

Liam redd for å høres for streit ut

Tidligere frontmann i Oasis, Liam Gallagher, røper at han har redusert inntaket av alkohol og sigaretter. Det har gitt ham en ny bekymring, sa han til radiokanalen Sirius XM. Stemmen hans høres nemlig «sunnere» ut. Dermed forsvinner den noe ruskete tonen som han har

vært kjent for tidligere. – Det er helt klart at når jeg ikke har røyket og ikke drukket og har oppført meg bra, høres jeg litt streit ut. Og det liker jeg ikke, sa Liam Gallagher i radiointervjuet, ifølge NME. – Jeg liker å høres litt røffere ut og ha litt mer karakter. Jeg vil ikke

høres ut som Aled Jones eller Michael Bublé! Senere i år slipper trolig Gallagher sitt andre soloalbum. I sosiale medier har han røpet at han tilbragte en uke i Los Angeles med «en hær av låtskrivere». Han tvitret i fjor at han hadde 20 nye sanger klare. (NTB)



SKUMMELT SUNN: Liam Gallagher vil ikke høres ut som Michael Bublé. Her fra konserten på Bergenfest i 2017.

ARKIVFOTO: MAGNE TURØY

gjøre som Witchrot



i 2006, gi seg.

FOTO: SKJALG EKELAND

Nedtur for NRK, opptur for TV 2

Men TVNorge hadde den største veksten.

NTB
pulsens@ba.no

OSLO: TV 2 Nyhetskanalen og TVNorge hadde størst vekst i 2018, mens NRK mistet den største andelen av tv-markedet i 2018. Det viser tall fra Kantar Medias målinger. NRKs TV-kanaler hadde en samlet andel på 37,9 prosent av markedet.

Det er en nedgang på 2,4 prosentpoeng fra 2017. Statskanalen er dermed det eneste av de fire store tv-husene som mistet andeler i 2018, ifølge Kampanje.

Den største veksten hadde TVNorge, med en andel på 7,9 prosent i 2018, som er opp 1,3 prosentpoeng fra året før.

Discovery Networks Norge, som eier TV Norge, økte i 2018

totalt sett sin andel av tv-markedet fra 17,4 til 18,1 prosent.

TV 2 Nyhetskanalen økte sin andel fra 2,9 i 2017 til 3,7 prosent i fjor. Også hovedkanalen TV 2 økte. De sto i 2018 for 19,1 prosent av markedet, som er opp 0,2 prosentpoeng. Deres reklamekanaler er uforandret fra 2017, med en samlet markedsandel på 27,4 prosent.

– Veksten for TV 2 Nyhetskanalen er fantastisk. All heder og ære til alle som jobber med nyheter i TV 2. Dette er en kraftig vitamininnsprøytning inn i det nye året, sier kanaldirektør Trygve Rønningen i TV 2 i en pressemelding.

Nordic Entertainment Group, tidligere MTG, hadde en vekst på 0,2 prosentpoeng til en andel på 7,8 prosent i 2018. TV 3 hadde en andel på 3,9 prosent, det samme som i 2017.



PÅ TOPP: «Månelyst i Flåklypa» var den tredje mest sette norske kinofilmen i 2018 med et totalbesøk på drøyt 422 700 besøkende. FOTO: PRESSE

Høyere tall for norsk film i 2018

Besøket på norske filmer økte med 43,5 prosent i fjor.

OSLO: Totalbesøket i 2018 ble vel 12,1 (12 117 048) millioner. Det er en økning på 350 000 eller 3,0 prosent fra året før. Siste fem år er det bare 2016 som har hatt et høyere besøkstall, og i løpet av siste ti år er det bare tre år med høyere tall. Snittet for siste ti år er på 11,9 millioner, viser nye tall fra bransjeorganet Film & Kino.

– Besøket på norske filmer økte med hele 43,5 prosent, og endte på vel tre millioner (3 049 058) i 2018. Det er 100 000 under rekordåret 2016, og ved siden av 2016 det eneste året norske filmer har passert tre millioner i besøk i nyere tid.

Og markedsandelen på 25,2 prosent er ny bestenotering, sier adm. direktør Guttorm Petterson i Film & Kino til nettstedet.

Det er første gang markedsandelen har vært over 25 prosent.

Som en følge av at norske filmer har hatt suksess gjennom hele året er det hele fem norske filmer på topp 15-listen og tre på topp fem på listen over de mest sette kinofilmene i Norge i år.

Filmen som topper, «Mamma Mia! Here We Go Again» har gjort det relativt sett bedre i Norge enn de fleste andre land i verden, inkludert Sverige, i forhold til folketallet. Avslutningen på året ble svakere enn i fjor, med en nedgang på cirka 25 prosent i romjulen.