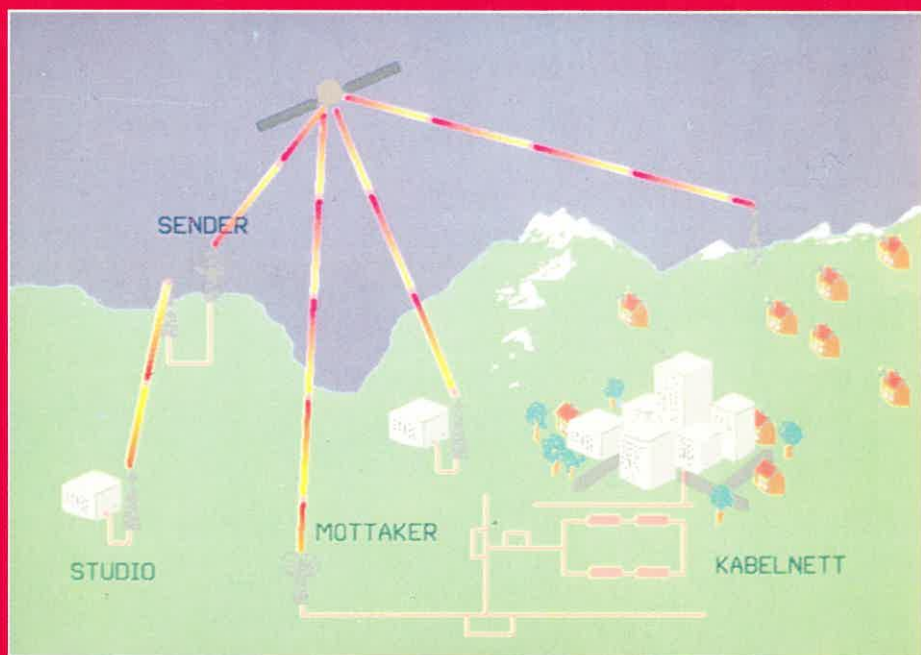


Håkon Gundersen

TV2

og den nye
mediesituasjonen i Norge

Tiden Norsk Forlag



EN FAFO-RAPPORT



TV 2
og den nye mediesituasjonen
i Norge

Håkon Gundersen

TV 2
og den nye mediesituasjonen
i Norge

EN FAFO-RAPPORT

TIDEN NORSK FORLAG

© 1984 Fagbevegelsens senter for
forskning, utredning og dokumentasjon
Sats: Müller Fotosats
Printed in Norway by Follo Grafisk a.s
Fotografier: NTB
ISBN 82-10-02550-3

Innhold

Forord 7

Sammendrag 9

1. Presset fra utlandet 11

2. Det framtidige mediebildet i Norge – en kort skisse 13

2.1 Strategier for en norsk kanal 14

2.2 Televerkets nye rolle 16

3. En ny TV-kanal? 23

3.1 Markedet for kabel-TV 24

4. Virkninger av kabelutbyggingen 34

4.1 Konsekvenser for fagbevegelsen 34

4.2 Kulturpolitiske konsekvenser 36

4.3 Industripolitiske konsekvenser 37

5. Organisasjonsstruktur og økonomi 40

5.1 Skisse til organisasjonsstruktur 40

5.2 Skisse til økonomisk struktur 45

5.3 Andre inntektskilder for NTV 49

6. Sende- og produksjonsopplegg 51

6.1 Lokal TV-produksjon 52

6.2 Finansiering av LTV 53

7. Produksjonsstruktur	56
7.1 Programproduksjon	56
7.2 Kostnader ved programproduksjon	59
7.3 Andre kostnader	60
7.4 Innkjøp av ferdig-produserte program	61
7.5 Nyhetstjeneste	63
7.6 Produksjonsstruktur i NTV	63
7.7 Hva slags program skal NTV produsere?	68
7.8 Programbudsjettet	70
8. LO's syn på Televerkets rolle i telematikkutviklingen	71
Oversikt over figurer og tabeller	74

Forord

FAFO har i lengre tid interessert seg for de nye medier, og da Orkla Industrier – med eierinteresser i Janco Visjon og Janco Kabel-TV – tidlig i høst henvendte seg til FAFO for å få utredet dette tema, så FAFO det som en mulighet til å få undersøkt enkelte sider ved den nye medieutvikling i større detalj.

En rekke personer har bidratt på enkeltpunkter under arbeidet. Det gjelder bl.a. David Hansen, Leidulf Risan, Nina Backer Røed, Peter Bø, Knut Dannevig og Jan Morten Olsen. Undertegnede har likevel hatt ansvaret for rapporten som helhet og synspunktene står for egen regning.

Notatet er i første rekke ment som et diskusjonsunderlag. Tall som er brukt er mer et pedagogisk virkemiddel enn eksakte spådommer om utviklingen på kabel-TV-fronten.

Håkon Gundersen
Oslo 12. 12. 83

Sammendrag

Norge står foran en helt ny mediesituasjon. I løpet av de nærmeste årene vil landet bli utsatt for et massivt «angrep» fra utenlandske satellitter som vil bombardere bakken med bilder.

Utenlandske fjernsynssendinger fra satellitt vil derfor være den dominerende faktor i mediabildet i Norge ved inngangen til 1990-årene. Strategien for en ny norsk fjernsynskanal må derfor utformes slik at den vil stå sterkt når den skal møte konkurransen fra utlandet i det kommende tiåret.

Det bør være to hovedelementer i en slik strategi:

- oppnå store markedsandeler i 1980-årene.
- etablere en programprofil rettet mot særnorske behov.

Selve grunnstenene i dette TV-systemet er de mange lokale kabelanleggene som gradvis vil vokse til å bli et integrert nett for hele landet. Greier en å skape gode lokalprogrammer, er det den beste måten å demme opp på det betydelige tilbudet som vil komme fra utenlandske, reklamefinansierte satellittsendinger.

Modellen for en ny TV-kanal basert på kabel-distribusjon er viktig også av en annen grunn: suksessen og utviklingstakten i abonnentstallet for den nye TV-kanalen får betydning for alle de andre typer av tjenester som kan kobles til nettet.

Pr. idag er omlag 300.000 norske husstander knyttet til kabel av noe varierende kvalitet.

På basis av våre forutsetninger, kommer vi fram til et potensial på 700.000 husstander knyttet til kabel-nettet innen utgangen av 1989. Dette kan betegnes som et forsiktig anslag, og en må i alle fall vente

at nivået for et ferdig utbygd kabelnett vil overstige dette tallet betydelig.

For øyeblikket er det uavklart hvilke interesser som kommer til å vinne i drakampen om det norske kabelnettet. Derfor er det sannsynligvis viktig at Televerket og de private kabel-selskapene på kort sikt samarbeider om utbyggingen for ikke å forsinke framveksten av et landsomfattende kabel-system.

Hvilke løsninger en her velger vil få store konsekvenser; ikke bare for norsk kulturpolitikk, men vil også ha store sysselsettings- og industripolitiske virkninger.

1. Presset fra utlandet

Norge står foran en helt ny mediesituasjon. I løpet av de nærmeste årene vil landet bli utsatt for et massivt «angrep» fra utenlandske satellitter som vil bombardere bakken med bilder. (Jfr. figur 1 og 2). Ved utgangen av 1980-årene vil vi således kunne ta imot 10–20 ulike fjernsynskanaler i Norge. Enkelte av disse vil inneholde voldsfilmer, de fleste vil være mer forflatende serie-produksjoner – noen underholdende, men de fleste avklippet enhver nasjonal egenart. Kort sagt vil vi i løpet av kort tid stå overfor en helt ny hverdag der det kulturelle trykket utenfra kommer til å bli langt sterkere enn i dag. Spørsmålet er hva vi som en liten nasjon gjør med en slik utfordring. Én mulighet er å gi opp. Men vi kan også forsøke å sette opp et bolverk mot mediebølgene som vil skylle mot landet.

Flere modeller svirrer for tiden over hodene på oss. Det snakkes om betal-tv og reklame-tv. For folk flest er dette ennå bare ord uten særlig mening. Men i løpet av nærmeste framtid vil det bli fattet viktige beslutninger som vil få konsekvenser for oss alle. Denne utredningen er et forsøk på å gi et svar på hvordan vi kan møte satellittutfordringen. Hvilke løsninger vi her velger vil få store konsekvenser, ikke bare for norsk kulturpolitikk, men også sysselsettingsvirkninger og industripolitiske virkninger. Den nye satellitt- og kabelutviklingen er noe mer enn fjernsyn, det er inngangsbilletten til morgendagens kommunikasjons-samfunn der teletjenester og bildeoverføringer via kabelnettet kommer til å danne grunnstammen i vår nye riksvei 1: Det tjenesteintegreerte kabelnettet.

Det er likevel grunn til å understreke at dette nettet ikke vil kunne nå ut til alle i overskuelig framtid da teknikken fortsatt setter visse

begrensninger. Denne framstillingen konsentrerer seg imidlertid om utviklingen på kabel og fjernsynssiden.

Når det gjelder telematikk (sammensmeltningen av data og bilde i ett telenett) så ligger det ennå noen år fram i tiden. Forutsetningen for en rask opptrapping av telematikkjenester er imidlertid at flere norske husstander kobler seg til kabel-nettet. Motivasjonen for den enkelte forbruker for å knytte seg til kabelnettet er imidlertid ikke bunnet i generelle industripolitiske mål. Men kort og godt at en ønsker et mer omfattende TV-tilbud enn hva en får i dag.

Modellen for en ny TV-kanal basert på kabel-distribusjon er viktig også av en annen grunn: suksessen og utviklingstakten i abonnentstallet for denne nye TV-kanalen får betydning for alle de andre typer av tjenester som kan kobles til nettet.

2. Det framtidige mediebildet i Norge – en kort skisse

Spørsmålet er hvilke følger satellittfjernsynet fra utlandet får for det lokale, norske kulturliv. Mye tyder på at virkningen vil være temmelig negativ hvis ikke det norske samfunn *i god tid før* dette «satellittbombardementet» starter, har bygd ut gode, kvalitetsbaserte norske fjernsynskanaler. Til dette arbeidet er det knapp tid igjen. Det må derfor handles nå om vi skal ha mulighet for å øve innflytelse på det framtidige mediebildet i det norske samfunn.

Flere strategier kan velges. For det første har en *NRKs betal-TV*, basert på at den enkelte seer betaler en viss sum i måneden for å få filmer og annen type underholdning. For det andre har en *reklamefjernsynet* der reklamesendingen avbryter eller kommer innimellom de ulike programmene. Og for det tredje kan en bygge ut et *fjernsynstilbud* basert på *kabel-TV* hvor sentrale folkeorganisasjoner sammen med filmprodusenter, aviser og andre aktuelle samarbeidspartnere bygger opp et nytt fjernsynssystem i Norge. I praksis vil det trolig bli kombinasjoner av disse modellene.

Til nå har de fleste politikere både sentralt og lokalt sidd på gjerdet, eller kanskje har de ikke engang oppdaget at det er et gjerde å sitte på. Det viktigste er derfor at det politiske Norge gjøres oppmerksom på de muligheter og farer som den nye medieutviklingen bringer med seg. *Muligheter* for lokal kultur og informasjon til å blomstre om en handler målrettet og bevisst, *farer* om en blir sittende på gjerdet for lenge og lar markedet alene få styre den videre utviklingen.

2.1 Strategi for en norsk kanal

En rekke fjernsynskanaler blir snart tilgjengelige for norske fjernsynsseere via satellitt og kabelnett. Ikke bare vil en få langt flere programmer å velge blant i løpet av den sene ettermiddag og kveld. I tillegg vil en sannsynligvis også få flere 24 timers stasjoner som sender gratis program finansiert av reklameinntekter. Allerede i dag kan man for en kostnad på 10–12 kr. pr. måned få 24 timers sportkanal i Norge importert via satellitt fra England.

Utenlandske fjernsynssendinger fra satellitt vil være den dominerende faktor i mediabildet i 1990-årene. Strategien for en ny norsk fjernsynskanal må derfor utformes slik at den vil stå sterkt når den skal møte konkurransen fra utlandet i det kommende tiåret.

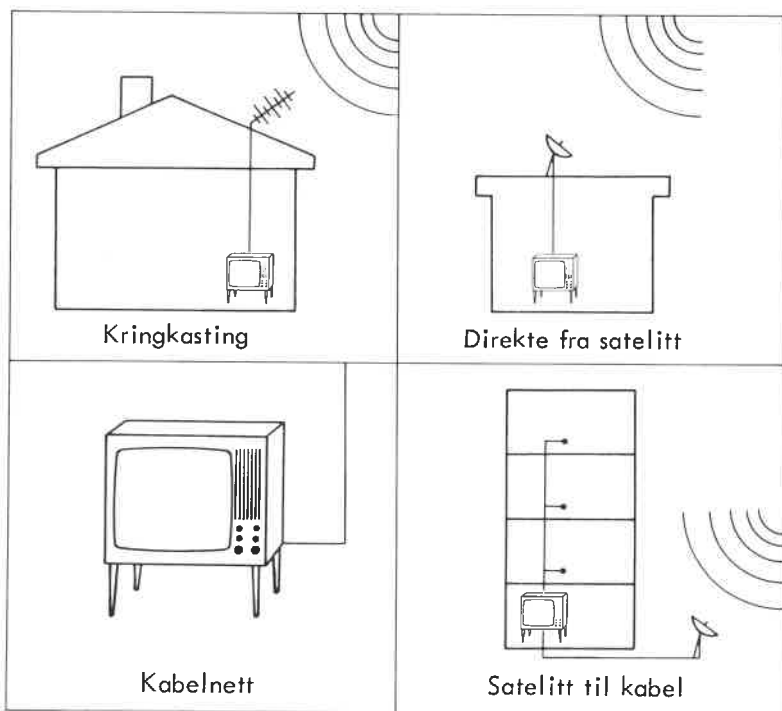


Fig. 1: Slik vil man motta fjernsyn i framtidens Norge

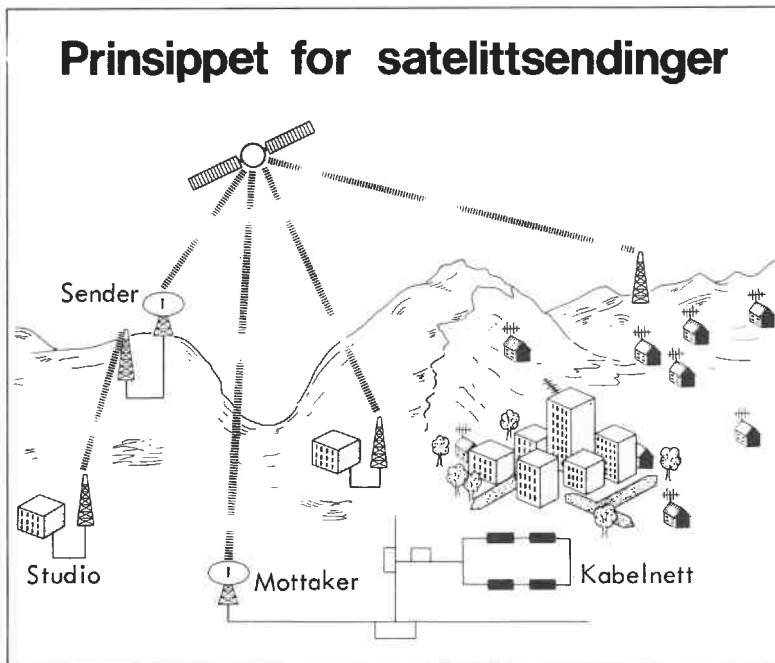


Fig. 2: Prinsippet for satelittsendinger

Det bør være to hovedelementer i en slik strategi:

- oppnå store markedsandeler i 1980-årene.
- etablere en programprofil rettet mot særnorske kulturelle behov.

Det første elementet vil bidra til økonomisk styrke, samt svekke utgangspunktet for utenlandske konkurrenter. Det andre vil etablere en egen nisje for kanalen som vil være relativt beskyttet i forhold til utenlandske media. Forslag som har blitt lansert for en norsk kanal som hovedsaklig overfører utenlandsk underholdning, har sine svakheter på dette punktet: En slik kanal vil konkurrere med utenlandske satelittsendinger. Det er opplagt hvem som da blir den svake part: Utenlandske sendeselskaper vil kunne tilby bedre programmer til lavere pris som følge av langt større seertall.

Fra norske fjernsynsseeres synspunkt er en særnorsk TV-kanal

det eneste alternativ som vil kunne gi et kvalitativt forskjellig programtilbud i forhold til det store antall utenlandske sendinger som alle vil få uansett.

Også av politiske og kulturelle grunner er den ovenfor skisserte strategien å foretrekke.

Erfaring med betal-TV fra USA tyder på at få selskaper overlever innenfor samme nisje av programtilbud. Selskaper med store markedsandeler har en avgjørende fordel siden de kan spre programkostnader over mange seere. Mindre selskaper ha hatt enorme økonomiske vanskeligheter. Markedsmekanismene fører dermed til at noen få store selskaper overlever. Gitt Norges befolkningstall er det tvilsomt om flere betalingskanaler vil kunne overleve økonomisk på sikt.

Siden bare én ny betalingskanal blir det sannsynlige utfall på lengre sikt, er det viktig å sikre at mangfoldet kan utfolde seg gjennom denne kanalen.

Like viktig som at noen få store eiere (kapitalinteressene) ikke må få dominere dette mediet alene, er det å unngå dominans fra særgrupper. Kanalen må stå på mer enn én fot.

2.2 Televerkets nye rolle

Det offentlige har spilt en nøkkelrolle i utbyggingen av det norske kommunikasjonssystemet. Dette skyldes både behovet for standardisering og behovet for å samle tilstrekkelig kapital bak de enkelte utbyggingsprosjektene. Uten betydelige bidrag fra det offentlige ville utbyggingen av et nasjonalt samferdselsnett for både jernbane, telefon og telegraf gått langsommere. Når det gjelder standardiseringsproblemene, er jernbaneutbyggingen et godt eksempel. Med lokal kapital ble smalsporede baner bygd inn i våre dalfører. Mens det offentlige sto for sammenknytningen av de mange lokale baner til et nasjonalt nett ved bl.a. en standardisering til felles sporvidde.

Tilsvarende var situasjonen i telefonutbyggingen. Offentlig kapitalinnsats var nødvendig for å få til en integrasjon mellom de mange lokale, private telefonanleggene under opprettelsen av rikstelefon-systemet.



Kjære venner og elskede fiender som vi sikkert kommer å se mer av i tiden framover. Man bør bare sørge for at de ikke blir alene på skjermen.

Utbygging av våre samferdselsnett skjedde i en periode med kapitalmangel, og hvor det offentlige derfor kom til å spille en sentral rolle.

I dag er situasjonen delvis snudd på hodet. Nå er det private investorer som er på offensiven i kommunikasjonssektorens nyeste gren; kabel-TV og telematikktenester mens det råder knapphet på offentlige investeringer i feltet. En nødvendig betingelse for at det offentlige, gjennom Televerket, skal kunne spille en sentral plass i kablingen av Norge er at Televerket tilføres ny investeringskapital og får en friere stilling i forhold til statsforvaltningen. En slik frihet vil gjøre det mulig å erstatte de arbeidsplassene som etter hvert blir overflødige på grunn av ny teknologi med ny virksomhet på konkurransemarkedene.

Hva er så begrunnelsen for at Televerket skal spille en avgjørende rolle i kabel-utbyggingen av Norge, hvis det i dag finnes tilstrekkelig privat investeringsvillig kapital som kan gjøre det samme? Det kan anføres flere argumenter for et sterkt offentlig engasjement fra Televerkets side.

1. Det er viktig med et sterkt offentlig engasjement for å sikre *felles standarder* på kabel-typer, antennesystemer og mottakere over hele landet. Televerket må fastsette gyldige nasjonale standarder på alle typer av telekommunikasjon knyttet til kabel- og telematikknett.

Et sterkt engasjement fra Televerkets side vil kunne sikre at landet får et enhetlig telenett noe som også vil ha stor betydning for mulighetene for sammenknytning av de mange lokale kabel-anleggene til et nasjonalt nett. Televerket vil derigjennom kunne legge grunnlaget for framføring av bredbåndstjenester til abonnentene. Dette nettet kan på lengre sikt tenkes å bli framtidens telefonnett.

2. Mange kommuner er interessert i at Televerket skal gå inn i utbyggingen av kabel-anlegg, bl.a. av hensyn til graving i offentlig grunn.
3. Televerket har ledig kapasitet innenfor montørsektoren. Den tre-nede styrke som Televerket her har til rådighet, kan dermed tilføres nye oppgaver gjennom ansvaret for kabel-utbyggingen.

Det framtidige kabelnettet

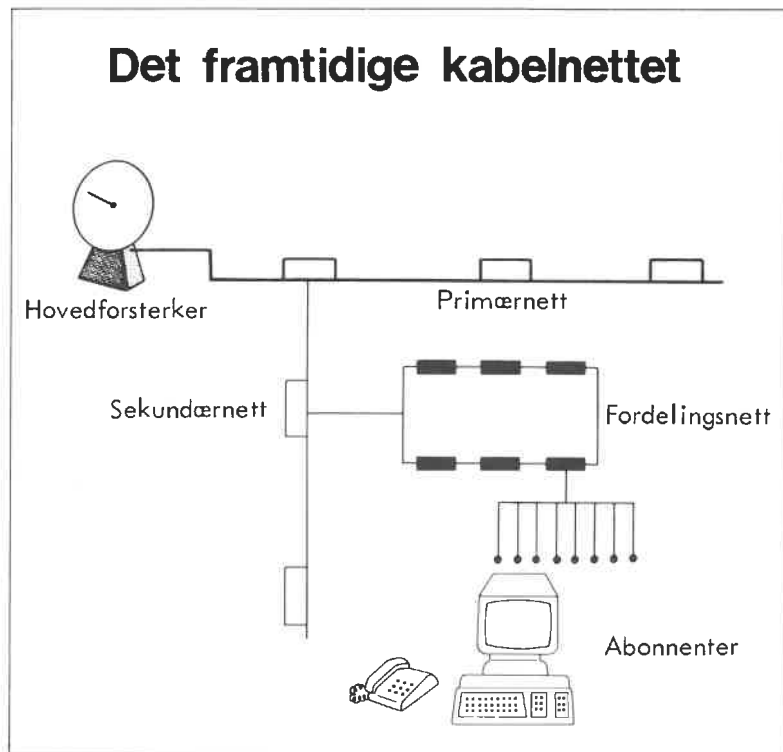


Fig. 3: Det framtidige kabelnettet

En forutsetning for at Televerket skal bli en sentral part i kabelutbyggingen er at følgende hovedprinsipp følges for Televerkets konkurransevirkosomhet:

- Det må etableres et forretningsmessig skille mellom typegodkjenningsoppgavene og forvaltningsoppgavene i forbindelse med utbygging og drift av offentlig telematikknett på den ene siden, og Televerkets konkurransevirkosomhet på markedene for bedrifts- og husstandsinterne systemer på den andre siden, og i forbindelse med tilleggstjenester som bygger på de offentlige nett.
- Forvaltningsdelen av Televerket må behandle kunder og konkurrenter likt, preferanse av Televerkets egen virkosomhet på konkurransemarkedene må ikke forekomme. Kryss-subsidiering har til

nå vært et problem for Televerket. Dette må løses før riktige konkurranseforhold kan oppnås.

- Dersom forvaltningsdelen av Televerket tilbyr tjenester til sin konkurransevirkosomhet, skal dette skje til markedspris med full kostnadsdekning og rimelig fortjeneste. Det samme skal være tilfelle dersom tjenestene ytes motsatt vei.
- Televerkets konkurransevirkosomhet bør kunne samarbeide med norsk tele- og dataindustri om utvikling og produksjon for å få den nødvendige konkurransemessige slagkraft både på hjemmemarkedet og på eksportmarkedet.

De private kabel-selskapene har anført flere motargumenter til forslagene om Televerkets dominerende rolle i kabel-leggingen av Norge. Antenneinstallatørgruppen (AIG) er kabel-TV-bransjens faglige organisasjon i Norge. AIG legger i sine forslag til eie- og samarbeidsformer i det framtidige kabelnettet vekt på at det bør finne sted en arbeidsdeling mellom offentlige og private interesser: (Jfr. figur 3).

De private utbyggeres oppgaver:

1. Bygge ut og eie lokale kabelnett i henhold til tekniske krav og forskrifter.
2. Sammenkoble de lokale nett
3. Forestå service og vedlikehold av disse nett.

Televerkets oppgaver:

1. Fastlegge tekniske krav til den totale nett-struktur i samråd med AIG.
2. Forestå en totalprosjektering og utbygging av fjernnettet (det overordnede nasjonale nett).
3. Delta i sammenkobling av de lokale nett i samarbeid med de private utbyggere der dette er hensiktsmessig.
4. Typegodkjenning av teknisk utstyr.

Modellen forutsetter at både Televerket og de private utbyggerne skal ha rett til å overføre de programmer og tjenester de er ansvarlige for i hverandres nett i henhold til gjensidig avtale.

For øyeblikket er det uavklart hvilke interesser som kommer til å



Selv om hovedrolleinnehaveren i Dallas er av svensk avstamning, er ikke serien særlig skandinavisk i formen av den grunn...

vinne i drakampen om det norske kabelnettet. Derfor er det sannsynligvis viktig at Televerket og de private kabel-selskapene på kort sikt samarbeider om utbyggingen. I begge forslag er det plass til både Televerket og de private kabel-leggerne.

Det er forøvrig verdt å merke seg at Televerket først nå har begynt å interessere seg for kabelutbygging, mens de private kabel-TV-selskaper har drevet denne utbyggingsvirksomheten i 15–20 år.

3. En ny TV kanal?

I dette kapitlet blir skissene til en ny TV kanal nærmere utredet. Som det vil framgå av figur 4 er en TV2 kanal tenkt bygd opp omkring tre ulike tilbud. På lokalt nivå det såkalte *Lokal-TV* (LTV) tenkt sprunget ut av de mange lokale kabel-selskapene som etter hvert blir etablert rundt om i landet.

De lokale kabel TV selskapene vil via satellitt bli bundet sammen til et riksdekkende nett der det vil bli sendt ut ytterligere to tilbud. Det første er gratis og finansiert av de store folkeorganisasjonene, heretter kalt *Folke TV* (FTV). Det andre en betal-TV kanal som i hovedsak skal sende filmer, underholdning, opplysningsprogram og nyheter, heretter kalt *Norsk TV* (NTV). Tilsammen utgjør disse tre TV-tilbudene det samlede fjernsynstilbudet over kanal 2. (Jfr. figur 6).

Selve grunnstenene i dette TV-systemet er de mange lokale kabel-anleggene som gradvis vil vokse til å bli et integrert nett for hele landet. Greier en å skape gode lokalprogrammer, er det erfaringsmessig (Canada) den beste måten å demme opp på det betydelige tilbudet som vil komme fra utenlandske, reklamefinansierte satellittsendinger.

Som det framgår av vedlegg I vil det være mulig å overføre ressurser fra betal-TV-selskapet NTV til de enkelte LTV-selskaper via et felles organ, slik at det enkelte LTV kan få et fundament for lokalproduksjon som i utgangspunktet ikke er utelukkende avhengig av reklame- eller sponsorinntekter. Det understrekes at denne kapitaloverføringsmodellen er en av flere alternativer. Hvilke modeller man velger må gjøres til gjenstand for nærmere utredninger.

I dette notatet har en tatt utgangspunkt i at det er NTV som får alle

TV2

			Sendetid pr. uke:
LTV	Lokal TV	Betal/Gratis	20
FTV	Folke TV	Gratis	15
NTV	Norsk TV	Betal	25

Fig. 4: En ny TV modell

inntektene for deretter å fordele en del av disse til de lokale fjernsynsselskap. Muligens kan det være vel så praktisk å la lokalselskapene få inntektene og kun betale en del av disse til NTV for den andelen av programmene som er riksdekkende. Dette må gjennomdrøftes i detalj før endelig modell velges.

Kort summert vil målsettingen med den nye TV kanalen være følgende:

- Å skape et fjernsynstilbud som gjennom en stor andel norskproduserte program kan være et bolverk mot de mange utenlandske satellittprogrammene som kommer.
- Å stimulere lokale organisasjoner så som husmorlag, speiderforeninger, skoler, religiøse foreninger, idrettslag, lokale fagforeninger, innvandregrupper og andre til å bruke de lokale TV stasjonene (LTV) i sitt eget organisasjonsarbeid.

3.1 Markedet for kabel-TV

Kabelutbyggingen i Norge begynte som en privat virksomhet for omlag 20 år siden og var rettet inn mot overføringen av svenske fjernsynssendinger til Østlandsområdet. Denne virksomheten skjøt etter hvert fart, slik at omlag 300.000 norske husstander i dag er

knyttet til en eller annen form for kabeloverføring av fjernsynssendinger. Det vil si at 25 % av alle norske TV-husstander (1,4 millioner) i dag er knyttet til kabel for mottaking av fjernsyn.

Med endringene i fjernsynsteknologien, og med de ulike dispensasjoner fra kringkastingsloven, har man også fått mulighet til å motta satellittsendinger på deler av dette kabelnettet. De såkalte OTS-sendingene er en slik ny programtjeneste som er kommet til i løpet av det siste året. Som nevnt vil det i de nærmeste 5–7 årene over sattellitt og ut gjennom kabelnettet bli mulig å motta et sted mellom 15 og 20 utenlandske fjernsynsstasjoner.

For tiden pågår det en betydelig drakamp mellom ulike private firmaer og organisasjoner, aviser og borettslag om den videre utbyggingen av kabelnettet i Norge. I enkelte byer er det rene private interesser som kontrollerer kablene, andre steder er det borettslagene som eier dem, og andre steder igjen er det avisene. Det er grunn til å tro at det vil foregå en sentralisering og samordning av disse eierinteressene i løpet av de nærmeste årene.

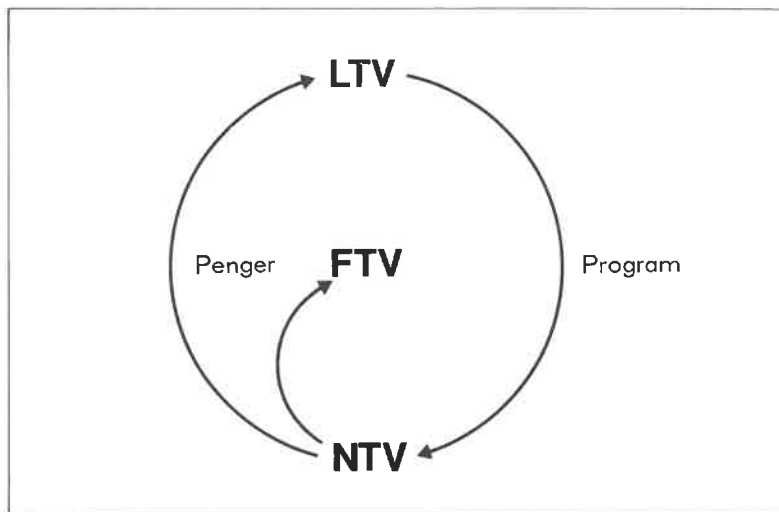


Fig. 5: Program- og pengestrømmer i TV2

3.1.1 Perspektiver for utbygging av det norske kabelnettet

Markedspotensialet for NTV avhenger i betydelig grad av hvor raskt kabelnettet i Norge bygges ut. Det synes å være grunnlag for å vente seg en rask opptrapping av kabelutbyggingen i de nærmeste årene.

En rekke forhold tyder på en stor latent etterspørsel etter kabel-TV i Norge dersom medietilbudet kan økes gjennom disse. De nødvendige forutsetningene for en videre utbygging av kabelfjernsynet vil være tilstede i Norge etter at satellittendingene blir igangsatt. Det vil bli et begrenset utvalg av kanaler over eteren og muligheter for et betydelig bedre utvalg via kabel for et stort antall hjem i tettbygde strøk.

Erfaringer fra utlandet bekrefter at en stor andel husstander i områder med begrensede lokale sendinger over eteren, velger kabel-

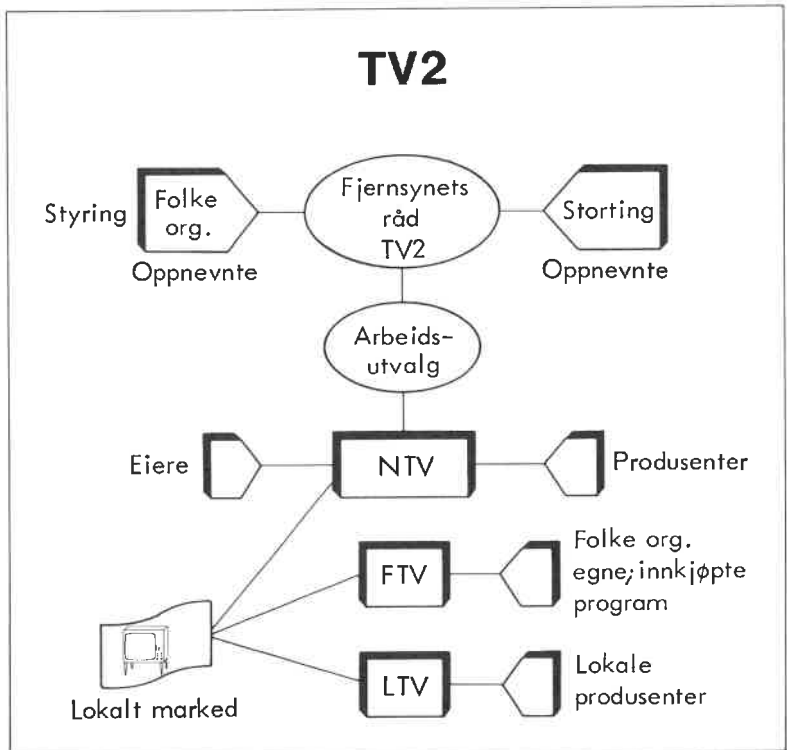


Fig. 6: TV2 modellen



Det er viktig at distriktenes interesser også ivaretas gjennom den nye fjernsynskanalen. Det kan bl.a. skje ved lokal vinkling av programtilbudet.

fjernsyn der dette tilbys. I USA, f.eks., har gjennomsnittlig 50 % av husstandene i mindre byer valgt å koble seg til kabel, i motsetning til 14 % i de større byene, der utvalget over eteren er langt større (1981-tall). Det samme mønsteret gjør seg gjeldende i Europa. Land med mottakermuligheter fra naboland via kabel har et meget stort antall husstander som velger kabelfjernsyn. I Belgia var 64 % av husstandene med TV tilkoblet kabel i 1981, mens tallene for Danmark og Nederland var henholdsvis 50 % og 55 %. Canada er et annet godt eksempel, der TV-tilbudet i mange byer kan flerdobles på grunn av kabeloverføringer fra USA, og 57 % av kanadiske hjem med TV benytter seg av dette.

Også i Norge tilsier erfaringene et stort vekstpotensial for kabelfjernsyn i årene som kommer. Av ca. 1,4 mill. husstander med TV-apparater, var anslagsvis 300.000 tilkoblet kabel i 1982. Det meste av Norge ligger i skyggen av svenske fjernsynssendinger – noe som også gjelder kabelselskaper. Dette gjør at kabelsystemene er konsentrert rundt tettbygde strøk på Østlandet. Ser en nærmere på disse lokale områdene, er kabelfjernsynets utbredelse de fleste steder bra.

Tabell 1: Kabelnettets utbredelse i enkelte østlandsområder (1983).

	% av husstander	% av husstander i tettbygde strøk
Oslo/Akershus	57 %	61 %
Østfold	39 %	48 %
Drammen	61 %	–

Som tallene viser, er kabeldekningen i de mest sentrale østlandsområdene høy også i internasjonal målestokk. Dette har skjedd til tross for de relativt høye kostnadene som er forbundet med å koble seg til kabelsystemene. Installasjonsavgiften for nye kabelbrukere i Norge ligger på 3–4.000 kr. i gjennomsnitt, i motsetning til under 200 kr. i USA. Den høye kabeldekningen på Østlandet har også kommet *til tross for* at medietilbudet gjennom kabel har vært beskjedent. I de

fleste områder på Østlandet er det mulig å motta det samme antall kanaler gjennom de vanlige husantennene, slik at kablernes fortrinn stort sett har vært *bedre billedkvalitet*.

Insitamentet i den neste fasen av kabelutbyggingen i Norge vil være langt sterkere. Forutsatt politisk velvilje, vil husstander som allerede er tilkoblet kabel, i løpet av de neste par årene få et langt bredere kanaltilbud enn husstander med vanlige husantennener. Der- som et norsk TV-2 baserer seg på satellitt-sendinger og overføring via kabel, vil dette i seg selv sette i gang en betydelig kabelbygging. Men nærmest uansett hvilken avgjørelse norske myndigheter fatter om TV-2, vil etterspørselen etter utenlandske sendinger skyte fart i kabelutbyggingen.

Potensialet for kabelutbygging

Som følge av de nye satellitt-tilbudene, kan det ventes at etterspør- selen etter kabeltilkoblinger blir like stor i andre regioner av Norge som det den er på Østlandet i dag. Også i etablerte kabelstrøk på Østlandet kan kabelnettets utbredelse ventes å øke som følge av det økte medietilbudet.

Hvor stor andel av disse nye etterspørerne som kan tilkobles kabel i tiden fram til 1990 avhenger i første rekke av kostnadene ved kabellegging, i hvert enkelt område. Gjennomsnittskostnadene pr. husstand tilkoblet et nett er først og fremst avhengige av tettheten i den lokale bebyggelsen, samt antall abonnenter. Norske Radio- og TV-handlers Landsforbund har anslått utbyggingskostnadene for et villa- og småhusstrøk med 5.000 abonnenter til 4.100 kr. pr. husstand. Tilkobling i blokkområder kan bli langt rimeligere, helt ned til ca. 1.000 kr. Kostnadene pr. kilometer kabellegging av det primære og sekundære nettet er store, slik at kostnadene pr. hus- stand i spredtbygde strøk fort kan stige til urimelig store beløp.

Det er viktig å merke seg at gjennomsnittskostnadene pr. husstand bare i mindre grad er påvirket av det antall hus som er tilkoblet et system, forutsatt at en får et minimum av abonnenter. Dersom en tar utgangspunkt i kalkylen utarbeidet av Norske Radio- og TV-handle- res Landsforbund, ville kostnadene for tilsvarende system øke fra 4.100 kr. pr. husstand med 5.000 abonnenter til 5.400 kr. pr. hus- stand i mindre områder med 1.000 abonnenter, men med samme



Den nye TV-2 kanalen må ta sikte på å fjerne spennvidden i norsk kultur og samfunnsdebatt. Da hører både Høyres Hans Svelland og Oslo-pønkere med i bildet.

type bebyggelse. Til sammenligning kan det nevnes at private firma i USA har funnet det lønnsomt å kablegge områder som koster 7–9.000 kr. pr. abonnent. Poenget her er at kabelleggingen i Norge neppe vil begrense seg bare til store tettsteder. Etterhvert som kabelkostnadene pr. kilometer synker ved innføring av fiberoptikk og billigere mottakeranlegg, vil lønnsomheten ved kabelutbygging i mindre tettsteder også øke. Økt etterspørsel etter de nye medietilbudene vil også øke betalingsvilligheten i husstandene, slik at terskelen for hva som er for smått til kabellegging vil senkes, og også temmelig små tettsteder vil kunne bli kabellagt.

Det potensielle antall kabelhusstander henger dermed sterkt sammen med antall husstander i tettbygde strøk. Tabell 2 viser enkle forutsetninger for veksten i antall kabel-abonnenter. Anslag for antall husholdninger, antall TV-hjem og antall husholdninger i tettbygde strøk er framskaffet på basis av prognoser utarbeidet av Statistisk Sentralbyrå. I og med at mindre tettsteder fremdeles er mindre aktuelle for kabelutbygging, har en tatt utgangspunkt i anslag for husstander i tettbygde strøk med over 2.000 innbyggere. Av 1.2 mill. slike husstander i 1983, har en anslått at ca. 450.000 hus er i nærheten av et eksisterende kabelnett. Denne andelen av husstander i nærheten av et kabelanlegg vil øke dramatisk i kommende år etterhvert som flere landsdeler kablegges. Blant de 450.000 husstandene som er i nærheten av kabel, har i overkant av 300.000 koblet seg til nettet i dag.

På basis av våre forutsetninger, kommer vi fram til et potensiale på 700.000 husstander knyttet til kabel-nettet innen utgangen av 1989. Dette kan betegnes som et forsiktig anslag, og en må i alle fall vente at nivået for et ferdig utbygd kabelnett vil overstige dette tallet. Et sentralt moment i dette tiåret er kapasiteten i anleggsbransjen og offentlige etater med hensyn til å gjennomføre utvidelsen i kabelnettet.

Som tidligere nevnt er det imidlertid betydelig ledig kapasitet i Televerket som en følge av at mange montører blir overflødige ettersom telefonkøen i løpet av det nærmeste året blir borte.

Tabell 2. Forutsetninger for antall kabel-abonnenter (1983–1989)

1.000 husstander	1983	1985	1987	1989
Husstander totalt	1600	1650	1700	1740
Husstander med TV	1400	1440	1490	1530
Husstander i tettbygde strøk > 2.000	1200	1260	1290	1330
Husstander med kabel i nærheten	450	630	840	1000
Kabelabonnenter	300	380	550	700

3.1.2 Det potensielle markedet for betal-TV over kabelnett

Det er vanskelig å fastslå hvor stor andel av de husstander som allerede har kabel, som kan tenkes å ville abonnere på en betal-TV-kanal. Enkelte markedsundersøkelser i Norge og Sverige prøver å spørre direkte hvor mye seerne vil betale for en ny TV-kanal. De får et ikke helt overraskende svar: Folk vil helst betale så lite som mulig. Dette gir neppe grunnlag for å vurdere seernes betalingsvillighet. Det er heller tvilsomt at markedsundersøkelser i dag vil kunne gi et godt bilde av framtidig atferd i det kommende medie-Norge.

Erfaringer med betalingsvillighet i andre land gir imidlertid noen opplysninger som kan overføres til norske forhold. Spesielt USA har erfaring med betal-TV. Det viser seg at to tredjedeler av kabelabonnentene er villige til å betale for tilleggsprogrammer, selv om gratis-tilbudet over kabelnett er betydelig. Gjennomsnittlig tilleggsavgift pr. måned for disse abonnentene, er ca. 80 kr. Antall tilleggsbetalende abonnenter utgjør gjennomsnittlig 30 % av alle hjem med kabel i nærheten.

Det er rimelig å forvente større betalingsvillighet for tilleggsprogrammer i Norge enn i USA. Alternative medietilbud er langt mindre i Norge, og vil også være det i framtiden. Den raske og store utbredelsen av video i Norge bekrefter en stor latent etterspørsel.

Målsettingen med NTV bør være at man tar sikte på å oppnå 50 % markedsdekning på sikt. Hvor raskt man når et slikt nivå er det selvsagt vanskelig å ha noen formening om på det nåværende tidspunkt, men tar man utgangspunkt i veksten i antall videospillere i Norge som en av flere indikatorer på etterspørselen etter betal-TV, så er utsiktene ganske lyse. I løpet av de siste 3 årene har antall video-husstander i Norge økt fra nesten null til over 10 % av husstandene.

Hovedstrategien i etableringen av et norsk TV 2 bør være å bygge opp markedsandeler slik at kanalen blir sterkest mulig når de større konkurrentene fra utlandet begynner å befeste sin stilling mot slutten av dette tiåret. Av den grunn er det viktig at (installasjons)avgiften holdes rimelig lav, spesielt i 80-årene.

Ut fra en slik tankegang har en satt avgiften til 100 kroner. Med våre forutsetninger er denne avgiften høy nok til å gi et akseptabelt resultat i 1989. Det er viktig å understreke at denne avgiftssatsen på 100 kroner er et av flere mulige nivåer.

4. Virkninger av kabelutbyggingen

Kabelleggingen av Norge reiser en rekke spørsmål utover de som er søkt besvart i denne rapporten. I dette siste kapitlet er hensikten å skissere noen slike virkninger for fagbevegelsen, i tillegg til mulige kultur- og industripolitiske konsekvenser. Avslutningsvis blir LOs syn på Televerkets rolle i telematikkutviklingen presentert.

4.1 Konsekvenser for fagbevegelsen

For fagbevegelsen er det viktig at en unngår en splittelse mellom de offentlige og de privatansatte i norsk teleindustri. En ren offentlig drift og eiendomsrett til kabelnettet kan komme til å redusere antall arbeidsplasser i den private elektronikk-industrien. Et stikkord her må være samordning av virksomheten i denne bransjen ved utstrakt bruk av samarbeidsavtaler og utviklingskontrakter mellom Televerket og norsk tele- og elektronikkindustri. På litt sikt er det tenkelig at et friere Televerk kan gå inn i forpliktende industrisamarbeid med andre norske elektronikk- og telebedrifter, både på eier- og produksjonssiden.

Det er forøvrig viktig å understreke at telematikkindustrien vil kunne tilby mange nye arbeidsplasser i Norge. Hvilke sysselsetningsvirkninger telematikk-utviklingen faktisk vil få for det norske samfunn, gjenstår dog å se, og bør i seg selv bli gjenstand for egne undersøkelser. Det er likevel klart at det dreier seg om flere tusen nye arbeidsplasser i løpet av de nærmeste 3-5 årene.



En ny TV-kanal må vise vitalitet og dristighet også i nyhetsformidlingen. Her fra Tyssedals-demonstrasjonen i juni 83 der tyssedalsarbeiderne ikke sparte på kruttet når politikerne kom på jobben.

4.2 Kulturpolitiske konsekvenser

Det har alltid vært enkelt å spille på frykten for det ukjente. En sikker vei til popularitet i norsk politikk har vært å spille på den utenlandske dominansen. Særlig gjelder dette i kultursektoren, hvor nasjonaliteten ofte har vært viktigere enn selve budskapet som presenteres. Fra enkelte hold har støtteordningene for norsk kultur blitt kritisert. Det blir sagt at de store summene som staten bruker til innkjøp av skjønnlitteratur, opprettholder et kunstig høyt produksjonsnivå av bøker, noe som resulterer i at forlagenes økonomi på sikt blir svakere.

Hva så med norsk kultur idet vi er på vei inn i satellittalderen? Er det så viktig å beholde det norske? Er ikke reaksjonene mot satellittilbudene bare primitiv frykt for alt som smaker av det fremmede? For bedre å kunne besvare dette er det viktig å se på hva som tilbys fra utlandet og hva vi kan velge i. For mange betyr utenlandsk film det samme som Hollywood. Franske, tyske eller italienske filmer regnes knapt med i tellingen. For ikke å nevne filmer fra andre verdensdeler. Skal det være real underholdning fra utlandet, må det være Hollywood.

Med en overgang til kabel-TV i Norge vil vi bli stilt overfor en betydelig utfordring på dette punktet. Vil vi være modige nok til å velge et så sammensatt knippe av utenlandske filmer at det virkelig bringer oss nærmere det mangfold og den flora av filmer som i dag finnes i mange deler av verden, eller vil vi kjøre «safe» med *Dynasti* og *Dallas*?

En nødvendig forutsetning for å skape gode programtilbud over kabel-fjernsyn er at man tør å satse også på såkalt ikke-kommersiell film ved siden av de mer kommersielle produksjonene. En ensidig satsing på «såpefilmene» vil gjøre det enda vanskeligere for det norske samfunn å justere seg i forhold til det nye mediebildet. Da kan vi risikere at hele neste generasjon føler seg mer fortrolig med nabostrøkene i New York enn med sitt eget hjemsted. Og det er en farlig utvikling fordi de idealene som gjelder i nabolaget i New York bare unntaksvis kan bidra til å øke innsikten hos den vanlige Ola og Kari Nordmann, om det norske samfunn og om deres egen situasjon.

I verste fall kan den nye medieutviklingen bidra til å sløve oss ned

og gjøre oss enda mer passive enn vi allerede er i dagens velferds-Norge.

En sentral målsetting med den programpolitikken som bør legges opp omkring de nye fjernsynskanalene på norsk jord, må derfor være å finne den nødvendige balansegangen mellom det salgbare og det bevisstgjørende. Det er en ubehagelig oppgave som kan bli vanskelig å svelge for mange norske kunstnere som heller vil ha «rene» linjer og oppfatter «salg» og «marked» som stygge ord. Men i alle fall når det gjelder den framtidige fjernsyns- og film-produksjon og visning, må en gå inn på enkelte slike kultur-kompromisser. Kjører en bare finsk fjernsynsteater på betal-fjernsyn, har en konkurransen innen rekkevidde før den første uken er omme. Kjører en hel-kommersielt med bare Dallas og Dynasti, risikerer en å bli utkonkurrert av amerikanere som har mer ressurser (stadig nye og enda flottere Dynastier).

Løsningen må derfor bli en mellomvei, men hvor satsingen på spillefilmer må gjøres langt mer målrettet enn det NRK har gjort til nå. Det holder ikke med gamle musicals fra 1930-årene med Fred Astair selv om han fortsatt lever.

Greier en å finne en balanse mellom børs og katedral, kan det gi det nødvendige seerunderlaget for en regningssvarende drift av et rent norsk kabelfjernsyn, uten at en nødvendigvis sier ja til reklame.

4.3 Industripolitiske konsekvenser

Initialinvesteringene er så store i telematikkindustrien at et norsk marked (hjemmemarked) bare i unntaktstilfeller vil være tilstrekkelig til å drive økonomisk lønnsomt. Det er derfor viktig å kartlegge hvordan norsk teleindustri kan utvikle telematikk-tjenester og teknologi som også vil være konkurransedyktig på et verdensmarked, dvs. hvor en kan finne seg en markedsnisje for norske produkter. En bør ikke sikte for ambisiøst, men ta sikte på å finne et spesialområde hvor et såvidt lite land som Norge har sjanser til å konkurrere på verdensbasis. Tandberg språklaboratorier og Tandberg terminaler er to eksempler på at norske produkter også har slått gjennom på det internasjonale elektronikk-markedet. En videre oppgave bør derfor være å klarlegge følgende problemstilling:



Norsk kultur i en ny medietid må være mer enn hallingkast i bunad.

1. Potensielle marked «world wide» for norsk telematikkindustri.
2. Hvor stor andel av dette kan norsk industri få del i ved:
 - a. at alt utvikles i Norge, eller
 - b. at deler av den «norske» produksjonen skjer på lisens fra utlandet.

I denne sammenheng bør særlig forholdet mellom Televerket og privat norsk tele-industri kartlegges nærmere. Et sentralt spørsmål her er hvordan en kan sikre et fruktbart samarbeid mellom offentlig og privat virksomhet med sikte på å gjøre norsk tele-industri konkurransedyktig både i Norge og internasjonalt.

5. Organisasjonsstruktur og økonomi

De etterfølgende momenter til struktur for et fremtidig riksdekkende NTV må kunne oppfattes som *eksempler* som grunnlag for videre diskusjon.

I dette avsnittet gis foreløpige *skisser* til mulige løsninger av organisasjons- og kapitalstrukturer for en ny fjernsynskanal i Norge.

5.1 Skisse til organisasjonsstruktur

NTV

Dette vil være den «bærende» organisasjon. Mange forhold tilsier at denne sentrale enhet organiseres som et A/S:

- A/S-formen er enkel
- den gir styringsmuligheter, innsyn og medbestemmelse
- den er lettest å få politisk aksept for. (Jfr. figur 7).

A/S kan kanskje børsnoteres og hente kapital i markedet. En kan i så måte tenke seg små og store investorer som er interessert i rimelig og sikker avkastning såvel som ideelle investorer på eiersiden.

Ved at NTV organiseres som et A/S, får en den vanlige organisasjonsstrukturen med generalforsamling, styre, representantskap/bedriftsforsamling og administrerende direktør. Det er ingenting i veien for at en i tillegg til disse lovfestede organer oppretter ikke-lovfestede organer som kan ha en rådgivende funksjon, f.eks. et Fjernsynsråd. Etter aksjeloven kan slike organer kun opprettes av det lovbestemte organ som har avgjørelsesmyndigheten på det

konkrete området, dvs. styret i dette tilfelle. En bør på forhånd utarbeide en aksjonæravtale hvor aksjonærene på forhånd bl.a. forplikter seg til opprettelsen av et slikt råd.

En skal imidlertid være oppmerksom på at styret ikke kan fraskrive seg overordnet myndighet og ansvar idet spesialoppgaver som ifølge aksjeloven er tildelt bestemte organer overhodet ikke kan delegeres. Styret har med andre ord rettslig adgang til å omgjøre beslutninger fattet av Fjernsynsrådet. Dette innebærer at Fjernsynsrådet kun kan få en rådgivende funksjon med hensyn til programspørsmål, programetikk og programprofilering etc.

FTV

FTV tenkes som en medlemsorganisasjon med folkeorganisasjone-

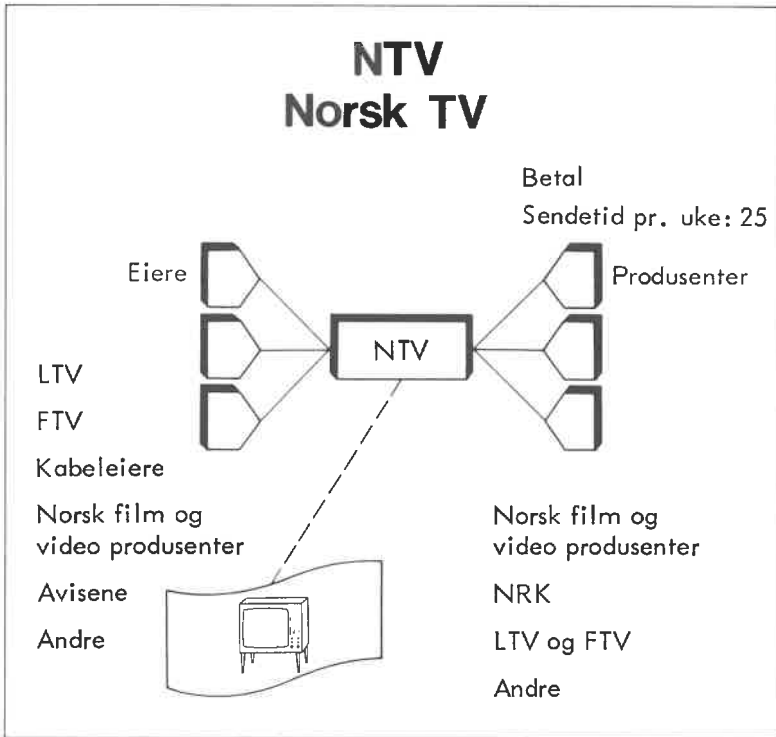


Fig. 7: NTVs oppbygning

ne som medlemmer. Organisasjonene betaler medlemsavgift som finansierer FTVs organisasjon og administrasjon. (Jfr. figur 8).

Det øverste organ i FTV bør være et Programråd som utpekes av medlemmene. Programrådet har en styrefunksjon og fungerer uavhengig av NTV. Hovedoppgaven blir å fordele sendetiden blant medlemmene. Det må oppstilles kriterier for utvelgelsen av Programrådet samt for Programrådets fordeling av sendetiden blant medlemmene.

FTV tildeles gratis sendetid av NTV. NTVs senderstab benyttes til utsendelse av programmene. I den grad FTV vil ha behov for egen administrasjon, bør denne være felles med NTVs administrasjon og formelt en egen avdeling innen NTV. Programrådet bør utpeke en programsekretær som leder denne avdelingen og gjennomfører Programrådets beslutninger vis-à-vis NTV.

Relasjon mellom FTV og NTV må sementeres ved en samarbeids-

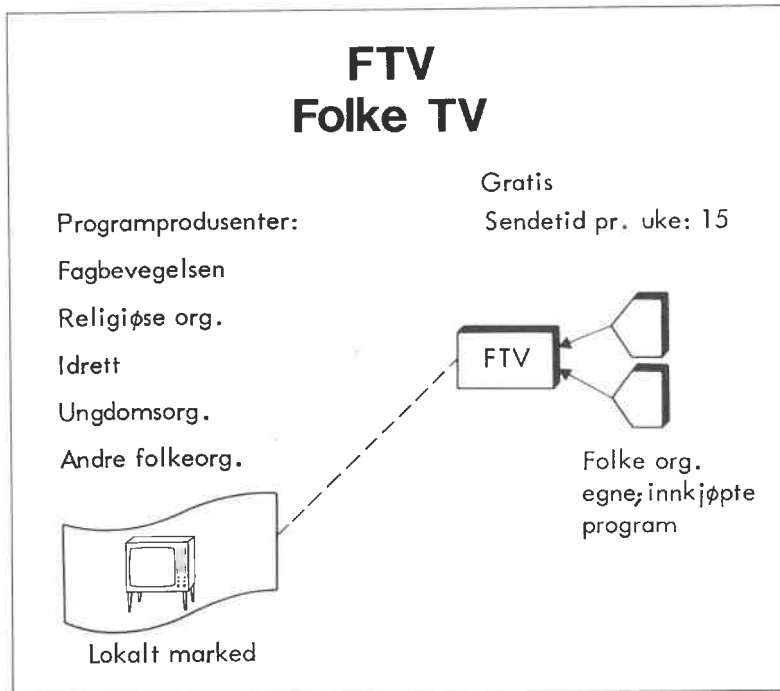


Fig. 8: FTVs oppbygning

LTV Lokal TV

Programprodusenter:

Lokale organisasjoner

Enkelt personer eller grupper

Lokale kabel - TV selskap

Betal

Gratis

Sendetid pr. uke: 20

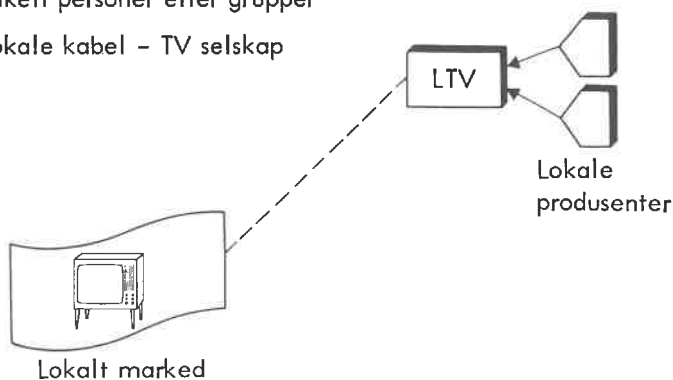


Fig. 9: LTVs oppbygning

avtale som forplikter NTV til å stille teknisk utstyr, stab etc. til disposisjon ved utsendelsen av FTVs programmer. NTV må ha det tekniske ansvaret for utsendelsen av de programmer FTV velger ut.

Programmene som sendes via FTV, sendes av medlemmene, som også må bekoste produksjonen. Det enkelte medlem, eventuelt produsent, har opphavsretten og kan også selge programmene til NTV/LTV.

LTV

De enkelte LTV-enhetene vil være lokale enheter som er frittstående i forhold til NTV/FTV (Jfr. figur 9). Organisasjonsmessig kan disse enhetene være meget forskjellig oppbygd. Dette, sammen med

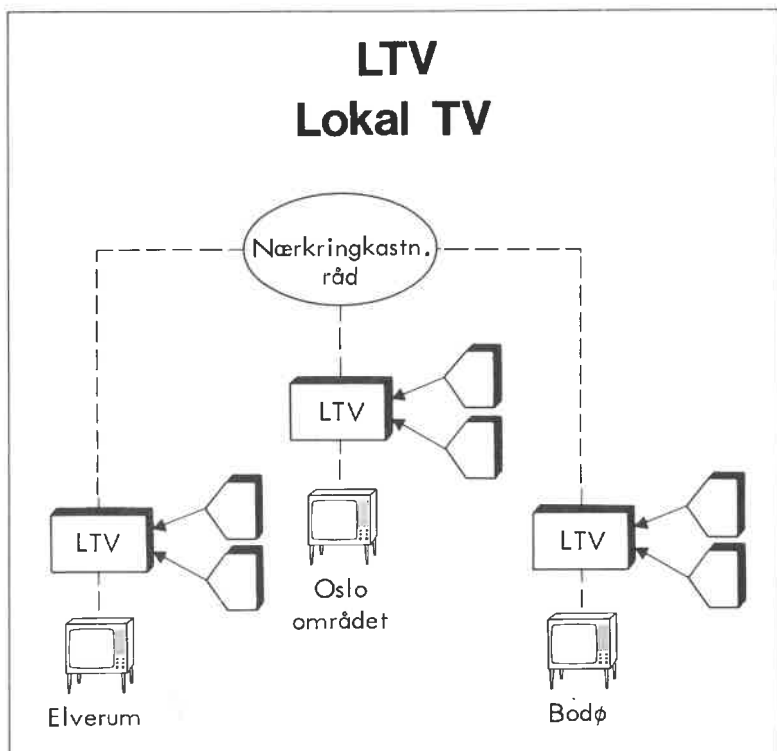


Fig. 10: LTV felles.

det store antall LTV-enheter, tilsier at det etableres en paraplyorganisasjon for alle LTV-enhetene, (LTV Felles) (Jfr. figur 10).

LTV Felles tenkes oppbygd som en medlemsorganisasjon med det formål å koordinere LTVs interesser utad. Den enkelte LTV-enhet må forplikte seg til å være medlem, og kun via LTV Felles får det enkelte LTV innflytelse vis-à-vis NTV.

Ved opprettelsen av et LTV Felles vil NTV/FTV på sin side få en enkel og praktisk relasjon til LTV-siden. Denne relasjonen forutsettes regulert ved en samarbeidsavtale hvor de viktigste faktorer som må nedfelles, blir kriteriene for driftstilskudd samt teknisk samarbeid.

Tanken er at NTV ikke skal yte tilskudd til LTV utover det som

ytes til LTV Felles. Tilbud om programkjøp fra det enkelte LTV til NTV bør derfor behandles som ethvert annet programtilbud til NTV, og slike salg bør derfor skje direkte mellom NTV og det enkelte LTV og holdes utenfor samarbeidsavtalen LTV Felles – NTV.

5.2 Skisse til økonomisk struktur

Basert på den i forrige avsnitt foreslåtte organisasjonsstruktur, vil vi her skissere hvordan vi tenker oss den økonomiske strukturen i et TV 2.

LTV

De lokale TV-selskap tenkes drevet på den samme måten som de eksisterende lokal-TV-selskap i dag drives på, dvs. basert på økonomisk støtte fra organisasjoner, medlemmer, bedrifter, osv.

Enkelte lokal-TV vil også kunne ha inntekter via betal-TV, avhengig av hvilken organisasjonsmodell man velger for forholdet mellom NTV og LTV.

Hver lokal-TV vil være en egen driftsenhet som selv har ansvaret for sin egen økonomi. Gjennom den modell som er skissert foran, vil imidlertid NTV kunne bidra med økonomisk støtte til lokale TV-selskap gjennom å overføre en del av det overskuddet NTV måtte frambringe.

Det vil som nevnt trolig være mest hensiktsmessig at disse midlene tildeles den sentrale LTV-organisasjon, som igjen har ansvaret for fordeling av midlene på de enkelte lokale TV-selskap. Kriterier for tildeling av slike midler vil måtte utarbeides.

FTV

Som tidligere nevnt, ser vi FTV som en del av NTV. Folkeorganisasjoner som ønsker å benytte seg av de muligheter som TV-2 gir til egne sendinger, blir medlem av FTV mot en årlig medlemsavgift.

Folkeorganisasjonene skaffer selv til veie de program de måtte ønske å sende og dekker selv alle kostnader i denne sammenheng. Hvordan de ulike organisasjonene finansierer dette vil måtte bli opp

Pengestrømmen i NTV A/S

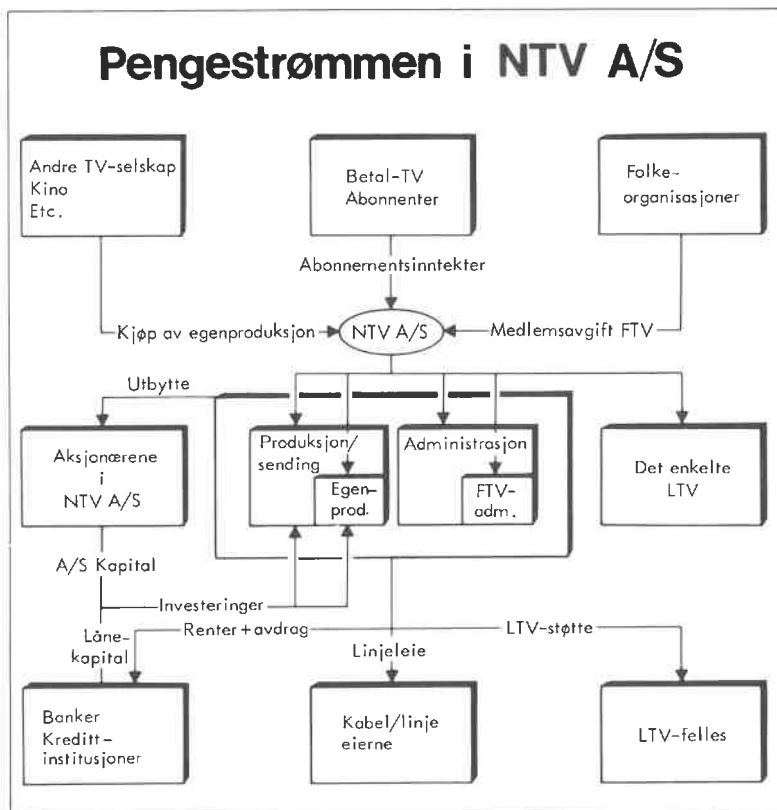


Fig. 11: Pengestrømmen i NTV A/S

til dem. Siden vi snakker om svært ulike organisasjoner, vil finansieringsmåten variere betraktelig. Det kan være gaver og bidrag (f.eks. religiøse organisasjoner), og det kan være sponsormidler o.l. (f.eks. idrettsorganisasjoner).

NTV stiller altså TV-2-kanalen gratis til disposisjon for folkeorganisasjonene, innenfor gitte tidsrom.

FTV administrerer de ulike sider som følger av slike sendinger, herunder program-oppsettet for FTVs sendetid. Dette skjer som en egen avdeling innenfor NTVs egen administrasjon. FTVs administrasjonskostnader tenkes dekket gjennom medlemsavgiften.

NTV

Organisering

NTV A/S blir det store driftsselskapet i TV-2-modellen. Selskapet vil trenge en god del kapital fra interesserte investorer og låneinstitusjoner. Vi ser det derfor som en forutsetning at NTV A/S drives etter vanlige bedriftsøkonomiske kriterier, hvor en av hovedmålsetningene er å forestå en økonomisk lønnsom drift over tid.

Vi har tenkt oss NTV A/S bestående av en produksjons- og sendeavdeling og en administrasjonsavdeling. Som nevnt foreslås FTVs administrasjon å ligge under NTVs administrative apparat.

NTVs oppbygging og investering i produksjonsutstyr, senderutstyr og øvrige driftsmidler, samt den nødvendige arbeidskapital i oppstartingsfasen, vil bli finansiert gjennom egenkapital i form av aksjekapital fra eierne samt fremmedkapital gjennom opptagelse av lån i banker og kredittinstitusjoner.

Hvor stor aksjekapital og lånekapital som vil måtte trenge, må utredes nærmere når investeringsbehovet og behovet for arbeidskapital er definert mer i detalj.

Pengestrømmene

Før vi går nærmere inn på de bedriftsøkonomiske vurderingene av NTV A/S, er det hensiktsmessig å se hvordan vi tenker oss pengestrømmene inn og ut av NTV A/S. I figur 11 er gitt en skjematisk oversikt over disse.

Innbetalingsstrømmer

Den største inntektskilden vil naturlig nok være abonnementsinntekten fra TV-seerne. I tillegg gjør vi regning med at NTV vil få inn ytterligere inntekter gjennom salg av egne produksjoner til andre TV-selskap i inn- og utland samt til kinoframvisning.

I tillegg kommer medlemsavgiften som folkeorganisasjonene betaler for å være tilsluttet FTV.

Utbetalingsstrømmer

De totale innbetalingene går først med til å dekke produksjonskostninger (egne produksjoner og innkjøpte program) og administrasjonskostninger (inkludert FTVs administrasjon).



Et folkelig TV må gi rom for meningsbrytninger. Einar Førde taler i Saronsdal juli 1981 med Arild Edvardsen som nær tilhører.

Videre må det betales linjeleie for TV-2-kanalen.

Långivere og kreditorer må få dekket sine renter og avdrag.

Øvrige utbetalinger tenkes gå til eierne i form av utbytte og til LTV i form av driftsstøtte. Denne driftsstøtten blir fordelt av den sentrale LTV-organisasjonen, som tidligere skissert.

Avhengig av den aksjonærpolitikken det legges opp til i NTV, kan utbyttet alternativt holdes tilbake og brukes i videre oppbygging/utbygging av NTV.

5.3 Andre inntektskilder for NTV

I tillegg til avgiftene man får fra den enkelte abonnent kan det tenkes flere typer av ekstrainntekter for NTV. Det gjelder f.eks. salg av fjernsynsproduserte filmer til kino og det gjelder omsetning av omformere (de-kodere).

Andre inntekter

Tidligere ha en antatt at fjernsynsvisning og kinovisning er uforenlige markeder. En har antatt at hvis en film først er vist på fjernsyn, så har en samtidig undergravet mulighetene for at filmen skal kunne slå an på kino.

Etter at de amerikanske kabel-TV-selskapene begynte med samproduksjoner med de store filmstudioene i Hollywood, har denne oppfatningen blitt revurdert i både film- og fjernsynsbransjen i USA. Nå ser en at de to mediene kan utfylle hverandre, slik at fjernsynsvisningen blir en form for forhåndsreklame. Hvis seerne liker filmen de ser på fjernsyn, vil de bringe dette videre til omgivelsene, enten dette er skolen, jobben eller fritidsklubber av ulikt slag.

Poenget er at det kan ligge et markedspotensiale i utsendelsen av mange NTV-filmer for kinoframvisning.

Betal-TV forutsetter at sendinger over kabelnettet forstyrres elektronisk, slik at de ikke kan mottas uten abonnement. Alle husstander er derfor avhengige av å ha en «converter» (omformer) som filtrerer bort alle forstyrrelser. En slik omformer koster fra kr. 350,- og oppover til omlag 3000 kroner.

Jo dyrere omformerne er, desto flere kanaler kan den ta inn og

de-kode samtidig. Det bør i denne forbindelse understrekes at jo mer teknisk avanserte omformerne blir, desto større er også feilprosenten og dermed serviceutgiftene.

For enkelhets skyld kan man ta utgangspunkt i en omformer som koster kr. 600 kr., som også skal dekke forhandlerens, eventuelt kabelselskapenes utgifter for å få omformer-enhetene ut til abonnentene.

I tråd med den strategien vi har valgt med lave investeringskostnader for abonnenter, er det ønskelig at NTV dekker en del av kostnadene for omformerne. På den andre siden er det viktig å gjøre det attraktivt for abonnentene å levere tilbake omformeren når de flytter etc., for dermed å unngå at det dannes et svart marked for disse. Vi har derfor forutsatt et depositum på 50 % (kr. 300,-) for denne enheten til abonnentene.

Seere utenfor Norge

Siden satelittsendingene vil kunne bli mottatt langt utenfor Norges grenser, vil det også være et marked for norske sendinger blant kabelabonnenter i andre land. I første rekke gjelder dette de nordiske land. Distribusjon av omformere vil kunne organiseres gjennom f.eks. de enkelte kabelselskaper.

Eventuelle inntekter fra utenlandske abonnenter er ikke lagt inn i våre kalkyler.

6. Sende- og produksjonsopplegg

Fjernsynsproduksjon er kostnadskreven og det er derfor begrenset hvor mange timer TV 2 kan tilby i løpet av en uke. Når det gjelder den lokale TV-produksjonen vil antall sendetimer variere fra et LTV til et annet. I noen kommuner vil mange organisasjoner kunne gå sammen for å dekke deler av produksjonskostnadene, man får kanskje støtte fra kommunestyret til å drive ulike former for informasjon etc. I andre kommuner vil det være lite midler på lokalplanet til å drive noe særlig lokalfjernsynsproduksjon.

Enkelte LTV vil kanskje ha opp til 20 sendetimer i løpet av en uke, mens andre bare vil sende 5–10 timer pr. uke. Antall sendetimer lokalt vil også være avhengig av hvor store midler som kan overføres fra NTV. Jo større abonnentsunderlag NTV får, desto bedre vil overføringene til den enkelte LTV bli.

Sendetiden i LTV er lagt fra ca. kl. 13.00 fram til kl. 18.00 med visse variasjoner på lørdag. På disse to dagene er det også lagt inn sendinger tidligere på formiddagen. (Se figur 12).

I FTV er forutsetningen at de enkelte folkeorganisasjonene selv dekker produksjonskostnadene ved de enkelte program som man ønsker sendt. Tilsammen er det foreslått at FTVs sendetid går fra 18.00 til 20.00 på hverdager. På lørdag fra kl. 13.00 til 20.00, og på søndag fra kl. 11.00 til 14.00. I helgen er det aktuelt med utvidet sendetid for FTV fordi dette er en tid hvor mange av organisasjonene har aktivitetstopper. Det gjelder f.eks. såvel for idretten som for religiøse organisasjoner.

NTV har daglig sendestart kl. 20.00 med avslutning omlag ved midnatt på hverdager, med unntak for fredag og lørdag, hvor sen-

dingene streker seg noe lenger utover. Samtidig er det også en forutsetning at NTV skal ha et fjernsynstilbud lørdag morgen mellom ca. kl. 07.30 og 09.30.

6.1 Lokal TV-produksjon

En rekke forskjellige organisasjoner har vist interesse for adgang til lokal-TV. Det gjelder idrettslag, religiøse organisasjoner, borettslag, aviser og mange andre grupper. Samtidig har undersøkelser både fra Norge og andre land vist at lokale reportasjer er svært populære programmer blant seerne. Det er derfor viktig at det bygges opp en organisasjon og en økonomi som gjør det mulig å produsere lokale TV-programmer på en forsvarlig måte.

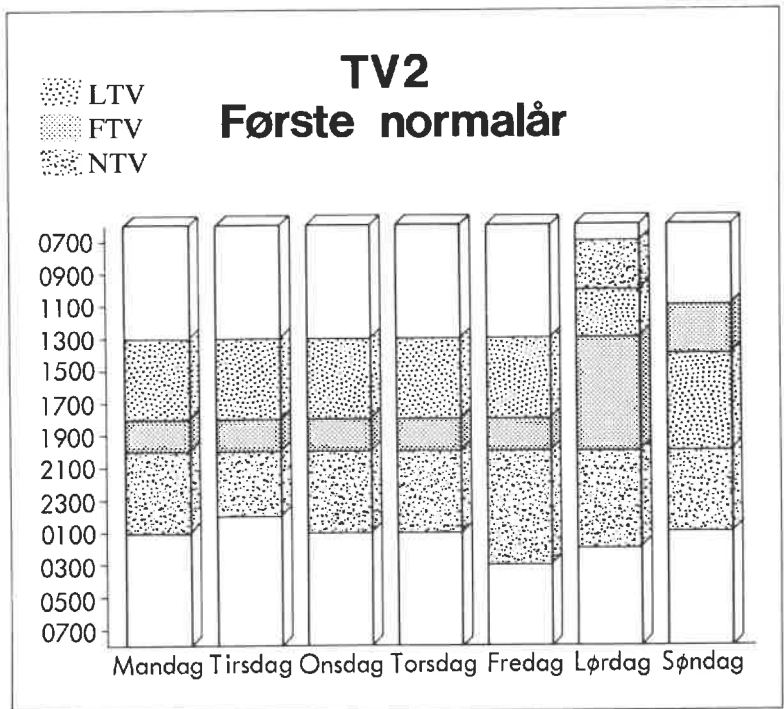


Fig. 12: Sendefordeling LTV, FTV og NTV

Når det gjelder den lokale produksjonen er det altså naturlig med flere samarbeidspartnere. Det kan dreie seg om lokale idrettsforeninger som ønsker å dekke lokale sportsarrangementer som kan ha stor interesse for en bestemt region, men som ikke har noe særlig interesse som rikssendinger. Det kan være en lokal fagforening som over kabel-nettet sender filmer om verne- og miljøarbeidet ved en bestemt bedrift, eller det kan være det lokale pop-bandet som holder konsert i byparken.

Mange lokalaviser lider for tiden av en meget anstrengt økonomi. I løpet av de nærmeste årene kan vi komme til å få en reduksjon i antall lokal-aviser i Norge. De betyr at de få og store boulevard-avisene styrker sitt meningsmonopol ytterligere på bekostning av de lokale avisene. En vei ut av dette uføret er at lokale avisredaksjoner går inn i kabel-fjernsynsproduksjonen og lager det de kan bedre enn noen andre yrkesgrupper; lokale Dagsrevyer. På den måten sikrer en mange utsatte arbeidsplasser i lokalavisene, samtidig som en sikrer at den viktige funksjonen som lokal-avisene har hatt, fortsatt blir ivaretatt, selv om avisepapiret blir supplert med fjernsynsskjermen.

Ved en sontring mellom det lokale og det nasjonale oppnår en en slagkraftig organisasjon som er rede til å møte utfordringene både fra andre konkurrerende norske fjernsynsstasjoner og ikke minst fra utenlandske fjernsynsselskap. Norge som nasjon må utnytte de få konkurransefortrinn en har overfor utlandet. Vi kan ikke konkurrere med Hollywood når det gjelder Dynasti eller Dallas, men vi *kan* konkurrere når det gjelder å utvikle lokale film- og kulturtilbud som angår det norske folks hverdag, enten det nå er naturreportasjer, barnefilm eller lokale nyheter. Det er neppe tilfeldig at «Norge rundt» er et av de mest populære TV-program i NRK.

6.2 Finansiering av LTV

Gode, lokale fjernsynsenheter tilknyttet NTVs kabelkanal vil styrke interessen for NTVs særnorske profil og dermed for abonnement. Forsøkene med lokal-TV i Norge hittil har stort sett fått positiv respons.

Gjennom forsøkene i Norge og i utlandet har det vist seg at en

kjerne av betalte medarbeidere er nødvendig for å gi grunnlag for et rimelig bra og levedyktig lokal-TV. Disse ansatte kan sikre at et minimum av programinnslag blir sendt regelmessig, og de kan hjelpe til med å organisere innslag fra amatører.

Det anses derfor som viktig at NTV overfører en andel av abonnementsinntektene til LTV gjennom Nærkringkastingsrådet, selv om slike overføringer neppe vil kunne dekke alle utgiftene til lokalfjernsyn. Andre finansieringskilder for LTV vil inkludere salg av programmer til NTV gjennom NTVs programbudsjett og bidrag fra organisasjoner, kommuner, fylker og næringsliv. Som et utgangspunkt for beregninger, har vi satt overføringer til lokal-TV til 10 % av abonnementsinntektene i NTV. Det bør igjen understrekes at dette bare er en av flere mulige forhold mellom NTV og de mange LTV.



Også ungdomsorganisasjonene bør spille en aktiv rolle i å bruke den nye fjernsynskanalen både til undervisning og som en meningsfylt underholdningskanal.

7. Produksjonsstruktur

Vi skal kort ta for oss de økonomiske og ressursmessige sidene ved TV-produksjon. Vi kan betrakte et TV-program som en vare som skal produseres og selges på et marked. Betegnelsen «vare» er nyttig fordi den forenkler forståelsen av de økonomiske og produksjonstekniske disposisjoner i programutviklingen.

7.1 Programproduksjon

Programproduksjonen kan ses på to nivå:

1. Tematiske og kunstneriske disposisjoner.
2. Programteknisk gjennomføring.

Temaet eller programidéen utvikles til et detaljet manuskript. Produsent og regissør kommer i samarbeid fram til hvordan en best kan utnytte de filmatiske mulighetene i stoffet. Og ut fra dette bestemmes filmens utforming.

Når alle kunstneriske/filmatiske forutsetninger for prosjektet er fastlagt, begynner det produksjonsmessige forarbeidet. Medvirken- de engasjeres, og det ansettes opptaksstab, teknisk utstyr bestilles, en finner fram til opptakssteder, skaffer tillatelser og gjør avtaler. Skal det gjøres opptak i studio må dette bestilles, og en setter opp tidsplan for studiearbeidene. Opptaksperioden er den mest kostnadskrevende delen av TV-produksjonen.

Fjernsynsprogram kan lages på film eller video. Innenfor video må en skille mellom en-kamera og fler-kamera teknikk. Fler-kamera produksjon er den tradisjonelle formen for fjernsynsproduksjon.

Programmene blir her tatt opp og redigert samtidig. På denne måten gjør en innsparinger mht. etterarbeidet, men de redigeringsmulighetene en får er ikke særlig ideelle. Ved direkte sendinger er denne metoden likevel vanlig. Den er også velegnet ved opptak av begivenheter en har liten eller ingen kontroll over, f.eks. sportsstevner. Skal den brukes utenfor fjernsynsstudio, må en ha en såkalt OB-unit (Outdoor Broadcasting). Den består av et mobilt kontrollrom og det nødvendige kamera-, lyd- og lysutstyr. Moderne, portable videoopptakere har muliggjort en annen teknikk: at hvert enkelt kamera er tilkoblet sin egen video-opptaker. Dette gir større frihet for hvert enkelt kamera i tillegg til bedre muligheter for senere redigering.

I de senere år er det blitt stadig lettere å gjøre et video-opptak «film-style», dvs. med ett kamera og én opptaker. Dette er på den ene siden den enkleste og rimeligste form for opptak fordi den tekniske innsatsen er begrenset. Det er samtidig den teknikken som gir størst kontroll over resultatet fordi en kan konsentrere seg helt om et som skjer foran kameraet uten hensyn til koordinering mellom flere kameraer. Redigeringsmulighetene med dette systemet er mao. optimale.

Ved filmproduksjon til fjernsynsformål nytter en nesten alltid 16 mm format. Dagens fjernsynsteknikk er ikke i stand til å utnytte kvaliteten i 35 mm-filmbildet. Lydopptak gjøres deretter med en separat båndspiller, og lyden legges på bildet under redigeringen. Film kan i motsetning til video, klippes og skjøtes manuelt. Dette muliggjør en mer fleksibel redigering. Ganske nylig er det utviklet en egen teknikk for framstilling av video-program fra film som ytterligere letter dette arbeidet. Det er en metode som mht. etterarbeidsteknikk kombinerer det beste i film og video.

Filmen er ofte blitt spådd en snarlig død i fjernsynssammenheng. Det er dyrt, tungvint og gammeldags å produsere på film, mener mange. Men fortsatt er langt over halvparten av det som kalles «prime-time television» i USA produsert som film. Dette har flere årsaker. Fortsatt er video-teknikk ofte dyrere og mer tungvint enn film. Film-bildet har også bedre kvalitet enn TV-bildet. Film-emulsjon har fortsatt mye større oppløsningsevne, kontrastomfang og lysfølsomhet enn video.

En kan lage fjernsynsprogram på mange måter. Til direkte-over-



Hvordan skal vi møte utfordringen fra de internasjonale mediegigantene? Er svaret å lage vår egen James Bond, eller skal vi heller utvikle alternative programtilbud skodd over en mer hjemlig lest?

føringer, publikums-show, sportsbegivenheter o.l. er den tradisjonelle fler-kamera teknikken på video fortsatt hensiktsmessig. Til de fleste andre formål vil valget i stor grad avhenge av smak, vane og tilgjengelighet. Fra en økonomisk synsvinkel kan det ofte komme ut på ett. Dette kan virke overraskende fordi en lett kan få inntrykk av at moderne video-utstyr er både enklere og rimeligere enn tilsvarende film-utstyr. Men som tidligere antydnet er profesjonelt videoutstyr fortsatt svært kostbart og krever mye vedlikehold. En komplett, men enkel video-produksjonsenhet koster i størrelsesorden 1 mill. kr., mens en tilsvarende filmproduksjonsenhet koster omkring 300.000 kr.

7.2 Kostnader ved programproduksjon

Kostnadene ved programproduksjon varierer sterkt med typen program. Målt i kr. pr. time ferdig program ligger prisene mellom 200.000 kr. for enkle reportasjer og ca. 1,5 mill. kr. for dramatiseringer (TV-teater, kriminalserier o.l.). Under gitte forhold kan det dog være mulig å produsere under disse kostnadene. Kostnadene kan deles inn i fire hovedgrupper.

1. Manuskript

Dette omfatter først og fremst honorar til forfatter, men også betaling for fjernsynsrettigheter dersom en tar utgangspunkt i et litterært verk, eller på annen måte nytter opphavsrettslig beskyttet materiale.

2. Personale/medvirkende

Personale til fjernsynsproduksjon koster i dag mellom 500 og 1000 kr. pr. dag alt etter funksjon og kvalifikasjon. I tillegg kommer sosiale ytelser. Opptakstiden for en times program kan variere fra to til seks uker. Den totale produksjonstiden er betydelig lenger og varierer med behovet for planlegging og etterarbeid. Utenom opptaksperioden arbeider det normalt to til tre personer med prosjektet.

Erfaringsmessig utgjør de direkte lønnsutgiftene til produksjonspersonalet ca. 1/3 av de totale kostnadene.

Honorar til de medvirkende vil i de fleste tilfeller bli utbetalt etter

forhandlinger og individuelle avtaler. NRK har etablerte satser og avtaler for de fleste grupper, og det vil være rimelig å anta at disse vil bli retningsgivende. Eksempel på slike satser følger som vedlegg. Kjente artister og utøvende kunstnere må en regne med å betale vesentlig mer enn gjeldende minimumssatser.

3. Teknisk utstyr

De tekniske kostnadene fordeler seg på to poster: opptaksutstyr og etterarbeid. Leie av videoopptaksutstyr koster pr. dag fra ca. 5.000 kr. for ett kamera og opptaker, til ca. 20.000 kr. for et OB-sett med tre kameraer. Redigering koster fra 4.000 til 8.000 kr. pr. dag, alt etter omfanget av den tekniske innsatsen. Av dette kan man se at kostbar opptaksteknikk gir store innsparinger i redigeringsfasen og vice versa. Bruker man filmteknikk, koster tilsvarende opptaksutstyr ca. 900 kr. pr. dag. Klippebord til filmredigering koster 400–500 kr. pr. dag. Men her kommer utgiftene til film og laboratoriearbeid i tillegg. Det viser seg at kostnadene for de alternative teknikkene tenderer mot samme nivå. Annet utstyr som kreves, er lysutstyr, ekstra lydutstyr, spesielle kameravogner, kraner og annet spesialutstyr, alt etter opptakenes karakter. Dette utstyret er stort sett felles for film og video.

Hvorvidt en produsent velger å leie det nødvendige utstyret eller kjøpe eget, har liten innvirkning på totalkostnadene for en produksjon. Det er vanlig praksis å belaste budsjettet for hver produksjon med leieprisene for utstyret. Men ved stor utnyttelsesgrad av produksjonsutstyret, som i NTVs tilfelle, vil det utvilsomt være lønnsomt å anskaffe en grunnstamme med produksjonsteknisk utstyr som dekker det daglige behov. Utstyret nedskrives over 3–5 år.

7.3 Andre kostnader

De viktigste utgiftspostene utover de som alt er nevnt, er: Transport, reiser (opphold og dietter), kostymer, dekorasjoner, rekvisitter og administrasjon. Ved store produksjoner, særlig dramatiseringer og visse typer underholdningsprogram, øker utgiftene til kostymer, dekorasjoner og rekvisitter. Mesteparten av dette inne-

bærer en del rent håndverksmessig arbeid, og totalutgiftene er avhengige av omfanget av det arbeidet som må gjøres.

Utgiftsposten administrasjon dekker regnskap, telefon, forsikringer og endel kontorutgifter. Noen produsenter beregner at 5 til 10 % av totalbudsjettet vil gå med til slike utgifter.

Slike oppstillinger eksisterer ikke for NRK-produserte program, fordi NRK ikke bokfører interne utgifter til de enkelte programmene. Men det er rimelig å anta at deres utgifter ikke er særlig mindre enn det som ellers er vanlig.

7.4 Innkjøp av ferdig-produserte program

Det totale programtilbudet i NTV vil i stor grad måtte basere seg på innkjøpte (ferdige) program fra Norge og utlandet. Av norsk materiale er det i hovedsak spillefilmer som er aktuelt stoff. NRK betaler i dag ca. 110.000 pr. time for dramatiseringer og ca. 54.000 for dokumentarisk stoff. Prisene for innkjøp fra utlandet er vesentlig lavere, men her kommer utgifter til frakt, oversettelse og teksting i tillegg. Det internasjonale marked for TV-program er stort, men kvaliteten er høyst varierende. Når prisforskjellen mellom norske og utenlandske program er såpass stor, skyldes dette at hjemmemarkedet er det viktigste (og ofte eneste) for norske program, mens utenlandske program omsettes på verdensmarkedet med stort omsetningsvolum.

NTV må, først og fremst av økonomiske årsaker, dekke en stor del av sin sendetid med innkjøp fra utlandet. *Hvor* stor del, vil avhenge av økonomiske muligheter og programpolitisk profil. NRK har som målsetting å dekke 60 % av sendetiden med norskprodusert materiale, men de siste årene har denne andelen sunket ned mot 50 %. Programbudsjettet for NTV tar utgangspunkt i en likedeling mellom norske og utenlandske program.

I tillegg bør nevnes muligheten for co-produksjonsavtaler mellom NTV og andre produsenter. Slike avtaler er svært vanlige i internasjonal sammenheng. De gir åpning for bredere programdistribusjon og salg, samtidig som de bidrar til å redusere den økonomiske risiko ved det aktuelle prosjektet.



Arbeidsplassreportasjer må spille en sentral rolle i TV-tilbudet.

7.5 Nyhetstjeneste

Det kan være grunn til å vurdere nyhetstjenesten adskilt fra det øvrige programtilbud. Norske aviser har vist seg svært interesserte i å samarbeide om nye media-tilbud. En mulighet er derfor å la avisene levere stoff til en liten, selvstendig redaksjon som samordner og supplerer nyhetene med eget materiale og byrå-stoff. Alternativt kan en bygge opp en helt selvstendig enhet som disponerer de nødvendige produksjonsressurser. Det siste alternativet vil utvilsomt bli kostnadskrevende.

Sendinger

NTV må disponere alle nødvendige fasiliteter til utsending, annonsering og redigering av den fortløpende sendingen. Dette vil bli utredet senere.

7.6 Produksjonsstruktur i NTV

NTV vil engasjere seg i følgende produksjonsområder:

1. Produksjon av dramatisk stoff for TV. Her inngår kortere novellefilmer, helaftens film dramatiseringer og større fjernsynsserier.
2. Produksjon av dokumentarfilmer og opplysningsreportasjer.
3. Produksjon av underholdningsprogram.
4. Produksjon av opplysningsfilm for FTV og andre oppdragsgivere.
5. Produksjon av TV-nyheter.

Ut fra denne programmålsettingen er det naturlig å skille hvert av disse områdene i delvis autonome produksjonsavdelinger, dvs. at produksjonsbeslutninger skjer innen hver «redaksjon» etter modell fra NRK-Fjernsynet. De fem produksjonsavdelingene vil være direkte ansvarlig overfor styret i NTV.

En viktig målsetting for NTVs programproduksjon er at den skal fremme norsk film- og TV-kultur. Ut fra denne målsettingen er det viktig å desentralisere selve programproduksjonen, slik at kunstnerisk evne ikke blir hindret av store og tungroddede produksjonsstruk-

turer. Derfor bør de enkelte avdelingene i stor grad sette ut sin produksjon til norske film- og videoprodusenter. På denne måten reduserer en muligheten for byråkratisering innad i systemet, samtidig som en slipper å sitte inne med en stor fast stab som produksjonsøkonomisk ikke alltid tilfredsstillende hensynet til forsvarlig produksjonsøkonomi.

Hvordan vil produksjonsavdelingene så se ut?

Vi kan ta for oss avdelingen for dramatisk film- og TV-produksjon. Noe av målsettingen med selve produksjonsorganiseringsen, er at hver avdeling skal være funksjonell (liten) og vital. Dessuten skal produksjonsbeslutningene tas innenfor et oversiktlig miljø, slik at alle nivå i beslutningsprosessen blir så nært tilknyttet hverandre som mulig.

Øverst tenker vi oss en avdelingsleder med administrative og koordinerende oppgaver. Denne lederen skal ikke ha besluttende, men innstillende rett i programspørsmål. Under den daglige leder finnes to avdelinger.

1. Dramaturgiat/Producer-avdeling
2. Produksjonsøkonomisk avdeling.

1. I dramaturgiatet og produceravdelingen tas de kunstneriske beslutningene om produksjon. Her kommer programidéer fram og settes i utvikling, her legges rammer for manuskriptjusteringer, og her besluttes hvem som skal ha ansvaret for den endelige produksjonsavviklingen (regissør og event. utenforstående produsent).

Et antall filmforfattere, filmregissører og kvalifiserte produsenter (etter amerikansk mønster) må ansettes på åremål til disse oppgavene. Disse jobber sammen i produksjonsteam, med ansvar for en eller flere manuskript og produksjonsutviklinger. Ett team består av maksimum tre representanter fra denne avdelingen. Disse, sammen med representanter for produksjonsøkonomisk avdeling, utvikler et gitt prosjekt på «tegnbrettet», dvs. til det er ferdig til produksjon. Dette innebærer at teamet på et tidlig tidspunkt i forarbeidet må dra inn forfattere (til manuskriptene) og regissører (til produksjonen), for at disse skal kunne veilede i



Idretten vil komme til å spille en sentral rolle i det nye tilbudet hva enten det dreier seg om eliteidrett eller masseidrett. Her fra en av jentekampene i Norway Cup, 1981.

utviklingsarbeidet. Produksjonsteamet har således både rådgivende og besluttede oppgaver.

Det er viktig at de ansatte i disse produksjonsteamene er ansatte på åremål, slik at avdelingen stadig kan fortsette å utvikle og kvalifisere seg. Det er viktig å presisere at avdelingen må kunne ta inn dyktige folk også fra utlandet, men at selve produksjonsentreprisene som NTV setter ut til frie produsenter, hovedsakelig må gis til innenlandske film- og TV-kunstnere for å gi det norske film- og TV-miljøet den produksjonskontinuiteten som er en betingelse for at produktkvaliteten kan økes.

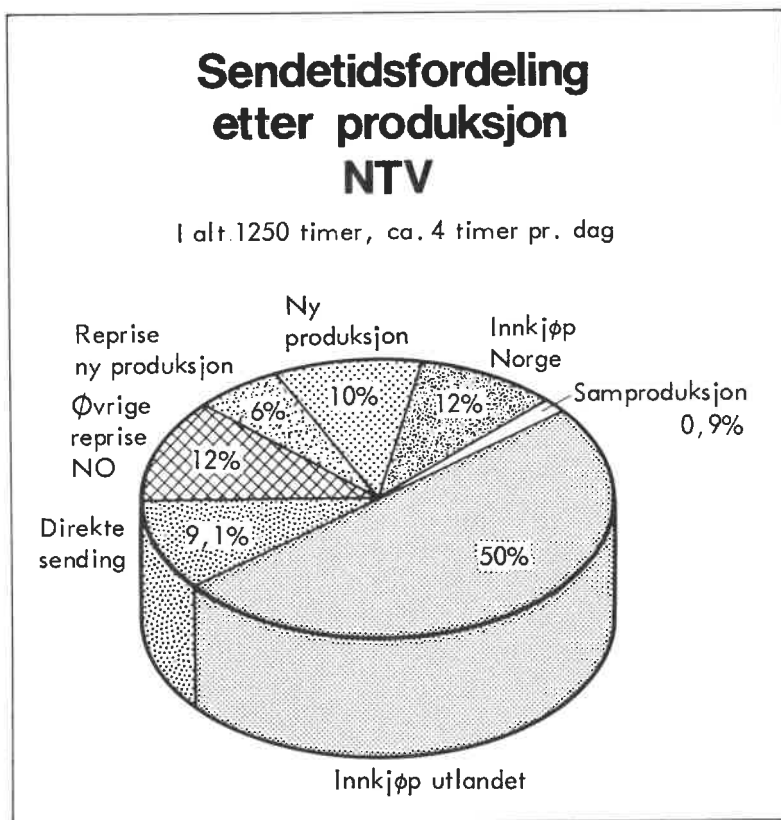


Fig. 13: Sendefordeling i NTV (Første normalår)

Sendetidsfordeling på programtyper

I alt 1250 timer, 4 timer pr. dag

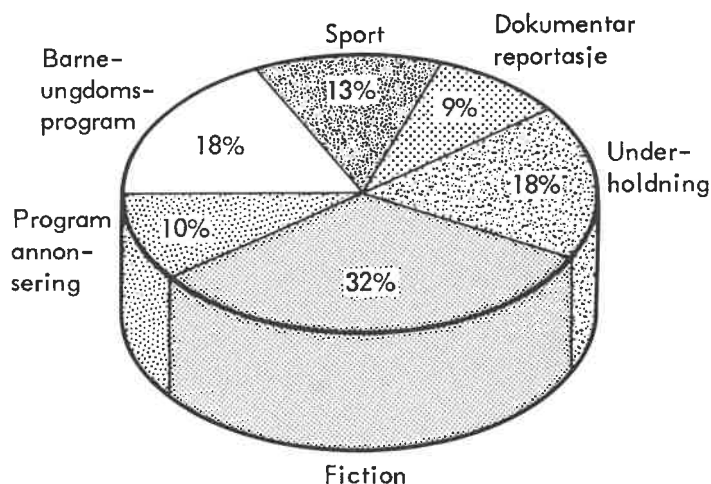


Fig. 14: Sendetid i NTV etter programtype (Første normalår)

2. Produksjonsøkonomisk avdeling har ansvaret for å gjøre ansvarlige kalkyler og økonomiske produksjonsanalyser som kan legges til grunn for såvel de kunstneriske vurderingene som vurdering av hvilke produsenter som bør kontaktes.

Denne avdelingen kan kalles en service-avdeling til producer-avdelingen. Men den har også selvstendige oppgaver når det f.eks. gjelder utvikling av kostnadseffektive produksjonsstrategier.

Produksjonsøkonomisk avdeling står også for vurderingen av hvorvidt en produksjon bør legges til NTVs interne produksjonsenheter eller til eksterne produsenter.

Tilsvarende organisasjon er tenkt for de fire øvrige produksjonsavdelingene. Derimot vil bemanningsforholdene variere sterkt fra avdeling til avdeling. Dokumentar- og reportasjeavdelingen må således ha færre og mer allround kvalifiserte personer i produksjonsbeslutningsprosessen. Dette er forhold som må utredes nærmere. Det sentrale i ansettelseskriteriene for de fire øvrige avdelingene er likevel at det må inn aktive film- og TV-mennesker i de besluttede funksjonene. Utøvende film- og TV-medarbeidere kan bidra til at de faglige krav oppfylles og skjerpes innenfor avdelingene, ikke minst fordi det vil være konkurranse om disse jobbene.

7.7 Hva slags program skal NTV produsere?

Utgangspunktet for NTV må være at kanalen ikke skal kopiere NRK-Fjernsynet. Den skal være en selvstendig kanal med en selvstendig programprofil. En dristig og ukonvensjonell produksjon med en publikumsvennlig profil er målet. Nyhetsprogrammene og opplysningsreportasjene skal være analytiske og uredde. Gode nyhetsjournalistiske krav skal stilles til arbeidet, og grundige og dyptpløyende reportasjer bør veksle med vitale dagsaktuelle innslag. I hele produksjonen skal filmreportasjen som eget uttrykk utvikles framfor det ofte blodfattige tale-TV.

For fictions-avdelingens vedkommende vil den samme dristighet måtte prege arbeidet. Publikums ønsker vil her være viktige. Gjennom novellefilmer, helaftens filmer og serier vil avdelingen produsere program som appellerer spesielt til det norske publikumet. Her vil nyskrevet stoff fra nåtiden selvsagt stå sentralt. Men kanskje like viktig vil det bli å gjenskape faser i den spennende norske historien. Vikingtiden, middelalderen, livet som lydrike under Danmark og Sverige, frigjøring og krig er stikkord som det i liten grad er laget god dramatik på her i landet. Noe av stoffet kan nyskrives, mens mye av materialet kan hentes fra datidens populære forfattere (jfr. Rosa og Benoni, Skipper Worse, osv.). Men også stoff som henter sitt utgangspunkt i andre miljøer vil være av interesse å få dramatisert. Her kan f.eks. innvandernes situasjon nevnes som et stikkord.

Etter modell som nevnt tidligere, vil fiction-avdelingen i NTV også kunne sende ut en del av sine produkter til kinofremvisning.



Å bevare norsk kultur stilt overfor satellitt-flommen må ikke lede til kultursjåvinisme. Tvert om må det være viktig at også innvandrergruppene i Norge får en sentral plass når en ny TV-kanal skal utformes.

7.8 Programbudsjettet

Norsk egenproduksjon er, som tidligere nevnt, langt mer kostbar enn innkjøp av ferdigproduserte utenlandske programmer. Dermed utgjør norsk produksjon en langt større andel av budsjettet enn av sendetiden. Det er forutsatt en økende satsing på norske programmer mot slutten av 1980-årene. Mye av denne innsatsen er tenkt kanalisert gjennom ny-produksjon. (Jfr. figur 13).

Figur 14 gir en oversikt over programtyper. Postene fiction og underholdning er en viktig andel av totalbudsjettet og dominerer utgiftssiden, som følge av stor satsing på norsk filmproduksjon. Postene dokumentarfilm/reportasje og barne- & ungdomsprogrammer øker sannsynligvis proporsjonalt med totalbudsjettet for NTV.

8. LOs syn på Televerkets rolle i telematikkutviklingen

LO slår fast at det bør være *ett* integrert telenett i landet vårt, og at dette er det offentliges ansvar.

I dette telematikknett vil alle dagens varianter av telenett inngå (telefon-, teleks- og datanett), som ved hjelp av digital teknikk vil kunne slås sammen til et offentlig tjenesteintegrert nett, samt alle nett for kabelfjernsynsoverføring. (Jfr. figur 15). LOs prinsipielle syn her er at Televerket må stå som eier, utbygger og administrator av alle deler av dette integrerte nettet, helt fram til og inkludert tilknytningsutstyr plassert på kundens eiendom. Dette endepunktet for offentlig netjtjenester kalles *standard grensesnitt* og bør ha følgende avgrensninger:

- For *datanettet* er standard grensesnitt det tilknytningsutstyret Televerket i dag leverer (DCE).
- For *telefonnettet* er standard grensesnitt tilknytningspluggen for enkeltapparater eller koplingsstativet mellom linjer fra offentlig nett og hussentral eller telefonapparatsystem.
- For *teleksnettet* er standard grensesnitt tilknytningspluggen for enkeltapparater eller koplingsstativet mellom linjer fra offentlig nett og hussentral.
- For *mobiltelfonnettet* ligger standard grensesnitt mellom basisstasjonene og mobiltelefonapparatet (luftgrensesnitt).
- For *satellittnett* ligger standard grensesnitt mellom satellitt og jordstasjon (luftgrensesnitt).
- For *kabelfjernsynsnett* er grensesnittet siste forsterker før apparat.

Framtidens telematikknett

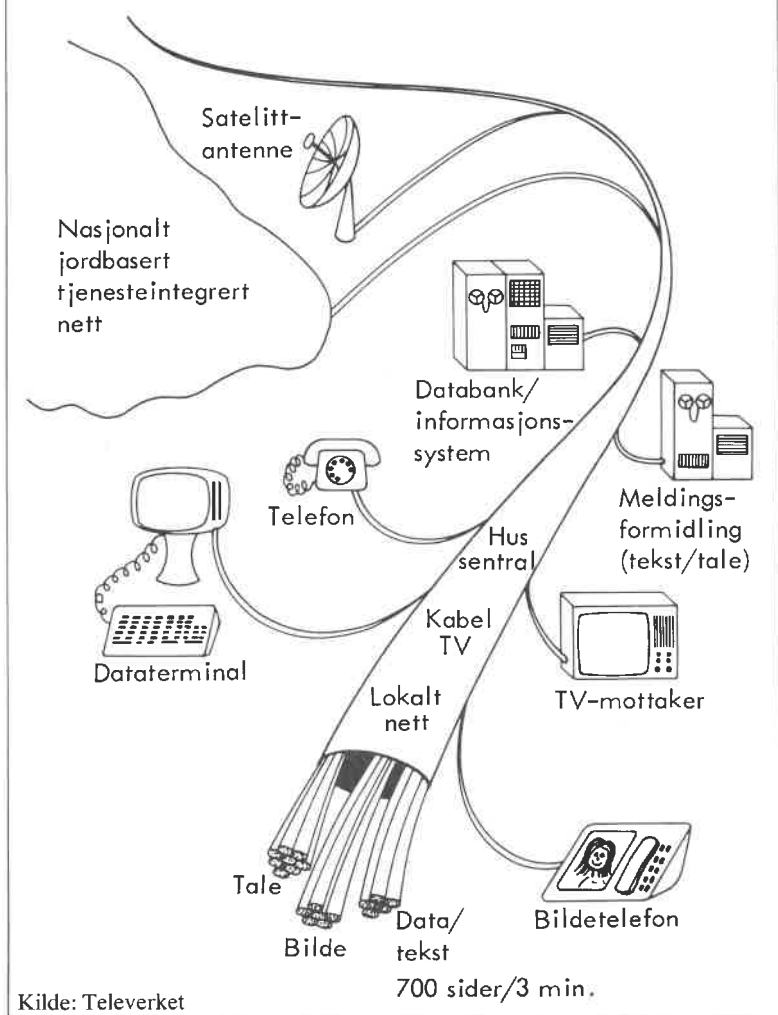


Fig. 15: Framtidens telematikknett.

Offentlige nett-tjenester skal fortsatt være Televerkets eneansvar. Dette utgjør Televerkets framtidige forvaltningsoppgaver. Disse skilles fra konkurransevirkosomheten i henhold til de hovedprinsippene som tidligere er angitt. I unntakstilfeller, dvs. når det er klart at Televerket ikke vil makte en bestemt oppgave raskt nok, må storbrukerne få anledning til midlertidig å finansiere utbyggingen av et nett eller deler av det. Slike nett eller deler av nett må siden overtas av Televerket og integreres i Televerkets offentlige nett.

Sammensmeltningen av tele- og datateknologi fører til at tidligere klare markedsskiller mellom Televerket og teleindustrien på den ene siden, og kontor-, data- og forbrukerelektronikk-industrien på den andre siden, forsvinner. Denne utviklingen fører til at produktspektret og tjenestetilbudet gradvis blir det samme for alle markedsaktørene. Trenden vil forsterkes ytterligere mot slutten av 80-årene. Leveranser av komplett informasjonsverktøy og varierte telematiktjenester på de ulike markedssektorene blir viktig, produktspektret for å oppnå at dette endres i takt med den raske teknologiske utviklingen.

Arbeidsdelingen mellom Televerket og de andre markedsaktørene kan derfor ikke lenger baseres på en deling av produktsortimentet. Dagens ordning innebærer at Televerket må få godkjenning fra overordnet myndighet på hvert nytt produkt det ønsker å markedsføre. Tilsvarende vil produkter som Televerket i dag har enerett på, og som på grunn av teknologiutviklingen smelter sammen med konkurranseprodukter, kunne bli gjenstand for en tidkrevende de-reguleringsprosess. Begge deler fører til at nye produkter forsinkes på det norske markedet. Dette er bekymringsfullt, fordi norsk næringsliv trenger tidsmessig informasjonsverktøy for å være konkurransedyktig. Norsk tele- og dataindustri er også avhengig av et aktivt og dynamisk hjemmemarked for å sikre seg markedsandeler både hjemme og på eksportmarkedet i et av de viktigste vekstområdene på verdensbasis. Arbeidsdelingen mellom Televerket og de andre aktørene på markedet må derfor baseres på en inndeling i markedssektorer, slik at skillet mellom sektorer med monopol og konkurranse så langt råd er gjøres uavhengig av teknologiutviklingen.

Figurer og tabeller

Figurer

- Fig. 1: Slik vil man motta fjernsyn i framtidens Norge 14
- Fig. 2: Prinsippet for satellittsendinger 15
- Fig. 3: Det framtidige kabelnettet 19
- Fig. 4: En ny TV-modell 24
- Fig. 5: Program- og pengestrømmer i TV2 25
- Fig. 6: TV2 modellen 26
- Fig. 7: NTVs oppbygning 41
- Fig. 8: FTVs oppbygning 42
- Fig. 9: LTVs oppbygning 43
- Fig. 10: LTV felles 44
- Fig. 11: Pengestrømmen i NTV A/S 46
- Fig. 12: Sendefordeling LTV, FTV og NTV 52
- Fig. 13: Sendefordeling i NTV (Første normalår) 66
- Fig. 14: Sendetid i NTV etter programtype (Første normalår) 67
- Fig. 15: Framtidens telematikknett 72

Tabeller

- Tab. 1: Kabelnettets utbredelse i enkelte Østlandsområder (1983) 28
- Tab. 2: Forutsetninger for antall kabelabonnementer (1983–1989) 32



Norge står foran en helt ny mediesituasjon. I løpet av de nærmeste årene vil landet bli utsatt for et massivt «angrep» fra utenlandske satellitter som vil bombardere bakken med bilder.

Utenlandske fjernsynssendinger fra satellitt vil derfor være den dominerende faktor i mediabildet i Norge ved inngangen til 1990-årene. Strategien for en ny norsk fjernsynskanal må derfor utformes slik at den vil stå sterkt når den skal møte konkurransen fra utlandet i det kommende tiåret.

Det bør være to hovedelementer i en slik strategi:

- oppnå store markedsandeler i 1980-årene.
- etablere en programprofil rettet mot særnorske behov.

Selve grunnsteinene i dette TV-systemet er de mange lokale kabelanleggene som gradvis vil vokse til å bli et integrert nett for hele landet. Greier en å skape gode lokalprogrammer, er det den beste måten å demme opp på det betydelige tilbudet som vil komme fra utenlandske, reklamefinansierte satellittsendinger.

ISBN 82-10-02550-3

TIDEN NORSK FORLAG