



Ungdommens NRK-plakat

Hva mener ungdom om NRK?



Elever på Porsgrunn vgs tester ut tv. (Foto: Kristina Førli Aas, NRK Østafjells)

*En undersøkelse gjennomført av Nordiske Mediedager
på oppdrag fra Kulturdepartementet.
Presentert på konferansen Nmd UNG
tirsdag 5. mai 2015.*

Sammendrag:

Nordiske Mediedager (NMD) gjennomførte våren 2015 en undersøkelse på oppdrag fra Kulturdepartementet for å finne ut mer om ungdoms forhold til NRK. 1893 elever på videregående skoler over hele landet har svart på undersøkelsen.

Flertallet – 63 prosent - svarer at NRK ikke er særlig viktig for dem, mens 43 prosent svarer at de ikke synes de kjenner NRKs tilbud særlig godt. «Nyheter» er det ordet som brukes oftest når elevene svarer på hva de først tenker på når de tenker på NRK. Underholdning, nyheter og musikk er det de ser og hører mest på av NRKs tilbud, og NRK1 er den kanalen elevene bruker mest av NRKs kanaler. Men 14 prosent svarer også at de ikke bruker NRK i det hele tatt.

Vanlige radio- og TV-apparater brukes i mindre grad av unge. Hele 82 prosent strømmer film, serier, tv-programmer, musikk og prat fra nettet. Netflix og YouTube er de hyppigst brukte strømmestedene, og pc/mac er den dingsen flest bruker når de ser TV-programmer.

77 prosent svarer nei til å betale lisens for å se på nrk.no dersom de ikke har TV-apparat.

Som del av prosjektet gjennomførte NRKs distriktskontorer diskusjonsmøter på lokale videregående skoler for å høre mer om hva som skal til for at NRKs tilbud blir mer brukt av unge. Elevene oppsummerte i grupper etterpå fem krav til Ungdommens NRK-plakat.

Det kom inn til sammen 116 gruppesvar, hvert med fem forslag til krav. Med utgangspunkt i alle svarene som kom inn, ble et utkast på ti krav presentert for deltakerne på Nmd UNG-konferansen i Bergen 5. mai. Avstemningen blant nær 700 deltakerne resulterte i en fem-punkters Ungdommens NRK-plakat, som ble overrakt statssekretæren i Kulturdepartementet.

Dette er Ungdommens NRK-plakat:

- **Vi vil at NRK skal produsere flere programmer for unge. I dag er de aller fleste programmene rettet mot enten eldre eller barn.**
- **Vi vil at NRK skal være mer internasjonalt, dvs. ha flere serier, filmer og dokumentarer fra andre land.**
- **Vi vil at NRK skal sende flere humorprogrammer, serier, filmer og dokumentarer og legge dem lett tilgjengelig på nett. De må ligge der lenger enn i dag.**
- **Vi vil at NRK fortsatt skal være reklamefritt.**
- **Vi vil at NRK skal ha studentrabatt på lisensen.**

Innhold:

1. Bakgrunn
2. Forprosjekt
3. Undersøkelsen – metode
4. Krav til NRK – Ungdommens NRK-plakat
 - a. Variasjon og mangfold
 - b. Utkast til Ungdommens NRK-plakat
5. Nmd UNG 5. mai:
 - a. Deltakerne stemmer
 - b. Her er Ungdommens NRK-plakat
6. Den individuelle undersøkelsen - resultater
 - a. Hvem har svart
 - b. Hva svarer de?



Elever på Vennesla vgs diskuterer krav til Ungdommens NRK-plakat. (Foto: Signe Høgh)

1. Bakgrunn

Kulturdepartementet ga våren 2015 Nordiske Mediedager i oppdrag å finne ut mer om ungdoms forhold til NRK. Oppdraget er et ledd i departementets arbeid med den varslede stortingsmeldingen om NRK og endringene i NRK-plakaten, som skal legges frem før sommeren. I tråd med oppdraget vil resultatet av undersøkelsen presenteres på Mediedagenes ungdomskonferanse, Nmd UNG, i Bergen 5. mai 2015.

Flere undersøkelser tyder på at ungdom faller fra som brukere av NRKs lineære programmer, Med unntak av P3 og MP3, som de siste årene har økt lyttertall i aldersgruppen 15-29, viser seertallene nedgang i samme aldersgruppe for TV-kanalene.

Målet med undersøkelsen har vært å finne ut mer om hvorfor det er slik, og hva som må til for at NRK skal opfylle det behovet også ungdom har for nyheter, fakta og underholdning, slik at NRK skal bli en viktig kanal for dem.

Arbeidet skulle munne ut i en «Ungdommens NRK-plakat» der unges ønsker og krav til NRK vil bli konkretisert. Et utkast med krav til en slik plakat ble lagt frem til avstemning for de nærmere 700 deltakerne på Nmd UNG-konferansen. De fem punktene som fikk flest stemmer, ble overrakt Kulturdepartementet som de unges bidrag til arbeidet med stortingsmeldingen og revisjonen av NRK-plakaten.



Redaksjonssjef Anne Ardem fra NRK Østlandssendingen møter elevene på Elvebakken vgs i Oslo. (Foto: Trine Østlyngen)

2. Forprosjekt

Konkretisering av prosjektbeskrivelse og metode for undersøkelsen ble gjort i dialog mellom departementet og NMD på nyåret 2015. Det ble raskt klart at tiden var knapp dersom vi skulle nå ut til ungdom over hele landet og få en tilfredsstillende geografisk representasjon i svarene som skulle presenteres på Nmd UNG-konferansen 5. mai. Undervisningsplanene for vårsemesteret var for lengst lagt, og dette er erfaringsmessig et krevende semester både for elever og lærere, med mange elevoppgaver, heldagsprøver, tentamener og eksamener.

Løsningen ble å søke samarbeid med NRKs distriktskontorer slik at vi i alle fall kunne nå ut til ungdom på videregående skoler i de 13 distriktene disse kontorene dekket.

NRK-direktør for Distriktsdivisjonen, Grethe Gynnild Johnsen var positiv til henvendelsen. Hun ga prosjektsjef Ulf Morten Davidsen i oppdrag å koordinere kontakten mellom NMD og distriktskontorene. Forutsetningen for samarbeidet var at NMD hadde ansvar for og enerett til alt rundt undersøkelsen og forslagene til en Ungdommens NRK-plakat, mens NRK fikk mulighet til å diskutere sine programtilbud direkte med ungdom.

NMDs prosjektleder Trine Østlyngen utarbeidet et opplegg for de deltagende skolene, med lærerveiledning, en individuell digital spørreundersøkelse om unges forhold til NRK spesielt og medier generelt, og en digital gruppeundersøkelse der elevene skulle diskutere seg frem til fem krav til NRK.



Gruppearbeid om krav til Ungdommens NRK-plakat på Kristiansund vgs. (Foto: Hallstein Vemøy)

3. Undersøkelsen – metode

Bærebjelken i undersøkelsen har vært diskusjonsmøter mellom NRK-medarbeidere og grupper av elever på 12 videregående skoler spredt over hele landet. NRK Troms var det eneste kontoret som ikke hadde anledning til å gjennomføre det. (Se vedlegg med oversikt over deltagende skoler.)

Det har vært viktig at elevene har svart på den individuelle undersøkelsen FØR møtet med NRK, slik at det er deres basiskunnskap om NRK som måles i undersøkelsen.

Etter møtet satt elevene seg ned i grupper og oppsummerte hvilke krav de ville stille til NRK for å gjøre NRK mer attraktivt for ungdom. Kravene ble skrevet inn i den digitale gruppeundersøkelsen til NMD.

NMDs prosjektleder har hatt direkte kontakt med alle de aktuelle NRK-medarbeiderne og lærerne både på forhånd for å orientere om målsettingen med prosjektet, og etterpå for å høre hva som kom ut av det.

Jevnt over har reaksjonene etter møtene vært positive fra alle. Lærerne forteller om engasjerte elever, og for flere av dem klaffet tidspunktet godt med undervisningsopplegg de allerede var i gang med.

Fra NRKs medarbeidere har tilbakemeldingen gått på at det har vært nyttig å få så direkte meninger om NRK som de har fått, og flere sier at det har vært en god vekker.

Flere av møtene ble strømmet lokalt, og det er samlet inn videonnslag og fotodokumentasjon fra alle møtene som vil bli lagt på NMDs hjemmeside i tilknytning til Ungdommens NRK-plakat.

For å nå ut til så mange ungdom som mulig, oppfordret vi lærerne til å spre den individuelle undersøkelsen til alle elevene på skolen, også til de som ikke deltok på møtet med NRK.

Dessuten sendte vi undersøkelsen til NMDs lærerkontakter, og vi fikk også hjelp av Nasjonal Digital Læringsarena, NDLA, til å spre undersøkelsen via sitt kontaktnett.

Slik nådde vi direkte ut til minst 30 videregående skoler i hele landet, i tillegg til de 12 skolene som hadde møter med NRK (se vedlegg). Av resultatet ser vi at deltakelsen nok varierer fra skole til skole og fra fylke til fylke. Det er ikke mulig å anslå hvor mange elever som har fått tilbud om å svare på undersøkelsen. Men et resultat på 1893 svar fra alle landsdeler i løpet av noen vårmåneder mener vi må være et godt utgangspunkt for å kunne trekke noen trender ut av materialet.



Elever på Byåsen vgs i Trondheim har gruppearbeid og diskuterer krav til Ungdommens NRK-plakat. (Foto: Bjarte Johannessen)

4. Krav til NRK: Ungdommens NRK-plakat

a. Variasjon og mangfold

Det kom inn til sammen 116 gruppeforslag med krav til Ungdommens NRK-plakat, med fem krav i nesten alle forslagene.

Forslagene er varierte og mangfoldige, og det har vært en krevende oppgave å sammenfatte de ti forslagene som ble lagt frem til avstemning for deltakerne på Nmd UNG-konferansen.

Mange av kravene gikk på enkeltprogrammer eller type programmer som gruppene ville ha mer eller mindre av. Noen ville ha mer nyheter og dokumentarer, andre ville ha mindre av det. Noen ville ha mer humor og reality, andre ville syntes det var for mye av det allerede. Og noen ville ha mer sport, andre mindre, noen mer fotball, andre mindre osv.

Ikke overraskende viser svarene at det kanskje kan være like stor variasjon i ønsker og behov blant unge som blant voksne...

Men noe går igjen: Svært mange ønsker seg flere tilbud rettet særlig inn mot unge som målgruppe, og flere mener at NRKs tilbud treffer barn og voksne bedre enn ungdomsgruppen.

Felles for de ti forslagene til krav som er trukket ut, er at de i en eller annen form går igjen i flere av gruppeforslagene. Dessuten er de forsøksvis litt mer overordnet enn de ønskene som går på mer eller mindre av enkeltprogrammer.

b. Utkast til Ungdommens NRK-plakat

Her er utkastet med ti punkter til Ungdommens NRK-plakat som ble presentert for deltakerne på Nmd UNG-konferansen 5. mai:

- A. Vi vil at NRK skal produsere flere programmer for unge. I dag er de aller fleste programmene rettet mot enten eldre eller barn.*
- B. Vi vil at NRK skal være mer internasjonalt, dvs. ha flere serier, filmer og dokumentarer fra andre land.*
- C. Vi vil at NRK skal sende flere humorprogrammer, serier, filmer og dokumentarer og legge dem lett tilgjengelig på nett. De må ligge der lenger enn i dag.*
- D. Vi vil at NRK skal lage en egen ungdomskanal, av ungdommer til ungdommer, f.eks. av medieelever i praksis. Skill bedre NRK3 fra NRK Super!*
- E. Vi vil at NRK fortsatt skal være reklamefritt.*
- F. Vi vil at NRK skal reklamere mer for seg selv – også på sosiale medier - om hvilke ungdomsprogrammer som går når og hvor. Det er ikke lett å finne ut av det i dag.*
- G. Vi vil at NRK skal ha en egen nyhetssending for ungdom hver dag om hvordan unge bidrar i samfunnet nasjonalt og internasjonalt, bl.a. innenfor skole, organisasjoner, idrett og kultur.*
- H. Vi vil at NRK skal ha unge programledere og nyhetsankere med ulike dialekter.*
- I. Vi vil at NRK skal ha studentrabatt på lisensen.*
- J. Vi vil at NRK skal ha fleire intervjupersoner, kilder og gjester som ungdom kjenner til. Da vil programmene bli mer interessante for ungdom.*

5. Nmd UNG 5. mai:

a. Deltakerne stemmer

Hvert av de ti punktene ble presentert fra scenen av Nmd UNG-programlederne Hasse Hope og Erik Solbakken. Deltakerne fikk beskjed om at de bare kunne stemme på fem av dem. Deretter ble ett og ett punkt tatt opp til mobilavstemning via Kahoot, og deltakerne stemte ja eller nei til om dette punktet skulle være med i den endelige plakaten.

De fem punktene som fikk flest ja-stemmer, ble skrevet ned på flipover på scenen og høytidelig overrakt statssekretæren i Kulturdepartementet, Bjørgulv Vinje Borgundvaag.

Og slik ble det endelige resultatet:

b. Her er Ungdommens NRK-plakat:

Ungdommens NRK-plakat
Vedtatt av deltakerne på Nmd UNG-konferansen 5. mai 2015

- ✓ Vi vil at NRK skal produsere flere programmer for unge. I dag er de aller fleste programmene rettet mot enten eldre eller barn.
- ✓ Vi vil at NRK skal være mer internasjonalt, dvs. ha flere serier, filmer og dokumentarer fra andre land.
- ✓ Vi vil at NRK skal sende flere humorprogrammer, serier, filmer og dokumentarer og legge dem lett tilgjengelig på nett. De må ligge der lenger enn i dag.
- ✓ Vi vil at NRK fortsatt skal være reklamefritt.
- ✓ Vi vil at NRK skal ha studentrabatt på lisensen

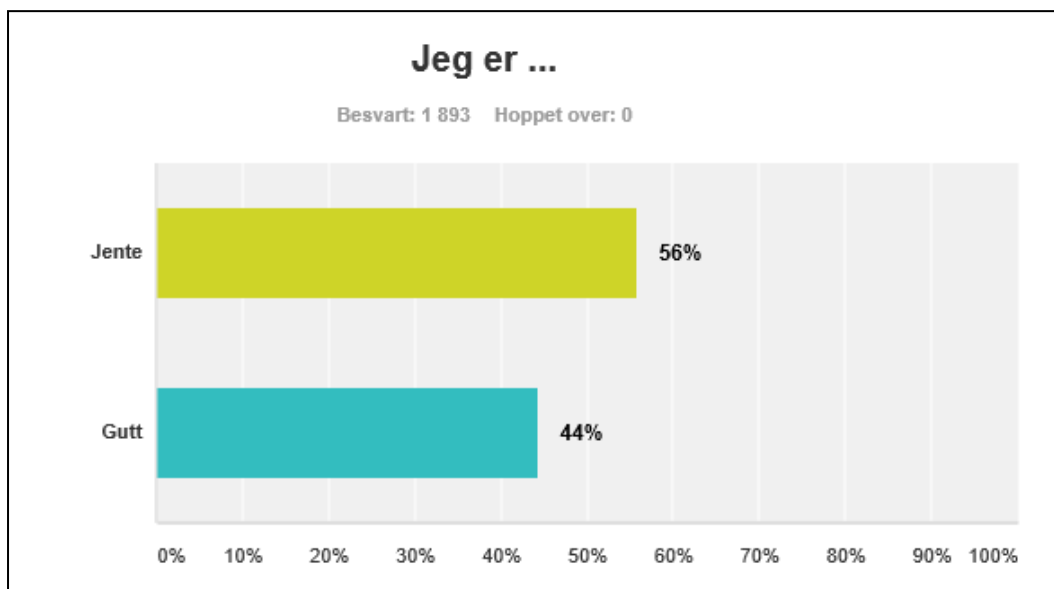


*Statssekretær Bjørgulv Vinje Borgundvaag i Kulturdepartementet får overrakt Ungdommens NRK-plakat på Nmd UNG-konferansen av programlederne Hasse Hope og Erik Solbakken.
(Foto: Martin Håndlykken/Nordiske Mediedager)*

6. Den individuelle undersøkelsen – resultater.

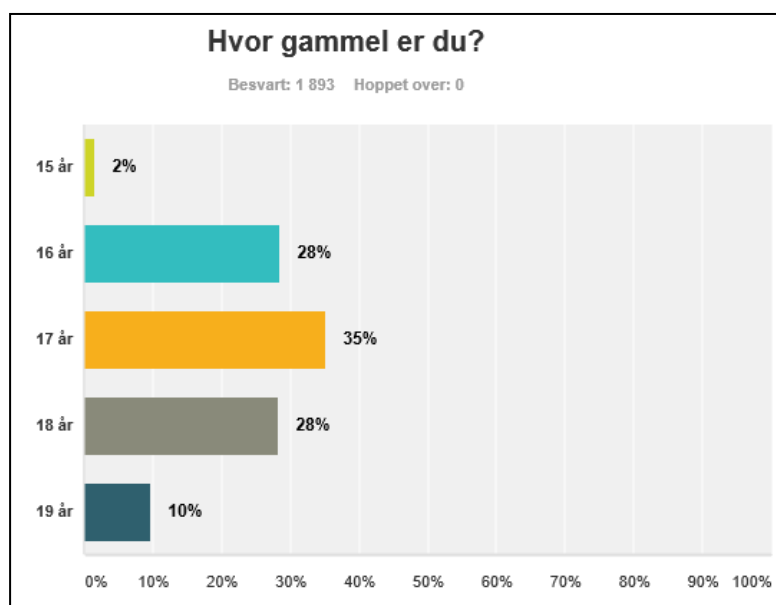
a. Hvem har svart?

Av de 1882 som har svart på den individuelle undersøkelsen, er flertallet jenter. Kjønnfordelingen ser slik ut:



Undersøkelsen ble sendt ut til det som i denne sammenhengen var målgruppen; elever på videregående skoler. Vi håpet i utgangspunktet på svar fra alle klassetrinn, og det har vi fått. Resultatet viser at vel en tredjedel av svarene kom fra aldersgruppen 17 år, mens 16- og 18-åringene begge utgjorde vel en fjerdedel av de som svarte. Ti prosent var 19 år, mens 15-åringene utgjorde to prosent.

Slik fordelte elevene som svarte seg aldersmessig:



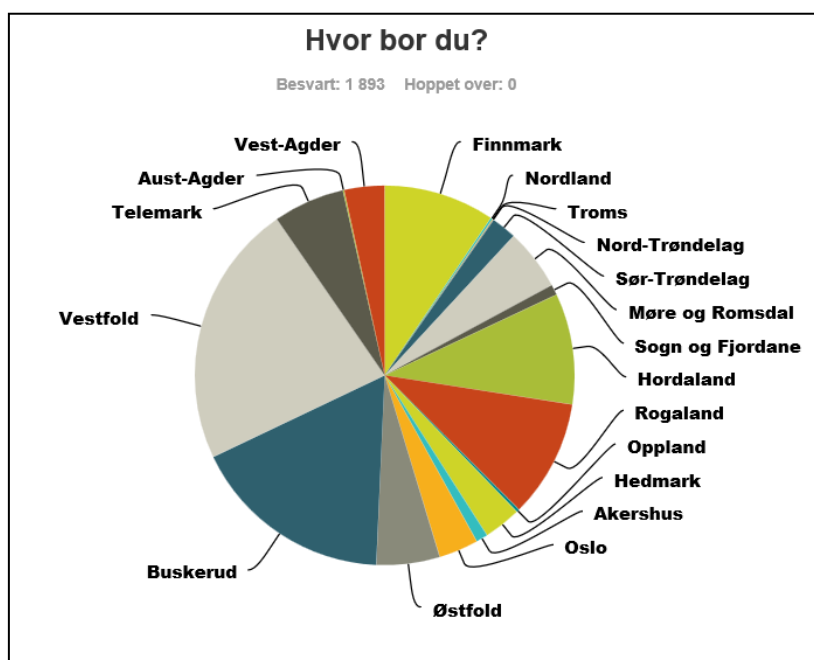
Et viktig mål med undersøkelsen har vært å få frem meninger fra unge over hele landet. Takket være samarbeidet med NRKs distriktskontorer har NMD kommet i kontakt med videregående skoler i nedslagsfeltet til 12 av de 13 distriktskontorene til NRK.

I tillegg har vi brukt både NMDs eget kontaktnett og nettverket til Nasjonal Digital Læringsarena (NDLA) for å nå ut til lærere som kan spre undersøkelsene videre til elevene på sine skoler.

Vi har brukt mye tid på å appellere til lærere om hvor viktig det er å la elevene få mulighet til å si sin mening om NRK, og mange har fulgt opp dette på en fin måte – midt i en tid med heldagsprøver og mye annet på timeplanen.

Resultatet er at alle landsdeler er representert i undersøkelsen – riktignok med store variasjoner mellom fylkene – men likevel stor nok geografisk spredning til at vi vil si at dette målet er tilfredsstillende oppfylt. Vestfold, Buskerud, Hordaland, Rogaland og Finnmark er de fire fylkene som er best representert. Troms er dessverre dårlig representert som følge av at NRK-Troms ikke hadde anledning til å delta i prosjektet.

Slik ser den geografiske fordelingen av svarerne ut:



b. Hva mener de unge om NRK?

Her er hva som er kommet inn av svar på de enkelte spørsmålene i den individuelle spørreundersøkelsen:

Spørsmål 4: Hva er det første du tenker på når du tenker på NRK?

Med dette spørsmålet ønsket vi først og fremst å finne ut hva elevenes første assosiasjon til NRK er – uten å gi dem noen føringer. Derfor er spørsmålet åpent, og vi har fått et stort mangfold av svar i kommentarfeltet.

Men tekstanalysen er tydelig: Nyheter er det ordet som går igjen i flest svar. Vel 40 prosent av svarene assosierer NRK med nyheter. Ordet kjedelig kommer på andreplass i nær 7 prosent av svarene. Reklame, Barne tv, norsk, dokumentarer, Nytt på nytt og lisens er også ord som trekkes frem av flere. I denne sammenhengen brukes nok ordet reklame først og fremst i betydningen ikke reklame, som vi kommer tilbake til i spørsmål 22.

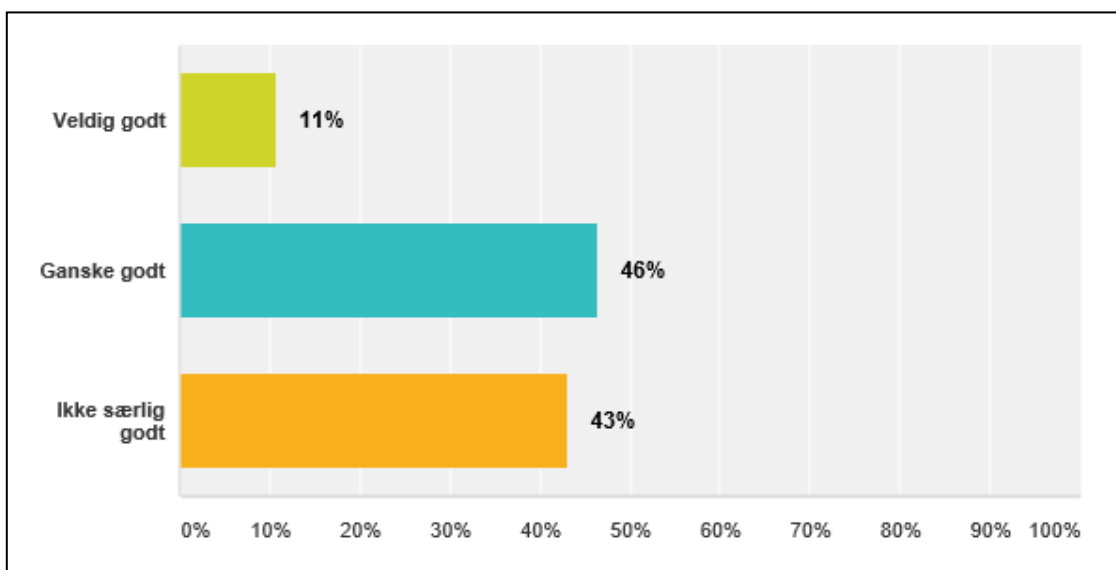


Nyheter		40,33%	607
Kjedelig		6,91%	104
Kanal		6,51%	98
Reklame		5,12%	77
Barne tv		4,92%	74
Norsk		4,58%	69
Programmer		3,99%	60
Dokumentarer		3,52%	53
NRK		3,46%	52
Nytt på Nytt		2,92%	44
Lisens		2,79%	42

Spørsmål 5: Hvor godt synes du at du kjenner til NRKs tilbud:

43 prosent av alle som svarte, mener at de ikke kjenner til NRKs tilbud særlig godt. 11 prosent synes de kjenner tilbudet veldig godt, mens 46 prosent mener de kjenner det ganske godt.

Det betyr at et flertall mener de vet veldig godt eller ganske godt hva NRK har av programtilbud. Men det at såpass mange sier de ikke kjenner det særlig godt, kan tyde på at NRK må bli flinkere til å promotere egne tilbud overfor ungdom. Det ble også bekreftet på flere av dialogmøtene medarbeidere fra NRKs distriktskontorer hadde ute på den lokale videregående skolen. Dette var også noe som gikk igjen blant forslagene til krav til Ungdommens NRK-plakat.



Spørsmål 6: Kan du med noen få stikkord beskrive de ulike NRK-kanalene? (Hopp over de du ikke vet noe om.)

Her ønsket vi å teste ut ungdommenes basiskunnskap om de enkelte kanalene, og lot derfor kommentarfeltene være åpne – uten førende svaralternativer.

Ved å gi dem mulighet til å hoppe over de kanalene de ikke visste noe om, fikk vi også en indikator på hvilke kanaler som er mest – og minst – kjent blant ungdom. NRK1 og NRK Super var desidert de kanalene flest kjente til. Henholdsvis 92 prosent og 88 prosent av alle som svarte, fylte ut svar på disse to. nrk.no kom på plass tre med 70 prosent svar.

Mer overraskende var det kanskje at NRKs ungdomskanaler P3, NRK3 og mP3 ikke kom høyere opp på listen enn tredje, fjerde og femte plass. P2 var den kanalen som færrest svarte på – men likevel nær halvparten av alle som svarte.

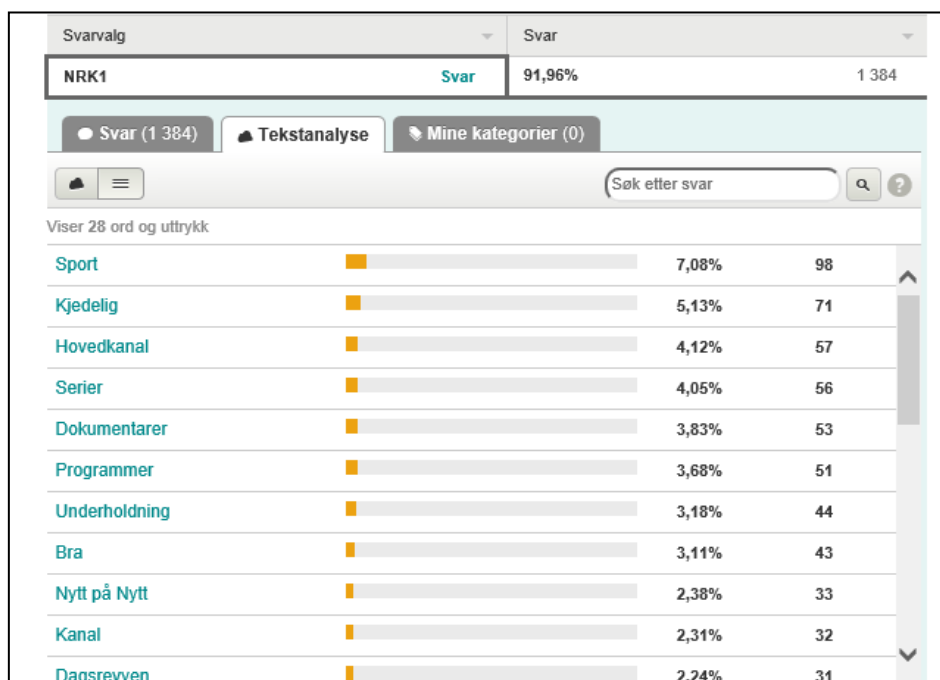
Kan du med noen få stikkord beskrive de ulike NRK-kanalene? (Hopp over de du ikke vet noe om.)

Besvart: 1 505 Hoppet over: 378

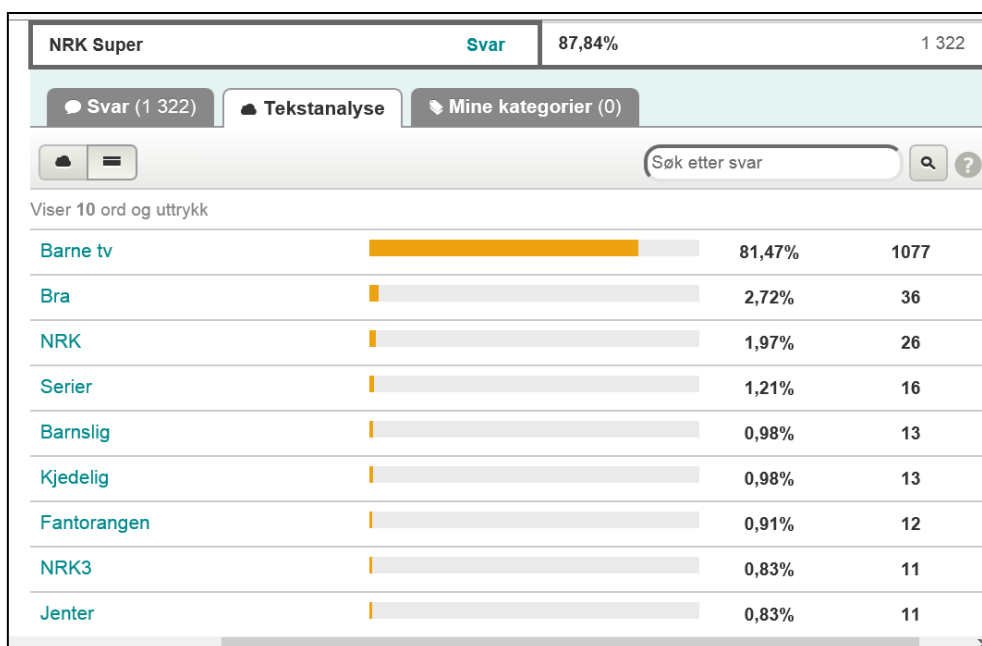
Svarvalg		Svar	
NRK1	Svar	91,96%	1 384
NRK Super	Svar	87,84%	1 322
nrk.no	Svar	70,30%	1 058
P3	Svar	68,64%	1 033
NRK3	Svar	66,11%	995
mP3	Svar	63,39%	954
P1	Svar	60,66%	913
NRK2	Svar	59,07%	889
P2	Svar	49,44%	744

Hva svarte de så om de ulike kanalene?

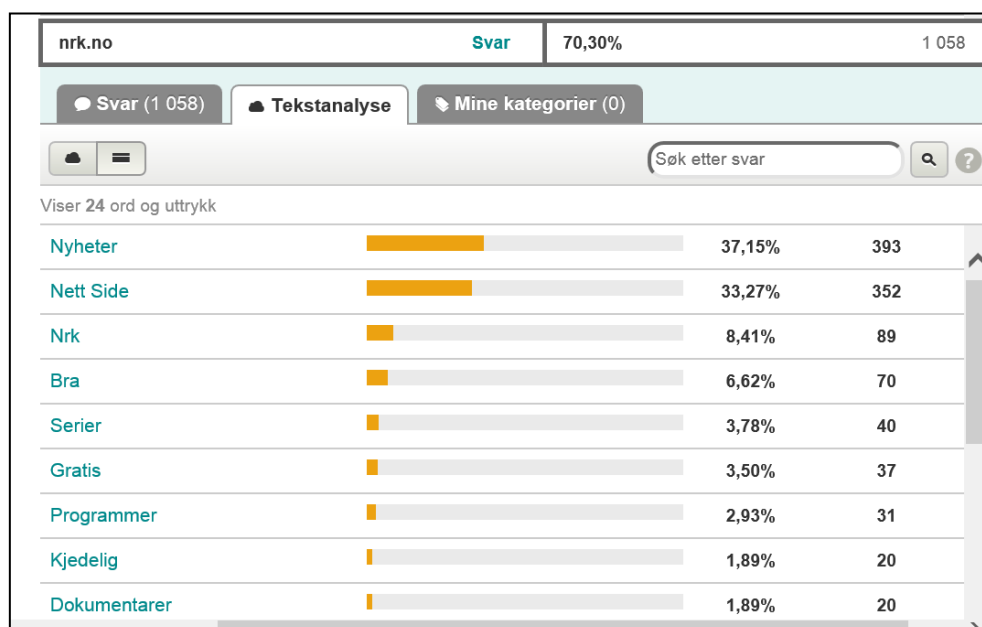
Sport, kjedelig og hovedkanal er de ordene som oftest gikk igjen i svarene om NRK1:



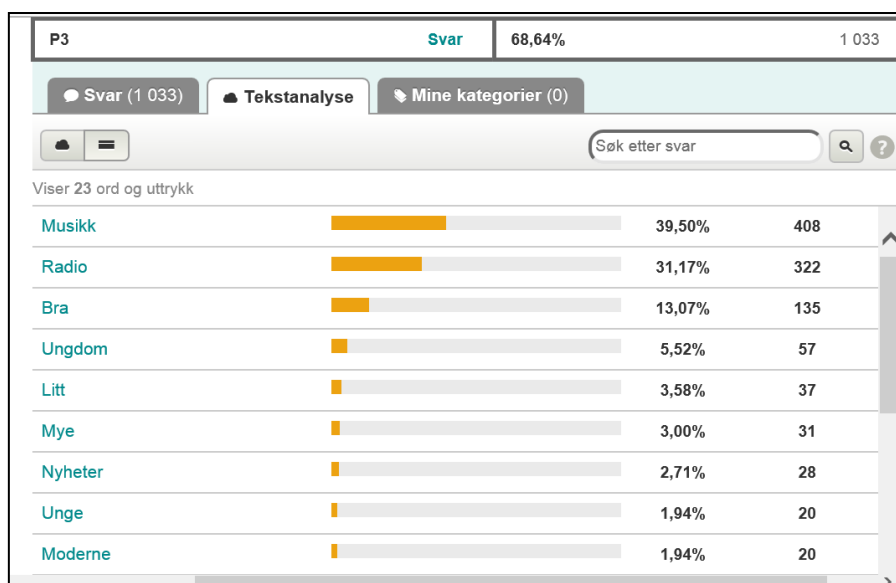
At NRK Super er kanalen for barn var det liten tvil om blant de spurte:



Nyheter og nettside var blant ordene som gikk mest igjen blant svarene for nrk.no:

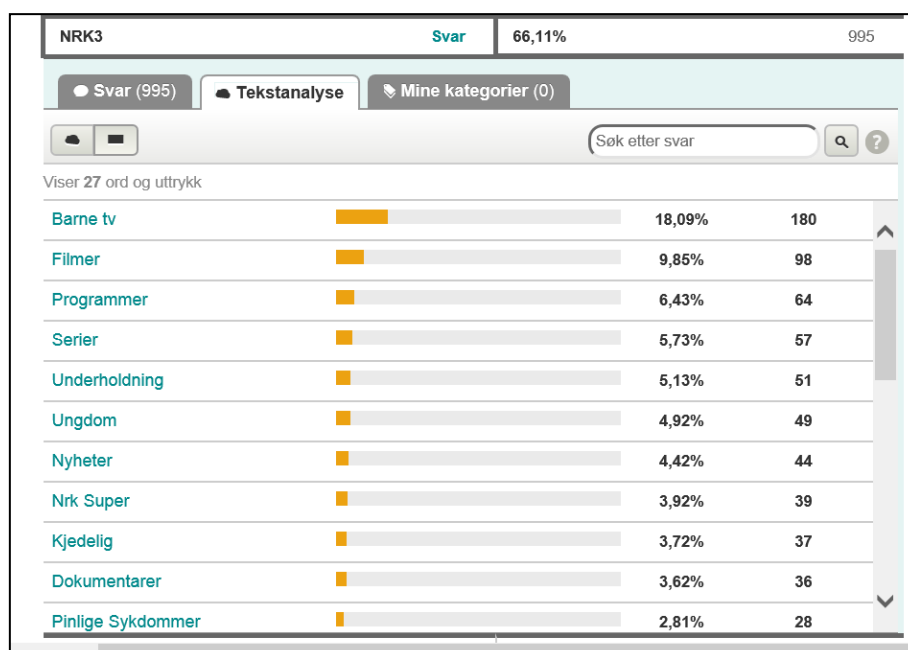


Musikk, radio, bra og ungdom brukes mest når svarene skal beskrive P3:

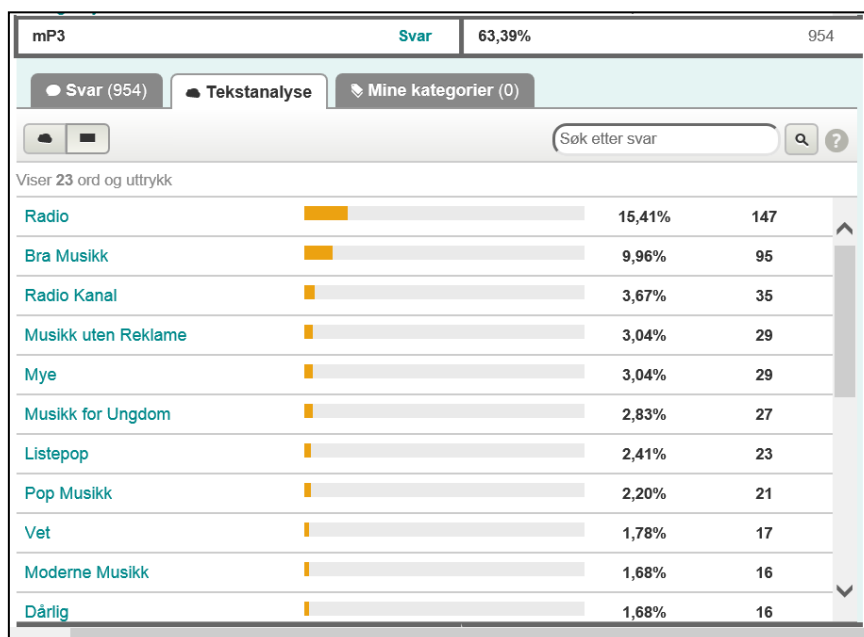


Flere av de unge assosierer tydeligvis NRK3 med barne-TV, til tross for at NRK3 selv presenterer seg som en underholdningskanal for unge voksne, med hovedvekt på aldersgruppen mellom 12-29 år.

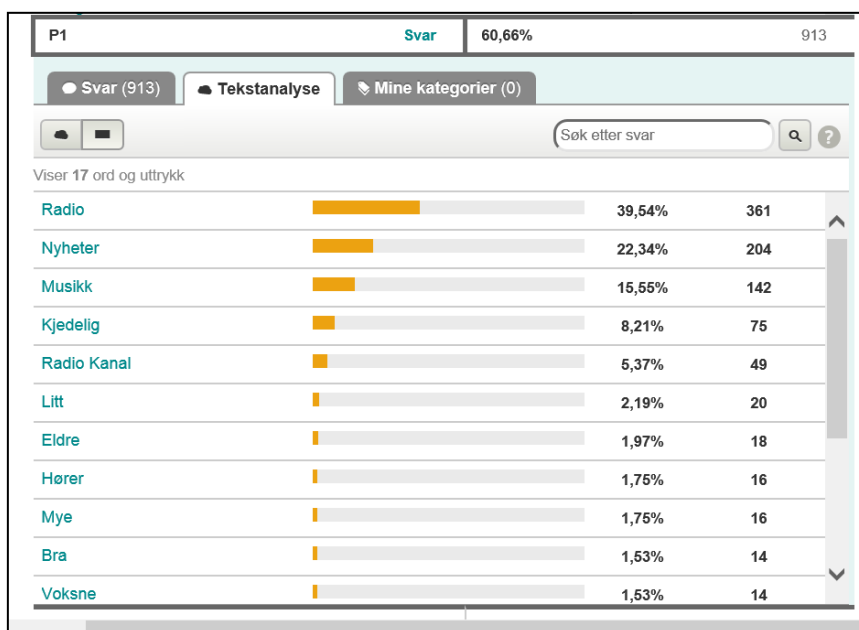
Riktignok har NRK Super sendinger på kanalen på dagtid. Men fra 19.30 tar NRK3 over med både filmer, serier og underholdning for ungdom som er eldre enn NRK Supers seere, slik det også kommer frem på tabellen nedenfor. Men det kan se ut som det er et potensial for bedre promotering av denne delen av kanalens tilbud til ungdomsgruppen.



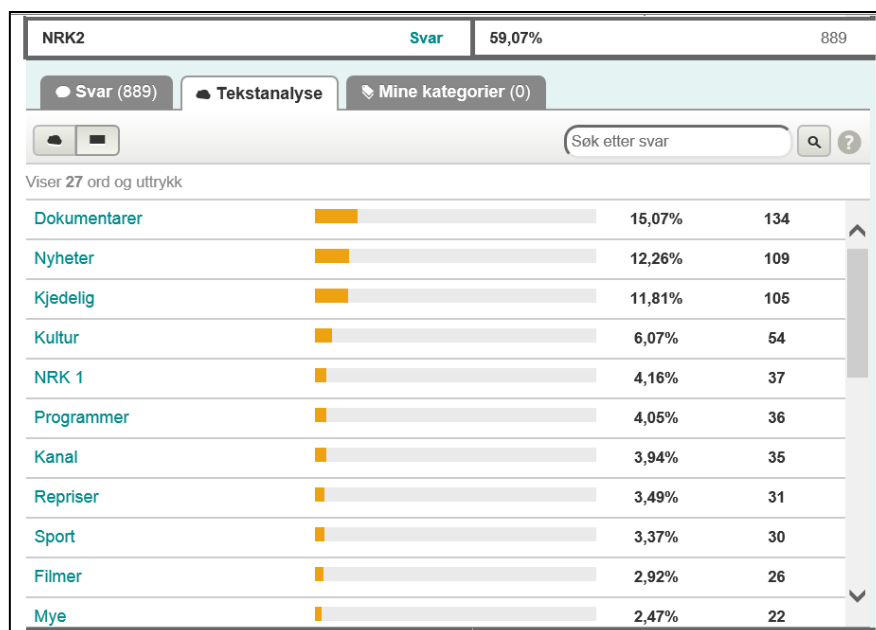
NRKs nyeste ungdomstilbud, mP3, ser ut til å ha truffet bedre i målgruppen. Her er radio, bra musikk, musikk uten reklame og musikk for ungdom ord som går igjen i flere av svarene:



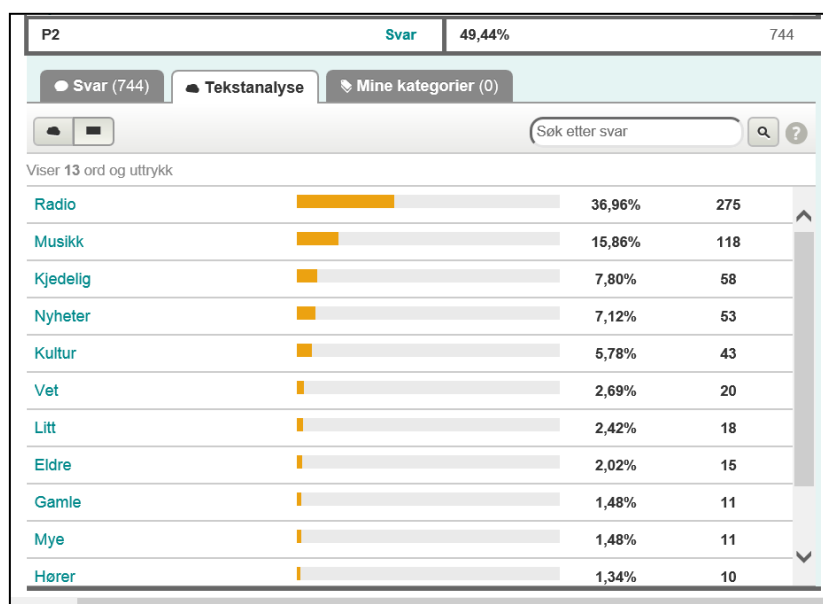
For P1 er det ord som radio, nyheter, musikk og kjedelig som går mest igjen i svarene:



For NRK2 toppes listen over beskrivende ord av dokumentarer, nyheter, kjedelig og kultur:



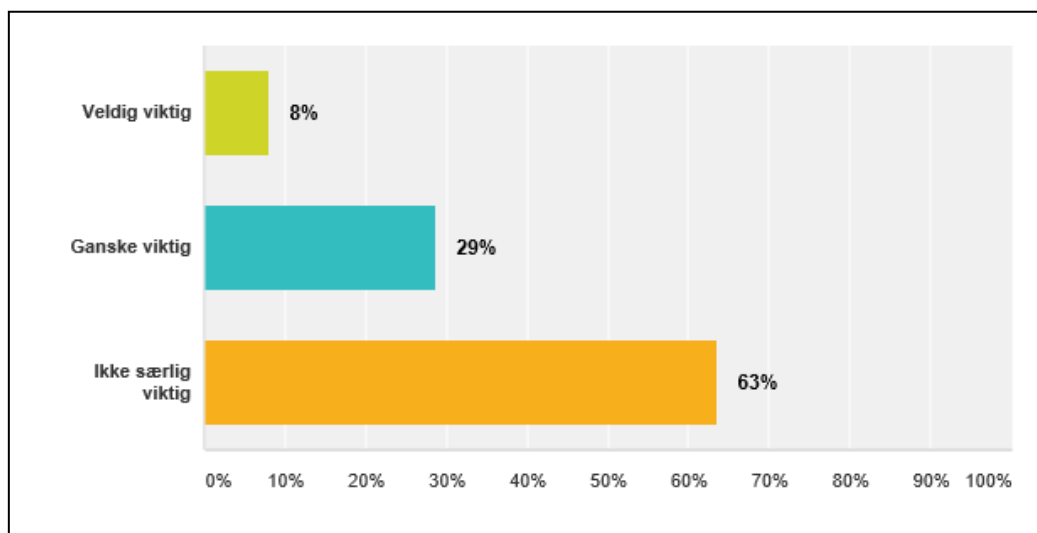
Og for P2 er det ordene radio, musikk, kjedelig, nyheter og kultur som går mest igjen blant svarene:



Kanskje ikke så rart – det er ikke ungdom som er den primære målgruppen for verken P2 eller NRK2...

Spørsmål 7: Er NRK viktig for deg?

For det store flertallet av de som har svart, 63 prosent, er NRK ikke særlig viktig. For 8 prosent er NRK veldig viktig, og for 29 prosent er NRK ganske viktig. Det betyr at NRK har en jobb å gjøre dersom ambisjonen er at ungdom finner mer av det de ønsker i NRKs kanaler.



Spørsmål 8: Gi en kort begrunnelse for svaret ditt.

Vi finner både ris og ros blant de 1507 elevene som har gitt en begrunnelse for hvorfor de svarte på denne måten.

Her er noen utvalgte eksempler på risen:

«Kjedelig greier»

«Ingen bruker NRK lengre, dere er utdatert»

«Det er ikke mange programmer der lengre som jeg synes er interessante. Jeg så mer når jeg var liten på nrk.»

«Føler ikke kanalen appellerer til min aldersgruppe.»

«Jeg tror det er mest voksne som ser på nrk, det gjør ikke jeg hvertfall»

«Mange andre og bedre tv-kanaler. Ser på NRK en gang iblant, men ikke viktig for meg.»

«Har sett på NRK en gang det siste året, og det var når kjæresten skulle se siste episoden av det tungtvann-greiene. var ikke mye action der.»

«Bruker det av og til, til nyheter og skole. Ellers veldig lite.»

«Har ikke noe særlig forhold til det enn når jeg er hos mormor.»

Høy troverdighet og reklamefritt var faktorer som ble brukt av flere av de som ga begrunnelse for hvorfor NRK er viktig for dem:

«Det er et medium jeg kan stole på gir meg riktig informasjon om ulike saker både nasjonalt og utenriks.»

«Jeg liker at det er en kanal med høy standard og uten all reklamen»

«Gratis Nett-tv»

«Følger mye med på skisport»

«Fordi NRK er den nyhetskanalen jeg stoler mest på.»

«Jeg ser mye på nettv, det er mange interessante programmer og reportasjer. God underholdning.»

«NRK har alltid vært der, og har sendt noen gode programmer igjennom tidene. Ville vært rart uten NRK.»

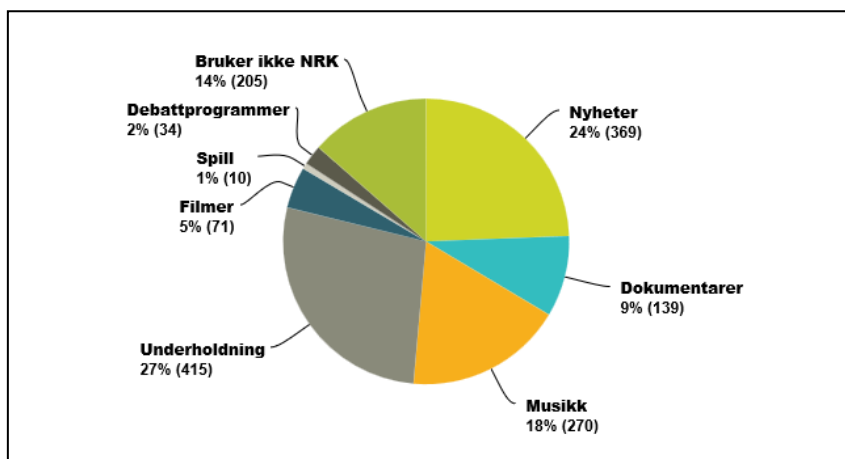
«Jeg blir ikke demprimert om det blir borte, men mener at det er Norges tv-kanal. NrK er bare NrK, Norges beste tv-kanal.»

«Slik at vi har en statlig eid, reklamefri tv-kanal der vi kan se ting som faktisk har en verdi for oss.»

**Spørsmål 9: Når/hvis du bruker NRK, hva slags innhold bruker du aller mest?
(Du kan bare svare på ett alternativ)**

Underholdning, nyheter og musikk er de kategoriene som har skåret høyest blant de som har svart på dette spørsmålet, med henholdsvis 27 prosent, 24 prosent og 18 prosent av svarene. 14 prosent svarte at de ikke bruker NRK.

Spill og debattprogrammer kommer nederst på listen over NRK-innhold ungdom bruker mest.



Viser 26 ord og uttrykk

Mer		27,44%	413
Serier		15,35%	231
Programmer		10,83%	163
Filmer		10,76%	162
Ungdom		8,97%	135
Vet		7,71%	116
Underholdning		7,57%	114
Dokumentarer		6,71%	101
Musikk		5,91%	89
NRK		4,19%	63
Program		3,32%	50

Ordet mer går igjen i over 27 prosent av svarene, og illustrerer godt at veldig mange vil ha mer av noe: Mer serier, mer filmer, mer for ungdom, mer underholdning, mer dokumentarer, mer musikk, mer humor – kort sagt mer av det meste.

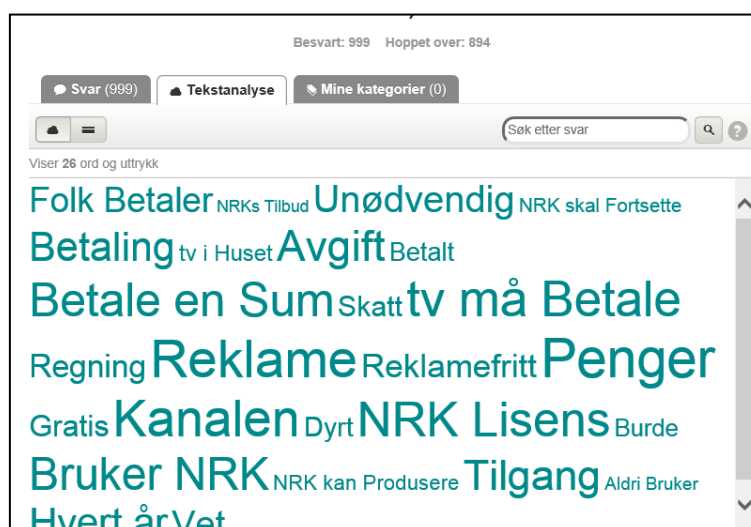
Men først av alt: Mer av det som fenger aldersgruppen ungdom.

Kampen for tilværelsen, Nytt på nytt, Side om side, Trygdekontoret, Kampen om tungtvannet, Lilyhammer er blant konkrete program som nevnes. Sport og reality er også blant ønskene til flere. Flere nevner serier som går på andre kanaler, og som de mener NRK burde ha skaffet seg først. Det kommer også ønsker om at NRK må skaffe seg bedre rettighetsavtaler slik at serier og filmer kan bli liggende lenger tilgjengelig på nett.

Men det er også dem blant svarerne som vil ha mindre sport, mindre dokumentarer, som synes det meste er kjedelig og som ikke bryr seg så mye om hva NRK sender – de finner det de vil ha andre steder.

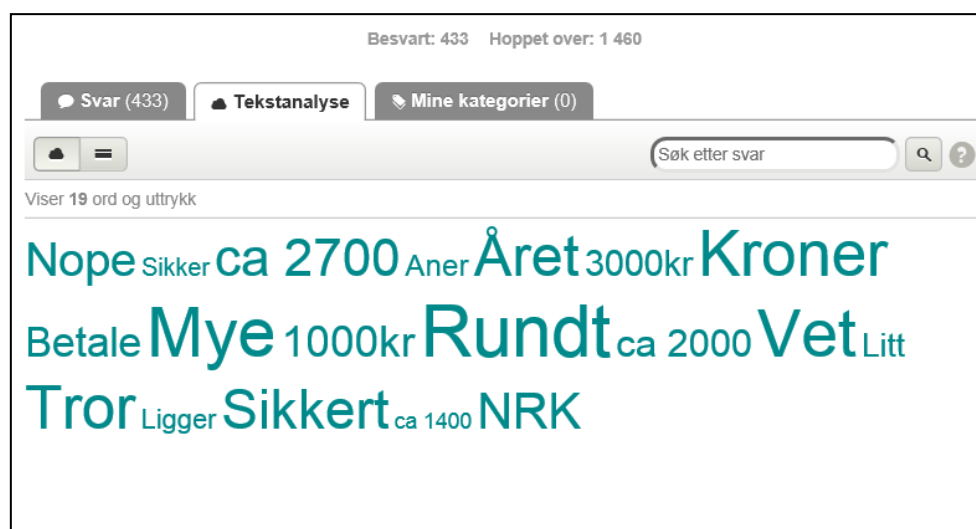
Spørsmål 12: Hva forstår du mer ordet NRK-lisens? (Hopp over dette spørsmålet hvis du ikke vet)

De fleste som har svart, til sammen 999, vet hva lisens er. Her er ordene som går igjen:



Spørsmål 13: Vet du hva NRKs lisensavgift er nå i 2015? (Hopp over dette hvis du ikke vet)

Her har 433 svart på spørsmålet, mens 1460 har hoppet over det. Svarene spriker noe, men det er mange som har truffet riktig med ca. 2.700. NRK-lisensen for 2015 er som kjent på kr. 2.756,16.



Spørsmål 14: Vet du hva et årsabonnement koster for kanalene nedenfor? Hopp over dersom du ikke vet.)

Svaralternativene var HBO, Netflix og Sumo. Litt varierende svar, men mange traff riktig blant de vel 1000 som svarte på dette spørsmålet:

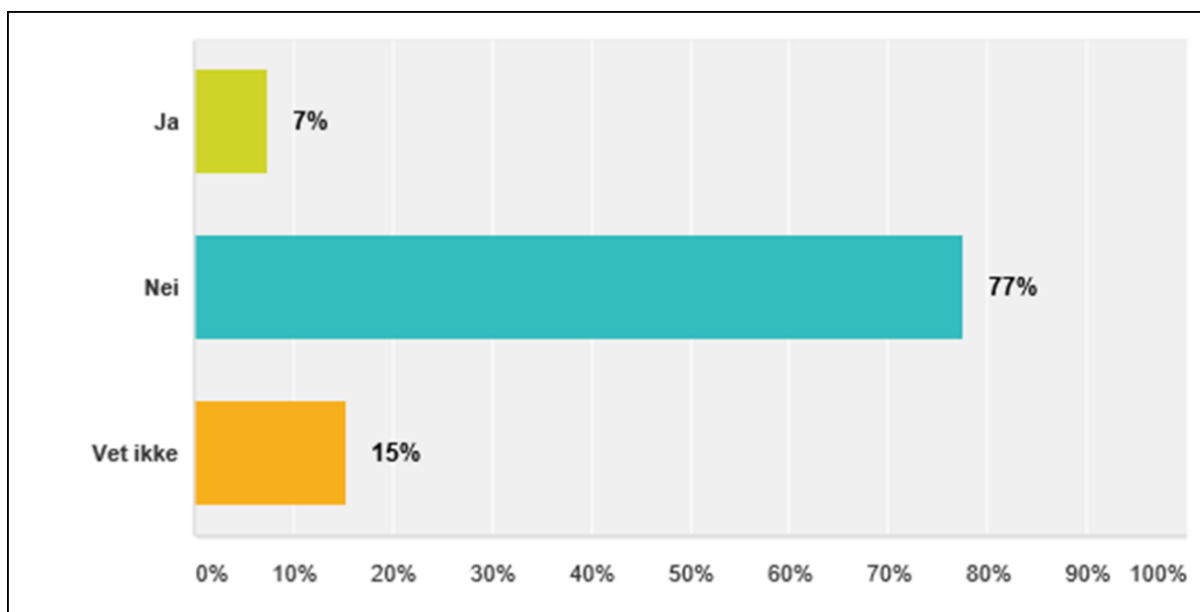
Netflix: Fra 79 kroner i månede, 948 i året er riktig svar:



HBO: 79 i måneden, 948 i året:



Spørsmål 15: Mener du at du skal betale en avgift, for eksempel TV-lisens, for å bruke nrk.no dersom du ikke har TV?



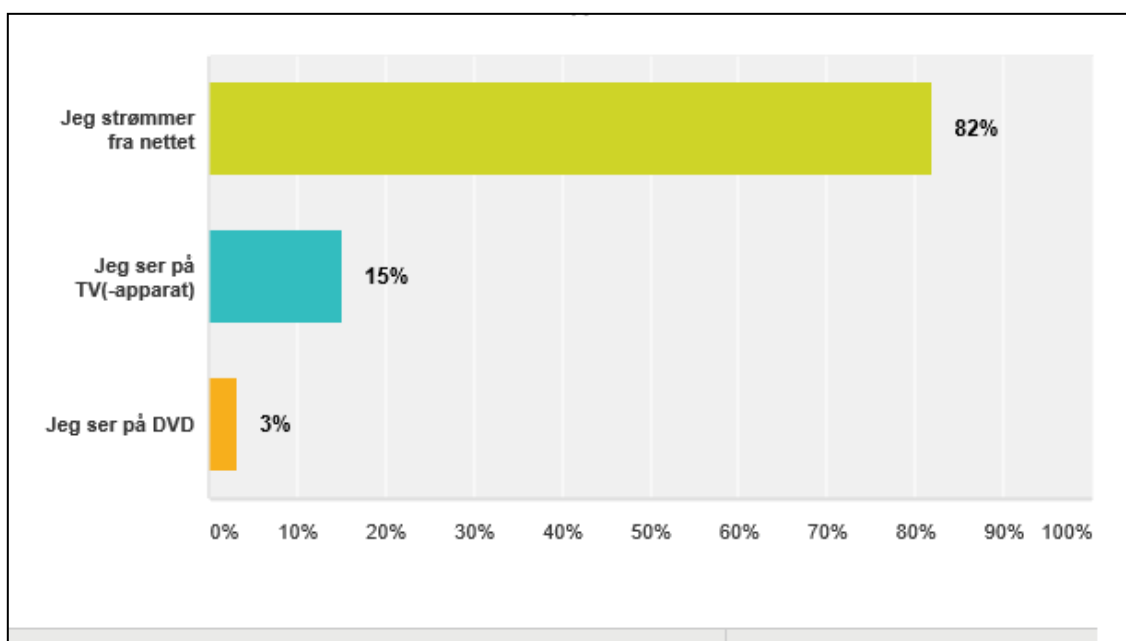
Et stort flertall ønsker ikke å betale lisens for å bruke nrk.no dersom de ikke har TV.

Det er nok den samme trenden som går igjen i flere av de åpne kommentarfeltene i denne undersøkelsen: Mange synes ikke særlig om ordningen med lisens. Samtidig er det et tydelig ønske om å beholde et NRK fritt for reklame. Hvordan det skal skje, kommer ikke særlig godt frem.

I de fleste tilfellene er det neppe de unge selv som betaler lisensen – det er det foreldrene som gjør. Men det finnes også skoleungdom som bor for seg selv og betaler lisensen selv, det tyder forslag om en studentrabatt for lisens på.

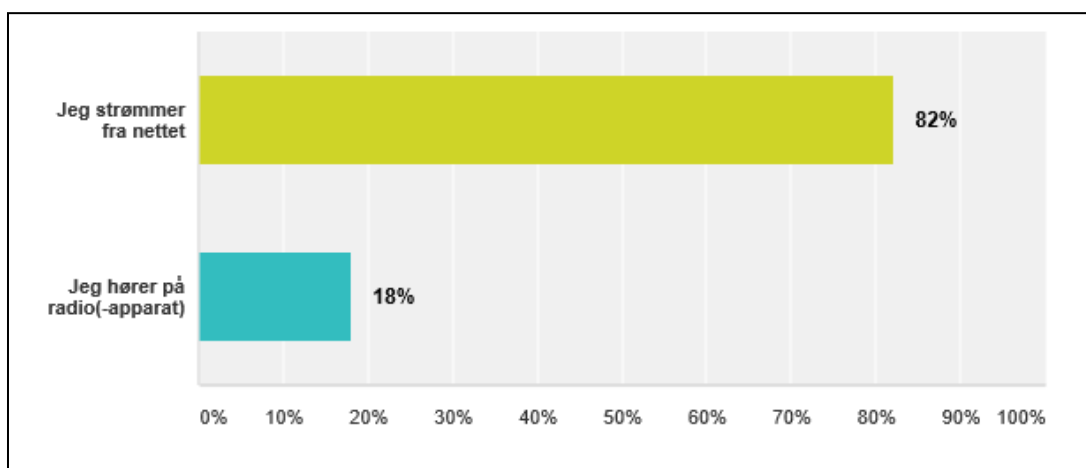
Spørsmål 16: Hvordan foretrekker du å se på film/serier/TV-programmer? Du kan bare svare på ett alternativ.)

Strømming fra nettet er den mest brukte måten å se filmer, serier og TV-programmer på blant ungdom. 82 prosent svarer at de strømmer slike programmer, mens 15 prosent ser dem på et vanlig TV-apparat. Bare 3 prosent svarer at de bruker dvd for å få med seg slike tilbud,



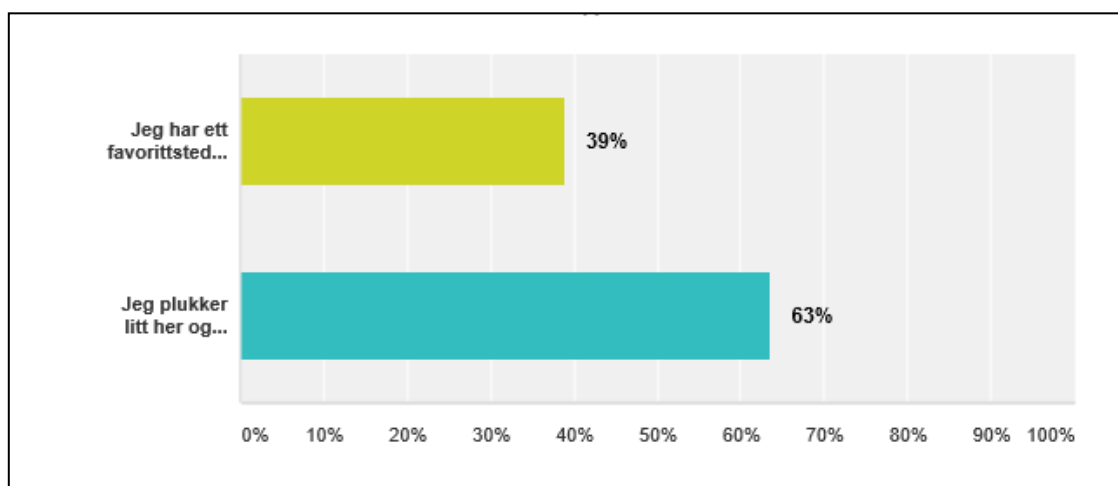
Spørsmål 17: Hvordan foretrekker du å høre på musikk og prat? (Du kan bare svare på ett alternativ.)

Den samme tendensen er klar når ungdom hører på musikk og prat: Dette blir først og fremst strømmet fra nettet. Også her er det 82 prosent som svarer at de strømmer denne typen programmer. Bare 18 prosent bruker radio-(apparat).



Spørsmål 18: Er det viktig for deg hvor du går for å hente innhold, eller plukker du litt her og der? (Du kan bare svare på ett alternativ.)

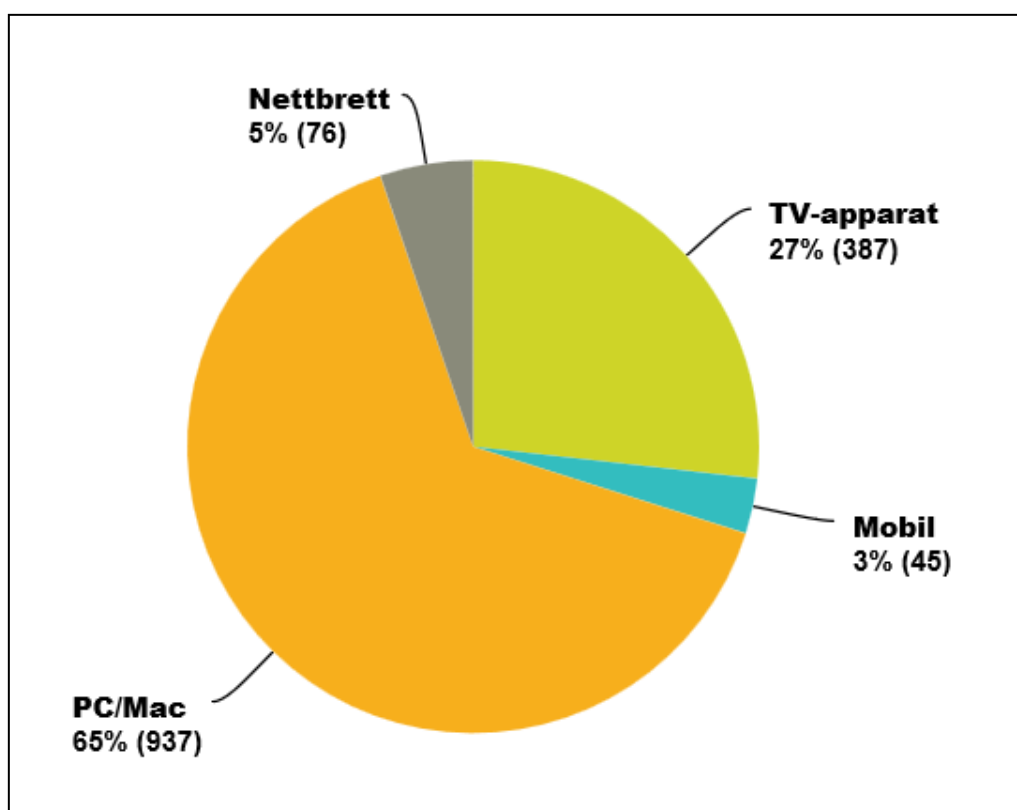
Resultatet tyder på at flertallet av de unge er nomader og lite trofaste mot ett favorittsted. 63 prosent av de som svarer, plukker litt innhold her og der.



**Spørsmål 19: Hva slags dings bruker du aller mest for å se TV-programmer?
(Du kan bare svare på ett alternativ.)**

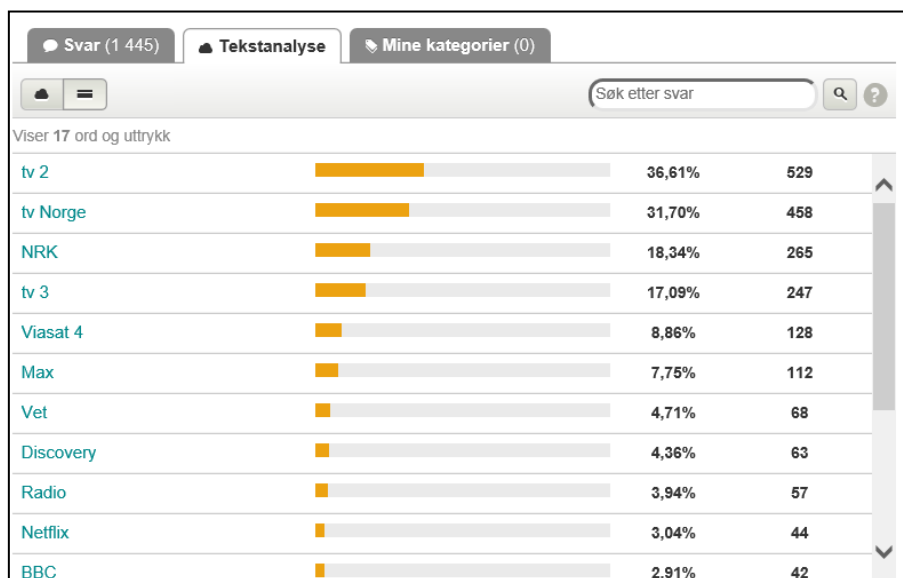
65 prosent av de som svarte, bruker pc eller mac når de ser på tv. Det lineære tv-apparatet er fortsatt i bruk hos 27 prosent av svarerne, mens nettbrett og mobil brukes i langt mindre grad når unge skal se på TV-programmer.

Litt overraskende kanskje at mobil skårer så lavt i en aldersgruppe som ellers bruker mobil til så mye. Men resultatet tyder på at ungdom ikke synes TV-programmer egner seg like godt på mobilskjermen som på pc/mac-skjermen.



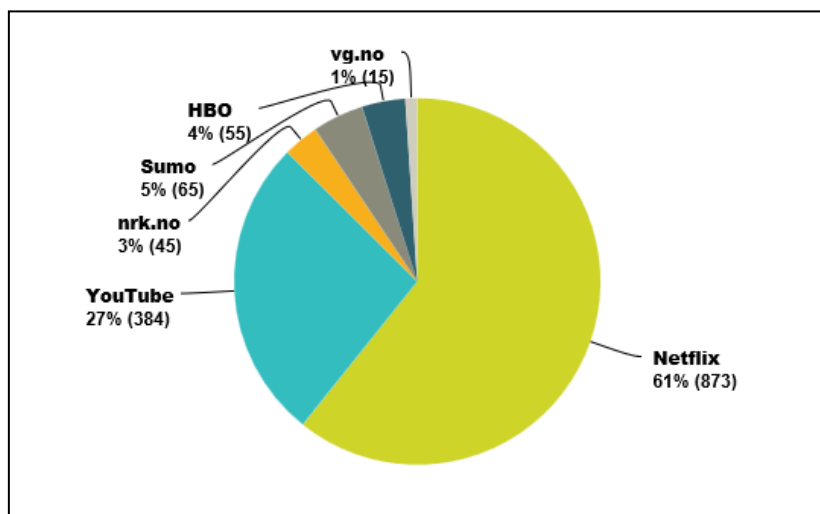
Spørsmål 20: Hvor finner du de beste tilbudene når/hvis du bruker tradisjonelle TV- og radiokanaler? (Her tenker vi på alle kanaler, ikke bare NRK..)

Her stilte vi et åpent spørsmål uten førende kategorier, nettopp for å få frem bredden av kanaler. TV2, TV Norge, NRK og TV3 topper listen med henholdsvis 37, 32, 18 og 17 prosent.



Spørsmål 21: Hvor finner du de beste strømmetilbudene? (Du kan bare svare på ett alternativ.)

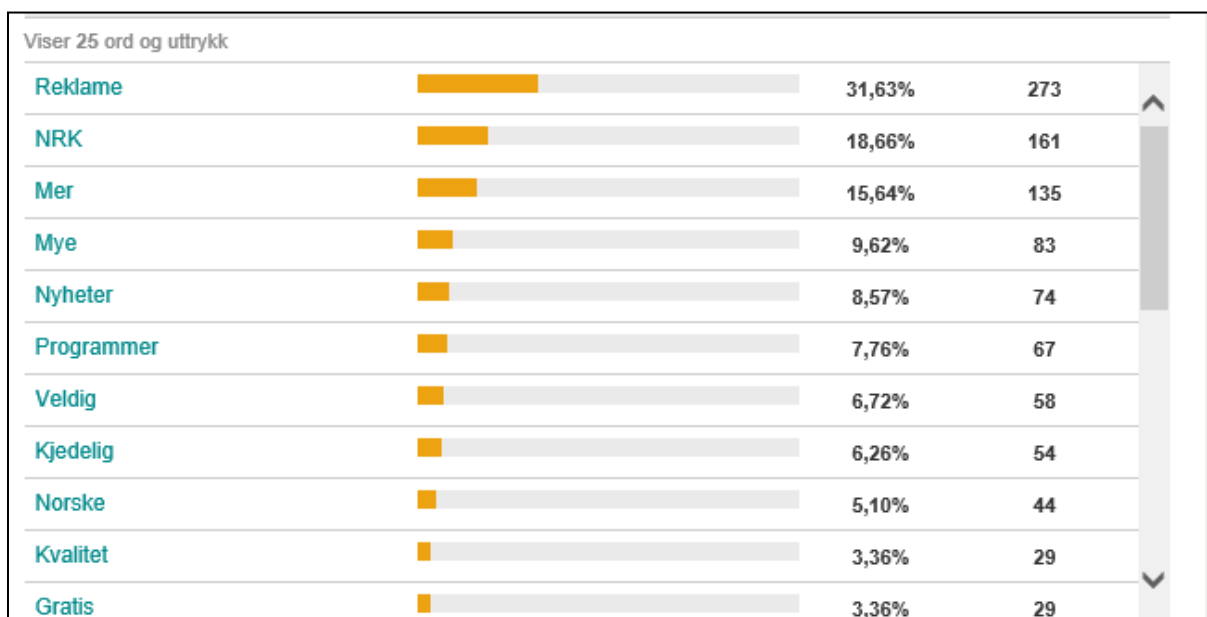
Her er svaret entydig: Netflix er det beste strømmetilbudet for 61 prosent av de som har svart, med YouTube som er klar nr. 2 med 27 prosent av svarene. Sumo, HBO og nrk.no får beste skåring bare av henholdsvis 5, 4 og 3 prosent av svarerne, mens vg.no bare trekkes frem av 1 prosent.



**Spørsmål 22: Når/hvis du bruker NRK, hva synes du skiller NRK fra andre?
(Du kan hoppe over dette dersom du ikke vet.)**



Mange av de som har svart, trekker frem at NRK er reklamefritt. Av de 866 som har svart på dette spørsmålet, er det ordet reklame i en eller annen sammenheng som går igjen oftest – i 273 eller nær 32 prosent av svarene.



Separate søk med ordet reklame i ulike sammenhenger viser følgende treff:

«ikke reklame»: 121 treff

«ingen reklame»: 92 treff

«null reklame»: 16 treff

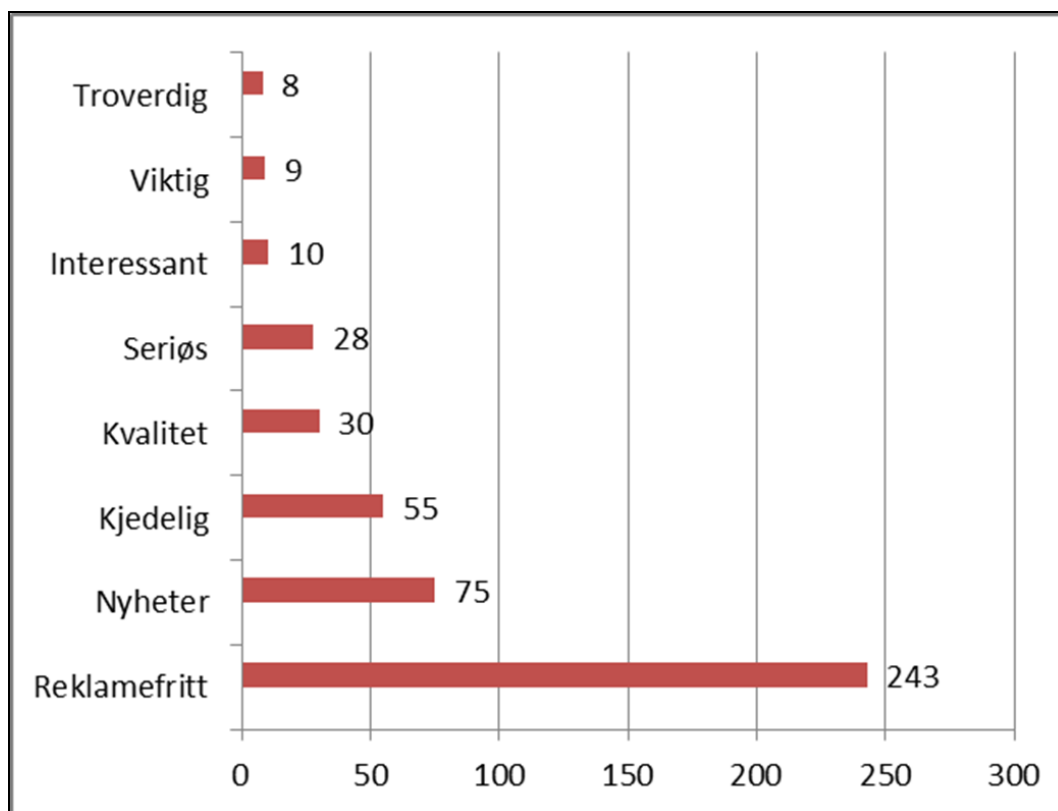
«reklamefri»: 14 treff

Til sammen 243 av svarene trekker frem det at NRK ikke har reklame som det som skiller NRK fra andre kanaler:

«Ingen reklame = tommel opp», «Kanalen er mer ryddig, seriøs og reklamefri» er utsagn som støtter opp under dette.

Nyheter er et ord som går igjen i 75 - nær 8 prosent av svarene, mens ordet kjedelig trekkes frem i 55 - vel 6 prosent av svarene.

Enkeltsøk på andre ord viser følgende treff blant de 866 svarene på dette spørsmålet:



Vedlegg:

1. Brev med lærerveiledning og med spørreundersøkelsene
2. Oversikt over møter mellom skoler og NRK
3. Oversikt over skoler som har fått tilsendt undersøkelsen

Vedlegg 1: Ungdommens NRK-plakat:

- Kulturdepartementet har varslet endringer i NRK-plakaten, dvs. statens forventninger til NRKs tilbud som forutsetning for lisensen, og sendt plakaten ut på bred høring. Arbeidet vil munne ut i en ny stortingsmelding om NRK, som er ventet før sommeren.
- Undersøkelser viser at ungdom faller fra som brukere av NRKs lineære programmer. Med unntak av P3, som de siste årene har økt lyttertall i aldersgruppen 15-29, viser seertallene nedgang i samme aldersgruppe for TV-kanalene, også for NRK3.
- Hvorfor er det slik? Og hva skal til for at NRK også oppfyller det behovet ungdom har for nyheter, fakta og underholdning?
- Vi inviterer med dette elever ved videregående skoler til å si sin mening om NRK, slik at de får mulighet til å påvirke NRKs tilbud til ungdom når NRK-plakaten skal revideres.
- Nedenfor har vi laget et klasseopplegg som vi ønsker at din klasse kan hjelpe oss å svare på. Det består av to undersøkelser/lenker:
 - Den første lenken fører til en spørreundersøkelse om ungdoms mediebruk som vi vil at alle elevene dine skal svare på – helst før dere diskuterer dette i klassen.
 - Den andre lenken fører til en oppsummering der vi ønsker at elevene – enten gruppevis eller i klassen – sammen skal komme frem til fem krav som de vil stille til NRK for at NRK skal bli interessant å bruke for dem. Dette egner seg som oppsummering etter at elevene har svart på den individuelle undersøkelsen, og etter at dere har diskutert det i klassen. Her håper vi på hjelp fra deg som lærer til å sørge for at vi får inn svar fra så mange grupper som mulig.
- Resultatene fra både det din klasse og det klasser over hele landet kommer frem til, vil vi sammenfatte i en «Ungdommens NRK-plakat» som skal presenteres og stemmes over når flere hundre ungdommer samles til Nordiske Mediedagers Ungkonferanse – nmd-UNG – i Bergen 5. mai.
- Det er Nordiske Mediedager som har ansvar for undersøkelsen, på oppdrag fra Kulturdepartementet.
- Vårt håp er at bidraget både fra dine elever og fra deltakerne på nmd-UNG-konferansen vil gi Kulturdepartementet større forståelse for ungdoms behov og ønsker i arbeidet med ny og revidert NRK-plakat.

Dette skal NRK gjøre, ifølge dagens NRK-plakat:

1. NRK skal understøtte og styrke demokratiet
2. NRK skal være allment tilgjengelig
3. NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur
4. NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskapning
5. NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt

(Undersøkelse 1 – individuell)

Først litt om deg:

- Jeg er
 - jente
 - gutt
- Jeg er ... år gammel
- Jeg bor i ... fylke

Hva vil du at NRK skal være for deg?

- Hva er det første du tenker på når du tenker på NRK? (*åpent felt*)
- Hvor godt kjenner du til NRKs tilbud?
 - Veldig godt
 - Ganske godt
 - Ikke særlig
- Kan du med noen få stikkord beskrive de ulike NRK-kanalene? (*åpent felt under hvert svaralternativ. Skriv der du kan, la evt. resten stå tomt*)
 - NRK1
 - NRK2
 - NRK3
 - P1
 - P2
 - P3
 - mP3
 - nrk.no
- Er NRK viktig for deg?
 - Ja
 - Nei
 - Vet ikke
- Gi en kort begrunnelse for svaret ditt
 - (*åpent felt*)
- Når/hvis du bruker NRK, hva slags innhold bruker du mest? (du kan bare svare på et alternativ)
 - nyheter
 - dokumentarer
 - musikk
 - underholdning
 - filmer
 - spill

- debattprogram
- annet (hva)
- bruker ikke NRK
- Når/hvis du bruker NRK, hvilken kanal følger du mest med på? (Ett svar)
 - NRK 1 (fjernsyn)
 - NRK 2 (fjernsyn)
 - NRK3 (fjernsyn)
 - P1 (radio)
 - p2 (radio)
 - P3 (radio)
 - mP3 (radio)
 - NRK Super
 - nrk.no
 - bruker ikke NRK
- Hvilken type program – hva slags tilbud - bør NRK produsere mer av for at du skal være interessert i å bruke det? (*åpent felt*)
- Hva forstår du med ordet NRK-lisens?
 - åpent felt
 - vet ikke
- Vet du hva NRKs lisensavgift er pr. 2015?
 - åpent felt
 - vet ikke
- Vet du hva det koster i året å ha Netflix? /HBO/Sumo?
 - åpent felt
 - vet ikke
- Hvis lisensavgiften også skal gjelde for bruk av nrk.no, og du velger å ikke ha TV der du bor, hva synes du avgiften bør ligge på?
 - åpent felt
 - vet ikke

Til slutt noen spørsmål om mediebruk:

- Hvordan pleier du å se på film/serier/video og TV-programmer?
 - Jeg strømmes fra nettet
 - Jeg ser på TV(-apparat)
 - Jeg ser på DVD
 - Annet
- Hvordan pleier du høre på musikk, prat, podcast og radio?
 - Jeg strømmes fra nettet
 - Jeg hører på radio(-apparat)
 - Annet

- Er det viktig for deg hvor du går for innhold, eller plukker du litt her og der?
 - Jeg har et favorittsted som jeg bruker mest
 - Jeg plukker litt her og der
- Hvor mye av det du ser, hører og leser får du delt fra andre på sosiale medier
 - Det meste
 - Ganske mye
 - Ganske lite
- Hva slags dings bruker du mest for å se TV-programmer? *(svar på ett alternativ)*
 - TV
 - mobil
 - PC/mac
 - nettbrett
 - annet
- Hvor finner du de beste tilbudene når/hvis du bruker tradisjonelle TV- og radiokanaler?
 - Åpent felt
 - vet ikke
- Hvor finner du de beste strømmetilbudene? *(svar på ett alternativ)*
 - Netflix
 - youtube
 - nrk.no
 - sumo
 - hbo
 - vg.no/VGTV
 - annet
- Når/hvis du bruker NRK, hva synes du skiller NRK fra andre?
 - åpent felt
 - vet ikke

Din mening er viktig!

Takk for at du har svart på undersøkelsen!

(Undersøkelsen 2 – gruppebesvarelse)

«Ungdommens NRK-plakat»

Formuler 5 krav – sammen med dine medelever – som du og dere mener NRK må oppfylle for at NRK skal være interessant å bruke for unge i din aldersgruppe.

Sett opp kravene i prioritert rekkefølge, slik at det viktigste kommer først.

Kravene kan godt være i stikkordsform, men det er fint om dere også kort begrunner hvorfor dere mener dette er viktig og hvordan dere ønsker at NRK skal innfri disse kravene.

De 5 kravene deres formulerer vil bli sammenfattet med krav som vi får fra andre skoler, og redigert sammen til mellom 5 og 10 krav som presenteres på nmd-UNG-konferansen i Bergen 5. mai. Der vil deltakerne stemme over hvilke krav som er viktigst. De 5 viktigste kravene vil bli overlevert Kulturdepartementet som ungdommens bidrag til den nye NRK-plakaten.

- Krav 1: Vi vil at NRK skal...
 - Fordi...
- Krav 2: Vi vil at NRK skal...
 - Fordi...
- Krav 3: Vi vil at NRK skal...
 - Fordi...
- Krav 4: Vi vil at NRK skal...
 - Fordi...
- Krav 5: Vi vil at NRK skal...
 - Fordi...

Det er viktig hva dere mener!

Takk for at dere har formulert krav til NRK, slik at NRK kan gi enda bedre tilbud til dere og andre ungdommer!

Vedlegg 2:

Møter på videregående skoler med NRKs distriktskontorer

Dato	NRK	Skole
17.mar	NRK Nordland	Bodin vgs
18.mar	NRK Østafjells	Porsgrunn vgs
19.mar	NRK Møre og Romsdal	Kristiansund vgs
24.mar	NRK Sørlandet	Vennesla vgs
25.mar	NRK Finnmark	Alta vgs
25.mar	NRK Hordaland	Nordal Grieg vgs
26.mar	NRK Sørlandet	Vennesla vgs
26.mar	NRK Rogaland	Vågen vgs
26.mar	NRK Sogn og Fjordane	Hafstad vgs
09.apr	NRK Hedmark og Oppland,	Elverum vgs
10.apr	NRK Hedmark og Oppland,	Elverum vgs,
10.apr	NRK Østfold,	Glemmen vgs
13.apr	NRK Østlandssendingen	Elvebakken vgs
17.apr	NRK Trøndelag	Byåsen vgs

Vedlegg 3:

Følgende videregående skoler har fått tilsendt undersøkelsen – i tillegg til de 12 skolene som har hatt møter med NRKs distriktskontorer:

- **Nordiske Mediedagers lærerkontakter i Hordaland:**

Laksevåg vgs:

Fyllingsdalen vgs

.

Nordahl Grieg vgs

Amalie Skram vgs

Øystese vgs

Vardafjell vgs

- **Prosjektleders lærerkontakter:**

Nesbru vgs, Akershus

Røyken vgs, Buskerud

Elvebakken vgs, Oslo

Kirkeparken vgs, Moss

Stovner vgs, Oslo

Vennesla vgs, Kristiansand,

Molde vgs, Møte og Romsdal

Berg vgs, Oslo

Lillestrøm vgs. Akershus

- **Ragna Marie Tørdal i Nasjonal Digital Læringsarena (NDLA) har sendt undersøkelsen til lærerkontakter på følgende skoler:**

1. Thor Heyerdahl vgs., Vestfold
2. Tønsberg vgs., Vestfold
3. Skien vgs., Telemark
4. Kongsberg vgs., Buskerud
5. Drammen vgs., Buskerud
6. Nord-Gudbrandsdal vgs., Oppland
7. Vågsbygd vgs., Vest-Agder
8. Risør vgs., Aust-Agder
9. Tvedestrand og Åmli vgs., Aust-Agder
10. Laksevåg vgs., Hordaland
11. Vardafjel vgs., Rogaland
12. Åkrehamn vgs., Rogaland
13. Yte Namndal vgs., Nord-Trøndelag
14. Grogn vgs., Nord-Trøndelag
15. Ole Viig vgs., Nord-Trøndelag
16. Kongsbakken vgs, Troms

I tillegg har hun sendt ut melding via NDLAs intranett som når fylkeskontakter og redaksjonelle medarbeidere (lærere) i samtlige fylkeskommuner med unntak av Oslo.