

# Referat fra møte i Kringkastingsrådet 10.06.04

Publisert: 18/8-2004 10:51

Møtet, som ble ledet av Kjellbjørg Lunde, ble holdt i NRK Rogaland og hadde følgende dagsorden:

0930:

Egenproduksjon av drama i NRK  
Innledning ved dramasjef Hans Rossiné

NRKs kommersielle retningslinjer  
Innledning ved juridisk direktør Olav Nyhus

Program- og produksjonsoverføringer mellom  
Program Riks og Program Oslo  
Innledninger ved programdirektør Tormod Kjensjord, Program Riks og programdirektør Mari Velsand,  
Program Oslo.

1330:

Orientering om NRK Rogaland  
Innledning ved distriktsredaktør Ståle Frafjord og oljemedarbeider Harald Bøe

Til stede fra rådet:

Hallgrim Berg, Thorbjørn Bratt, Kine Hellebust, Hanne-Grete Brommeland Larsen, Kjellbjørg Lunde, Kjellaug Nakkim, Per Arne Olsen, Olaf Skogmo, Bård Vegar Solhjell, Solveig Torsvik og Astri Marie Wessel.

Til stede fra NRK:

Kringkasterdirektør Kari Werner Øfsti, programdirektør Mari Velsand, programdirektør Tormod Kjensjord, juridisk direktør Olav Nyhus, programsjef Hans Rossiné, radiosjef Nils Heldal, distriktsredaktør Ståle Frafjord, og programsekretær Harald Bøe.

Til stede fra sekretariatet:

Rådssekretær Leif Stavik

## Egenproduksjon av drama i NRK

Dramasjef Hans Rossiné orienterte om NRK Drama – om hvordan avdelingen er organisert, hvordan den jobber og litt om kommende produksjoner. Blant annet planlegges en større Ibsen-satsing i forbindelse med Ibsen-jubileet i 2006. Se for øvrig vedlegg.

I diskusjonen som fulgte ville Thorbjørn Bratt vite om NRK Drama har planer om utvidet samarbeid med regionteatrene, og han ønsket også å høre mer om outsourcing av produksjoner. – Greier dere å legge egne premisser, eller må dere "shoppe" blant diverse tilbud fra produsentmiljøet? Si gjerne litt mer om maktspillet i en outsourcet produksjon, sa Thorbjørn Bratt.

– Dette med å produsere effektivt langs to linjer, kan du forklare det en gang til? spurte Hallgrim Berg. Kjellbjørg Lunde ville på sin side vite mer om situasjonen når det gjelder manus for barn og unge. – Det må være en utfordring å få rekruttert noen unge kreative manusforfattere. Vi har mange gode kopister, men for få kreative manusforfattere, sa Kjellbjørg Lunde.

Kjellaug Nakkim vill vite mer om viktigheten av god PR og strategier på dette. – I forbindelse men Jon Fosses "Suzannah" må dere ha hatt et bra opplegg, for forhåndstalen gjorde at vi ble veldig nysgjerrig.

– Når det gjelder regionteatrene har vi en medarbeider som jobber med dette, og vi overvåker det området veldig bra. Vi vurderer repertoaret ut fra noen kriterier – det skal nå et stort publikum, det må være et nasjonalt kvalitetsnivå og det bør ha en nasjonal appell, sa Hans Rossiné. – Omfanget er avhengig av budsjettet. Vi har et stort ønske om å lage en TV-versjon av "Bikubesong", men å lage transmisjoner er problematisk på grunn av rettighetshavere. Dette er et komplekst felt, men jeg er glad for at Kulturdepartementet nå har dette feltet under overvåkning. Vi er i tett dialog med norske teatersjefer. Når det gjelder outsourcingen, er det viktig for alle offentlige institusjoner å ha

bestillerkompetansen som kan gå gjennom kalkyler og se hva det er. Det utredes nå i NRK hvordan samspillet mellom kringkaster og fagavdelinger skal være, sa Rossiné.

– Når det gjelder de to produksjonslinjene, er det sånn at NRK skal besitte en kjernekompetanse med scripter og produksjonsledere. En produksjon har tre stadier: Først en forarbeidsfase, så en opptaksfase og endelig en etterarbeidsfase. Tanken er at de som har jobbet med forarbeid hopper over til opptak og så tilbake til en annen linje, som da er i gang med sitt forarbeid. Dette gir en maks utnytting av folk, slik at vi er i aktivitet hele tiden. Så er det manus og unge. Jeg er helt enig i at det må gjøres en jobb. Jeg har sagt til teatersjefene at jeg synes de satser for lite på å utvikle nye talenter og at man bør samarbeide med film og TV. Her må det nok et nasjonalt løft til. Det er nok viktig å ha et visst volum å produsere for, for jeg tror noe av det mest deprimerende for en manusforfatter er å ikke kunne skrive direkte rett mot produksjonen. Derfor er det viktig at NRK Drama kan ha et visst volum på produksjonen slik at man kan skrive en episode som kommer på lufta. Slik vil man stadig kunne forbedre seg. For eksempel har Hotel Cæsar betydd veldig mye – man har fått inn nye talenter som har fått lov til å prøve seg. Vi har også begynt et bedre samarbeid med barne- og ungdomsavdelingen nettopp på dette feltet når det gjelder barnehørespill. Radioteatret gjør virkelig mye for å få frem nye talenter. Dette er en av synergieffektene ved at Radioteatret og TV Drama er slått sammen, sa Hans Rossiné.

– Når det gjelder PR, har NRK en egen avdeling for dette, men mye må forankres også i Dramaavdelingen. For eksempel i forhold til skolene og utdanningssektoren. Vi har knyttet til oss kompetanse på PR i avdelingen, og vi har fått til et bedre samarbeid med Markeds- og PR-avdelingen. Å ha kjente skuespillere i sentrale roller er også viktig mht dette. Det er en guds lykke når skuespillerne selv driver PR og brenner for stoffet. Bedre PR kan man ikke få, sa dramasjefen.

– Vi kaller det ikke "outsourcing", men "utsetting" av programoppgaver, supplerte Kari Werner Øfsti. – I løpet av 2006 skal vi ha satt ut 10 % til eksterne produsenter. Jeg synes det er viktig at vi skal være et "kompetanselokomotiv" som også er med på å dra opp andre kunstneriske krefter. Vi jobber nå med et regelverk som skal si hvor disse produksjonene skal forankres og hvor bestillerkompetansen skal ligge, sa Kari Werner Øfsti.

### **Kommersielle retningslinjer i NRK**

– Jeg kan godt forstå at lyttere og seere spør seg "hva i all verden driver de med nå? Og kan de egentlig gjøre det?". Derfor har NRKs styre vedtatt noen forretningsmessige retningslinjer, sa NRKs juridiske direktør Olav Nyhus i sin innledning. Han redegjorde for hvordan NRK tenker i forhold til kommersiell virksomhet – "tilleggsfinansieringen" som skal gå til allmennkringkasterformål. Han la særlig vekt på tre hovedretningslinjer:

- 1) Den kommersielle virksomheten skal baseres på vanlige forretningsmessige vilkår og prinsipper
- 2) Kommersielle aktiviteter skal være forenlige med og styrke NRKs kjernevirksomhet som allmennkringkaster
- 3) Virksomheten skal understøtte respekten for merkevaren "NRK"

Nyhus skisserte også på hvilke områder NRK kan skaffe seg kommersielle inntekter:

- Salg av innhold
- Lisensiering av såkalte "spin off-produkter"
- Interaktivitet
- Sponsing og reklame
- Investeringer
- Salg av ledig kapasitet
- Profilprodukter
- Kringkastingsorkesteret

Se for øvrig vedlagte presentasjon.

Hallgrim Berg var nysgjerrig på volumet av denne virksomheten. – Hvor mye kan man få inn i overskudd av denne driften? Hva er prognosene framover? Hva med forholdet mellom lisens og kommersielle inntekter – hvis de kommersielle inntektene blir høye, vil det ikke være lett å få gjennomslag for lisensøkning, sa Berg. – Det er klart det er en problematikk. Vi har lagt et konkret mål ved at vi i vår

strategi 2002-2006 har sagt at NRK innen utgangen av 2006 skal ha opp mot 10 % kommersielle inntekter. I fjor hadde vi 4,6 % , svarte Nyhus. – De senere år har lisensen økt med tilsvarende konsumprisindeksen, mens en rekke av våre kostnader har økt betydelig mer, f.eks. kostnader i tilknytning til sportsrettigheter.

Kjellaug Nakkim tok opp problematikken rundt produktplassering. – Hvordan tenker man rundt dette? Hva når NRK nå skal ut og bestille flere produksjoner – hvordan skal man verne seg mot produktplasseringer?

Nakkim ville også vite mer om grensene for sponing og sponsorplakater. – Folk reagerer på dette. Hvor går grensen? spurte Nakkim.

– Det virker som det er et betryggende system her, sa Solveig Torsvik. – Men hva kommer av reaksjoner på dette når folk merker at den kommersielle virksomheten øker?

– Jeg føler vi har en god styring på dette med produktplassering. Vi har hatt seminarer for medarbeidere hvor vi har gjennomgått disse tingene, sa Olav Nyhus. – Da vi opprettet NRK Aktivum, var det et ønske fra markedsfolkene om å være til stede under programutviklingen. Det vil vi ikke ha. Vi skal ikke ha redaksjonell innblanding. Når det gjelder eksterne produsenter, har vi større vanskelighet med å føre kontroll. Derfor må vi sørge for at eksterne produsenter kjenner reglene og at de forplikter seg til å følge dem. Fordi dette vil være aktører som ønsker seg flere oppdrag fra NRK, har vi et lønlig håp om at de følger dem. Når det gjelder antall sponsorplakater, har Stortinget opphevet den gamle prosentreglen med tak for sponsorinntekter. Men man begrenset samtidig hvilke programmer som kan sponses. Det er kun sportssendinger, arrangementer av samfunnsmessig betydning eller stor allmenn interesse og undervisningsprogrammer som kan sponses. Ja, det er reaksjoner på dette, men hvor stort omfanget er, kan jeg ikke si i farten, sa Nyhus, og fortsatte: – Uten troverdighet og tillit har vi et grunnleggende problem. Så dette er vi svært bevisst, og føler ikke at vi nærmer oss noen grense.

### **Programoverføringer og programstrategier**

Direktør for Program Riks, Tormod Kjensjord, orienterte om den nye fordelingen av produksjoner mellom Program Oslo og Program Riks. – Før omorganiseringen for fire år siden i kringkaster- og produsentmodellen, var det forholdsvis lang vei fram til TV-skjermen for produksjoner som ble laget utenfor Oslo. Et av grepene var å samle produksjon for rikskanalene i en egen divisjon utenfor Oslo. Dette har ført til flere produksjoner, og nå tar vi neste skritt, sa Kjensjord. – Ikke bare skal vi fortsette å ha en samling av riksproduksjon utenfor Oslo i en egen divisjon, men den skal gis mere langsiktige og trygge oppdrag for å kunne utvikle seg og bidra til at NRK som helhet lager enda bedre programmer, sa Kjensjord, og fortsatte: – Store flerkameraproduksjoner samles på Marienlyst, og Program Riks skal først og fremst drive enkameraproduksjon. Selve studioinnspillingen av Tore Strømøys nye program "Noen bedre" foregår eksempelvis i Oslo og ikke i Trondheim. Samtidig flyttes enkameraproduksjonen ut i noen tilfeller – Program Riks får større ansvar for naturprogrammer, featuredokumentarer som Faktor, barnefjernsyn, gudstjenester, vitenskapsjournalistikken, og større deler av såkalt hverdagsunderholdning.

– "Ut i naturen" legges til Bergen. Ansvaret for "Naturens verden" og "Friluftsmagasinet" flyttes også over dit. Dette er den viktigste satsingen vår.

– Færre "Faktor"-programmer lages i Oslo, flere i Program Riks. Her kjøpes flere produksjoner eksternt – neste år for 1,5 millioner kroner.

– Barnefjernsyn – "Stå opp" og "Søndag morgen" - skal Tromsø ha ansvaret for hele året, i nært samarbeid med Barne- og ungdomsavdelingen.

– Gudstjenester – vi har en dyktig livssynsredaksjon på Tyholt, som også har ansvaret for radiogudstjenestene. Ansvaret for fjernsynsgudstjenestene legges også dit.

– Vitenskap – "Schrödingers katt" og "Newton" - produseres allerede på Tyholt. Vi legger også ansvaret for P2s "Verdt å vite" dit – uten å flytte noen. En av effektene her kan være at "katta" og Newton får bedre tilgang på vitenskapsstoff med opprinnelse i Oslo.

– Hverdagsunderholdning – her har vi ikke nådd målet om større produksjon utenfor Oslo ennå, men det ligger inne i strategien.

Kjensjord orienterte avslutningsvis om seertallene for Faktor-programmene, som har økt etter at Program Riks overtok ansvaret. Det samme gjelder Newton.

– Det er en ærbødighet i divisjonen i forhold til å overta flere av naturprogrammene, men jeg håper at vi skal klare det, sa Tormod Kjensjord.

– Det er som kjent lettere å bygge opp enn å bygge ned, og det betyr en del utfordringer for oss som må ta ned produksjonen innenfor en del områder. Dette berører både produksjonsvolum, bemanning og kompetanse, sa Mari Velsand i sin innledning. Se for øvrig vedlagte presentasjon.

– Jeg er opptatt av at mengden av denne typen program ikke ser ut til å øke, mens vi ser at at det er økende etterspørsel etter denne type programmer, og det er viktig at de plasseres i sendeskjemaet slik at de når bredt, sa Kjellbjørg Lunde. Kari Werner Øfsti beroliget med at man ikke skal redusere tilbudet.

– De blir bare produsert på flere steder. Det vil fortsatt være stor produksjon i Oslo, i Program Riks og fra uavhengige produsenter. Når det gjelder sendetidspunkter, legger vi disse programmene til en svært sentral sendetid, sa hun. – Puls og FBI ligger i drakraften på god sendetid på kvelden, det samme skal vi gjøre med Faktor-programmene. Vi kutter også ned på Kveldsnytt for å utvide prime time. Fra 1. januar 2005 flytter vi dessuten Migrapolis til NRK1 fordi vi tror det er en viktig allmennkringkasteroppgave å fremme integrasjon.

– Jeg synes det er positivt at man flytter redaktøransvar fra Oslo til miljøer rundt i landet, sa Astri Marie Wessel. – Denne utviklingen er positiv, spesielt sprekt er det med barne- og ungdomsprogram til Tromsø, sa hun.

– "Styrk live" fikk en pris, og det må vi gratulerer med, supplerte Hanne-Grete Brommeland Larsen.

– Det er ganske avgjørende at dere lykkes med denne strategien, hvis produksjonsmiljøene rundt i landet skal lykkes og utvikle seg videre, avsluttet rådsleder Kjellbjørg Lunde.

## **Presentasjon av NRK Rogaland**

Distriktsredaktør Ståle Frafjord orienterte om NRK Rogalands virksomhet.

– Det særegne i Rogaland har noe med befolkningsveksten å gjøre, det har noe med byregionen å gjøre, det har noe med identitet å gjøre, det har med konkurranse å gjøre og det har med økonomi å gjøre, sa Frafjord.

– Rogaland har hatt en formidabel befolkningsvekst, og vi er det fylket som har den høyeste andelen under 15 år. Jeg har selv to barn på 18 og 21 år, og de har ikke noe forhold til NRK i det hele tatt. Det er et helt annet mønster når det gjelder måten de unge forholder seg til mediene på, og det er en stor utfordring for oss. Vi har også utfordringer i forhold til urbaniseringen av fylket – Stavanger og Sandnes har vokst sammen. Vi har også et identitetsproblem i forhold til Boknafjorden som skiller Haugesund/Karmøy-området og resten. Vi har blant annet arbeidet med å skille ut egne sendinger for nord- og sørfylket, istedenfor å følge trenden med å danne større regioner.

Frafjord orienterte også om den lokale konkurransesituasjonen. – Det lokale mediebildet er ganske tøft på TV-sida. På radio er konkurransen også tøff, blant annet på grunn av at vi har hard konkurranse fra Radio 102 i nordfylket, sa distriktsredaktøren. – Vi er glade for at vårt fylke har egne TV-sendinger, men også for at vi produserer programmer for Program Riks. I fjor lagde vi fire riksprogrammer for TV. Det er også stas at vi topper statistikkene for bruk av innslag i riksnhetssendingene. For øvrig ligger vi lavest når det gjelder hvor mye penger som brukes pr. seer og lytter blant alle distriktskontorene, sa Frafjord.

Fakta:

- Kringkasting i Rogaland siden 1930, NRK fra 1933. Fjernsynssendinger siden midten av 80-tallet.
- En av de første kringkastingstasjonene i verden med databasert automatisk avvikling av sendinger.
- Holdt til i sentrum fram til 1997, flyttet til Ullandhaug
- Mellomstort distriktskontor
- Flermedialt, felles desk
- Hendelsesrikt fylke
- 56,5 medarbeidere, inkl. kontor i Haugesund med 4 medarbeidere
- 5 riksmedarbeidere på huset gir synergier
- Midt på treet oppslutningsmessig, fin vekst de senere år. 32,3 % i 2003
- 105 000 - 110 000 hører daglig våre sendinger
- TV: daglig seeropplutning på 26 %, opp fra 12 % i 2000
- Internett: Formidabel utvikling – 68 000 treff/mnd (2002)

Kjellbjørg Lunde ville vite mer om konkuransesituasjonen. – Et av problemene er at vi sliter med å nå de unge radiolytterne, spesielt i nordfylket. Blant annet derfor ønsker vi å splitte lokalsendingene mellom nord- og sydfylket. Vi tror det vil kunne skape større identitetsfølelse, svarte Ståle Frafjord. Han mente det er et paradoks at mens man dekker 120 000 mennesker i nordfylket med 4 medarbeidere, er det andre distriktskontorer som dekker like mange med kanskje 40 medarbeidere.

– Det er spennende å dele fylket i to på grunn av en fjord. I Nord-Trøndelag har vi vært oppe i det motsatte. Her har distriktskontorene blitt slått sammen. Det er flott hvis NRK kan prøve ut forskjellige ting i forskjellige deler av landet. Men jeg lurer på om det kan være noe med kvaliteten på de lokale stasjonene som gjør at oppslutningen ikke er så stor i Nord-Rogaland, sa Astri Marie Wessel.

– Jeg trodde jeg hørte på Østlandsseningen i dag tidlig- det var vanskelig å høre at dette var Rogaland, sa Hallgrim Berg. – Dette gjaldt både språk og musikk.

Thorbjørn Bratt var enig i at debatten om regionalisering var interessant. – Det skjer noe når det gjelder regional identitet i Norge nå. Jeg stusser over at man legger lokal identitet til grunn istedenfor regional identitet, sa han. Kine Hellebust mente derimot at saker fra en del av et fylke ikke nødvendigvis er interessante for andre deler av fylket.

– Det er vanskelig å snakke om identitet som et fast begrep. Våre vurderinger er bygget på flere forhold, svarte Ståle Frafjord. – Vi vet for eksempel at en del i søndre del av Hordaland har en sterkere tilknytning til Haugaland. Det kan se ut til at fylkesgrensene blir mindre viktige. Dette med identitet varierer nok også fra fylke til fylke. Det kan være interessant å spørre om hvorfor NRK Trøndelag får 45-50 millioner, mens vi får 32 millioner? Jeg vil ikke spille ulike landsdeler ut mot hverandre, men det kan nok tenkes at de grensene vi har i dag vil endre seg. Når det gjelder Hallgrim Bergs kommentar, mener jeg at det ikke spiller noen rolle hvilken dialekt medarbeiderne snakker. Det har mer med form og innhold å gjøre. Identiteten programlederne skaper er det viktige. Vi plukker ikke programledere ut fra dialekt, sa Ståle Frafjord.

NRKs oljemedarbeider Harald Bø orienterte om sitt arbeid med å dekke olje-sektoren.

– NRK opprettet stillingen som oljejournalist i 1982. Jeg har hatt stillingen siden 1989. NRK har alltid vært oppegående i oljejournalistikken. Det er viktig å ha detaljerte kunnskaper om det som jo er Norges viktigste næring. Akkurat nå passerer oljefondet 1000 milliarder kroner. Det er også den viktigste næringen når det gjelder internasjonalisering. Norske selskaper er tilstede i alle verdensdeler, og vi er en energistormakt, sa Bø. – Vi i NRK skal ha kunnskaper om alle sider ved dette. Derfor ser jeg på min stilling som en ressursstilling i NRK. Hit skal distriktskontorene kunne melde seg når de jobber med en sak som er relatert til olje eller gass, hit skal andre avdelinger kunne vende seg slik at vi får en objektiv dekning av dette området. Jeg skal ikke lage alle programmene eller reportasjene, men kan være en ressursperson på området. Oljejournalistikken forandrer seg hele tida. Det er ikke lenger så interessant hva man finner av oljefelter. Konflikten mellom miljø og energi er etterhvert blitt mer interessant. I dag dreier det seg litt mer om økonomien, sa Harald Bø.

– Det kan til tider være et vanskelig arbeidsområde. Vi tar ryggtak med verdens mektigste selskap – de har kjøpt opp dyktige journalister og satt i informasjonssporten. Og disse informasjonssolkene har en oppgave – å sørge for at det som kommer ut skal være positivt for selskapene. Det er små og tynne grenser mellom "lobbying" fra selskapenes side og informasjon. Det er en utfordring hele tiden å kunne gi folk et objektivt bilde av det som skjer. Det blir bare viktigere framover, sa Bø.

Som avslutning på møtet ble Kringastingsrådet vist rundt i NRK Rogaland av distriktsredaktør Ståle Frafjord.

07.07.04

Vetle Daler