

# **INNHOOLD:**

## **1. RÅDETS OPPNEVNING, SAMMENSETNING OG MANDAT**

1.1 Oppnevning	S. 3
1.2 Sammensetning	S. 3
1.3 Mandat	S. 4

## **2. MØTER, SAKER, ARBEIDSVILKÅR** S.5

## **3. ALLMENNKRINGKASTINGSBEGREPET**

3.1 Aspekter ved allmennkringkastingsbegrepet	S. 6
3.2 Allmennkringkastingsbegrepet i Norge	S. 7
3.3 Utgangspunkter for evaluering av allmennkringkasting i Norge	S.10

## **4. FØRSTE FORSLAG TIL KRITERIER - KRINGKASTERNES SYNSPUNKTER**

S. 12

## **5. RÅDETS FORSLAG TIL KRITERIER AV 23. JANUAR 1997**

S. 13

## **6. VURDERING PÅ SELSKAPS- ELLER KANALNIVÅ?**

6.1 Departementets pålegg om evaluering på selskapsnivå	S.16
6.2 Om departementets og Stortingets holdning til flerkanalkringkastingens karakter	S. 17
6.3 Kulturpolitiske grunner for vurdering på kanalnivå	S. 20

## **7. OM MATERIALET SOM LIGGER TIL GRUNN FOR VURDERINGENE** S. 19

## **8. RADIOKANALENE**

8.1 Om NRKs radiotilbud.....	S. 25
8.1.1 NRK P1.....	S. 27
8.1.2 NRK P2.....	S. 32
8.1.3 NRK P3.....	S. 35
8.2 P4 RADIO HELE NORGE.....	S. 42

## **9. FJERNSYNSKANALENE**

9.1 NRK 1.....	S. 49
9.2 NRK 2.....	S. 54
9.3 TV 2.....	S. 59

## **10. DET SAMLEDE ALLMENNKRINGKASTINGSTILBUDET**

10.1 Allment.....	S. 69
10.2 Om stikkprøve-undersøkelsene av deler av programtilbudet.....	S. 71

<b>11. SAMMENFATNING - NOEN KONKLUSJONER.....</b>	<b>S. 74</b>
---------------------------------------------------	--------------

## **1. RÅDETS OPPNEVNING, SAMMENSETNING OG MANDAT**

### **1.1 Oppnevning**

I St. meld. nr. 42 for 1993-94 ble det foreslått opprettet et eget råd for å bistå myndighetene med å vurdere hvorvidt programpolitikken til NRK, TV2 og P4 Radio Hele Norge er i tråd med intensjonene som ligger til grunn for deres virksomhet som allmennkringkastere.

Forslaget ble fulgt opp i Innst. S. nr. 190 -1994-95, og et flertall i Stortinget gikk 13. juni 1995 inn for å etablere et allmennkringkastingsråd.

Rådets medlemmer ble oppnevnt av Kulturdepartementet 19. mars 1996.

### **1.2 Sammensetning**

I St. meld. nr 42 for 1993-94 ble rådet foreslått sammensatt av to representanter fra kringkastingsrådet og to representanter fra programrådet for TV2 og P4. Lederen av rådet ble foreslått oppnevnt av Kulturdepartementet på fritt grunnlag.

Et flertall i Stortinget gikk 13. juni 1995 inn for at rådet i tillegg bør styrkes med representanter fra kulturlivet og eventuelt medieforskere.

Følgende medlemmer ble 19. mars 1996 oppnevnt av Kulturdepartementet:

1. Leder: Professor Jostein Gripsrud, Bergen
2. Førstemanuensis Trine Syvertsen, Oslo
3. Førstemanuensis Gro Shetelig Kruse, Oslo
4. Professor Bjørn Sørenssen, Trondheim
5. Informasjonssjef Aud Kvalbein, Oslo
6. Professor Helge Rønning, Oslo

## 7. Turid Birkeland, Oslo

Aud Kvalbein ble oppnevnt i kraft av medlemskap i Kringkastingsrådet, Helge Rønning som medlem av TV2s programråd og Turid Birkeland som medlem av P4s programråd.

Oppnevningen gjelder fram til 31. desember 1999.

Turid Birkeland trådte i oktober 1996 ut av rådet. Det er ikke oppnevnt noe nytt medlem etter henne.

### **1.3 Mandat**

Vedtekter for Allmennkringkastingsrådet ble fastsatt av Kulturdepartementet

18. mars 1996. I vedtektene har rådet fått følgende mandat:

*Rådet skal vurdere om programvirksomheten i NRK, TV2 og P4 Radio Hele Norge er i samsvar med prinsippene for allmennkringkasting slik disse fremkommer i TV2s og P4s konsesjonsvilkår og i de overordnede målsettinger som Stortinget har lagt til grunn for NRKs virksomhet. Som grunnlag for vurderingen utarbeider Kulturdepartementet i samråd med Kringkasterne og rådet kriterier for evaluering av allmennkringkasting.*

*Rådet skal ikke vurdere enkeltprogram, men ta stilling til hvorvidt den samlede programprofil er i samsvar med prinsippene for allmennkringkasting. Som ledd i denne vurderingen kan likevel aspekter ved enkeltprogram trekkes inn til belysning av mer generelle forhold. I den forbindelse kan rådet overfor departementet peke på hvilke programkategorier som bør styrkes.*

*Rådets vurderinger skal legges frem for Kulturdepartementet i form av en årlig rapport innen 15. februar det påfølgende år.*

## **2. MØTER, SAKER, ARBEIDSVILKÅR**

Rådet har i 1996 avholdt fem møter. Rådets konstituerende møte ble holdt 18. april. Fire møter har vært lagt til Oslo, og ett to-dagers møte har vært lagt til Fredrikstad. I tillegg har rådets leder og rådets sekretær hatt møte med representanter for NRK, P4 og TV2 i Bergen.

Rådets hovedoppgave i 1996 har vært å utforme kriterier for evaluering av allmennkringkasting, og å utrede hvordan rådet best kan undersøke i hvilken grad de formulerte kriteriene oppfylles. Dette er temaer som har vært behandlet på alle rådets møter.

Rådet har flere ganger invitert fagpersoner til å innlede/foredra om temaer av relevans for rådets arbeide. På rådets møte 17. september 1996 snakket den svenske medieforskeren Kent Asp om arbeidet med opprettelsen av et public-service regnskap for Sveriges Television (SVT). På rådets møte 29. oktober 1996 la medieforskerne Michael Bruun Andersen, Marit Bakke og Helge Østbye fram forslag til hvordan kvalitativt innrettede undersøkelser av programinnhold kan tenkes gjennomført. På rådets møte 28. november foredro avdelingsingeniør ved Statens Teleforvaltning; Trond Botheim, om digitalisering på kringkastingsområdet.

Rådet sendte Kulturdepartementet sitt første forslag til evalueringskriterier 18. september 1996. Ut fra mandatet ventet en da at departementet ville foreta den endelige fastsettelsen av kriterier "i samråd med kringkasterne og rådet". I stedet ble rådet tillagt å konferere med kringkasterne, noe som forsinket arbeidet på andre områder.

Departementet har ennå ikke fastsatt kriterier for evaluering. Rådet har dermed måttet arbeide ut fra sitt eget forslag, som i noe justert form ble oversendt departementet 13. februar 1997.

Mandatet oppgir 15. februar som tidsfrist for rådets årlige rapport. Denne er det ikke mulig å overholde, siden den programstatistikk rådet må basere seg på ikke foreligger før i første halvdel av mars. I brev av 10. mars 1997 ba departementet om at rådets rapport måtte framlegges innen utgangen av mars måned. Ut fra når programstatistikken foreligger, er dette åpenbart for kort tid. Årets rapport framlegges så tidlig som overhodet mulig. For kommende år vil en ikke kunne vente ferdigstilling før første uke i mai måned.

NRK kommenterte rådets forslag til kriterier i brev til departementet datert 10. mars 1997, og gikk der mot at kriteriene skal anvendes i evaluering av de enkelte kanaler. Departementet slutter seg til dette synspunktet i sitt brev til rådet av samme dato, og pålegger rådet å ta hensyn til dette ved utarbeidelsen av rapporten. Det er imidlertid etter rådets oppfatning prinsipielt avgjørende at rådet selv bestemmer hvor og hvordan kriteriene departementet endelig fastsetter skal anvendes. Ellers mister det sin karakter av uavhengig rådgivende instans.

### **3. ALLMENNKRINGKASTINGSBEGREPET**

#### **3.1 Aspekter ved allmennkringkastingsbegrepet**

Begrepet allmennkringkasting er en oversettelse av det engelske begrepet *public service broadcasting*, og er et nyord i norsk språkbruk. Tradisjonelt har begrepet *public service* blitt forstått på minst tre ulike måter, måter som ikke gjensidig utelukker hverandre. Man kan gjerne også tale om ulike *aspekter* ved begrepet, som kan vektlegges på ulike måter av ulike personer og grupper til ulike tider:

For det første kan *public service* brukes i betydningen "et offentlig gode". Denne forståelsen henspeiler seg på den type virksomhet det offentlige tradisjonelt har tatt seg av for å sikre sosial og geografisk fordeling av infrastruktur og velferdstilbud. Denne forståelsen av begrepet stod

sterkt i kringkastingens tidlige år i Europa. I Norge var det blant annet hensynet til at kringkastingen skulle bli landsdekkende som var bakgrunnen for at radioen ble underlagt offentlig kontroll. Med denne forståelsen av *public service* er hovedsaken at godet er tilgjengelig for alle til en rimelig pris.

Et annet aspekt ved begrepet henger sammen med at *public* også kan bety "offentlighet". Denne forståelsen av *public service* har med innhold og verdier å gjøre. En allmennkringkastingsinstitusjon har etter denne forståelsen ansvar for f.eks. å overvåke de politiske og økonomiske makthaverne og å fremme den offentlige samtalen. Videre vil det være en oppgave å medvirke til at hvert individ får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser, og ellers å tilby program som kan være kilde til innsikt, refleksjon, opplevelse og kunnskap. Innenfor en slik forståelse av *public service* er hovedsaken at allmennkringkastingen fungerer som en opplysende instans i bred forstand.

En tredje betydning av begrepet *public service* tar utgangspunkt i at *public* også kan bety publikum. Med denne forståelsen av begrepet defineres allmennkringkasting som kringkasting i publikums tjeneste. Denne begrepsbruken legger opp til at kringkastingen primært skal tjene publikums behov som individuelle radiolyttere og TV-seere, som forbrukere, og ikke som deltakere i et kollektiv av samfunnsborgere. Denne markedsbaserte forståelsen av *public service* er historisk sett en ny måte å se begrepet på, og faller i stor grad sammen med det som tradisjonelt har vært betegnet som kommersiell kringkasting.

*Public service broadcasting* eller allmennkringkasting er følgelig ikke helt entydige eller statiske begreper. Forståelsen av dem er utviklet i takt med samfunnsutviklingen. Likevel er det stor grad av sammenheng mellom de ulike betydningene eller dimensjonene. Den kringkastingspolitiske utfordringen i dag ligger bl.a. i å balansere det siste aspektet i forhold til de to førstnevnte.

### 3.2 Allmennkringkastingsbegrepet i Norge

Allmennkringkastingen har en sterk tradisjon i Norge, skapt av og gjennom NRK, og det har hele tiden vært bred politisk enighet om at den bør opprettholdes. NRKs nåværende vedtekter angir selskapets oppfatning av sitt allmennkringkastingsoppdrag i dag. Vedtektene gjengis under punkt 8.1 nedenfor. En lang rekke kringkastingspolitiske dokumenter har i alle år inneholdt formuleringer av NRKs spesielle oppgaver, og NRKs virksomhet har historisk representert hva en kunne kalle en praktisk definisjon av allmennkringkastingsbegrepet.

Tradisjonelt har da allmennkringkastingsbegrepet i Norge, som ellers i Norden, vært knyttet til de offentlige, lisensfinansierte monopolene. TV2 og P4s konsesjoner til å drive landsdekkende reklamefinansiert kringkasting med bakkesendere brøt denne tradisjonen, men har internasjonale paralleller. I konsesjonsvilkårene til de to selskapene er det slått fast at programprofilen skal baseres på prinsippene for allmennkringkasting.

Når det gjelder krav til programinnhold er de to selskapenes konsesjonsvilkår imidlertid formulert i relativt vage og generelle vendinger. Programspørsmål-delen av **TV2s konsesjonsvilkår** lyder:

*TV2 A/S skal etablere egen nyhets- og aktualitetsavdeling.*

*Programprofilen i TV2 skal baseres på prinsippene om allmennkringkasting. Dette innebærer at:*

- 1. Det skal være et langsiktig mål at sendingene kan mottas av hele befolkningen.*
- 2. Sendingene skal over tid inneholde en variert programmeny med program for så vel brede som smale seergrupper, herunder den samiske befolkningsgruppe og minoriteter.*
- 3. Det skal være daglige nyhetssendinger.*



*4. Allmennkringkastingsprogrammene skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.*

*5. TV2 skal ha redaksjonell selvstendighet.*

*TV 2 A/S skal selv hovedsakelig produsere nyhets- og aktualitetsprogrammer. Den øvrige programvirksomhet skal fortrinnsvis baseres på innkjøp av programmer fra andre norske og utenlandske produsenter.*

*Minst 50 % av kanalens programmer skal være norskproduserte i løpet av 8-9 år.*

*I forhold til sine egne ansatte skal TV 2 A/S sikre seg rettighetene til programmene på en måte som muliggjør sekundærutnyttelse av programmene.*

Programspørsmål-delen av **P4s konsesjonsvilkår** lyder:

*Radio Hele Norge AS skal opprette egen nyhetsavdeling.*

*Programprofilen skal baseres på prinsippene om allmennkringkasting. Dette innebærer at:*

- 1. Det skal være et langsiktig mål at sendingene kan mottas av hele befolkningen.*
- 2. Sendingene skal inneholde en variert programmeny med program for såvel brede som smale lyttergrupper, herunder barn og unge, den samiske befolkningsgruppe og minoriteter.*
- 3. Det skal være daglige nyhetsendinger.*
- 4. Allmennkringkastingsprogrammene bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.*

## 5. Radio Hele Norge skal ha redaksjonell selvstendighet.

Vilkårene, som for TV2 og P4 er tilnærmet identiske<sup>1</sup>, må betraktes som et sett kulturpolitiske forpliktelser som kringkasterne forventes å innfri. Skal vilkårene fungere som grunnlag for en evaluering av allmennkringkastingskanalenes tilbud, må de imidlertid fortolkes, utdypes og spesifiseres. Det understrekes derfor at Allmennkringkastingsrådets vurderinger ikke er å anse som juridiske vurderinger av kringkasternes forhold til sine konsesjonsvilkår eller øvrige forpliktelser av juridisk karakter. Det dreier seg om argumenterte *kulturpolitiske* vurderinger, som framlegges for Kulturdepartementet og til offentlig diskusjon.

### 3.3 Utgangspunkter for evaluering av allmennkringkasting i Norge

Allmennkringkastingsselskapene nyter visse privilegier, og har til gjengjeld visse kulturpolitisk motiverte forpliktelser. Bakgrunnen for dette arrangementet er at en antar at en rent markedsstyrt kringkasting vil ha en tendens til å neglisjere visse typer programvirksomhet som en ut fra allmenne hensyn gjerne ser opprettholdt. Dessuten er de fysiske mulighetene for riksdekkende fjernsyn begrenset.

Den grunnleggende kulturpolitiske hensikten med å pålegge enkelte kringkasterne forpliktelser til å drive allmennkringkasting, er etter Allmennkringkastingsrådets oppfatning å sikre at hoveddeler av publikums tilbud på radio- og TV-området bidrar positivt til at sentrale demokratiske verdier blir ivaretatt. Særlig sentralt i motiveringen står:

\* et ønske om å begrense forskjellene i informasjons-, kunnskaps- og kulturressurser mellom ulike deler av befolkningen i størst mulig grad, samt

---

<sup>1</sup>Som en vil ha lagt merke til, er "barn og unge" av en eller annen grunn ikke med i TV2s tilfelle.

\* et ønske om å opprettholde (noen av) kringkastingstilbudene som samlende fora, felles foka, som både symboliserer og praktisk understøtter våre forestillinger om at vi faktisk lever i et *samfunn*, ikke bare eksisterer som privatpersoner og forbrukere i et nettverk av ulike markeder.

Allmennkringkastingskanalene skal ut fra dette:

- (a) bidra til å gi befolkningen den kunnskap, det stoff til ettertanke og den kritiske belysning av maktforhold som medlemmer av demokratiske samfunn trenger,
- (b) fremme innsikt og toleranse ved å reflektere og støtte det mangfold av identiteter, levemåter, kulturformer, kulturaktiviteter, meninger og interesser som kjennetegner dagens verden,
- (c) utvikle, formidle, stimulere og initiere kunst- og kulturproduksjon i Norge.

Disse verdiene og prinsippene danner det idémessige grunnlaget for evalueringen av allmennkringkastingstilbudene.

Allmennkringkastingsrådet har valgt å formulere de mer spesifikke kriteriene for hva som skal forstås med begrepet allmennkringkasting med utgangspunkt i avsnittene om programprofil i konsesjonsvilkårene for TV2 AS og P4 Radio Hele Norge AS. Bakgrunnen for dette er at Rådet trenger et grunnlag for sine vurderinger som har bredest mulig oppslutning både i offentligheten og blant kringkasterne. De kommersielle kringkasternes aksept av konsesjonsvilkårene innebærer i seg selv at det finnes en generell konsensus om hva i det minste sentrale deler av allmennkringkastingsbegrepet består i. Denne samforstand reflekteres i høy og langt mer detaljert grad også i de nevnte kringkasternes søknader om konsesjon, og utdrag fra disse søknadene er gjengitt i selve evalueringsdelen nedenfor. For Norsk

Riksringkasting AS må disse prinsippene være å forstå som minimumsmålsettinger. NRK har *særlige* forpliktelser på dette området, jfr. f.eks. St.meld. nr. 39 (1990-91), Innst. O. nr. 2. (1990-91) og St. meld nr. 42 (1993-94) samt vedtektene for NRK A/S.

Rådet har i sine vurderinger imidlertid også forsøkt å ta hensyn til at de enkelte kanalers tilbud plasserer seg på bestemte måter innenfor det totale allmennkringkastingstilbudet, i tråd med at moderne kringkastingsvirksomhet i vesentlig større grad enn før gjør de enkelte kanaler orientert mot mer eller mindre bestemte målgrupper. Karakteren av det *samlede* allmennkringkastingstilbudet er altså også noe som bør vurderes.

Rådets oppgave er i følge mandatet å vurdere programtilbudet. Spørsmål angående seer- og lyttertall kan være relevant i en diskusjon om allmennkringkasting, men omfattes ikke av rådets mandat.

#### **4. FØRSTE FORSLAG TIL KRITERIER - KRINGKASTERNES SYNSPUNKTER**

Allmennkringkastingsrådet oversendte 18. september 1996 i tråd med mandatet et forslag til kriterier for evaluering av allmennkringkasting til Kulturdepartementet. Departementet valgte da, i brev av 9. oktober, å be rådet forestå en høringsrunde med kringkasterne, i stedet for selv å ta seg av dette. Forslaget ble så sendt NRK, TV2 og P4, som også ble innkalt til et møte med rådets leder og sekretær i Bergen 29. oktober 1996 hvor det ble gitt relativt grundig muntlig respons. Kringkasterne ble oppfordret til også å gi skriftlige kommentarer, en oppfordring bare P4 fulgte.

Kringkasternes kommentarer kan sammenfattes i følgende punkter:

1. NRK hevdet at det måtte være selskapenes samlede tilbud som skulle evalueres, ikke hver enkelt kanals.

Rådet mener imidlertid det finnes tungtveiende grunner til å opprettholde kravet om at allmennkringkastingsprinsippene i hovedsak skal innfris i hver enkelt kanal, selv om disse er profilert på ulike vis. Rådet mener bl.a. ut fra drøftingen av NRKs flerkanalssystem i Innst. S. nr 163 (1990-91) å ha belegg for å hevde at Stortinget har ment at NRK-radios kanaler hver for seg ikke skal være for smale eller rendyrkede i sin profil. Det samme må selvfølgelig gjelde TV-tilbudet. Rådet vil derfor vurdere hver enkelt kanals innfrielse av allmennkringkastingsforpliktelsene i forhold til de forskjellige kanalenes profiler.

Dette har forøvrig vist seg å bli et meget sentralt punkt, som vil bli grundigere behandlet i avsnitt 6 nedenfor.

2. TV2 og P4 framhevet at de konsesjonsvilkår de har akseptert er de juridisk bindende for dem. TV2 påpekte i denne sammenheng blant annet at det i selskapets konsesjonsvilkår faktisk ikke er eksplisitt nevnt at det skal finnes programmer for barn i kanalens sendeskjema.

Rådet aksepterer denne argumentasjonen.

På denne bakgrunnen skal det igjen understrekes at rådet mener seg å foreta en *kulturpolitisk* vurdering av programvirksomheten i forhold til noen overordnede prinsipper, ikke en vurdering av hvorvidt programvirksomheten juridisk sett er i overensstemmelse med konsesjonsvilkårene.

3. Det ble også påpekt en mulig konflikt mellom punktet om redaksjonell frihet og rådets vurderinger.

Rådet er enig i at dette er et prinsipielt viktig og følsomt spørsmål. Det er imidlertid lang og solid tradisjon for ulike typer reguleringer av medieområdet (inkludert trykte medier og film) ut fra overordnede samfunnsmessige hensyn. Forsøk på å opprettholde allmennkringkastingsprinsippene er etter rådets oppfatning i tråd med denne tradisjonen.

Forøvrig er det tradisjon for å vurdere om konsesjonsbelagt virksomhet fungerer som forutsatt.

## **5. RÅDETS FORSLAG TIL KRITERIER AV 23. JANUAR 1997**

Etter forgjeves å ha avventet skriftlige kommentarer fra flere enn P4, vedtok så Allmennkringkastingsrådet i møte 23. januar 1997 følgende forslag til kriterier for evaluering av allmennkringkasting:

*1. Sendingene skal kunne mottas av hele befolkningen.*

Dette innebærer at full geografisk dekning skal være målet for alle kanaler. Allmennkringkasting skal være et tilbud til hele befolkningen. Graden av oppfyllelse av kravet framgår av faktisk dekningsprosent og eventuelle planer for økning av denne.

*2. Sendingene skal inneholde en variert programmeny med program for såvel brede som smale lytter/seergrupper, herunder barn og unge, den samiske befolkningsgruppe, etniske og andre minoriteter.*

2.1 Med "variert programmeny" siktes det til:

(a) *Genremangfold:* Programflatene skal være sammensatt av ulike *typer* programmer, eventuelt programinnslag. Rene musikkflater, med eller uten bilder, er for eksempel åpenbart ikke allmennkringkasting, heller ikke 24-timers nyhetssendinger. Det skal både i radio og TV veksles mellom nyheter, aktualiteter, musikk, underholdning, samtaleprogram, dokumentar/reportasje etc.

(b) *Tematisk mangfold:* Alt fra det hverdagsnære til sentrale offentlige saker, kultur og livssynsspørsmål skal være representert.

(c) *Fordypning*: Analytiske, kritiske og fordypende perspektiv må være til stede.

2.2 Med "brede og smale seer/lyttergrupper" menes det

(a) *Publikumshenvendelse*: en variasjon i publikumsorientering som ligger innbakt i genre- og temamangfoldet. Det innebærer et krav om veksling mellom programmer som i prinsippet er henvendt til alle eller de fleste over en viss alder og programmer som er vendt til spesielle alders- eller interessegrupper (i betydningen "med spesielle interesser"). De "brede" programmene tenkes som "brede" enten fordi de omhandler forhold man mener i prinsippet angår alle, eller fordi de har et innhold man ut fra formodninger og viten om kulturell smak mener vil falle i smak hos et flertall eller i alle fall en stor del av befolkningen. "Nisjeprogram" er sendinger/innslag der publikumspotensialet kan være begrenset.

(b) *Representasjon*: Det avgjørende er at det reelle sosiale og kulturelle mangfoldet i befolkningen er reflektert i rimelig grad, altså at retten til representasjon i offentligheten for diverse sosiale og kulturelle grupper, verdier og interesser er ivaretatt. Dette innebærer også et krav om sendinger med samisk språk.

For at kravene ovenfor skal være meningsfulle, må mangfoldet i programtyper og publikumsorienteringer også finnes innen henholdsvis radio- og TV-medienes sentrale sendetider.

*3. Det skal være daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.*

Dette kravet innebærer en løpende grundig orientering om og analyse av viktige samfunns- og kulturspørsmål, så vel nasjonale som internasjonale. Slik skal allmennkringkastingen bidra til at folk har et godt grunnlag for selvstendig tenkning og handling som samfunnsmedlemmer.

Vurderingen av hvordan dette kravet tilfredsstilles har både kvantitative og kvalitative dimensjoner.

#### *4. Allmennkringkastingsprogrammene skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.*

Med dette menes:

(a) Styrking av norsk språk må først og fremst innebære at det tas videst mulig i bruk, i alle dets former: bokmål, nynorsk og dialekter - men også i ulike genre og stil-leier. Det tradisjonelle kravet om 25 prosent nynorskandel i NRK er en påminnelse om nynorskens hevd på en rimelig representasjon. I henhold til kravet i punkt 2.2 skal det også være sendinger på samisk.

Klar og tydelig tale hos programmedarbeidere er et selvfølgelig krav til riksdekkende kringkasting.

(b) Å styrke norsk identitet må i stor grad dreie seg om å fremme bevisstheten om det mangfold av identiteter og livsformer Norge nå rommer. Dessuten er en bredest mulig dekning av internasjonale forhold med kulturimpulser fra ulike deler av verden viktig som bidrag til økt bevissthet om hva det vil si å være innbygger i Norge.

(c) Å styrke norsk kultur må primært dreie seg om å styrke kulturlivet i Norge ved å ta det i bruk i programvirksomheten. Allmennkringkastingskanalene skal samlet sett ta hele kulturlivet i bruk. Både høyt og lavt, lokalt og nasjonalt, etnisk norsk og "unorsk", og med åpning for varierte uttrykk. Her må det imidlertid være rom for ulik profilering av kanalene, f.eks med hensyn til hovedtyngden i deres musikktilbud. Minst 50 prosent av førstegangssendingene skal være produsert i Norge, jf. punkt 6 i TV2s konsesjonsvilkår som stiller krav om 50 prosent norskprodusert stoff innen utløpet av konsesjonsperioden.

#### *5. Allmennkringkastingskanalene skal ha redaksjonell selvstendighet*



Dette er først og fremst et krav om at kringkastingsselskapenes redaksjoner innenfor allmennkringkastingsprinsippenes rammer skal arbeide fritt i forhold til andre mediebedrifter, eiere, offentlige eller private maktsentra.

Den redaksjonelle uavhengigheten er ønskelig av hensyn til ytringsfriheten og kritikk-funksjonene i den offentlige samtalen, altså til grunnleggende demokratiske, journalistiske og medie-etiske idealer, som allmennkringkasterne forventes å bestrebe seg på å leve opp til.

## **6. VURDERING PÅ SELSKAPS- ELLER KANALNIVÅ?**

### **6.1 Departementets pålegg om evaluering på selskapsnivå**

Departementet har pr dato ikke tatt stilling til Allmennkringkastingsrådets forslag til kriterier av 23. januar 1997. Departementet har imidlertid i brev av 10. mars bedt rådet utarbeide rapporten for 1996 med utgangspunkt i det foreliggende utkast til kriterier. I samme brev heter det: *"I sitt brev av 13. februar d.å. uttaler rådet at det mener det finnes tungtveiende grunner for å opprettholde kravet om at prinsippene for allmennkringkasting skal innfris i hver enkelt av NRKs radiokanaler. Etter departementets vurdering må radiokanalenes samlede programtilbud legges til grunn når man vurderer NRKs oppfyllelse av kravene til allmennkringkastingsprofil i radio. Dette anses bekreftet ved Stortingets tilbakemeldinger ved behandlingen av de årlige stortingsmeldingene om kringkasting og dagspresse hvor også NRKs virksomhet blir omtalt. Vi ber om at det blir tatt hensyn til dette ved omtalen av programvirksomheten i NRK-radio i rådets rapport."* (Vår kursivering.)

Rådet oppfatter dette som et pålegg om å endre syn på spørsmålet om hvorvidt det er de enkelte kanaler eller de enkelte kringkasteres totale tilbud som skal vurderes i forhold til kriteriene for allmennkringkasting, selv om det å "ta hensyn til" kan innebære så mangt. Dette vil med

nødvendighet innebære en vesentlig endring av rådets oppdrag. I det følgende skal dette synspunktet begrunnes nærmere. Departementet har dessuten, uten at det gis noen prinsipiell begrunnelse, valgt å kreve samlet vurdering bare av NRKs radiokanaler, mens fjernsynskanalen tilsynelatende kan tillates vurdert hver for seg. Rådet vil mene at dette skillet mellom mediene virker tilfeldig, særlig ettersom NRK også har mer enn én Tv-kanal. Samme prinsipp bør etter rådets oppfatning klart gjelde begge medier, i tråd med at departementet i St. meld. nr 42 (1993-94) begrunner forslaget om et allmennkringkastingsråd med at både NRK, TV2 og P4 Radio Hele Norge må bli "vurderte på same grunnlaget" (s.14). (Se forøvrig pkt 6.3b nedenfor).

## **6.2 Om departementets og Stortingets holdning til flerkanalkringkastingens karakter**

I St. meld. nr 39 (1990-91), "Virksomheten i Norsk rikskringkasting m.v. ", refereres NRKs vurderinger av hvordan radiotilbudet kan forbedres gjennom "et utvidet tilbud i tre klart profilerte kanaler der målet er at kanalene skal utfylle - ikke konkurrere med hverandre". (s.4) Departementet slutter seg til NRKs forslag, men gjør det under følgende bestemte forutsetning: *"Det forutsettes at NRK-radio i et tre-kanal-system innfrir kravene som stilles til enheten som allmennkringkaster, og at ingen av de tre kanalene profileres som rendyrkede musikk-, underholdnings- eller sportskanaler, selv om hovedvekten legges på bestemte stoffområder i de ulike kanalene"* (s. 5, vår kursivering) Denne formuleringen innebærer nettopp et krav om fortsatt variasjon i programtilbudet innenfor hver kanal, og profileringen av hver enkelt kanal beskrives som at *hovedvekten* - ikke *all* vekt - legges på "bestemte stoffområder" - i flertall. Den siterte formuleringen gjengis ord for ord i Innst. S. nr. 163 (1990-91). Kirke- og undervisningskomiteens flertall uttaler forøvrig: *"Flertallet vil særlig understreke at ytterligere en radiokanal i NRK-regi ikke må bety at programprofilen for en eller begge øvrige NRK-kanaler endres i mer kommersiell retning."* (s.4, vår kursivering). Det er etter rådets oppfatning helt utvilsomt her komitéflertallets oppfatning at hver enkelt kanal skal ha en variert allmennkringkastingsprofil.

Det som så skjer, er at departementet i f.eks. St. meld. nr 42 (1993-94), uten noen prinsipiell diskusjon av dette spørsmålet, utelater den forutsetningen som er referert ovenfor. Nå heter det bare uten videre kvalifikasjoner at "[i]ntensjonen er at dei tre kanalane sett under eitt skal imøtekomme dei krava som må stillast til ein radio med allmennkringkastingsprofil." (s.13.) Av Innst. S. nr. 190 (1994-95) går det fram at familie-, kultur- og administrasjonskomitéens flertall ikke har diskutert på noen inngående måte hvorvidt allmennkringkastingsprinsippene skal anvendes på kanal- eller selskapsnivå. Betegnelsene "kanal", "selskap" og til dels "stasjon" brukes om hverandre når det er snakk om de enheter som skal realisere en allmennkringkastingsprofil. En lignende mangel på presisjon er fortsatt helt vanlig, og viser behovet for en drøfting og gjennomtenkning. Et innlegg i Stortinget fra Kulturkomiteens leder Grethe G. Fossum (A) i den nylig avholdte debatten om kringkastingsspørsmål (6. mars 1997) kan tjene som et tilfeldig valgt eksempel til belysning av dette. Hun sa i følge det foreløpige referatet bl.a. følgende: "I mediepolitikken ønsker de fleste politikerne bredde og mangfold. Norsk kvalitet på TV-kanalene må være en buffer mot de utenlandske, les: amerikansk påvirkning. I Norge har vi valgt *NRK1, NRK2, TV2 og P4, alle allmennkringkasterne med ulike profiler* for å ivareta nettopp det genuint norske" (vår kursivering). Begrepet allmennkringkaster brukes altså her på kanalnivå.

At spørsmålet ikke egentlig har vært prinsipielt drøftet, kommer forøvrig også fram ved måten Stortingets flertall formulerte sine forventninger til NRKs andre TV-kanal på. I Budsjett-innst. S. nr. 2 for 1994-95 heter det bl.a. følgende på s. 35: "*En avlastningskanal innebærer at NRK fjernsynet skal kunne tilby en komplett meny av brede og smale programmer på det tidspunkt da hovedmassen av seerne ønsker å få sine behov tilgodesett. En avlastningskanal vil kunne gi et bredere tilbud og være et slagkraftig alternativ til de kommersielle kanalene.*" (Vår kursivering) Man forestiller seg her åpenbart at den nye TV-kanalen skal ha en veksling mellom "brede" og "smale" program etter ordinære allmennkringkastingsprinsipp.

På denne bakgrunnen mener Allmennkringkastingsrådet at Stortingets holdning til spørsmålet om allmennkringkastingsprinsippene skal gjelde på kanal- eller selskapsnivå knapt kan anses bevisst endret siden forbeholdene ble tatt ved godkjenningen av NRKs tredje radiokanal. Man kan imidlertid konstatere at det hersker uklarhet på dette punktet, og rådet kan ikke stille seg likegyldig til hvilken avklaring som skal skje. Det henger sammen med det vi ovenfor - og også i et brev til departementet ved oversendelsen av vårt forslag til kriterier - kalte "tungtveiende grunner" for å foreta vurderinger på kanalnivå. Departementet har aldri bedt om en spesifisering og utdypning av disse grunnene, verken i møte, telefonisk eller brevlig. De skal derfor formuleres her:

### **6.3 Kulturpolitiske grunner for en vurdering på kanalnivå**

#### **(a)**

Det samlede norske allmennkringkastings-tilbudet består nå av fire radiokanaler og tre TV-kanaler. Som enhver lytter og seer i dette landet kan konstatere, har hver av disse kanalene sine spesielle særtrekk, sin egen "profil". Med "profil" siktes det først og fremst til helhetsinntrykket av kanalenes måte å henvende seg til publikum på, det vil si summen av inntrykk som språklig stil, musikkvalg, visuell design i TV osv. skaper i samspill med programflatenes sammensetning. Programflatene kan skille seg fra hverandre ved at ulike programtyper har ulik grad av dominans, og dels ved at samme programtype gis varierende form og innhold. Eksempel på det første kan være at musikkbaserte programmer har en langt mer dominerende posisjon i NRKs P3 og P4 Radio Hele Norge enn i NRKs P1 og P2. Et eksempel på det andre kan være at nyhetssendingene i NRK-TV og TV2 har noe ulike sammensetninger og journalistiske vinklinger. (Disse forskjellene kommer vi tilbake til nedenfor.)

Forskjellene i profil henger i meget stor grad sammen med at kanalene er innrettet på *ulike deler av befolkningen* - de driver *målgruppeorientert* kringkasting. Tankegangen illustreres utmerket av de stereotyper som ble brukt i pressen da NRK introduserte sitt nåværende tre-kanal-system

for radio: P1 skulle være en "lusekofte-kanal", P2 en "alpelue-kanal" og P3 en "skinnjakke-kanal". Klesplaggene refererer selvfølgelig til bestemte (kultur)sosiologisk definerte segmenter av befolkningen, dvs. segmenter med f.eks. bestemte alders-, utdannings-, verdi- og smaksmessige karakteristika. For de kommersielle kanalene er det gitt av finansieringsformen at de vil foretrekke å innrette sine programmer på grupper som fortrinnsvis er store, kjøpesterke og forbruksvillige, det siste særlig når det gjelder den typen varer og tjenester som egner seg for henholdsvis radio- og TV-reklame.

Kanalenes *intensjon* er med andre ord å fange sine målgrupper, holde på dem, og utvikle "kanallojalitet". I den grad de lykkes med sitt forsett, er det følgelig ut fra allmennkringkastingens generelle kulturpolitiske formål viktig at hver av kanalene faktisk tilbyr en programmeny der allmennkringkastingsprinsippene kan sies å bli realisert på en tilfredsstillende måte. *Hvis ikke, vil kanalmangfoldet nettopp kunne bidra til utvidede "informasjonskløfter" i samfunnet, det vil si større forskjeller med hensyn til de ressurser som er nødvendige for selvstendig tenkning og handling som samfunnsmedlemmer.* Det trenger man ikke allmennkringkastingskanaler til, verken lisens- eller reklamefinansierte. Dette blir desto viktigere jo større andel av den totale mediebruken som faller på etermediene.

**(b)**

Prinsippet om evaluering på kanalnivå angår også enhver evaluerings legitimitet. P4 Radio Hele Norge sier i sin skriftlige respons (datert 8. november 1996) på rådets første forslag til allmennkringkastingskriterier følgende (vår kursivering):

*"Vi har også notert oss NRKs sterke motstand mot at hver enkelt kanal skal oppfylle kravene til allmennkringkasting. Dersom rådet frafaller denne holdning etter NRKs argumentasjon, mener vi dette også får konsekvenser for vurderingen av P4. Vi kunne ellers komme i den situasjon at NRK fritt kan profilere sine kanaler mot ulike grupper og dermed på lengre sikt få et*

*etermonopol på moderne målgruppe-rettet radio, mens P4 var henvist til å lage en gammeldags 'alt-i-en-gryte-radio' som få ville gidde å lytte til."*

Allmennkringkastingsrådet vil si seg enig med hovedpoenget i P4s argumentasjon her. Hvis NRK stilles fritt til å profilere enkelte av sine kanaler som de vil, ut fra rene markedshensyn, faller også legitimiteten i de krav som stilles til de kommersielle selskapene, som da tvinges til å konkurrere på radikalt forskjellige vilkår. Vurdering på kanalnivå er med andre ord helt nødvendig av hensyn til allmennkringkastingssystemet som helhet. Åpner man for ulike typer rent kommersiell profilering av NRKs kanaler i radio og TV vil dessuten åpenbart lisensens legitimitet trues.

(c)

NRK fulgte ikke rådets oppfordring om å formulere sine innvendinger mot det første kriterieforslaget skriftlig. Selskapet responderte først da *departementet* ba om skriftlig respons på det lett justerte forslag nummer to. NRKs svar til departementet er datert 10. mars 1997, samme datering som brevet fra departementet hvor rådet pålegges å følge NRKs syn på saken. Det synes ikke urimelig å anta at NRKs argumentasjon ligger bak departementets henvendelse til rådet. Allerede 20. mars kunne NRK i sitt "Nyhetsbrev" proklamere i en stor overskrift at "NRK Radio dekker kravet". Ut fra kjennskap til departementets brev forutskikkes altså Allmennkringkastingsrådets vurdering.

Siden departementet ikke har gitt rådet anledning til å kommentere NRKs argumentasjon før det formulerte sitt pålegg, vil det bli gjort her. Essensen i NRKs argumentasjon mot å anvende allmennkringkastingskriteriene på hver enkelt kanal inneholdes i følgende utdrag fra selskapets brev til departementet av 10. mars 1997:

*"[Allmennkringkastingsrådets holdning] vitner etter vårt syn om en kulturpolitisk konservatisme som ikke gjenspeiles i den mediepolitikk Stortinget har utformet de siste 10-15 årene og som er i konflikt med den utviklingen allmennkringkasterne gjennomgår i hele den vestlige verden for å*

*styrke sin posisjon vis-à-vis de kommersielle kringkasterne. Den lukker også øynene for de realiteter den digitale distribusjonsteknologien stiller allmennkringkastingen overfor.*

[...]

*Å knytte allmennkringkastingsforpliktelsene ensidig til den enkelte kanal blir [...] mer og mer meningsløst etterhvert som folks valgmuligheter blir større og publikums muligheter til selv å komponere sin fjernsynskveld gjennom preprogrammering bedre. Allerede i dag gir teknologien folk mulighet til å sette sammen en programmeny med program fra alle tilgjengelige kanaler. Om få år vil selve kanalbegrepet være utvannet." (Vår kursivering.)*

Til dette er å si:

\* Rådet mener ovenfor å ha vist at det ikke er grunnlag for å hevde at evaluering på kanalnivå er i strid med "den mediepolitikk Stortinget har utformet de siste 10-15 år".

\* Vestlige allmennkringkastingsselskapers strategier i forhold til kommersielle konkurrenter varierer mye fra land til land, bl.a. ut fra offentlige reguleringer, og dessuten over tid. I flere land kan man blant annet registrere en tendens til besinnelse i forhold til en tidligere strategi som gikk ut på å konkurrere "frontalt" med de rent kommersielle kanalene, dvs. konkurrere på de felt der disse gjør sine sentrale satsninger. BBC har for eksempel i det mediepolitiske dokumentet *Extending Choice: The BBC's role in the new broadcasting age* (1992) gitt uttrykk for at en i framtiden vil konsentrere seg om allmennkringkastingens spesifikke, offentlige oppgaver: "*in the future, [the BBC] will have an obligation to focus on performing a set of clearly defined roles that best complement the enlarged commercial sector.*" (s. 19) Videre hevdes det til og med at "*Over time, it [BBC] should withdraw from programme areas or types in which it is no longer able or needed to make an original contribution.*" (S. st.) Det er vanskelig å se at slike tanker er i samsvar med et ønske om å kunne tilby f.eks. rene popmusikk-kanaler, eller for den saks skyld andre typer helt ensidige tema- og målgruppeorienterte kanaler som rent kommersielle krefter i stadig større utstrekning kan ventes å ville satse på.

\* Å holde fast ved allmennkringkastingsprinsippene om en variert programmeny på hver enkelt kanal innebærer selvfølgelig på ingen måte et forsøk på å begrense publikums valgfrihet. I den grad publikum beveger seg rundt i kanaluniversene, er det uansett ulike sammensatte menyer de lager seg. Disse kan like gjerne settes sammen fra varierte kanaler som fra ensidige tema-kanaler. De sistnevnte finnes forøvrig tilgjengelige fra kommersielle aktører, og behøver knapt dublering fra allmennkringkastere, med eller uten lisensfinansiering.

\* Framstillingen NRK gir av hvilke konsekvenser den teknologiske utviklingen vil ha på dette området, fremst digitaliseringen, er diskutabel. Det ligger for det første en lang rekke viktige mediepolitiske beslutninger mellom dagens situasjon og den konkrete utformingen av et framtidig digitalisert kringkastingstilbud. For det andre vet man lite om hvor lang tid det vil ta før størsteparten av publikum har skaffet seg det nødvendige digitale mottakerutstyret. For det tredje, og mest vesentlig, finnes det ikke holdbart grunnlag for påstanden om at "selve kanalbegrepet" vil "være utvannet" om "få år". Ved siden av de før nevnte mediepolitiske beslutningene, vil det her ha avgjørende betydning hvilke *tilbud* publikum får, samt spesielt hvilke *ønsker* publikum vil forsøke å tilfredsstille. Det finnes meget gode grunner for å anta at publikum også i overskuelig framtid bl.a. vil ønske seg det *felles rom* som varierte allmennkringkastingskanaler tilbyr, og det ovenfor anførte ønsket om at allmennkanalene skal bidra til reduserte informasjonskløfter vil snarere få økt enn redusert aktualitet.

Det er meget viktig for norsk mediepolitikk å ta tilbørlig hensyn til at aksjeselskapet NRK nå er et langt mer uavhengig foretak enn den gamle institusjonen var. Av konkurransemessige og andre grunner vil selskapet i stor grad tendere mot å opptre i tråd med kommersiell logikk på mange områder, som et hvilket som helst mediekonsern i en dominerende markedsposisjon.



I den grad NRK ønsker å drive virksomhet ut over sine allmennkringkastingsforpliktelser vil det utvilsomt være en fordel, sannsynligvis for alle parter, om slik virksomhet klarest mulig holdes skilt fra de aktiviteter som lisensmidlene primært er tiltenkt.

## **7. OM MATERIALET SOM LIGGER TIL GRUNN FOR VURDERINGENE**

Rådet undersøkte tidlig hva det ville koste å etablere egen programstatistikk ved hjelp av firmaer som kan tilby slike tjenester, og kom til at det ville bli urimelig dyrt. Vi fant at EBU's system for klassifikasjon av programmer var formålstjenlig. Dette blir fulgt av NRK i deres løpende arbeid med programstatistikk. TV2 følger dette et stykke på vei, og har sagt seg villig til å levere mer detaljert statistikk etter nærmere spesifikasjoner. P4 Radio Hele Norge har engasjert et firma (Imedia Norge AS) som klassifiserer og utarbeider statistikk over kanalens programtilbud i seks tilfeldig valgte uker (uten at P4 er kjent med hvilke). Denne statistikken er ikke uten videre sammenlignbar med NRKs, noe vi kommer tilbake til nedenfor, og her bør det gjøres enkelte endringer.

Dette statistiske materialet, som forøvrig presenteres i kringkasternes årsmeldinger og rapporter til Kulturdepartementet, danner hovedgrunnlaget for vurderingene. Rådets leder har også sett nærmere på TV2s program *God morgen, Norge* fire tilfeldig valgte dager, på bakgrunn av at TV2 gjentatte ganger har vist til at det vesentlige av kanalens dekning av kultursektoren ligger i dette programmet. Planer om en gjennomgang av TV-programoversiktene for fire tilfeldig valgte uker (11.- 17. mars, 10.- 16. juni, 9.-15. september, og 18. -24. november), blant annet for å kunne sammenligne rent kommersielle kanalers tilbud (TV-Norge) med allmennkringkastingstilbudene (NRK og TV2), måtte til slutt droppes av tidsnød. Det samme gjaldt en gjennomgang av eksempler på P4s sammensatte program.

Rådet engasjerte fem medieforskere som gjorde hver sine pilotundersøkelser av ulike deler av programtilbudet en bestemt dag, nærmere bestemt onsdag 27. november 1996. Hensikten med dette var primært å få utprøvd og vurdert det metodiske opplegget for eventuelle seinere undersøkelser av de mer kvalitative sidene ved programvirksomheten, noe som i minimal grad fanges opp av den rene programstatistikken. De fem forskerne og deres respektive emner var som følger:

Førsteamanuensis Michael Bruun Andersen (UiO): Nyhets- og aktualitetsdekningen i TV

Professor Marit Bakke (UiB): Kulturdekningen i radio

Professor Peter Larsen (UiB): Kulturdekningen i TV

Førsteamanuensis Kathrine Skretting (NTNU): Program for barn under ti år i radio og TV

Professor Helge Østbye (UiB): Nyhets- og aktualitetsdekningen i radio

Tre av disse (Bruun Andersen, Bakke, Østbye) gir ganske grundige kvantitative oppstillinger over omfanget og sammensetningen av programtilbudet på de respektive feltene den aktuelle dagen. Disse kan selvfølgelig ikke gi statistisk grunnlag for generaliseringer, men det ble gjort enkelte funn som en med rimelighet kan anta reflekterer mer gjennomgående trekk ved programtilbudene, samt observasjoner som eventuelt kan følges opp i seinere, mer målrettede studier. Forøvrig gir flere av rapportene nyttige beskrivelser av visse programmers henvendelsesform, journalistisk tilnærming etc.

Dermed gir de et bedre grunnlag for å vurdere hvordan seinere undersøkelser av programtilbudet kan og bør legges opp. Også rådets konkrete evalueringsarbeid har klarlagt behov for bestemte typer studier.

Vi vender tilbake til de utførte undersøkelsene og framtidige analyser etter den følgende vurderingen av de enkelte radio- og TV-kanalene.

## **8. RADIOKANALENE**

### **8.1 Om NRKs radiotilbud**

*Aksjeselskapet NRKs vedtekter av 30. mars 1996 § 3 fastsetter at NRK (radio og TV) skal:*

*1. Konsekvent fremme ytrings- og informasjonsfriheten, de demokratiske grunnverdier og de grunnleggende menneskerettigheter og det enkelte menneskes frihet og verdighet. Programvirksomheten skal preges av allsidighet, upartiskhet, saklighet og skal legge vekt på det vesentlige.*

*2. Støtte demokratiet gjennom et mangfoldig tilbud av nyheter, fakta, kommentarer og debatt om samfunnsspørsmål, også for mindretall og spesielle grupper.*

*3. Støtte, skape og utvikle norsk kultur, kunst og underholdning.*

*4. Legge vekt på programtilbudets allmenndannende karakter, og formidle livssynsprogrammer og religiøse programmer.*

*5. Produsere og formidle kvalitetsprogram for barn og ungdom.*

*6. Fremme bruk og respekt for norsk språk og tilse at de to målformene er representert med minst 25 prosent av verbalsendingene i radio og fjernsyn*

*7. Bidra til å sikre og utvikle samisk språk og kultur*

*8. Sende program for etniske og språklige minoriteter*

Samlet sett har NRK-radio et bredt og mangfoldig sammensatt tilbud, med nasjonale, regionale og lokale variasjoner. Det er ingen tvil om at tilbudet samlet sett tilfredsstillende samtlige av kriteriene for allmennkringkasting. NRKs årsrapport gir alle data som trengs for denne konklusjonen.

NRK har imidlertid også radiotilbud som faller utenfor den ordinære allmennkringkastingsvirksomheten. I 1996 sendte "NRK - Alltid klassisk" 5720 timer seriøs

musikk i Oslo-området. (P1s totale sendetid var på 7 418 timer, P2s på 8697 timer, P3s på 6616.) Dette geografisk avgrensede tilbudet savner den typen begrunnelse som regionale sendinger har. Det bryter med andre ord med prinsippet om allmenn, nasjonal tilgjengelighet. Som ren "temakanal", analog med TV-universets film-, sport-, og popmusikk-kanaler, har "NRK - Alltid klassisk" også en helt annen type programflate enn allmennkanaler. Noe lignende, men ikke identisk, vil gjelde for "NRK - Alltid nyheter" som begynte sendinger 14. april 1997. Spørsmålet om i hvilken grad aksjeselskapet NRK skal ha anledning til å drive annen virksomhet enn allmennkringkasting, og hvordan forholdet skal avveies mellom slike temakanaler og den virksomheten lisensfinansieringen opprinnelig var tiltenkt, ligger utenfor rådets mandat.

### 8.1.1 NRK P1

P1 bærer fortsatt preg av at den har en fortid som "ur-kanal" - mange av trekkene fra en-kanals-tiden er beholdt. Samtidig er det gjort vesentlige endringer som samlet sett har gjort profilen klart "lettere". Det merkes med andre ord at det ifølge *Strategiplan for NRK Radio* (NRK 1996) "først og fremst [er] P1s oppgave å konkurrere med P4 om de voksne lytterne".

Programprofilen kan beskrives ved ulike programtypers prosentvise andel av programflaten mellom kl. 06.00 og kl. 24.00 (i alt 5221,6 timer) i 1996:

Underholdning	15,6 %
Drama	0,9 %
Seriøs musikk	1,6 %
Lett musikk/ pop/ rock	22,5 %
Jazz/folkemusikk/blues/annen	2,0 %
Religion, livsfilosofi	2,4 %
Sport	3,0 %
Nyheter, inkl. værmelding	15,9 %

Samfunnsspørsmål	8,8 %	
Hjem, fritid, livsstil	3,4 %	
Natur og vitenskap	1,0 %	
Kunst, kultur, medier	0,2 %	forts. neste side
Programinformasjon	1,4 %	
Andre program	21,3 %	

Sekke kategorien "Andre program" rommer f.eks. Trafikkradio (215 timer) samt 780 timer "program med blandet innhold", som "Norgesglasset", "Ekko", "Helgestart", "Helgeslutt" og "Timen er din". Dette er, med unntak av "Timen er din", magasinprogram med variert aktuelt innhold, i en lett, hverdagslig-muntlig stil, iblandet musikk. Rådet vil be om at innholdet i slike program registreres i framtidig programstatistikk, på lignende måte som for P4s vedkommende.

Ser vi så på kanalens forhold til allmennkringkastingskriteriene, kan følgende sies:

### 1. *Dekningsgrad*

NRK oppgir dekningsgraden til 99,7 %.

### 2. *Variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper*

2.1 Kanalen har uten tvil en variert programmeny, både m.h.t. genremangfold og tematisk mangfold. Det er imidlertid bemerkelsesverdig lite tid (11,2 timer i løpet av året, dvs. 0,2%) som vies området "kunst, kultur, medier" (ut over deknningen i nyhets- og aktualitetssendinger, inkludert diverse magasinposter). Tar en i betraktning den samfunnsmessige betydningen det samlede kultur- og medieområdet har, og den sentrale plass det har i folks hverdagsliv, synes det rimelig at det tildeles en behandling som går ut over og "bak" de løpende nyheter og aktualiteter.

Kategoriene "Nyheter" og "Samfunnsspørsmål", samt deler av kategorien "Andre program" har samlet et omfang som skulle tilsi at analytiske, kritiske og fordypende perspektiv er tilstrekkelig representert på de fleste områder. Dette spørsmålet kan imidlertid bare gis en grundigere vurdering etter nærmere analyser av sentrale programposter, ikke minst i kategorien "andre program".

2.2 Kanalens innretning på et bredt publikum er klar. I mai 1996 ble dette gjort ytterligere tydelig ved at innvandrersendingene ble flyttet fra P1 til P2 (der omfanget dessuten ble redusert). Også det meste av sendingene på samisk er lagt til P2; Sámi Radio sto for bare 23,9 timer av P1s sendinger i hele 1996. I praksis kan en dermed konstatere at P1 *språklig sett* ikke lenger representerer det etniske mangfoldet i landet. Hvorvidt dette gjøres i programmenes innhold, er en annen sak. Om disse gruppenes spesielle interesser ivaretas er det ikke er foretatt spesielle analyser av.

Når det gjelder kanalens mangfold på området "religion og livsfilosofi", er det verdt å merke seg at denne programkategoriens 124,7 timer alle gikk til kristne andakter og gudstjenester, samt program om kristen religion. Underkategorien "diverse religion/livsfilosofi" er oppført med 0,4 timer - 0,0 %.

Mer problematisk er det imidlertid etter rådets oppfatning at *kanalen ikke lenger sender barneprogram*. Disse er i stedet overført til P2 og i noen grad (dvs. for gruppen 10-14 år) P3. Det heter i NRKs egen *Strategiplan* (1996) at P1 skal "tilfredsstille sin målgruppes totale radiobehov". P1 sikter med andre ord mot å være en kanal store deler av befolkningen har som sitt førstevalg, en kanal man holder fast ved hele dagen eller døgnet. Den er da også den av NRKs radiokanaler som faktisk har størst lytteroppslutning. Etter rådets oppfatning burde kanalen da også inneholde program rettet mot barn under 10 år. Slike program kan, som NRK i flere tiår har demonstrert, gjerne lages slik at også voksne har utbytte av å lytte på dem sammen med barna. Situasjonen nå er at programmet "Radiatoransj" har meget lav oppslutning blant barna - 3% hadde lyttet til programmet minst én gang i løpet av en uke om morgenen, 5% om kvelden. NRKs

forskningsavdeling har gjennomført undersøkelser som peker ut særlig to "forhold som kommer i veien for en større oppslutning om "Radioransj". Det ene er at nesten halvparten av barna er i barnehagen eller i skolen. Det andre er at "P2 filtrerer vekk barnelytterne fordi det er så få foreldre som lytter til kanalen og fordi barna selv ikke kan huske å skru på." (*NRK Allmennkringkastingsregnskap 1996*, s.22)

Temaområdene "Natur og vitenskap" (1%) og "Kunst, kultur, medier" (0,2%), samfunnsmessig sett sentrale felt, er dessuten av så lite omfang at relativt store grupper må vende seg annetsteds for å få tilfredsstilt sine ønsker på disse feltene.

Når det gjelder representasjonen av (framstillingen av) ulike grupper, vil rådet vurdere egne framtidige undersøkelser.

### *3. Daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt*

Rådet mener P1s tilbud må anses tilfredsstillende på dette punktet.

### *4. Styrking av norsk språk, identitet og kultur*

(a) P1 sendte i 1996 1946 timer på bokmål, 507 timer på dialekt og 346 timer på nynorsk. Dialektandelen fordeles likt på bokmål og nynorsk, og da kommer nynorskandelen opp i 21,4 prosent, noe høyere enn i 1995 (19,4 %) p.g.a. økt dialektinnslag. Dette er etter rådets oppfatning nær et akseptabelt nivå.

Mangelen på samiske sendinger er allerede nevnt og kommentert.

Språkbruken i kanalen er ikke systematisk studert.



(b) Kanalens brede programtilbud og løpende nyhets- og aktualitetsdekning synes å tilfredsstillere kravet om bidrag til styrking av norsk identitet, slik dette er definert i kriteriene. Kanalens omfattende tilbud av regionale sendinger er også en meget viktig faktor her, og distriktskontorenes bidrag til P1s rikssendinger utgjorde dessuten 494,8 timer i 1996.

Den minimale dekningen av området "Kunst, kultur, medier" representerer imidlertid et mulig problem på dette punktet. Det kunne forøvrig vært av interesse å gjennomføre en egen analyse av f.eks. hvordan den internasjonale dekningen og dekningen av internasjonale kulturimpulser arter seg, altså av hva slags bilde som formidles av Norge i en global sammenheng. I P1 leverte utenrikskorrespondentene 85 timer sendetid i 1996, fordelt på 3456 innslag (repriseser ikke medregnet), med andre ord et ganske så omfattende bidrag.

(c) Kravet er at kanalene skal styrke norsk kultur ved å ta kulturlivet i bruk i sendingene. Det er etter rådets mening delvis tilfredsstillt i P1.

Med unntak av enkelte innkjøpte konserter, er alle program i P1 egenproduserte.

Statistikken over musikkbruken i P1 (basert på registreringer i januar, mai og september) viser at 35,5 % av komponistene og 38,8% av utøverne er norske, altså til dels godt over en tredjedel. Sett i lys av den internasjonale karakteren både seriøs og lett musikk har, er dette klart akseptable tall. Av i alt 3596,6 timer musikk, er imidlertid bare 203,8 timer "levende". Det kan diskuteres om ikke denne andelen kunne vært noe høyere.

Drama-innslagene - radioteater - omfattet bare 5,7 timer førstegangssendinger i 1996. Her burde det klart være mulig å styrke tilbudet.

Opplesningsserier er ikke registrert. Dette er i og for seg ikke uventet ut fra kanalens generelle profil. Men kunst- og kulturdekningen er som nevnt også ellers såvidt mager at det knapt gis

rom for annen bruk av litterære arbeider. Unntaket her er kåseriformen, samt satiriske eller andre arbeider til bruk i aktualitets- og underholdningsprogram. Særlig i den sistnevnte kategorien finnes det åpenbart innslag som kan modifisere mangelen på representasjon av norsk litterær virksomhet forøvrig, men dette er ikke tallfestet i programstatistikken.

#### *5. Redaksjonell selvstendighet*

Rådet har ikke grunnlag for å betvile at NRK P1 arbeider redaksjonelt selvstendig og i overensstemmelse med grunnleggende medie-etiske idealer.

### 8.1.2 NRK P2

"Mange av de sentrale og viktige public-service-oppdragene er samlet i P2, og kanalen skal representere en stabilitet i skiftende tider", heter det i *1997-2000. Strategiplan for NRK Radio*. P2 sendte mellom kl. 06.00 og kl. 24.00 i alt 6500,7 timer i 1996, 5250,7 fraregnet repriser. Den meget sammensatte programprofilen ser slik ut for 1996:

Undervisning -	2,3 %
Barneprogram -	4,8 %
Underholdning -	1,8 %
Drama (inkl. opplesning) -	3,1 %
Seriøs musikk -	21,0 %
Lett musikk/pop/rock -	3,1 %
Jazz/folkemusikk/blues/annen	6,6 %
Religion, livsfilosofi -	2,0 %
Sport -	0,0 %
Nyheter, inkl. værmelding -	19,5 %
Samfunnssp. -	13,5 %
Hjem, fritid, livsstil -	1,0 %
Portretter -	0,7 %
Natur og vitenskap -	2,6 %
Kunst, kultur, medier -	11,7 %
Programinformasjon -	2,8 %
Andre program -	2,7 %

At sekkekategori "Andre program" her er så minimal, henger sammen med at de musikkfylte magasinprogrammene om litt av hvert har liten plass på denne kanalen.

Den mer detaljerte vurderingen av kanalens forhold til kriteriene for allmennkringkasting ser slik ut:

### *1. Dekningsgrad*

NRK oppgir dekningsgraden til 98 %.

### *2. Variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper*

2.1 Programmenyen er åpenbart meget variert både m.h.t. genre- og tema-mangfold, og den rommer vesentlige innslag der det formidles analytiske, kritiske og fordypende perspektiver.

Det er imidlertid to punkter som er verdt en kommentar. For det første er genre-kategorien "underholdning" på bare 2,8%, en meget lav prosentandel sammenlignet med alle andre kanaler. Dette kan en velge å forstå på bakgrunn av at flere andre programkategorier kan *fungere* underholdende - enten det nå dreier seg om musikk-, drama- eller diverse andre typer program. Noe annerledes stiller det seg med 0,0% sportsprogram. Som en ytterst ressurskrevende, omfattende og til dels dominerende del av kultur- og samfunnslivet kunne en gjerne tenke seg at en kanal av P2s type regelmessig viet fenomenet idrett og sentrale idrettsgrener en mer analytisk og gjerne kritisk oppmerksomhet enn det som kjennetegner sportssendinger flest i andre kanaler. Dette gjøres da også i noen utstrekning i nyhets- og aktualitetsprogram.

2.2 P2s karakter og målgruppeinnretning angis av kanalens egenreklame-slagord "gi de små grå noe å tygge på!" Kanalen er med andre ord i større grad enn andre kanaler innrettet på oppmerksom lytting, altså bruk av radioen som primærmedium. Sosialt sett synes en å ta sikte på grupper med særlig interesse for samfunnsspørsmål og kultursektoren, og primært folk med relativt høy utdanning. Dette siste er gitt ut fra velkjente sosiale mønstre i kulturkonsumet, og markeres allerede av den relativt store plassen som gis til seriøs musikk.

Sendinger på samisk og diverse innvandrerspråk er nå plassert i P2, slik at denne kanalen språklig sett er den som klart markerer Norge som et etnisk sammensatt samfunn.

Som det også framgikk under omtalen av P1 ovenfor, er nå også barneprogrammene plassert på P2. Kanalen er dermed den eneste av NRKs tre riksdekkende kanaler med egne tilbud til barn under ti år.

P2 er med andre ord en slags oppsamlingskanal for grupper som de "bredt" innrettede kanalene overser i større eller mindre grad. Som bemerkningene under omtalen av P1 antyder, mener rådet at denne tendensen har gått for langt, spesielt med hensyn til barneprogrammene.

Det er heller ikke for P2s vedkommende gjennomført noen analyse av kanalens representasjon av ulike minoriteter som ikke er spesifisert i allmenningkastingskriteriene. Rådet vil vurdere å få foretatt slike analyser.

*3. Daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.*

Rådet mener P2s tilbud her er klart tilfredsstillende.

*4. Styrking av norsk språk, identitet og kultur*

(a) P2 sendte i 1996 2680,1 timer bokmål, 251,7 timer dialekt og 436,7 timer nynorsk. Dette gir en "nynorskprosent" på 16,7, klart under P1s, selv om timetallet for "ren" nynorsk ligger vesentlig høyere. Det er altså dialektinnslagene som ligger på et klart lavere nivå. Etter rådets oppfatning bør nynorskandelen kunne økes.

Hvordan det språklige ansvaret ellers er ivaretatt er ikke nøyere undersøkt.

(b) Rådet har ingen spesielle innvendinger mot kanalens forvaltning av ansvaret for norsk identitet, slik dette er definert i allmennkringkastingskriteriene. Som for P1s vedkommende ville det imidlertid vært av interesse å foreta en nærmere analyse av bildet kanalen formidler av Norge i en global sammenheng. Utenlandskorrespondentene har forøvrig ytt et klart større bidrag til P2s programvirksomhet enn til P1s - 131,69 sendetimer.

(c) P2 gjør relativt omfattende bruk av norsk kulturliv i sine sendinger, særlig de seriøse, insitusjonaliserte delene av det. Dette kravet er altså klart tilfredsstillt.

Praktisk talt alle programmer i P2 er så vidt vites egenproduserte. Kanalen har også innslag av form-eksperimenterende program, og bidrar slik til utvikling av radiomediet som kulturell form.

Statistikken over musikkbruken i P2 viser at 21,4% av de representerte komponistene og 36,1% av utøverne er norske. Dette må anses tilfredsstillende. Av i alt 4201,2 timer musikk, er 670,0 timer "levende", altså mer enn tre ganger så mye som på P1. Rådet betrakter dette som et positivt trekk.

Innslaget av drama, inkludert opplesning, er ikke spesielt stort (3,1%), men gir likevel rom for større bredde i bruken av litteratur enn det en finner på andre kanaler. Kanskje kunne en tenke seg at produksjonen av radiodramatikk økes noe, men både denne genren og opplesninger er i og for seg tilfredsstillende representert som det er.

### *5. Redaksjonell selvstendighet*

Rådet har ikke grunnlag for å betvile at NRK P2 arbeider redaksjonelt selvstendig og i overensstemmelse med grunnleggende medie-etiske idealer.

### 8.1.3 NRK P3

I NRKs strateginotat for radio heter det bl.a. om P3 at "kanalens oppdrag er å vinne flere unge lyttere til NRK". Det er mulig man her tenker seg en slags merkevare-effekt - en utvikling av lojalitet mot aksjeselskapet NRKs produkter, etter parolen "en gang NRK-lytter, alltid NRK-lytter". Dette er en diskutabel sammenheng på kringkastingsfeltet. Bruk av radio og TV er i høy grad vanepreget, og de erfaringer en gjør med mediene former ens forventninger og ønsker i forhold til dem. Hvis kanalen skal kunne rekruttere unge lyttere (og seere) til en variert programmeny i tråd med allmennkringkastingens prinsipper, bør dens programprofil med andre ord ikke være alt for ensidig. I NRKs *Allmennkringkastingsregnskap for 1996* vises det til undersøkelser der det framgår at "oppslutningen om både P1 og P2 er større blant ungdom som hører på P3 enn blant dem som ikke gjør det. Analysen tyder med andre ord på at Petre fungerer som en bro over til P1 og P2." (s.23) Dette er ikke overbevisende. Den anførte sammenheng kan tolkes på flere andre måter, bl.a. ut fra bakgrunnsdata på de ungdommene det gjelder. Slik sammenheng presenteres kan man like gjerne si at den viser at ungdom som lytter til P1 og P2 iblant tilfredsstillere sine ønsker om popmusikk ved å lytte på P3.

P3s programprofil ser slik ut mellom kl. 06.00 og kl. 24.00 ifølge NRKs programstatistikk:

Barneprogram	3,7 %
Ungdom/musikk	46,5 %
Ungdom/annet	41,2 %
Nyheter	6,0 %
Sport	2,5 %
Andre program	0,2 %

Den totale sendetiden for P3 i det aktuelle tidsrommet er 6615,8 timer. Av dette er ifølge musikkstatistikken 4418,8 timer musikk. Dette gir en musikkandel på 66,8%, suverent høyest

blant samtlige allmennkringkastingskanalers dagtidsprofil, og høyere enn i f.eks. P1s natradio (oppgis til 61%).

Programstatistikkens sekke kategorier, som oppsamler 87,7% av programmene, gir meget liten informasjon om hva sendeflaten egentlig inneholder av verbalstoff. Det opplyses imidlertid at ungdomsprogrammene i kanalen "består i hovedsak av musikkprogram og underholdningsprogram", dvs. at "annet" i betegnelsen "Ungdom/annet" egentlig betyr "underholdning". Ut over dette sies følgende:

"Samfunnsspørsmål tas opp f.eks. i innringningsprogrammet Zenit og nyhetsprogrammet Petre 16. Innenfor kategorien "Hjem, fritid, hobby" finner vi Internettprogrammet Safari. Det er en del program med blandet innhold, akkurat som i P1 når det gjelder det voksne publikum, disse er f.eks. Opptur og Pysch." (*Programundersøkelsen 1996*, s. 14)

Etter rådets oppfatning vil det være ønskelig at framtidig programstatistikk kategoriserer også innslagene i de lange, sammensatte programflatene som er karakteristisk for en kanal av P3s type, omlag slik P4 gjør i sine undersøkelser av lignende sendinger.

### *1 Dekningsgrad*

NRK oppgir dekningsgraden til 96 %.

### *2. Variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper*

Etter at fenomenet "ungdomskultur" i minst 40 år har vært etablert som en egen kulturell kategori, er det akseptabelt at de aktuelle aldersgruppene tildeles en egen allmennkringkastingskanal med en spesielt tilpasset profil. Kriteriet om "bredde" i publikumsorienteringen må dermed ses i lys av denne generasjonsmessige avgrensningen. Det kan



derimot være grunn til å framheve at også "ungdom" og "ungdomskultur" er sammensatte størrelser, med langt større mangfold i verdier, interesser og smak enn det bildet som f.eks. reklamebransjen helst tegner.

Unge mennesker vil selvfølgelig ikke begrense sitt mediekonsum - eller radiokonsum - til spesielt innrettede ungdomskanaler. Mange interesser, behov og lyster kan innfris andre steder. Men P3s erklærte målsetting er å tiltrekke seg så stor del av ungdommen som mulig, og holde på den. Det er også et faktum - som enhver som er i jevnlig kontakt med ungdom vet - at unge mennesker stort sett foretrekker noen henvendelsesformer framfor andre, liksom de stort sett foretrekker visse typer musikk framfor andre. Det siste - et meget omfattende musikktilbud i ungdomsorienterte genre - er P3s viktigste profilmarkør og tiltrekningskraft.

Leder for P3s Osloedaksjon, Stig Holmer, sa i et intervju med NRKs *Tidssignalet* høsten 1996 (nr. 20): "Petre i seg selv er en musikkanal med klart definert og begrenset tilbud. Vi skal gi pop og rock til norske ungdommer, samtidig som vi skal bidra med underholdning og infotainment." Etter rådets oppfatning er dette en problematisk formulering av kanalens oppgave, ettersom en ren musikk- og underholdningskanal like gjerne kan drives på kommersielt grunnlag. Selv om en aksepterer et rikelig innslag av pop og rockemusikk, gjenstår spørsmålet om hva verbalinnslagene skal bestå av. Stig Holmer påpeker også i intervjuet at det er "formen på taleinnholdet som avgjør om vi når fram eller ikke". I den grad dette er riktig, fins det med andre ord knapt grenser for hvilke tema som kan behandles i kanalen, i det minste om en ikke venter de største dybder.

Ett mulig stikkord her kan nettopp være det anglo-amerikanske begrepet "infotainment". Det oversettes et sted i *NRK Allmennkringkastingsregnskap 1996* til "journalistisk underholdning". Man kan velge å se dette som en betegnelse på visse typer journalistisk formidling av en sak eller et saksområde. P3s sendinger rommer allerede eksempler på hvordan dette kan drives på områder mange ungdommer interesserer seg for. Et av disse er "Safari", et program som bringer informasjon om og omkring Internett, med rikelige musikkinnslag. Det fins nå et eget, ti-

minutters nyhetsprogram kalt "Petre 16", et innringningsprogram for diverse aktuelle spørsmål, "Zenit", og ellers er det innslag av diverse aktualiteter m.m. i programmene "Opptur" (om morgenen) og "Pysch".

Sammen med de korte, samsendte nyhetssendingene hver time (oftere om morgenen) viser slike elementer at kanalen ikke er uten ambisjoner om en variert programmeny. Etter rådets oppfatning bør P3 utvikle og realisere slike ambisjoner videre i retning av en reell allmennkringkastingsprofil for ungdom - som stadig kan gi rikelig med pop og rock til lytterne.

Man kan f.eks. spørre seg hvorfor nettopp Internett er det eneste emnet som er funnet verdig til behandling i et eget program. Ungdom i alderen 13-16 år stilles blant annet overfor spørsmålet om konfirmasjon, kirkelig eller ikke, og er ikke minst i denne forbindelse gjerne opptatt av religion og livssynsspørsmål. Mange ungdommer engasjerer seg i politiske saker, i og utenfor partienes ungdomsavdelinger. Unge mennesker skal velge utdanning og yrke. Ungdom er gjerne sterkt internasjonalt orientert og interessert, og reiser en hel del på egen hånd fra de passerer midten av tenårene. Ungdom som er engasjert i aktiv idrett stilles overfor en rekke spesielle problemstillinger. Mange ungdommer er pasjonerte lesere av bøker og tegneserier, og hvorfor har man ikke et eget filmprogram? Hva med kjønns- og kjærlighetslivet? Ingen av disse saksområdene byr på spesielle vansker når det gjelder en uformell, ungdommelig presentasjonsform. Det som kreves, er journalistisk kompetanse og kreativitet.

Rådet kan ikke se at kanalen, som den nå er, lever opp til kriteriet om en variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper innenfor det aktuelle alderssegmentet.

Og selv ganske forsiktede forventninger om "analytiske, kritiske og fordypende perspektiv" kan vanskelig sies tilfredsstilt av tilbudet i 1996.

3. *Daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.*

P3 har nyhetssendinger (minst) hver time, i samsending med andre NRK-kanaler, og dessuten en ti minutter lang nyhetssending om ettermiddagen, Petre 16. Det er på aktualitets- og oppfølgingsområdet tilbudet etter rådets oppfatning bør kunne utvides (jf. ovenfor).

4. *Styrking av norsk språk, identitet og kultur*

(a) P3 har sendt 767,4 timer på bokmål, 432,5 timer på dialekt og 85,1 timer på nynorsk. Det er følgelig den meget høye dialektandelen som gir kanalen den høyeste "nynorskprosenten" av alle: 23,5 %. Språkbruken ellers er ikke undersøkt.

Det fins ingen sendinger med samisk språk eller innvandrerspråk.

(b) Kanalens ungdommelige stil i presentasjonsform og språk er etter rådets oppfatning i seg selv et bidrag til styrking av norsk identitet, slik dette er definert i kriteriene. Spørsmålet om i hvilken grad kanalen kan sies å levere "en bredest mulig dekning av internasjonale forhold med kulturimpulser fra ulike deler av verden", slik at den øker "bevisstheten om hva det vil si å være innbygger i Norge", er vanskelig å besvare uten en grundigere analyse av hva som skjuler seg bak programstatistikkens sekke kategorier. Her vil også fordelingen av musikkens opphavsland ut over skillet norsk/utenlandsk være relevant, altså f.eks. spørsmålet om hvor den utenlandske musikken kommer fra. Nærmere bestemt er det av interesse å få angitt hvor stor andel anglo-amerikansk musikk utgjør.

(c) P3s bidrag til å "styrke kulturlivet i Norge ved å ta det i bruk i programvirksomheten" ligger p.t. primært i avspilling av norskprodusert pop og rock. I 1996 var 17,6% av komponistene og 18,0% av utøverne norske. Dette representerer en økning i forhold til året før, og denne trenden

kan gjerne fortsette. 91,4 timer var levende musikk, av de i alt 4418,8 timene, og det kan gjerne bli flere. Ved økt differensiering av programflaten og en økt bevissthet omkring verbalinnslagene vil kanalen kunne utvide sin bruk av kreative talenter.

### *5. Redaksjonell uavhengighet*

Rådet mener å ha grunn til å stille visse spørsmålstegn ved P3s redaksjonelle uavhengighet. Det enkelt tekst-reklamerende samarbeidet med Verdens Gang om presentasjonen av den såkalte "VG-lista", (også i NRK2 (TV)), er lite problematisk sammenlignet med hva som kom fram i en stort oppslått artikkel i *Dagens Næringsliv* 5. april 1997. Den dreier seg om noe som synes å være organiserte koplinger mellom P3, primært ved kanalens musikk sjef, og kommersielle interesser i plate- og motebransjen.

Artikkelen omtaler en uformell gruppe, kalt "Infopool", med 14 representanter for bl.a. trykte ungdomsmedier (*Spirit* og *Natt&Dag*), reklame- og informasjonsbyråer (JBR, Geelmuyden.Kiese m.fl.), klesfirma (Levi Strauss Norge), plateselskap (Warner), Norges største kjede av platebutikker (Hysj Hysj) - og altså P3. "Infopool" skaffer ifølge avisen salgssjefen i Hysj-hysj-kjeden "kontakter som er uhyre nyttige for å øke platesalget" i kjedens 46 butikker. Artikkelen fortsetter (vår kursivering):

*"Ett av de sterkeste eksemplene på cross-over-effekten innen Infopool-gjengen er samarbeid mellom NRK Petre, Hysj Hysj og Spirit. [...] Vi ønsker å profilere Petre-journalistenes valg av populære plater, forteller Rolf Kjos-Hanssen i Hysj Hysj. - NRK Petre vil lage en liste over utvalgte plater, sende den til oss og vi vil markedsføre dette i våre butikker. Samtidig blir det annonsert for platene i Spirit. Det blir også egen hylleplass for NRK Petre/Spirit i Hysj Hysj-butikkene, sier han.*

*Samtidig har Hysj Hysj et nært samarbeid med Infopool-medlem Kenneth Lyngaas i Levi's og med plateselskapene. Sistnevnte bruker Levi's butikkene som reklamearena for plater parallelt*

*med kampanjer for disse i Hysj Hysj-butikkene. Annonser for platene og konkurranser med premier fra Levi's blir annonsert og omtalt i bladet Spirit. Effektivt og greit."*

Det omtales også store ungdomsarrangementer Infopool-medlemmer samarbeider om, og hvor P3 står sentralt: "*Petre blir profilert med logo under Hyperstate og sender seks timer direkte fra Spektrum. Samtidig er Eva Records en av hovedsponsorene til arrangementet som i år heter Absolute Hyperstate. Eva Records gir ut platen Absolute Hyperstate som igjen får en egen kampanje i Hysj Hysj-butikkene.*" (Vår kursivering) Det står ingenting om i hvilken utstrekning denne platen også får sin kampanje på P3.

*Dagens Næringsliv* konstaterer at "slike koblinger gir fort en tung påvirkning av målgruppene, som oftest unge mellom 13 og 20 år", og viser til en rekke store firma som har økonomisk glede av dette.

Allmennkringkastingsrådet oppfordrer med dette NRK til å gjør nærmere greie for hvordan denne virksomheten står i forhold til både prinsippet om redaksjonell uavhengighet og andre medie-etiske prinsipper. Spørsmålet om hvordan en skal forstå forholdet mellom dette samarbeidet, P3s musikkandel på 66,8 prosent og oppgavene for en allmennkringkastingskanal for ungdom vil rådet avstå fra å diskutere i denne omgang.

## **8.2 P4 RADIO HELE NORGE**

*Fra søknaden om konsesjon fra Radio Hele Norge A/S, 15. februar 1992, vedlegg 2, "Programprofil":*

*" \* RHN skal være en allmennradiokanal for brede lag av befolkningen. Kanalen skal bygges på public service-grunnlag i vid forstand. I public service begrepet legger RHN bl.a. følgende: -*

*Nyheter/debatt - sport - service-radio - delaktighet/lytterinteraktiv - 'opplevelsesradio'. Det er et overordnet mål å skape en egen identitet, en 'kanalfølelse', som adskiller seg fra NRK. Den kan gjøres såvel i form som i innhold - uten at det går på bekostning av kvalitet. Målet for en reklamefinansiert riksradio er å oppnå høye lyttertall, og derfor må det søkes fellesnevnerne for brede grupper. RHN vil imidlertid også satse på såkalte nisjeprogrammer for spesielt interesserte og minoritetsgrupper. Det er ingen nødvendig motsetning mellom kommersiell drift og nisjeprogrammer: For det første har annonsøren interesse av å nå et bestemt lyttersegment, for det annet styrkes den totale profilen ved å kunne tilby et mangfold. [...]*

*\* RHN vil satse på kultur ved å 'ta pulsen' på hele Norges yrende kulturliv i vid forstand. RHN ser muligheter til å sende lokalproduserte kulturprogrammer i samarbeid med nærradiostasjoner. [...]*

*\* Musikk og underholdning vil inngå som en viktig del av radiotilbudet, i magasinprogrammer og i egne musikkprogrammer. Stikkord for musikkprofilen må være mangfold, med røtter i vårt levende norske musikkmiljø. [...]*

*\* RHN skal være et program for hele landet og skal speile hele landet. Derfor legges det opp til et omfattende samarbeid med uavhengige nærradiostasjoner. En modell er at nærradiostasjonene leverer programmer på to måter: For det første som distriktskontakter i nyhetsformidlingen, for det annet vil nærradiostasjoner inviteres til å lever innslag eller tittelprogrammer på regulær basis. [...]*

*\* Med en produksjon basert på produksjonsmiljøer over hele Norge, vil det språklige mangfoldet bli ivaretatt på en tilfredsstillende måte. Nynorsktalende lyttergrupper bør oppleve at dette også er deres kanal. Det vil også gis tilbud til den samisktalende del av befolkningen. [...]*

*\* Det ligger en stor utfordring i å gi barn og ungdom et godt radiotilbud. Radio er et medium som er særdeles velegnet til å stimulere en skapende fantasi - nettopp fordi det er et medium der*

*lytteren skaper sine egne bilder. Selv om RHN vil være i et konkurranseforhold til NRK, er barne- og ungdomstilbudet et område der RHN bør søke samarbeid for å unngå såkalt 'counter-programming'. Det skal satses på 'opplevelsesradio', dramatisering, opplesning, musikk og nyheter for barn.*

*\* Religiøse programmer har sin naturlige plass i en riksdekkende radiokanal. NRKs lytterstatistikker er også klart uttrykk for det. I en tid der stadig flere søker verdiforankring vil RHN regelmessig sende innslag/programmer med religiøs karakter. Livssynsorienterende program i bred forstand vil også ha en viktig plass."*

P4 Radio Hele Norge har enerett på landsdekkende, reklamefinansiert radio i Norge, og sender hele døgnet i én kanal. P4 driver det selskapet selv, ved programsjef Svein Torgersen, kaller "moderne målgrupperettet radio" (i brev til rådet av 8. november 1996). Det opplyses samme sted at "program- og musikkprofilen er primært rettet mot aldersgruppen 25-50 år", men at lytterstatistikk samtidig viser stor oppslutning både blant yngre og eldre - for de sistnevnte angis lytterandelen å være økende. Sendingene er i hovedsak organisert som relativt lange flater med blandet innhold og mye musikk, og foruten nyhetene minst hver time er det relativt få såkalte "tittelprogrammer", dvs. tematisk fokuserte sendinger.

De følgende vurderingene er, som nevnt ovenfor, i hovedsak basert på de undersøkelsene selskapet Imedia Norge AS har foretatt på oppdrag fra P4, og som gjelder seks tilfeldig valgte, på forhånd ukjente, uker på ulike tider av året. Programstatistikken Imedia Norge A/S har laget for P4 er ført etter andre prinsipper de fire siste undersøkte ukene enn i de to første. Forskjellene er som følger: (a) Reklame ble egen kategori; (b) Trafikkmeldinger og Skirapporter ble flyttet fra kategorien "Kunngjøringer" til kategorien "Livsstil/Forbrukerstoff"; (c) For kategoriene "Kunst/Kultur/Media", "Barn/Ungdom" og "Underholdning/Humor/Spørreleker" ble musikkinnslagene og verbalinnslagene målt separat. Tabellene for de fire siste ukene viser da de ulike stoffkategoriens andel av kanalens *verbale* innslag, ikke av den totale sendeflaten. Tallene

for uke 1 og 2 kan dermed ikke uten videre sammenlignes med tallene for uke 3-6. Rådet vil komme tilbake til de ulike framgangsmåter her ved en senere anledning.

De prosentvise fordelinger ser nå slik ut:

	<b>UKE 1-2 (musikk inkl.)</b>	<b>UKE3-6 (and. av verbalinnslag)</b>
<b>Politikk/Samfunnsliv -</b>	4,2 %	9,5 %
<b>Kunst/Kultur/Media -</b>	12,2 %	8,5 %
<b>Livsstil/Forbrukerstoff -</b>	2,7 %	10,3 %
<b>Sport -</b>	2,36 %	5,0 %
<b>Underh./Humor/spørreleker -</b>	14,13 %	15,1 %
<b>Nyheter/vær -</b>	7 %	15,5 %
<b>Kunngj./Egenmeldinger -</b>	1,6 %	3,3 %
<b>Religion -</b>	0,6 %	1,4 %
<b>Barn/Ungdom -</b>	8,4 %	6,0 %
<b>Reklame</b>	(-)	15,9 %
<b>Jingler/diverse underh.musikk -</b>	46,8 %	(-)
<b>Jingler/Annet</b>	(-)	9,7 %

For ukene 3-6 er den totale sendetiden mellom 06.00 og 24.00 oppgitt til 30 240 minutter (504 timer), og herav er 13 640 minutter 18s (227,3 timer eller 45%) verbalinnslag, 16 599 minutter. 42s (276,7 timer), dvs. 55% musikk. (Musikkandelen på NRKs P3 er til sammenligning som nevnt på 66,8 %, for P1 er den mellom 06.00 og 24.00 oppgitt til 26,9%.)

### *1. Dekningsgrad*

P4 oppgir sin dekningsgrad høsten 1996 til 93%, og opplyser at det fortsatt settes nye sendere i drift.



## 2. Variert programmeny for brede og smale grupper

### 2.1

(a) P4s sendinger domineres som nevnt av lange programflater med blandet innhold. Rådet ser det ikke som sin oppgave å reise kritikk mot en slik struktur i seg selv - den er utbredt i mange moderne radiokanaler av enhver art. En slik aksept innebærer at kravet om *genremangfold* i programtilbudet også må anvendes på innslagsnivå, slik kriteriene åpner muligheter for.

Det finnes imidlertid stadig tematisk fokuserte programmer i P4s sendinger. Foruten nyhetssendingene gjelder dette f.eks. kulturmagasinet "Dårekisten", filmprogrammet "Casablanca", innringningsdebatt-programmet "Tvert imot", trafikkprogrammet "Midt i trafikken" og barneprogrammet "Revehiet". I tillegg kommer også noen av de lange, sammensatte flatene i praksis har avgrensede tema, til dels angitt i tittelen, som "Kjærlighet uten grenser". De kan også i tittelen angi hva slags musikk som faktisk er programmenes tema, f.eks. "Runes Roots Restaurant" og "Skeive skiver" (som handler om såkalt gammelpop). Dette viser at vektforholdet mellom tematisk sammenhengende eller fokuserte program på den ene siden, og de lange løst sammensatte flatene på den andre i praksis er bevegelig.

Både på program- og innslagsnivå er det rådets inntrykk at genrebredden er begrenset. En ting er at f.eks. kategorien "drama" tilsynelatende bare forekommer i reklamesegmenter, sjelden eller aldri som f.eks. redaksjonell formidlingsform (som satire etc.). Viktigere er det at en genre som reportasje/dokumentar synes å forekomme meget sjelden, dvs. at programmedarbeiderne sjelden eller aldri synes å forlate studio annet enn per telefon.

(b) De fleste stoffkategorier synes representert i programstatistikken, slik at kriteriet om tematisk mangfold i og for seg kan sies tilfredsstilt. Visse tematiske områder, som f.eks. "Natur/Vitenskap", er nå sannsynligvis innbakt i andre kategorier, men bør etter rådets

oppfatning spesifiseres i framtidig statistikk slik at en sammenlikning med tilbudet i NRKs kanaler lettes.

(c) Når det gjelder "analytiske, kritiske og fordypende perspektiv" er disse i all hovedsak begrenset til det daglige nyhetsmagasinet "Syttentretti". Etter rådets oppfatning bør slike perspektiv også utvikles eller styrkes i den journalistiske behandlingen av andre sentrale tematiske områder, som "Politikk/Samfunnsliv", "Kunst/Kultur/Media" og "Livsstil/Forbrukerstoff".

## 2.2

P4s programmer er som nevnt ovenfor hovedsakelig orientert mot lyttere mellom 25 og 50 år. Denne innretningen kommer til uttrykk ikke minst i kanalens musikkprofil, som er konsentrert om mer eller mindre melodios, mer eller mindre "voksen" popmusikk av eldre og nyere dato. De mellom 25 og 50 som har andre hovedpreferanser må vende seg annetsteds, slik at målgruppen åpenbart også har sosio-kulturelle begrensninger ut over alder.

Rådet mener P4s musikkprofil i lys av det øvrige allmennkringkastingstilbudet langt på veg må aksepteres som uttrykk for kanalens målgruppeorientering og generelt bredt innrettede profil. Likevel må det påpekes at kanalen ved å foreta eksperimenter med forsiktige utvidelser av det musikalske registeret vil styrke inntrykket av en reell bredde i publikumshenvendelsen. Rådet ser dessuten gjerne at P4s musikkstatistikk differensierer mellom ulike stilarter også innenfor populærmusikken.

P4 har barneprogram hver lørdag og søndag. Ut over dette er det vanskelig å se at kanalen sender det en vanligvis forstår med "nisjeprogram" eller program spesielt rettet mot såkalt "smale" lyttergrupper. Man må i så fall gjøre en kreativ nytolkning av dette begrepet, og si som programsjef Svein Torgersen gjør i det ovenfor nevnte brevet til rådet, at de mange unge jentene som slutter opp om "Kjærlighet uten grenser" er en slik "smal" gruppe. Det samme gjelder de

spesielt interesserte som f.eks. "Runes Roots Restaurant" særlig vender seg til. Rådet kan med visse forbehold, tenke seg å gå med på en slik tolkning. Det er imidlertid stadig klart at det synes å mangle program eller innslag spesielt vendt mot *andre* mindre publikumsgrupper med vel så begrenset tilbud i allmennkringkastingskanalene sett under ett. Her bør man forøvrig også ta i betraktning kvalitative aspekter ved det de ulike gruppene tilbys, altså sider ved tilbudet som behandles under pkt. 2.1 ovenfor og pkt. 3 nedenfor.

Det er ikke foretatt egne undersøkelser av hvordan det sosiale og kulturelle mangfoldet i befolkningen er representert i P4s sendinger. Stikkprøve-studien av P4s korte nyhetssendinger som professor Helge Østbye utførte for rådet gir imidlertid ingen grunn til å anta at bredden i denne programkategorien er mindre enn i NRK-kanalenes tilsvarende sendinger.

Innenfor rammen av det som ovenfor er sagt generelt om P4s programtilbud, finner rådet at sendingenes fordeling i tidsskjemaet i hovedsak er i overensstemmelse med kriteriet om at "mangfoldet i programtyper og publikumsorienteringer også finnes innenfor henholdsvis radio- og TV-mediens sentrale sendetider". Dette kan begrunnes med at morgen- og ettermiddagsflatene er de mest sentrale i radio, og i begge disse inngår f.eks. utvidede nyhetssendinger. Dermed blir disse flatene mer varierte enn andre.

*3. Daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.*

Rådet finner at P4s nyhetssendinger gjennomgående holder godt, profesjonelt journalistisk nivå. For de korte sendingenes vedkommende indikerer professor Helge Østbyes "stikkprøve"-undersøkelse at utvelgelse, prioritering etc. er meget lik den NRK foretar. Når det forekommer avvik her, kan det se ut til at det i hovedsak arter seg som en berikelse eller utvidelse av nyhetsbildet. Graden av soliditet i den øvrige løpende orienteringen om viktige samfunns- og kulturspørsmål er mer diskutabel, jf. det som er sagt under pkt. 2.2 ovenfor om fordypning etc.

Det synes for rådet som om særlig den internasjonale orienteringen med fordel kan styrkes, men egne undersøkelser på dette feltet er ikke foretatt.

#### *4. Styrking av norsk språk, identitet og kultur*

(a) P4 har ingen statistikk over målbruken i kanalen, slik NRK har. Rådet vil be om at dette utarbeides for inneværende og kommende år. Det generelle inntrykket er at den rene bokmålsandelen er nær 100 prosent; det finnes knapt en medarbeider som synes å ha talemålsgrunnlag fra steder utenfor det sentrale østlandsområdet. P4 bør etter rådets oppfatning kunne endre på dette forholdet, jf. for eksempel konsesjonssøknaden.

Språkbruken er forøvrig ikke undersøkt nærmere.

(b) Slik det å "styrke norsk identitet" er definert i kriteriene, vil kanalens bidrag her være avhengig av i hvilken grad den formidler et mangfold av identiteter og livsformer i dagens Norge, og dessuten av i hvilken grad den dekker internasjonale forhold og kulturimpulser fra ulike deler av verden. Ut fra det som er sagt ovenfor under punktene 2.2 og 3, synes det klart at P4 med fordel kan utvikle sitt bidrag på begge de nevnte feltene.

Med et så stort musikkinnslag i sendeflatene som det P4 har, vil musikkutvalget også være vesentlig på dette punktet. Kanalen har oppgitt (i brevet det er referert til ovenfor) at man nå er oppe i omkring 25% norskprodusert musikk. For en kanal med P4s profil er dette etter rådets oppfatning på et akseptabelt minimumsnivå. Som for P3s vedkommende kan det imidlertid være av interesse å få registrert hvor stor del av den øvrige musikken som er av anglo-amerikansk opprinnelse.

(c) Med P4s profil in mente er det videre klart at det primært er de populærkulturelle delene av kulturlivet som kan forventes brukt. Dette skjer nå hovedsakelig ved avspilling av

norskproduserte plater. Innslag av "levende" musikk (konsertopptak, f.eks.) er ikke registrert i programstatistikken eller på annen måte, men kan gjerne ha forekommet. Det er, som antydnet ovenfor, grunn til å etterlyse større genremessig variasjon i P4s musikktilbud. Rådet mener videre å kunne konstatere at det bør finnes rom for utvidet bruk av andre kreative talenter enn musikere i programvirksomheten.

### *5. Redaksjonell selvstendighet*

Rådet har ikke grunnlag for å betvile at P4 arbeider redaksjonelt selvstendig og i overensstemmelse med grunnleggende medie-etiske idealer.

## **9. FJERNSYNSKANALENE**

### **9.1 NRK 1**

NRK1 er som kjent landets opprinnelige monopolkanal, og bærer fortsatt preg av denne utgangsposisjonen på flere vis. Dette er en meget bredt innrettet og sammensatt allmennkringkastingskanal. I 1996 sendte den 4036 timer, hvorav 791 (19,6%) var repriser. Dette representerer en økning i forhold til tidligere år, fremst i form av mer tid til barneprogram og sport (primært OL i Atlanta). 53% av førstegangssendingene var egenproduserte og ytterligere 5% var eksterne norske produksjoner, slik at i alt 58% var materiale produsert i Norge.

Programprofilen så slik ut i 1996 (alle tall inkluderer repriser):

Undervisning	87,1 t	2,2 %
Barne- og ungdomsprogram	746,6 t	18,5 %
Underholdning	251,7 t	6,2 %
Drama (inkl. serier og kinofilm)	628,3 t	15,6 %
Musikk	74,4 t	1,8 %
Religion, livsfilosofi	64,3 t	1,6 %
Sport	815,2 t	20,2 %
Nyheter	297,5 t	7,4 %
Samfunnsspørsmål	402,4 t	10,0 %
Hjem, fritid, livsstil	204,4 t	5,1 %
Portretter	24,0 t	0,8 %
Natur og vitenskap	113,0 t	2,8 %
Kunst, kultur, medier	160,9 t	4,0 %
Andre program	59,7 t	1,5 %
Programinformasjon	99,3 t	2,5 %

Vurderingen av kanalens forhold til allmennkringkastingskriteriene er som følger:

### *1. Dekningsgrad*

NRK oppgir dekningsgraden til 99,8 %.

### *2. Variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper*

2.1 Som det skulle framgå av den refererte programstatistikken, er det hevet over tvil at NRK1 har en variert programmeny, med et bredt spekter av såvel genre som tema representert i

programflaten. Gjennom diverse programposter anser også rådet at kriteriet om fordypende (kritiske, analytiske) perspektiv stort sett er oppfylt, særlig for områdene politikk og samfunn, og særlig om en tar kanalens overveiende innretning på et meget bredt publikum i betraktning. På enkelte punkter kunne en imidlertid gjerne ønske visse justeringer (se nedenfor).

2.2 Kanalen er altså åpenbart i hovedsak innrettet på et bredt publikum. Dette gjelder først og fremst programflaten i beste sendetid på kvelden. I løpet av de seinere år har det som svar på konkurransesituasjonen foregått en endring av programleggingen i NRK1 i retning av velkjente kommersielle konkurransestrategier på dette feltet. Hovedgrepet er å bruke Dagsrevyen kl.19.00 som publikumsmagnet, og så forsøke å beholde publikum ved å plassere bredt orienterte, mer eller mindre underholdende program i de følgende tre timer eller så. Gitt konkurransesituasjonen, og det faktum at en rekke journalistiske seriøse program, dramaproduksjoner etc. oftest også inngår i den aktuelle delen av programflaten, finner rådet at en slik strategi må kunne forsvares. Dette gjelder særlig etter at NRK2 er etablert med supplerende tilbud i samme tidsrom.

Dermed blir "smalere" program skjøvet ut mot sein kveldstid, i noen grad også mot tiden før kl. 19.00. Der ligger også daglige barneprogram, samt tilbud til spesielle grupper som Nyheter på tegnspråk. Dette er det eneste TV-programmet spesielt innrettet på hørselssvekkede her i landet. For denne gruppen er det samtidig viktig at 55,8% av samlet sendetid var forsynt med teksting. NRK1 er også alene blant TV-kanalene om faste sendinger på samisk - Manaid-TV/samisk Barne-TV og samisk månedsmagasin produseres av Sámi Radio og utgjorde tilsammen 55 program på i alt 15,8 timer i 1996 (førstegangssendinger). Rådet kjenner ikke til noen oversikt over teksting på samisk, men dette forekommer som kjent også. Samlet sett er rådet klart tilfreds med NRK1s tilbud til de aktuelle gruppene.

Det er ikke foretatt egne undersøkelser av hvordan det sosiale og kulturelle mangfoldet i Norge forøvrig blir representert i NRK1s sendinger. Rådet er på bakgrunn av egne seererfaringer i hovedsak tilfreds på dette punktet.

*3. Daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturforhold, nasjonalt og internasjonalt.*

Rådets vurdering er at NRK1 i all hovedsak fyller dette kriteriet på en utmerket måte gjennom nyhets- og aktualitetssendinger av diverse slag. Et viktig element her er også utenriksdekningen: NRK1 hadde i 1996 hele 1111 innslag på tilsammen 39,7 timer fra selskapets utenrikskorrespondenter. Selv om kvaliteten på disse innslagene kan variere som alt annet, og selv om innslagene som regel er ganske korte rapporter, utgjør dette stoffet samlet sett et verdifullt bidrag.

*4. Styrking av norsk språk, identitet og kultur*

(a) NRK1 har en samlet "nynorskprosent" på 15,0 i 1996. Dette er klart i underkant av den tradisjonsrike normen. Dette innebærer også at dialektbruken er på et meget lavt nivå, sett i forhold til P1 i NRK-radio. Språkbruken er forøvrig ikke spesielt undersøkt.

(b) Programmer i en rekke genre - fra nyhetssendinger og aktualitetsprogram, over "Norge rundt" til diverse underholdningsprogram og dramaserier - gir samlet sett et mangefasettert bilde av livet i Norge. Distriktskontorenes og Sámi radios bidrag til rikssendingene, samt sendingene i sju regioner, er også viktige bidrag her.

Det er en likevel en mulighet for at vekten i mange programmer på å framstille "oss" i Norge som et grunnleggende harmonisk fellesskap, stilt overfor en omverden fylt av krig, kriminalitet og katastrofer i andre programmer, samlet sett kan bli i største laget. Det store omfanget av sportssendinger, ofte fylt av nasjonal entusiasme, videre fulgt opp f.eks. i nyhets- og underholdningsprogram, kan bidra ytterligere til en prinsipielt problematisk idealisering av Norge og "det norske". Det kan tenkes utført analyser av programtilbudet med henblikk på denne problemstillingen. Inntil videre vil rådet nøye seg med å minne om betydningen av en balansegang



her, og ytre ønske om en styrket dekning av internasjonale forhold på andre områder enn storpolitikk, konflikter og ulykker.

(c) NRK1 representerer en meget viktig faktor i norsk kulturliv på minst tre forskjellige måter. Kanalen er for det første svært sentral som formidler av aktuelle kulturaktiviteter av mange slag gjennom f.eks. reportasjer i nyhetssendinger, innslag i journalistiske underholdningsprogrammer som "Wiese" og spesielle, ukentlige kulturprogram som "Kulturoperatørene" og "Underholdningsavdelingen". Det siste er overveiende innrettet på populærkulturelle aktualiteter, mens det førstnevnte er viet det mer seriøse kunst- og kulturlivet. For det andre gjør NRK1 utstrakt bruk av kunstnere av mange slag i ulike deler av programproduksjonen, fra barne- og ungdomsprogram til dramaserier. Produksjonen innenfor sistnevnte kategori har hatt en positiv økning i 1996, ikke minst knyttet til populære genre. Uten å ta stilling til kvaliteten, mener rådet at dette er riktige og viktige satsninger. Det siste gjelder også NRKs rolle som medprodusent for norske spillefilmer, jf. "Kristin Lavransdatter" som gikk i serieform på NRK1 etter suksessen på norske kinoer. (Et ferskere eksempel er som kjent "Søndagsengler".) For det tredje har NRK1 på utmerket vis tatt seg av rollen som formidler av det en kunne kalle Norges "audiovisuelle arv", først og fremst ved visningen av hele 44 norske spillefilmer i løpet av året.

NRK1s bidrag til styrking av kulturlivet i Norge kommer også til uttrykk når det gjelder musikkbruk, ved at 22,3% av musikken som ble spilt i 1996 hadde norsk komponist, mens 28% hadde norsk utøver. Av i alt 757 timer musikk var 204,4 timer "levende", også et temmelig høyt tall.

Som nevnt innledningsvis i omtalen av NRK1, var 58% av kanalens førstegangssendinger i 1996 produsert i Norge, altså klart over minimumskravet i allmennkringkastingskriteriene på 50%.

##### *5. Redaksjonell uavhengighet*

Rådet har ikke grunnlag for å betvile at NRK1 arbeider redaksjonelt selvstendig og i overensstemmelse med grunnleggende medie-etiske idealer.

## 9.2 NRK 2

NRK2 begynte sine sendinger 31. august 1996, og hadde altså kun fire måneders virksomhet bak seg ved årsskiftet. Omkring denne tid foregikk det også utskiftninger i ledelse og stab, samt budsjettnedskjæringer, slik at kanalens videre utvikling er omfattet av noe større usikkerhet enn tilfellet ellers ville vært.

NRK2 sendte i løpet av de fire månedene tilsammen i 818,7 timer, og 737 timer av dette var førstegangssendinger. Av dette var 336 timer (46%) av førstegangssendingene egenproduksjon og 27 timer norske fremmedproduksjoner, slik at "norskprosenten" her når opp i 49,3%., meget tett på allmennkringkastingskriterienes krav om minimum 50%.

Kanalens programprofil ser slik ut (alle tall inkluderer repriser):

Voksenundervisning	93,8 t	11,5 %
Ungdomsprogram	100,2 t	12,2 %
Underholdning	7,9 t	1,0 %
Drama (inkl. kinofilm)	193,2 t	23,6 %
Musikk	82,1 t	10,0 %
Religion, livsfilosofi	1,6 t	0,2 %
Sport	12,2 t	1,5 %
Nyheter	30,6 t	3,7 %
Samfunnsspørsmål	108,3 t	13,2 %
Hjem, fritid, livsstil	24,4 t	3,0 %
Portretter	8,5 t	1,0 %
Natur og vitenskap	4,8 t	0,6 %

Kunst, kultur, medier	91,1 t	11,1 %
Andre program	3,8 t	0,5 %
Programinformasjon	56,2 t	6,9 %

Programprofilen viser at NRK2 har en bred sammensatt programflate, og at den ikke er blitt en ren avlastningskanal for NRK1 men i hovedsak et selvstendig kanaltilbud med klar karakter av allmennkringkasting. Det framgår forøvrig av oppstillingen at kanalen har sine tyngdepunkter i kategoriene drama, samfunnsspørsmål, ungdomsprogram, voksenundervisning, kunst/kultur/medier og musikk. I den siste kategorien utgjør forøvrig seriøs musikk 63% av tilbudet.

### *1. Dekningsgrad*

Ifølge NRK har NRK2 en *potensiell* dekningsgrad på ca 80%, sammensatt av 27% bakkesendere, 38% kabel og 15% parabolantenner, og en anslått *reell* dekningsgrad på ca 68%. For at den potensielle dekningsgraden skal oppnås, må alle parabolieiere skaffe seg et nødvendig kort til kr. 395,-, alle som kan ta inn bakkesendingene fra UHF-sendere må skaffe riktig antenne og innstille korrekt etc.

Stortinget var kjent med de tekniske begrensningene ved NRK2s distribusjon da spørsmålet om opprettelse av kanalen ble diskutert. Det var enighet i Familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om at "det av økonomiske grunner ikkje er forsvarleg å bygge eit nytt jordbasert sendenett for NRK-2". Komiteens flertall sier i Innst. S. nr. 94 (1995-96) at en har "merka seg at departementet i brev til komiteen 7. desember 1995 har opplyst at det 1. mars 1996 vil vera ein dekningsgrad på om lag 60 pst. av sjåarane og 1. juli 1996 nær oppunder 80 pst.". Flertallet sier vidare at man "rekner med at NRK arbeider aktivt og gjer dei investeringane som er naudsynte for å oppfylle desse måla og tidsfristene." (Alle sitat fra s. 3 i innstillingen.)

Rådet finner på denne bakgrunnen at den tekniske dekningsgraden på ca 80% må aksepteres. Men særlig den reelle, usikre dekningsgraden på 68% er etter rådets oppfatning klart lavere enn ønskelig, og det bør fortsatt arbeides for en økning av dekningsprosenten. Vårt ønske her henger ikke minst sammen med at NRK2 med hensyn til programtilbud må sies å ha en nøkkelfunksjon i forhold til det øvrige fjernsynstilbudet fra allmennkringkasterne.

## *2. Variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper*

### 2.1

(a) Kriteriet om genremangfold er etter rådets oppfatning oppfylt.

(b) Tematisk sett har tilbudet også en klar tilfredsstillende grad av mangfold. På to felt er imidlertid tilbudet overraskende magert, gitt kanalens generelle profil. Det gjelder kategorien "Religion, livsfilosofi" og "Natur og vitenskap". For det siste punktets vedkommende kan man imidlertid vise til det omfattende innslaget av voksenundervisning, samt innslag som nå er gruppert under f.eks. "Kunst, kultur, medier". Dette gjelder i mindre grad for emnet "Religion og livsfilosofi", som rådet, ikke minst med tanke på kanalens delvise innretning på ungdom, gjerne ser gis utvidet dekning i ulike former.

(c) Nå det så gjelder dybde-kriteriet - "analytiske, kritiske og fordypende perspektiv må være tilstede" - anser rådet at NRK2 dekker dette inn på flere vis. Viktig her er ikke minst innslagene av solid dokumentarfilm av ulike slag, og samtaleprogrammene på sein kveldstid alle ukedager utenom helgene ("Absolutt" og "Deadline"). Under dette punktet kan en også trekke fram filmredaksjonens bidrag, som har gitt dekningen av filmmediet en helt ny grad av grundighet i norsk fjernsynssammenheng.

### 2.2

Kanalens publikumshenvendelse antydes av dens selvvalgte eller selvpåførte slagord, "ung og tung". Siden disse adjektivene også kan sies å være dekkende som stikkord for den faktiske

programvirksomheten, er det klart at spennvidden i publikumsorienteringen er meget stor. Både det "unge" og det "tunge" kan i og for seg sies å være rettet mot grupper av relativt begrenset størrelse. Men for det første forsøkes de iblant kombinert (som i "Bak disc'en", om seriøs musikk), for det andre kan programmer av begge slag utmerket godt nå ut over sine mest opplagte målgrupper, og for det tredje har NRK2 også program som i tradisjonell mening er "bredt" innrettet. Det gjelder foruten nyhetssendingene "Siste nytt" særlig det daglige magasinet "Norge i dag" og samtaleprogrammet "Absolutt". De to siste har da også vært blant kanalens såkalte "publikumsvinnere". Andre innslag i programflaten, som visse filmer o.l. , har også klart nok en "bred" karakter.

Kanalen mangler barneprogram, men kompenserer i større eller mindre grad for dette med et stort innslag av program innrettet mot ungdom. NRK2s nåværende sendetid gir knapt rom for barneprogram. Dette kan imidlertid vurderes ved utvidelse av sendetiden.

Sendinger spesielt beregnet på eller omhandlende den samiske befolkningen og andre etniske minoriteter mangler. Rådet mener en bør overveie måter kanalen kan dekke inn dette på.

Det er ikke gjennomført spesielle undersøkelser av hvordan det sosiale og kulturelle mangfoldet i befolkningen blir representert i kanalens sendinger.

*3. Daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.*

NRK2 har to daglige nyhetssendinger, hver på ca ti minutter. De produseres av samme nyhetsredaksjon som leverer "Dagsrevyen" og "Kveldsnytt" i NRK1. Dette arrangementet gir etter rådets oppfatning en minimumsdekning av kriteriet om daglige nyhetssendinger. Gjennom nyhetssendingene og de ovenfor nevnte magasin- og samtaleprogrammene, samt mer sporadiske

dokumentarprogram, anser rådet at NRK2 gir tilfredsstillende dekning på feltet nyheter og aktualiteter.

#### *4. Styrking av norsk språk, identitet og kultur*

(a) NRK2 hadde i 1996 en "nynorskprosent" på bare 12,1. Denne bør åpenbart heves ganske vesentlig. Sendinger på samisk mangler (jf. ovenfor). Programmedarbeidernes språkbruk er forøvrig ikke nærmere undersøkt.

(b) Programposten "Norge i dag" gir daglige glimt fra livet landet over, og diverse andre programposter - som ungdomsprogrammet "U" - bidrar også til et mangfoldig sammensatt bilde av det norske samfunnet og dets medlemmer. Det har vært vist journalistisk spenstige reportasjer fra ulike deler av verden som nettopp har hatt sin styrke i å formidle andre inntrykk fra fjerne himmelstrøk enn de som dominerer i nyhetsgenren. Diverse kort- og langfilmer fra mindre kjente filmland bidrar til å utvide tilfanget av internasjonale kulturelle impulser, selv om amerikansk og vesteuropeisk materiale i høy grad dominerer. NRK2 oppfyller etter rådets oppfatning kravet om bidrag til styrking av norsk identitet, slik dette er definert i allmennkringkastingskriteriene.

(c) NRK2s bidrag til å styrke kulturen i Norge ligger etter rådets oppfatning primært i at kanalens programtilbud på flere punkter representerer et viktig supplement til de øvrige allmennkringkastingskanalenes programmer. Dette gjelder i særlig grad dekningen av seriøs musikk, ikke minst i form av musikkdramatiske forestillinger, men også i form av journalistiske musikk-formidlende program av ulik art, innkjøpte og egenproduserte. Et viktig selvstendig bidrag ligger også i det omfattende kortfilmtilbudet, som både har betydning for norske filmskapere og for landets filmkultur i det hele tatt. Endelig gjelder det tilbudet av til dels nyskapende program for ungdom, noe kanalen også er så godt som alene om.

Musikkstatistikken forteller at bare 7,7% av komponistene og 11,7% av utøverne i kanalens musikktilbud var norske. Som for radiokanalenes vedkommende kunne det vært en fordel om statistikken også ga innblikk i hvor de ikke-norske innslagene kom fra. Det minimale innslaget av norsk musikkproduksjon må henge sammen med vekten på seriøs musikk i utenlandske produksjoner. Det er åpenbart ikke bare pop og rock som står for utenlandsk kulturdominans i Norge. Rådet mener innslaget av norskprodusert musikk bør økes. Det er forøvrig bemerkelsesverdig at en kanal med erklært innretning på ungdom byr på så lite av de musikalske genre som nyter særlig popularitet blant ungdommen, og som primært utøves av unge mennesker - det er tre ganger mer av seriøs musikk enn av pop og rock i kanalens tilbud. Kontrasten til NRKs ungdomskanal i radio, P3, der 66,8% av sendeflaten består av pop og rock, er aldeles overveldende. Den viser hvordan bildet av, og appellen til, kategorien "ungdom" kan konstrueres på til dels radikalt forskjellig vis.

#### *5. Redaksjonell selvstendighet*

Rådet har ikke grunnlag for å betvile at NRK2 arbeider redaksjonelt selvstendig og i overensstemmelse med grunnleggende medie-etiske idealer.

### **9.3 TV 2**

#### ***Fra TV2s søknad om konsesjon, av 30. april 1991:***

*"\* Vi ønsker å gjøre TV2 til en nasjonal riksdekkende kanal med kvalitetsprofil og selvstendig nyhetsdekning. Kanalen skal drives etter prinsippene for almenkringkasting. Over tid skal vi sende programmer både for brede og "smale" grupper av seere. Formålet skal hele tiden være å informere og underholde nordmenn med programmer av høy kvalitet og aktualitet. Andelen av*

*norskproduserte programmer skal være høy. De enkelte programområder skal dekkes innenfor rammen av denne overordnede programprofil. [...]*

*\*Barneprogrammene vil i hovedsak være produsert av andre norske produsenter på vår bestilling, innkjøpte norske programmer og utenlandske innkjøpte programmer. Over tid kan det bli aktuelt å produsere en mindre andel av programmene selv. [...] Vi vil legge vekt på å innhente synspunkter på barneprogrammene både fra våre seere og fagmiljøene, så som f.eks. Barneombudet. [...]*

*\* Det følger direkte av vår programerklæring at vi vil være en nasjonal kanal. Vi vil derfor legge vekt på å markere at vi er noe annet og mer enn en kommersiell satellitt- og kabelkanal for utenlandsk masseprodusert underholdning. Det gjør vi best ved å sende nettopp norskproduserte programmer. [...]*

*\* Vi har allerede gitt uttrykk for vår ambisjon om å gjøre lokale og regionale hendelser til et vesentlig element i våre nyhets- og aktualitetssendinger. På tilsvarende måte vil vi også fokusere på distriktene i våre øvrige norskproduserte programmer, eksempelvis i naturprogrammer og andre dokumentar-, sports- og kulturprogrammer. Vi benytter anledningen til å presisere at vi vil legge til grunn et vidt kulturbegrep, basert på kvalitet, som vil omfatte de former som dyrkes av vanlige mennesker over hele landet, og som kan stimulere til egenaktivitet. Dette bør skape et godt grunnlag for programproduksjon i distriktene, både av lokal fjernsynsprodusenter og av uavhengige produsenter. [...]*

*\* Kunst og kultur, og dermed eksponering av norske skapende og utøvende kunstnere, vil være aktuelle poster i våre nyhetssendinger og temaer for aktuelt- og dokumentarprogrammer. Det gjelder både litteratur, film og teater, musikk, billedkunst, kunsthåndverk og design m.m. Skapende og utøvende kunstnere vil rimeligvis også bli benyttet i stor utstrekning i de programmer som andre norske produsenter skal lage for oss, både innenfor lettere underholdning og når det gjelder programmer for "smalere" grupper av seere. Det ligger en*



*spesiell utfordring i det å finne frem til en form som gjør det mulig for oss å vise norskprodusert drama innenfor de økonomiske rammer som TV2 må legge til grunn. Et eksempel på hvordan dette kan gjøres, er å transmittere regulære forestillinger fra teater, muligens med visse tilpasninger for fjernsyn som medium. Vi tror dette kan gjøres slik at det blir et godt tilbud til mange seere som sjelden eller aldri har realistiske muligheter for å oppleve levende teater. Dette vil imidlertid avhenge av at vi kommer frem til akseptable økonomiske avtaler med vedkommende teater, dets skuespillere og rettighetshavere til stykket. Vi vil imidlertid arbeide aktivt for å få dette til.*

*\* [...] Den språkfrihet vi ønsker å gi våre medarbeidere vil ikke være forenlig med eventuelle krav om en bestemt språklig fordeling i våre sendinger. "*

TV2 sendte tilsammen 5200 timer fjernsyn i 1996, en 9% økning fra året før. 1050 timer var repriser, av disse 530 timer utenlandske innkjøp, 520 timer norske programmer i ulike genre. TV2s sendinger var altså for 4150 timers vedkommende førstegangssendinger.<sup>2</sup> Til sammenligning var det tilsvarende tallet for NRK1 3249 timer og for NRK2 (4 måneders virksomhet) 737 timer. Fordelt på programkategorier oppgir TV2 følgende oppstilling i sin foreløpige rapport til Kulturdepartementet og Allmennkringkastingsrådet 7. mars d.å.:

Drama	33,0 %
Nyheter	9,1 %
Aktualitet, debatt, magasin	17,6 %
Komedie	11,0 %
Show	5,3 %
Sport	5,8 %

---

<sup>2</sup>En viss modifikasjon av dette tallet ligger i at magasinet "God morgen Norge" har interne repriser i løpet av de 3 timene hvert program varer: Trim- og mattips-innslag sendes alltid to ganger, og det samme skjer tilsynelatende ofte også med intervju etc. i programmets første del. Regner man dette forsiktig til f.eks. 10 minutter i gjennomsnitt, og multipliserer med f.eks. 200,

Krim/action	5,5 %
Dokumentar/natur	4,0 %
Været	2,5 %
Musikk	2,2 %
Barn	2,8 %
Religiøse program	0,5 %
Diverse	0,7 %

TV2s informasjonsavdeling opplyste ved telefonisk henvendelse 7. april 1997 at også kategoriene "Komedie" og "Krim/action" består av dramaserier, slik at kategorien "drama" har en total andel av programflaten på 49,5 %.

Kategorien "Aktualitet, debatt, magasin" er det åpenbart behov for å splitte opp. Rådet viser til EBU's skjema for programklassifisering ("ESCORT 2.4") og ber om at TV2 for framtiden i likhet med NRK forholder seg til dette i sin programstatistikk slik at sammenligninger lettes.

### *1. Dekningsgrad*

TV2 når p.t. 95% av befolkningen.

### *2. Variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper*

#### *2.1*

##### *Genremessig og tematisk mangfold*

TV2 har uten tvil en variert programmeny i den elementære forstand at et mangfold av både genre og tema er representert i programflaten. Gjennom nyheter, debattprogram, magasiner, dramaserier og så videre formidles et bredt utvalg av tema.

---

får en 33 timer "innebygde" repriser. Dette fenomenet er i slekt med den omfattende gjenbruken av stoff i alle kanalers nyhetsprogrammer; forskjellen er at det her skjer i ett og samme program.

Like lite er det tvil om at programflaten gjør det nødvendig å spørre om programflatens sammensetning er *tilstrekkelig* variert for en allmennkringkastingskanal. Etter rådets oppfatning utgjør den reelle andelen av drama - serier og filmer - på hele 49,5% klart en for stor del av tilbudet til at andre genre får et rimelig rom. Man behøver neppe sende tre ganger så mye drama som NRK1 og dobbelt så mye som NRK2 for å beholde den selvutnevnte posisjonen som "Norges seriemester". Mye av volumet i dramadelen ligger nok i sendingene av en lang rekke serier alle hverdagsettermiddager, men det er også rikelig igjen til kveldstidsprogrammet. For andre kommentarer til dramatilbudet viser vi til pkt. 4 b) og c) nedenfor.

Ser man på de øvrige kategoriene, vil en finne at kategoriene "Nyheter" (9,1%), "Været" (2,5%) og "Aktualitet, debatt, magasin" (17,6%) utgjør til sammen 29,2%. Magasinene er i all hovedsak aktualitetsorienterte. Legger man til den nyhets- og aktualitetsorienterte sportsdekningen (5,8%) kommer en opp i 35%. Kategorien "Show", som man kan anta betyr studiobasert underholdning, utgjør 5,3%. Da gjenstår med andre ord ca 10% å fordele på alle andre tenkelige genre og f.eks. mindre nyhets-relevante eller for den saks skyld *alltid aktuelle* emner.

Dette regnestykket er ikke oppstilt for å underslå at aktualitetsorienterte program faktisk dekker en lang rekke saksområder. Rådet ser også nyhets- aktualitetsprogram som et felt allmennkringkastingskanaler bør prioritere, og oppfatter en aktualitetsvinkling som et viktig, legitimt redskap for journalistisk behandling av samfunns- og kulturspørsmål av mange slag. Oppstillingen av andelene for fiksjon, underholdning, nyheter og aktualiteter gir imidlertid en viss indikasjon på hvor stor plass som vies f.eks. grunnleggende og langsiktige samfunnsspørsmål, religion og livssynsspørsmål (0,5% religiøse program er oppgitt), historiske emner, forskningsaktiviteter uten direkte nyhetsverdi, emner innenfor kunst og kultur som ikke direkte angår aktuelle begivenheter eller produkter i Norge etc.

Kategorien "Dokumentar/natur", som rommer en del stoff at dette slaget, er på bare 4,0%. Siden det faste naturprogrammet "Globus 2" inngår her, og den varierte programposten "Dokument 2"

var borte fra sendeplanene en del av året, er det sannsynlig at denne kategorien bare har gitt lite rom for annet enn naturreportasjer.

Rådet merker seg forøvrig som positivt at TV2 i løpet av 1996 etablerte avtaler med en rekke norske produksjonsselskaper om leveranser av dokumentarfilm til "Dokument 2".

TV2 kaller selv (i den foreløpige rapporten om programvirksomheten) programmet "X-press" for et "ukentlig nyhetsmagasin", som "rapporterte nytt fra kultur- og underholdningsverden[en]". Programmet, som i all hovedsak besto av kjappe premiere- og kjendisreportasjer i ukeblad-liknende stil, var TV2s eneste kulturmagasin på kveldstid ved siden av "Filmguiden", og er nå tatt av sendeplanen. TV2 peker selv i sin foreløpige rapport ut magasinprogrammet "God morgen Norge" som sin "største kultursatsing". Dette er et tre timer langt, meget sammensatt program, med faste poster som trim og mattips, samt flere nyhetssendinger innbakt. I dette spesielle tilfellet finner derfor rådet at det kan tillate seg å gå nøyere inn på en vurdering av et enkeltprogram, med særlig henblikk på dets funksjon i TV2s totale programtilbud.

Selskapet har selv gjennomført en undersøkelse av en enkelt måneds sendinger. Denne viste at programmet denne måneden alene hadde innslag med "50 kulturarbeidere (innenfor film, litteratur, musikk og billedkunst), 14 næringslivs- og arbeidslivsledere, 16 representanter for forskjellige norske interesseorganisasjoner, 10 politikere, 6 fra idrettsbevegelsen og 6 representanter for minoriteter i Norge." (Sitert etter foreløpig melding om virksomheten i TV2 i 1996, datert 7. mars 1997). Det er slik sett ingen tvil om at et tre timers program hver dag gir rom for mangt. Rådet har ved siden av mer sporadiske observasjoner gjennomgått fire tilfeldig utvalgte program fra henholdsvis mars og september 1996, og vurderer flere av innslagene her som grei, aktuell kulturjournalistikk, om det enn også finnes dager der kulturinnslaget har mer kuriosita-aktig karakter. En har også tatt i bruk små debatter som form, ved siden av de mer tradisjonelle intervjuer, og f.eks. Høstutstillingens tilbud på Internett ble behørig presentert.

Rådet ser to problemer ved dette kulturjournalistiske tilbudet, problemer som ikke har med dets kvalitet å gjøre. Det ene ligger i at kulturstoffet ikke er gitt en fast, annonsert tid, slik at de deler av publikum som måtte være spesielt interessert kan slippe å gå gjennom både trim, tegnefilm og store mengder reklame for å få det med seg. Det er imidlertid mulig at selve programkonseptet gjør dette vanskelig (man vil f.eks. av hensyn til nyhets/aktualitetskriteriet ikke love kulturinnslag hver dag), selv om andre innslag har faste tider. Det andre problemet er mer vesentlig, og det gjelder plasseringen i tid på døgnet.

I allmennkringkastingskriteriene heter det at "mangfoldet i programtyper og publikumsorienteringer også [må] finnes innen henholdsvis radio- og TV-mediens sentrale sendetider". Selv om TV2 har hatt økende seeroppslutning om sine morgensendinger, er TV-mediets "prime time" fortsatt, både i Norge og andre land, om kvelden. Som det nå er, er "Filmguiden" TV2s eneste ukentlige kulturprogram på kveldstid.

Programkategorien "musikk" (2,2%) rommer enkeltprogram, som med ett unntak dreier seg om populærmusikalske artister (unntaket er de meget populære "Pavarotti & friends"). Men den absolutte hovedtyngden dreier seg om ettermiddagens popvideo-program VTV, som med andre ord er basert på gratis promotion-materiale, siden andre faste musikkprogram mangler helt. Ikke minst ut fra TV2s egne formuleringer i f.eks. konsesjonssøknaden, er det vanskelig å si seg fornøyd med denne deknningen av musikkområdet.

### *Fordypning*

Slik dette kriteriet er formulert ("analytiske, kritiske og fordypende krav må være tilstede") må det betraktes som langt på veg innfridd på området politikk/samfunnsliv, særlig gjennom debattprogrammene, "M" og programposten "Dokument 2". Det er imidlertid etter rådets oppfatning rom for ytterligere dekning her, spesielt når det gjelder internasjonale spørsmål, og på kulturområdet kan en ikke si at kriteriet er oppfylt.

## 2.2

### *Publikumsorientering og representasjon*

Som kommersiell kringkaster må TV2 av økonomiske grunner konsentrere seg om å nå store seergrupper med hovedtyngden av sine programmer. Dette følger av at reklameinntektene varierer automatisk med de seertallene som måles. I andre land, med større publikum, kan enkelte program bære seg økonomisk selv med relativt lav publikumsoppslutning, hvis de grupper som nås er tilstrekkelig økonomisk ressurssterke. Selv om lignende mekanismer (større vekt på ulike publikumsgruppers forbruksressurser) etterhvert også kan tenkes på det begrensede norske markedet, vil det å dekke allmennkringkastingskriterienes krav om tilbud til diverse "smale" grupper og minoriteter nok oftest måtte innebære en viss økonomisk belastning. Etter rådets oppfatning er det dermed relevant å peke på at 1996 økonomisk sett var det hittil beste år for TV2 A/S, med et driftsresultat før skatt og finansposter på 122 millioner kroner.

Dette er bare én av flere gode grunner til å etterlyse visse publikumsgruppers tilbud i programflaten:

\* Program på samisk. Slike kreves ikke bare i allmennkringkastingskriteriene men også av de juridisk bindende konsesjonsvilkårene.

\* TV2 driver så vidt vites heller ikke med teksting spesielt for hørselssvekkede, og har ingen program spesielt beregnet på denne gruppen.

\* Tilbudet av barneprogram er nå begrenset til helgene og bør utvides med kvalitetsprogram andre dager i uka. Jf. også formuleringene i konsesjonssøknaden.

\* De spesielt ungdomsorienterte programmene består nå, bortsett fra sommerens "UltraViolett", av innkjøpte serier av typen "Helene og gutta" på den ene siden og popvideoprogrammet VTV

på den andre. Tilbudet her kan etter rådets mening gjerne styrkes med ungdomsprogram som har bredere innholdsmessig substans.

Ut fra det som under pkt. 2.1 ovenfor er sagt om det meget store dramavolumet og mangelen på f.eks. egen kulturdekning på kveldstid, mener rådet at programsammensetningen og dermed publikumsorienteringen, særlig på kveldstid, rent generelt med fordel kan bli noe mer sammensatt.

TV2 betjener et nett av regionale leverandører til nyhets- og magasinprogram. De fast ansatte i selskapet befinner seg i Oslo og Bergen. Selskapet har i det minste foreløpig ikke oppgitt tall som belyser hvor mye de regionale leverandørene bidrar til programvirksomheten. Rådet finner generelt grunn til å minne om at Stortingets ønske om en balansering av Oslos dominans i etermediene var en viktig del av bakgrunnen for opprettelsen av en kommersiell kanal, jf. etableringen av hovedkontoret i Bergen.

Rådet har forøvrig ikke gjennomført spesielle undersøkelser om hvordan TV2 formidler det sosiale og kulturelle mangfoldet i befolkningen.

*3. Daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.*

TV2 har hele 9 daglige nyhetssendinger og har med andre ord ingen problemer i forhold til første del av dette kriteriet. Når det gjelder spørsmålet om TV2 tilbyr "solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt", vil rådet peke på kommentarene under pkt. 2 ovenfor og uttrykke et ønske om styrket kulturdekning og styrket dekning av internasjonale forhold.

*4. Styrking av norsk språk, identitet og kultur*

(a) TV2 har ikke ført en målstatistikk etter NRKs linjer. Det foreligger dermed ikke tallmateriale som kan dokumentere hva selskapets liberale holdning til dialektbruk innebærer i kvantitative termer. Program på samisk og andre minoritetsspråk mangler.

(b) Når det gjelder bidrag til styrking av norsk identitet, slik dette er definert i allmennkringkastingskriteriene, er det klart at den omfattende nyhets- og aktualitetsdekningen gir et solid bidrag på dette punktet. Den vesentlige satsingen på norske dramaserier i populære formater er også positiv i denne sammenhengen. Videre kan det noteres som positivt at to av TV2s norske dramaserier bidrar til å tematisere Norges karakter av multi-etnisk og flerkulturelt samfunn, på måter som gir stoff til ettertanke for publikum.

Med henvisning til det meget store innslaget av innkjøpt fiksjonsmateriale, kunne en forøvrig si at TV2s fremste bidrag til en internasjonal orientering som setter tilværelsen i Norge i relieff, ligger i de innkjøpte dramaprogrammene. Fordelingen på opphavsland for programflaten som helhet, oppgis å ha vært som følger i 1996 (repriser inkludert):

Norge	52 %
USA	34 %
Australia	5 %
England	4 %
Sverige	2 %
Frankrike	2 %
Tyskland	0,5 %
Danmark	0,5 %

TV2 har videre, i overensstemmelse med nye europeiske regler, gjort et regnestykke som gjelder den totale sendeflaten minus rene nyhets- og sportssendinger, der det viser seg at cirka 50 % av



denne delen av sendingene har opphav i "europiske land" - inkludert Norge. Rådet mener imidlertid at det er like interessant hvordan de utenlandske bidragene fordeler seg i oppstillingen som er gjengitt ovenfor. USAs dominans er ikke overraskende, gitt landets kolossale produksjonsvolum og sterke stilling på det internasjonale markedet, samt gjennomgående høye håndverksmessige standard. Det er videre et moment at en på NRKs kanaler finner at en annen storprodusent, Storbritannia, dominerer som serieleverandør (her foreligger det p.t. ikke tall på volum eller andel), slik at de mange amerikanske produksjonene faktisk danner et slags alternativ. Like fullt vil rådet peke på det ønskelige i at de utenlandske bidragene i noe større grad hentes fra land utenfor det angloamerikanske språkområdet, fra øvrige europeiske land og fra ikke-vestlige land.

c) TV2s virksomhet er selvfølgelig i seg selv et vesentlig bidrag til norsk kulturliv, i vid forstand. Det gjøres også omfattende bruk av norske kunstnere og andre kulturarbeidere i en rekke programtyper og innslag, jf. f.eks. tallene ovenfor for kunstnerrepresentasjon i "God morgen Norge". Det er dessuten verdt å nevne den originale bruken av norske billedkunstners produkter som fant sted sommeren 1996, der ti kunstners arbeider ble brukt som inn- og utganger til reklameblokkene - for så å bli auksjonert bort til inntekt for kreftsyke barn i et seinere program.

Tiltak som engasjementet av norske uavhengige produsenter som leverandører av dokumentarfilm er positive. Kanalens reklame-innslag har betydd mye for utvidelser og kompetanse-oppbygging i norske film- og fjernsynsproduksjonsmiljøer, og bør nevnes trass i at de ikke inngår i kanalens egentlige redaksjonelle ansvarsområde. Særlig sentralt på dette feltet står imidlertid kanalens satsing på norsk fjernsynsdramatikk i populære genre. Her er det gjort en pionérinnsats som samtidig er i samsvar med kanalens kommersielt betingede hovedinnretning på brede publikumsgrupper. De erfaringer hundrevis av medvirkende gjør på dette feltet, som i norsk sammenheng historisk sett er forsømt, har stor overføringsverdi også til andre audiovisuelle genre.

På minussiden vil rådet igjen peke på den relativt svake dekningen av norsk kulturliv i programflaten forøvrig, særlig når det gjelder den profesjonelle, seriøse kulturaktiviteten knyttet til de offentlige institusjonene og f.eks. litteraturen, men også når det gjelder folkelige kulturaktiviteter av mange slag landet over. I tråd med prinsippet om at allmennkringkastingskanalene må tillates en form for profilering i forhold til sin målgruppeorientering, samt den økonomiske nødvendighet som ligger i finansieringsformen, er det ikke kritisabelt at TV2s hovedprofil er konsentrert om bredt populære genre og stofftyper. Det er likevel ut fra allmennkringkastingskriteriene problematisk at musikktilbudet er så ensidig som det er, at innslaget av mer seriøs dramatik er begrenset til et fåtall spillefilmer, at kulturdekningen er relativt svak og at barneprogram er begrenset til helgene.

#### *5. Redaksjonell selvstendighet*

Rådet har ikke grunnlag for å betvile at TV2 arbeider redaksjonelt selvstendig og i overensstemmelse med grunnleggende medie-etiske idealer.

## **10. DET SAMLEDE ALLMENNKRINGKASTINGSTILBUDET**

### **10.1 Allment**

Overgangen fra en-kanals monopolkringkasting til det nåværende mangfoldet av ulikt profilerte allmennkringkastingskanaler kan gjerne sies å stå i sammenheng med en økt oppmerksomhet omkring, akseptering og verdsetting av det reelle kulturelle mangfoldet selv i et lite samfunn som det norske. Det er samsvar mellom dette og grunnleggende demokratiske idealer om f.eks. toleranse og pluralisme. Individuell valgfrihet er også en viktig verdi som det nå er langt større rom for. Det er på denne bakgrunnen Allmennkringkastingsrådet betrakter det nåværende mangfoldet av kanaler med ulike profiler som positivt. Avveiningen som må foretas, gjelder

balansen mellom kanalenes langt på vei markeds-styrte profilering på den ene siden og de fellesskapsorienterte allmennkringkastingsforpliktelsene på den andre.

Om *radiotilbudet* kan en enkelt sammenfattende si at to kanaler (P1 og P4) leverer bredt orienterte programflater med relativt lett profil, der P4 har den letteste og minst varierte programmenyen. To kanaler (P2 og P3) er smalere profilert, der P3 skiller seg ut med sin meget lette, ensartede programflate. Med hensyn til innretning på målgrupper gir denne kombinasjonen av to brede kanaler og to smalere et tilbud som virker rimelig tilpasset det samlede radiopublikums sosiokulturelle sammensetning. Enkelt uttrykt: Ungdom og kulturinstitusjonenes kjernepublikum er tilgodesett med hver sin kanal, mens den øvrige befolkning har to varianter av bredt orienterte kanaler å velge mellom.

Om *fjernsynstilbudet* kan en tilsvarende enkelt sammenfattende si at det fins to bredt orienterte kanaler med ulike profiler, samt nykomlingen NRK-TO. Den sistnevnte sikter på sett og vis mot å nå de samme "smalere" gruppene som NRK-radio gir to kanaler: P2 og P3. Samlivet mellom de to gruppene på én kanal kan nok by på problemer, men som for radiodelen kan en ellers si at det samlede TV-tilbudet med hensyn til målgruppe-innretning står i et rimelig godt forhold til det samlede publikums sosiokulturelle sammensetning.

Etter rådets oppfatning har det nåværende, samlede tilbudet av radio- og TV-kanaler med allmennkringkastingsforpliktelser altså en bredde og sammensetning med hensyn til målgruppeorienteringer som langt på veg er tilfredsstillende. Som det vil ha framgått av den detaljerte evalueringen av hver enkelt kanal, betyr ikke dette at programtilbudet er tilfredsstillende i alle deler. Men det fins et grunnlag her for at både mer og mindre kanal-lojale lytter- og seergrupper skal kunne få et tilfredsstillende allmennkringkastingstilbud.

I evalueringen av de enkelte kanaler kan en si det i hovedsak ikke tas hensyn til programmenes plassering i tid; det spørres i hovedsak om ulike programtyper overhodet er tilgjengelige. Det kan

imidlertid også utføres analyser der en spør etter *når* programmene sendes. Dette kan i og for seg foretas allerede innenfor en enkelt kanals tilbud ved å se på forholdet mellom menyene på kveldstid og dagtid. En slik analyse er imidlertid ikke minst relevant ved en vurdering av det eventuelle mangfoldet lyttere og seere står overfor på bestemte tidspunkt i døgnet i et flerkanalssystem. Det vil være av stor interesse å få utført en slik analyse i 1997 for å få belyst de reelle valgmulighetene systemet av allmennkringkastingskanaler tilbyr. Én hypotese for en slik studie kan f.eks. være at radiolyttere ofte vil ha vanskelig for å finne annet enn ulike musikkprogram på kveldstid.

## **10.2 Om stikkprøve-undersøkelsene av deler av programtilbudet**

Undersøkelsene rådet ba de fem medieforskerne å utføre (se ovenfor, avsnitt 7) fokuserte på henholdsvis nyhetssendingene, kulturdekningen og barneprogrammene i radio og TV.

Materialet ble for alle undersøkelsenes vedkommende hentet fra en enkelt, tilfeldig valgt dag - onsdag 27. november 1996. Forskerne grep sine oppgaver an på forskjellig vis, dels på grunn av materialets ulike mengder og karakter, dels fordi rådet ønsket erfaringer med ulike tilnærminger.

Statistisk sett gir materialet selvfølgelig ikke noe grunnlag for generaliseringer. Den høye graden av regularitet i moderne programlegning, som ytterligere forsterkes av kringkasternes bevisste ønsker om en bestemt profilering av de ulike kanalene, gjør imidlertid at undersøkelsene likevel synes å reflektere mer generelle trekk ved programtilbudet på de ulike feltene. Med det statistiske forbeholdet in mente, kan dermed følgende momenter være relevante:

**Barneprogram** (definert som program for barn under ti år): På denne vanlige onsdagen var NRK P2s "Barnetimen for de minste" på 20 minutter *eneste* tilbud til barn på radio. For fjernsynets vedkommende kunne TV2 by på en ca 5 minutter lang tegnefilm med Snurre

Sprett, innbakt i "God morgen Norge!", mens NRK1 sendte "Barne-TV" mellom 18.00 og 18.30. NRQ-Sport, mellom 16.00 og 16.30 synes beregnet på barn over ti år.

Samlet sett indikerer dette at tilbudet til barn under ti år er spinkelt i radio på hverdagene, og dessuten praktisk talt ikke-eksisterende på andre TV-kanaler enn NRK1.

**Kulturdekningen** ble bare undersøkt mellom kl. 18.00 og 24.00 for radioens vedkommende, altså et tidsrom som ikke tilhører radioens mest sentrale sendetider. For TVs vedkommende ble hele tidsrommet fra kl. 06.30 til 01.30 påfølgende natt tatt i betraktning.

Stikkprøven i radioens tilbud viste at P1 i sine sammensatte program hadde innslag om litteratur, ballett og teater ved siden av å spille plater, mens alle de andre tre kanalene hadde program som bare omhandlet musikk. Blant disse skilte P2 seg ut ved at de ulike musikkformene som var representert (jazz, folkemusikk m.m.) ble til dels grundig behandlet i verbalinnslag. P3 og P4 hadde program av typen "plater og hilsener", men også program der det forekom intervjuer med utøvere. Disse trekkene ved kanalenes tilbud på dette feltet den aktuelle kvelden synes ikke utypiske.

TV2s tilbud på området var en reprise på "Filmguiden" fra søndagen før, sendt kl. 01.05. Programmet besto (som vanlig) av promotion-materiale fra utenlandske filmselskap, samt korte intervjuer og karakteristikk av et lite utvalg filmer. På NRK1 kom programmet "Underholdningsavdelingen" i to deler. Dette omhandler stort sett ungdoms- og populærkultur, i meget kjappe reportasjer og et rikelig utvalg promotion-klipp fra nye amerikanske musikkvideoer og spillefilmer. NRK2 presenterte først i programposten "Akademiet" et utenlandsk dokumentarprogram om amerikansk gospelmusikks historie, deretter "Bak disc'en", et ungdomsinnrettet program om seriøs/klassisk musikk basert i stor utstrekning på promotion-materiale fra internasjonale plateselskap, og endelig "Solo", et program der fiolinisten Terje Tønnesen spilte. Selv om NRK1s tilbud denne onsdagen hadde

en ikke helt vanlig ungdomsprofil, synes det også i dette tilfellet å være noe typisk ved kanalenes tilbud: Relativt bredt (NRK1), relativt smalt (NRK2) og relativt minimalt (TV2).

*Nyhetsprogrammene* ble for radioens del undersøkt mellom 18.00 og 24.00, og undersøkelsen ble helt konsentrert om en sammenligning av de korte nyhetssendingene. Materialet er igjen for lite til at det i statistisk forstand er representativt, og det gir heller ikke grunnlag for bastante konklusjoner. 27. november 1996 var også en meget spesiell nyhetsdag, i og med Terje Rød Larsens avgang. Med alle disse forbeholdene, må det likevel nevnes at det ikke ser ut til å være noen vesentlige forskjeller mellom nyhetsdekningen (i de korte sendingene) i NRKs kanaler og i P4. Undersøkelsen kan i en viss grad brukes som utgangspunkt for formulering av hypoteser som kan utprøves i større studier. Disse kan f.eks. gjelde forskjeller m.h.t. prioritering av dybdenyheter, m.h.t. personifisering av nyhetene m.m.

Når det gjelder fjernsynet, der hele døgnet ble undersøkt fra 06.30 til 24.00, ble også disse sendingene i høy grad dominert av Terje Rød Larsens avgang. Sakene var også ellers i stor utstrekning de samme, bortsett fra at NRKs sendinger ikke inneholdt en del av sakene TV2 hadde med i sine morgensendinger. Men TV2 hadde også i sine kveldssendinger langt flere innslag enn NRK1 og NRK2 (Henholdsvis 17, 9 og 6). NRK2 hadde i sine to sendinger bare ett eget innslag - om julenisser i Trondheim.

TV2 skiller seg altså ut med et klart større antall saker. "Overskuddet" handler i stor utstrekning om "alminnelige mennesker og deres forhold til forbrytelser, sykdom og død", som det sies i studien. Det antydes altså en viss forskjell i vinkling og profil på NRKs og TV2s nyhetssendinger, en forskjell også andre studier har vist, og som dessuten kan knyttes til de to redaksjonenes bevisste, offentlige uttrykte holdninger til programmene journalistiske profil. Ett eksempel denne kvelden kan sies å være karakteristisk: Lastebilstreiken i Frankrike ble i NRKs sendinger vinklet ut fra dennes konsekvenser for nasjonale eksportinteresser (laks), mens man i TV2 reiste spørsmålet om juletrær og appelsiner nå ville komme fram i tide til jul. Dette kan også formuleres som en motsetning mellom et mer klassisk "politisk borger"-

perspektiv og et mer forbrukerorientert perspektiv. Også andre observasjoner samme kveld peker i samme retning.

Samlet sett antyder disse stikkprøvene i nyhetsdekningen i radio og TV at det gjennomgående er stort fellesskap mellom de ulike kanalenes nyhetsutvalg og -håndtering. Dette henger sammen med sterke profesjonelle normer i nyhetsjournalistikken. Men det er også indikasjoner på vinklings-/profil-forskjeller på TV-området som en muligens ville kunne finne paralleller til i radio om også lengre nyhetssendinger ble trukket inn - og materialet også ellers ble økt i omfang.

Forskjellene i profil kan i hovedsak betraktes som positive, i den forstand at publikum innenfor en profesjonell standard tilbys en viss variasjon i vinkling og utvalg av nyheter. Det har også forekommet tilfeller der f.eks. P4 har gitt grundig dekning av saker mange vil betrakte som meget viktige, mens NRK1s Dagsrevyen ikke nevner dem. Verdien av å ha flere uavhengige nyhetsredaksjoner i etermedia kommer fram i slike situasjoner.

## **11. SAMMENFATNING - NOEN KONKLUSJONER**

Allmennkringkastingsrådet har vurdert om programvirksomheten i NRK, TV2 og P4 Radio Hele Norge i 1996 var i samsvar med prinsippene for allmennkringkasting.

Som grunnlag for vurderingen har rådet utarbeidet et forslag til kriterier for evaluering av allmennkringkasting. Kriteriene er utarbeidet blant annet med utgangspunkt i konsesjonsvilkårene for TV2 og P4, som skisserer en minimumsforståelse av begrepet. Rådet mener å kunne konstatere at det finnes en ganske bred konsensus om i det minste sentrale elementer i allmennkringkastingsbegrepet, som også kommer til uttrykk i f.eks. TV2s og P4s konsesjonssøknader.

Rådet anvender kriteriene i en evaluering av hver enkelt kanal. Det argumenterer utførlig for en slik framgangsmåte.

I hvilken grad kravene som er formulert faktisk tilfredsstilles, er undersøkt ved hjelp av kringkasternes programstatistikk, programundersøkelser utført av medieforskere, egne stikkprøver i programtilbudet og rådsmedlemmenes egne lytter- og seererfaringer.

Fordi programstatistikken ikke foreligger før i begynnelsen av mars, mener rådet at en normalt ikke kan forvente ferdigstillelse av rapport før første uke i mai.

Allmennkringkastingsrådet har ved vurderingen av kringkasternes programtilbud kommet fram til blant annet nedenstående konklusjoner. Oppsummeringen fokuserer på de områdene som etter rådets vurdering bør forbedres.

## **NRK RADIO**

Samlet sett har NRK-radio et bredt og mangfoldig tilbud. Etter rådets vurdering er det ingen tvil om at det totale tilbudet tilfredsstiller samtlige av kriteriene for allmennkringkasting.

Vurdering av *NRK - Alltid klassisk*, og *NRK - Alltid nyheter*, anses å ligge utenfor rådets mandat, ettersom disse åpenbart ikke er allmennkanaler.

Vurderes hver enkelt kanal mot allmennkringkastingskriteriene har rådet følgende hovedbemerkinger:

### **P1**

Rådet påpeker at bare 0,2% av sendetiden i 1996 ble viet til programmer om kunst, kultur og medier. Denne andelen kan med fordel økes. Likeledes mener rådet at andelen "levende" musikk, og andelen dramainnslag bør vurderes økt. Rådet mener program for barn er en naturlig og viktig



del av tilbudet for en kanal av denne art, og beklager derfor at P1 ikke lenger sender barneprogram.

Rådet konstaterer at P1 ikke lenger har innvandrersendinger, og bare i liten grad sendinger på samisk. Kanalen representerer således språklig sett ikke lenger det etniske mangfoldet i Norge.

## **P2**

P2 framstår på mange måter som en slags oppsamlingskanal for grupper som de bredere kanalene ikke har noe tilbud for. Denne tendensen har etter rådets vurdering gått for langt, spesielt ved at også barneprogrammene er plassert her.

Rådet har merket seg at P2 ikke sender sportsprogram.

Etter rådets oppfatning bør nynorskandelen økes.

### **P3**

P3 sender i hovedsak musikk (hele 66,8%) og annen underholdning for ungdom. Rådet kan ikke se at kanalen lever opp til kriteriet om en variert programmeny for brede og smale publikumsgrupper innenfor det aktuelle alderssegmentet. Spesielt bør kanalens tilbud innen aktualitets- og oppfølgingsområdet kunne styrkes vesentlig innenfor dens ungdommelige profil.

P3 har ikke sendinger på samisk eller innvandrerspråk.

Rådet registrerer at andelen norsk musikk i P3 har økt i 1996, og ser gjerne at denne utviklingen fortsetter.

På bakgrunn av opplysninger i pressen om organiserte koplinger mellom P3 og kommersielle interesser i musikk- og motebransjen, finner Allmennkringkastingsrådet grunn til å stille spørsmålsteget ved P3s redaksjonelle selvstendighet. Rådet oppfordrer NRK til å redegjøre for sitt syn på disse forholdene.

Allmennkringkastingsrådets konklusjon er at P3 ikke leverer noe tilfredsstillende allmennkringkastingstilbud for ungdom.

### **P4 RADIO HELE NORGE**

P4s sendinger domineres av lange programflater med blandet innhold. Rådets inntrykk er imidlertid at genrebredde i programtilbudet er begrenset både på program- og innslagsnivå.

Rådet registrerer at drama-innslag kun forekommer i reklamesegmenter, og at reportasje/dokumentar synes å forekomme svært sjelden. Spesielt bør den siste kategorien kunne styrkes. "Analytiske, kritiske og fordypende perspektiv" bør utvikles og styrkes i den journalistiske behandlingen av flere temaer enn hva som er tilfelle i dag.

Rådet aksepterer langt på vei P4s musikkprofil som uttrykk for kanalens målgruppeorientering, men påpeker samtidig at en forsiktig utvidelse av det musikalske registeret vil styrke inntrykket av reell bredde i publikumshenvendelsen.

P4 sender barneprogram hver helg, men utover dette kan rådet ikke se at kanalen sender "nisjeprogram" eller program rettet mot såkalt "smale" grupper i tradisjonell forstand.

P4 har ikke statistikk over målbruken i kanalen. Rådet ber om at dette utarbeides for neste år.

### **NRK TV**

Samlet sett har NRK-TV et bredt og mangfoldig tilbud. Det totale tilbudet tilfredsstiller etter rådets vurdering samtlige av kriteriene for allmennkringkasting.

### **NRK 1**

Rådet påpeker at nynorsk- og dialektandelen kunne ha vært større.

Rådet ønsker seg en styrket dekning av internasjonale forhold på andre områder enn storpolitikk, krig/konflikt og ulykker.

Rådet registrer at "eksterne" norske produsenter nå står for 12% av fremmedproduksjonen i NRK1, en klar økning fra året før. Rådet ser gjerne at denne trenden fortsetter til beste for norsk film- og fjernsynsmiljø.

### **NRK 2**

Kanalens dekningsgrad aksepteres, men rådet oppfordrer NRK 2 til å arbeide for å øke den reelle dekningsprosenten.

Sendinger rettet mot eller omhandlende den samiske befolkning og etniske minoriteter bør etter rådets mening overveies introdusert. Likeledes bør det vurderes å innføre program egnet for barn. Nynorskandelen på 12,1% bør økes betraktelig. Innslaget av norskprodusert musikk er relativt lavt og bør også økes.

## **TV2**

Rådets generelle inntrykk er at programsammensetningen, og dermed publikumsorienteringen, med fordel kan bli mer sammensatt.

Andelen drama på 49,5% er etter rådets vurdering for høy til at andre genre får et rimelig rom.

Rådet mener at deknningen av internasjonale forhold bør styrkes, og at TV2 bør kunne finne plass til kulturprogram som sendes på kveldstid. TV2s musikkdekning bør også bli bredere.

Rådet slår fast at TV2 ikke sender program på samisk slik selskapet er forpliktet til, og etterlyser slike program i TV2. Videre savner rådet et eget tilbud til hørselshemmede. Barneprogramtilbudet bør utvides også til hverdager.

## **ALLMENNKRINGKASTINGSTILBUDET SOM HELHET**

Rådet betrakter generelt sett det nåværende mangfoldet av kanaler med ulike profiler som positivt.

Radiotilbudet består av to kanaler (P1 og P4) med relativt bredt orienterte programflater med overveiende lett profil, der P4 klart har den letteste og minst varierte, mens to kanaler er smalere profilert (P2 og P3), og her skiller P3 seg ut med sin meget lette og ensartede programflate.

Fjernsynstilbudet består av to bredt orienterte kanaler med ulike profiler (NRK1 og TV2), samt nykomlingen NRK-TO, som i stor grad er rettet mot to "smalere" grupper som i radiosystemet har fått hver sin kanal.

Med hensyn til målgruppeorienteringer mener rådet at allmennkringkastingskriteriene slik sett er i rimelig samsvar med publikums sosiokulturelle sammensetning. Dette betyr ikke at tilbudet de enkelte målgruppene får er tilfredsstillende på alle punkter. Rådets avveininger handler i stor grad om balansen mellom en markedsøkonomisk preget profilering av kanalene på den ene siden, og de felleskapsorienterte allmennkringkastingsforpliktelsene på den andre.