn Aga.

Beste redigering på eksisterende materiale:
Valgrap. NRK-team: Bjørn Aksel Storaker, Marius Hansen, Reuben Sletten, Pål Gustav Widerberg, Christopher Homan og Asbjørn Aga.

Beste promo for radioprogram:
«Radioresepsjonen»-promo. NRK-team: Per Harald Kårstad, Christopher Homan, Marius Hansen og Karoline Berg.

GOLD WORLD MEDAL

Programserien «Datoen», laget av Monster for NRK, fikk TV-prisen Gold World Medal og ble kåret til beste dokumentar- og informasjonsprogram under New York Festival i april 2016.

– Datoen er et prosjekt NRK har hatt stor tro på helt siden vi fikk presentert ideen fra Monster for tre og et halvt år siden. Det er gjort et ufattelig stort og godt stykke TV-arbeid i å utvikle dette formatet, sa prosjektredaktør i NRK, Marie Sjo, etter utdelingen.

PRIX CIRCOM

«Brennpunkt»-programmet «Det dypeste dykket» vant i klassen for undersøkende journalistikk under Prix Circom-utdelingen i Plovdiv i Bulgaria i mai. Dette er en konkurranse med regionale kringkastere fra hele Europa.

KLIMAPRIS

NRK-serien «Oppdrag Nansen» (NRK Troms) ble tildelt en klimapris i Asia i mai. TV-serien med de fire unge polfarerne fikk prisen «Best human story on climate change» under Krabi 2016 Media Summit i Thailand.

PRIX ITALIA

NRK vant prisen i klassen for beste musikkprogram under den prestisjetunge internasjonale radio- og TV-konferansen Prix Italia i oktober. Prisene herfra blir ofte referert til som «VM i radio og TV».

Programmet «Naturens sang som jeg kan synge, på ville veier i Tuva, Sibir» ble sendt i «Jungeltelegrafen» på NRK P2 i september.

Guri Skeie gjorde opptakene i Sibir et år tidligere, og brukte et par måneder på radioprogrammet innimellom andre oppdrag.



16. Guri Skeie Gundersen med Prix Italia-diplomet. **Foto:** NRK

PRIX EUROPA

Krigsdramaet «Nobel», som ble sendt på NRK i september og oktober, ble kåret til Europas beste dramaserie under Prix Europa-utdelingen i Berlin i oktober.

– Å vinne for «Nobel», i konkurranse med de beste serien fra andre europeiske land, er en stor ære for Monster Scripted som produksjonsselskap. Å produsere TV-drama er et teamarbeid. Denne prisen deles derfor med alle involverte, både foran og bak kamera, sa Håkon Briseid i produksjonsselskapet Monster.

Prix Europa er en årlig festival og konkurranse for europeiske radio-, fjernsyns- og nettproduksjoner.

NORTHERN CHARACTER

NRK-produksjonene «Oppdrag Nansen» og «Et eventyr gjennom linsa» gikk helt til topps under den internasjonale film- og TV-festivalen Northern Character i Murmansk i november.

- «Oppdrag Nansen» ble kåret til Årets beste ungdomsprogram.
- «Et eventyr gjennom linsa» ble kåret til Årets beste TV-program.

DIGITAL ONLINE AWARD» I LONDON

Ungdomsserien «Skam» fikk prisen «Digital Online Award» – en pris for drama, som er produsert først og fremst for nett, og ikke for lineær-TV. Prisen blir hvert år delt ut av bransjetidsskriftet C21. 480 bidrag fra hele verden konkurrerte i 13 forskjellige kategorier.

NORDENS SPRÅKPRIS

TV-serien «Skam» mottok i desember Nordens språkpris 2016 for sin evne til å engasjere et ungt, nordisk publikum, styrke forståelsen av skandinaviske språkvariasjoner og bygge opp positive holdninger til nabospråkene i Norden.

I sin begrunnelse sa juryen blant annet at «Skam» er et godt eksempel på at dubbing av skandinaviske filmer og serier ikke er nødvendig:

«Originalspråket er med andre ord en viktig del av seer-opplevelsen, en identitetsmarkør som er annerledes, men likevel så kjent og lik ens egen, at den enkelt kan tas opp i eget repertoar. Få har klart å gjøre nabospråk så morsomt og relevant blant unge nordboere som årets prisvinner».

– Vi er veldig stolte og glade for å få Nordens språkpris. Jeg mener også at det er veldig fortjent, all den tid «Skam» har fått skandinavisk ungdom til å interesse seg for norsk, og innse at vi tilhører samme språkfamilie. «Skam» bygger språkbruk til resten av Norden. Det er utrolig gøy, sa Håkon Moslet, redaksjonssjef i NRK P3.



NRKS ALLMENNKRINGKASTINGSOPPDRAG

§ 12 NRK skal understøtte og styrke demokratiet

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

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

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

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

§ 13 NRK skal være allment tilgjengelig

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

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

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

§ 14 NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

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

b. NRK skal bidra til å styrke norsk og samisk språk, identitet og kultur. En stor andel av tilbudet skal ha norsk forankring og speile norske virkeligheter. NRK skal ha programmer for nasjonale og språklige minoriteter. NRK skal ha daglige sendinger for den samiske befolkning.

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

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

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

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

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

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

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

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

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

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

b. NRK skal være nyskapende og bidra til kvalitetsutvikling.

c. NRK skal kunne formidle samme type tilbud som også tilbys av kommersielle aktører, men bør etterstrebe å tilføye sitt tilbud et element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet.

d. NRKs tilbud skal ha tematisk og sjangermessig bredde.

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

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

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

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

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

§ 16 NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt

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

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

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

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

e. NRKs allmennkringkastingstilbud, både i tradisjonell programvirksomhet og i form av nye medietjenester, skal hovedsakelig finansieres ved kringkastingsavgift.

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

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

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

Nasjonale og internasjonale nyheter

Et eget regionalt nyhets- og innholdstilbud

Egenutviklet innhold for barn og unge

Fakta- og bakgrunnsinformasjon for nyheter, debatt og aktuelle samfunnsspørsmål

Kunst og kultur

Sport og underholdning

Tjenester og spill som stimulerer til interaktiv deltakelse

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

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

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

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

Bidragsytere

Tekst	NRK
Statistikk	NRK
Form	Bleed
Bidragsytere i NRK	Monica M. Walter, *Prosjektleder* Hilde Thoresen, *Tekstforfatter* Tone Libråten, *Tekstforfatter* Katrine Raade, *Tekstforfatter* Signe Karin Hotvedt, *Tekstforfatter* Cecilie Lyng, *Profilsjef* NRKs avdelinger, *Bilde/lyd/tekst*