

**Årsmelding
for Medietilsynet 2005**

Innholdsfortegnelse

Forord.....	3
1. Organisasjon	5
1.1 Sammenslåing av tilsyn på medieområdet	5
1.2 Medietilsynets arbeidsoppgaver	5
1.3 Styrer, nemnder, råd og utvalg	6
2. Regelverk og utvikling av praksis.....	8
2.1 Revisjon av medieeierskapsloven.....	9
2.2 Endringer i kringkastingsloven.....	9
2.3 Endringer i regelverket for tilskudd	10
2.4 Andre forhold av betydning for Medietilsynets praksis	10
3. Fagområder	11
3.1 Medieeierskapsloven	11
3.1.1 Oversikt	11
3.1.2 Dagspresse på nasjonalt plan	11
3.1.3 Dagspresse på regionalt plan	13
3.1.4 Det nasjonale fjernsynsmarkedet	16
3.1.4 Det nasjonale fjernsynsmarkedet	17
3.1.5 Det nasjonale radiomarkedet	18
3.1.6 Øvrige endringer i 2005.....	19
3.1.7 Saker etter medieeierskapsloven.....	20
3.2 Kringkastingsloven.....	21
3.2.1 Lokalradio.....	21
3.2.2 Lokalfjernsyn.....	22
3.2.3 Digital kringkasting	23
3.2.4 Videreformidling av kringkasting i kabelnett	23
3.2.5 Videre sending av kringkasting via privat omformer	24
3.2.6 Tilsyn med regelverket om reklame og sponning	24
3.2.7 Tilsyn med allmennkringkastingsforpliktelsene.....	25
3.2.8 Tilsyn med kringkasting – beskyttelse av mindreårige.....	25
3.2.9 Europeisk programmateriale.....	26
3.2.10 Klager på kringkastingslisensen	26
3.3 Film- og videogramloven	27
3.3.1 Vurdering av film som skal vises i næring	27
3.3.2 Kun registrerte kinofilmer	28
3.3.3 Vurdering av videogrammer som skal omsettes i næring.....	28
3.3.4 Klagesaker	29
4. Tilskudd	30
4.1 Pressestøtte	30
4.1.1 Produksjonstilskudd til dagsaviser	30
4.1.2 Midler til anvendt medieforskning og etterutdanning	31
4.1.3 Støtte til samiske aviser	32
4.1.4 Støtte til særskilte publikasjoner.....	32
4.1.5 Distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark	33
4.2 Tilskuddsordningen for lokalkringkasting.....	33
4.3 Tilskuddsordningen for tiltak mot vold i bildemediene	34
5. Høringsuttalelser og samfunnskontakt	36
5.1 Høringsuttalelser	36
5.2 Rapporter og utredninger.....	36
5.3 Saker i media	38
5.4 Internasjonale organer	38
5.5 Konferanser	38
5.6 Medieregisteret og filmdatabasen.....	39
5.7 Skolebesøk	39
5.8 Saftprosjektet.....	39
6. Regnskap og andre nøkkeltall	40

Forord

De tidligere Statens filmtilsyn, Statens medieforvaltning og Eierskapstilsynet ble slått sammen til en enhet, Medietilsynet, fra 1. januar 2005. Men i påvente av nytt bygg var vi fortsatt lokalisert på tre steder, to i Oslo og ett i Fredrikstad. I praksis fungerte derfor overgangsorganiseringen i hele 2005 som en videreføring av de tre tidligere enhetene, men med en felles ledelse og felles budsjett. Det betydde at den praktiske oppgaveløsningen stort sett skjedde som tidligere, men at overordnet ressursstyring og tilsynets policy ble foretatt av en enhetlig ledelse. Så langt vi har maktet har vi på denne måten søkt å ivareta våre pålagte oppgaver på den best mulige måten. Denne årsmeldingen vil forhåpentlig dokumentere at vi har lyktes i dette langt på vei.

Men en slik overgangsfase er selvsagt krevende. Det gjelder for våre overordnede myndigheter og det publikum og de aktører vi er satt til å betjene. Og ikke minst for våre egne ansatte.

For samtidig som vi skulle skjøtte våre daglige oppgaver har mye tid, krefter og ressurser gått med til å drive fusjonsprosessen framover. Det har dreid seg om oppbyggingen av en helt ny organisasjon. Det har dreid seg om rekruttering av ledere og plassering av medarbeidere i en ny struktur. Det har vært utvikling av ny og enhetlig kultur, av arbeidsformer og av praktisk samordning. Vi har valgt en områdeorganisering, ikke minst for å få større fleksibilitet i løsningen av våre mange store og små saker.

Ikke mindre krevende har mer tekniske oppgaver vært, som oppfølging av byggeprosess, valg av tekniske løsninger, valg av profiler og bygging av den nye ”merkevaren”. Vi har bevisst valgt å involvere våre egne medarbeidere så langt som mulig i dette arbeidet. Og de fortjener all mulig honnør for godt utført jobb også på dette området. Men samtidig har dette arbeidet også hatt en egenverdi i både å påvirke sin egen framtidige arbeidsplass og i å lime det nye tilsynet bedre sammen. Alle fortjener takk for denne jobben.

Når vi nå lager et nytt medietilsyn må ambisjonen være å sette oss bedre i stand til å møte kommende utfordringer. Vi må ha både kunnskap og fleksibilitet til å gjøre godt arbeid i det konstante grenseland mellom ytringsfrihet og legitime beskyttelsesbehov, mellom næringsfrihet og samfunnets basale verdier, mellom kultur og rivende teknologisk utvikling. Her er det viktig at vi opptrer slik at verken vår uavhengighet eller vår integritet kan trekkes i tvil. Men vi kan ikke være noe orakel. Vi må og skal stå midt i samfunnsdebatten.

Det nye medietilsynet har overtatt alle oppgavene til de tre tidligere tilsynene. I løpet av året er nye kommet til, som for eksempel tilsyn med at de riksdekkende kringkasterne overholder sine forpliktelser. På andre områder er grunnlaget for vår myndighetsutøvelse blitt endret. Selvsagt er dette viktig. Men vi må ha et høyere ambisjonsnivå enn bare iverksettelse og tilsyn. Vi må også ha et høyt nivå på den kunnskap og den innsikt vi kan bringe videre til beslutningstakere og den videre samfunnsdebatt.. Det vil være et av våre framtidige satsingsfelter.

Et annet vil være å bidra til at mediebruken for våre barn og unge skal være så trygg som mulig. Derfor har vi også søkt om å delta i EU-prosjektet som er kjent som SAFT også videre framover. Også ut over dette vil vi ha fokus på den medie verden de unge møter, bl.a. gjennom dataspill og nettbruk. Vi håper og tror at vi har brukt 2005 på en fornuftig måte for å danne et nytt Medietilsyn som er noe mer enn bare en sammenslutning av tre tidligere enheter.

Det arbeidet er langt fra slutført. Men vi tror at vi har lagt grunnen til noe som er godt tilpasset de oppgavene som vi vet vi må løse. Og som er fleksibel nok til å bidra der vi ennå ikke vet hva fremtiden vil bringe.

A handwritten signature in black ink that reads "Tom Thoresen". The script is cursive and fluid, with the first letters of each word being capitalized and prominent.

Tom Thoresen

1. Organisasjon

1.1 Sammenslåing av tilsyn på medieområdet

Medietilsynet ble formelt etablert 1. januar 2005 med lokalisering på tre steder, to enheter i Oslo og en i Fredrikstad. Fra etableringstidspunktet ble det vedtatt en overgangsorganisasjon som skulle sikre tilsynets funksjoner og oppgaver i overgangsåret fram til flytting i 2006. Overgangsorganisasjonen har bestått av tre enheter (presse/kringkasting, film/video/nye medier og eierskap) med hver sin enhetsdirektør samt en direktør for det samlede Medietilsynet.

I arbeidet med å danne en ny organisasjon har målsettingen vært at det skal oppnås en merverdi av fusjonen og ikke bare en sammenslåing av de tidligere tilsynene.

Medietilsynet valgte ny organisasjonsmodell sommeren 2005. Virksomheten vil etter samlokalisering bestå av fire områder:

- Konesjon og tilsyn
- Tilskudd og utredning
- Brukertrygghet
- Administrasjon

Områdemodellen er valgt for blant annet for å få en mest mulig smidig og fleksibel organisasjon, som kan tilpasse seg tilsynets oppgaver og eventuelle endringer i rammevilkår mv. Betegnelsen ”område” brukes fordi det er et signal om en flatere organisasjonsstruktur enn det en tradisjonell avdelingsstruktur tilsier, og større samhandling innen organisasjonen.

Alle ansatte ble innplassert etter den nye organisasjonsmodellen høsten 2005. Prosessen med rekruttering av nye ledere til Medietilsynet startet høsten 2005. Områdelederne ble tilsatt i begynnelsen av 2006.

Sammenslåingsarbeidet har kommet i tillegg til de løpende oppgavene til virksomheten. Arbeidspresset har av den grunn vært gjennomgående stort i 2005, men virksomheten har søkt å unngå at fusjonsarbeidet i vesentlig grad går på bekostning av tilsynets løpende og lovpålagte oppgaver.

1.2 Medietilsynets arbeidsoppgaver

Ifølge Kultur- og kirkedepartementets tildelingsbrev skal Medietilsynet:

- være et sentralt virkemiddel for Kultur- og kirkedepartementet for å oppnå hovedmålene på medieområdet
- forvalte virkemidlene tillagt Medietilsynet i tråd med gjeldende regelverk
- føre tilsyn med oppfyllelsen av regelverk og konsesjoner innenfor sitt ansvarsområde
- utføre rådgivnings- og utredningsfunksjoner for departementet innen sitt ansvarsområde
- informere og veilede om medier og mediebruk, særlig overfor barn og unge
- fremme målene i mediepolitikken gjennom aktiv deltakelse i internasjonalt arbeid

1.3 Styrer, nemnder, råd og utvalg

Fagutvalget for tilskudd til lokalkringkasting

Medietilsynet forvalter tilskuddsordningen for lokalkringkasting. Fagutvalget for tilskudd til lokalkringkasting er et rådgivende organ som gir sine innstillinger til Medietilsynet. På bakgrunn av fagutvalgets innstillinger fatter Medietilsynet vedtak om tilskudd. I 2005 hadde fagutvalget fem møter.

Medlemmer og varamedlemmer per 31/12-05:

Medlemmer:

Marion Klaseie, leder
Ketil Helgevold, nestleder
Camilla Svendsen Skriung
Tor Mjaaland
Erik Fagernes

Varamedlemmer:

Ragnar Udjus

Siw Mariann Strømbeck
Siri May Sivertsen

Sekretær for rådet er Ove Watne

Rådet for anvendt medieforskning (RAM)

RAM er et rådgivende organ for Medietilsynet i fordelingen av midler til anvendt medieforskning.

RAM mottok 62 søknader om støtte i 2005, hvorav 27 hovedfagssøknader. Det fordelte beløpet var 2,8 millioner kroner.

Prosjekter som rettet seg mot barn og unges mediebruk ble prioritert ved tildelingen.

Rådet har opprettet en internettside i samarbeid med Nordicom i Bergen, adressen er www.ram.no. Basen inneholder bl.a. sammendrag av forskningsprosjekt som er tildelt støtte og generell informasjon om søknadsbehandlingen.

Medlemmer og varamedlemmer per 31/12-2005:

Medlemmer:

Vigdis Bendiktsen, leder
Aage Aaberge, nestleder
Ketil Jarl Halse
Olav Njaastad
Henny Wale
Henriette Fossum

Varamedlemmer:

Lisbeth Morlandstø
Audgunn Oltedal
Sven Egil Omdal
Tore Slaatta
Camilla Vinge
Oddvar Aasen

Sekretær for rådet er Jan Erik Andersen

Støtteutvalget for dagsaviser

Støtteutvalget gir Medietilsynet råd om behandlingen av nye søknader om produksjonstilskudd og andre saker som hører inn under forskrift om produksjonstilskudd til dagsaviser. I 2005 holdt utvalget to møter. Utvalget anbefalte bl.a. at fire nye aviser gis produksjonstilskudd for første gang i 2005.

Medlemmer og varamedlemmer per 31/12-05:

Medlemmer:

Lene Løken, leder
Sigurd Hille, MBL
Mai-Lis Stordal, MBL
Are Stokstad
Asta Brimi, LLA

Varamedlemmer:

Berit Gribenow
Randi Fløtten Andreassen
Brit Kyllingstad
Thor Wøje
Rune Hetland

Sekretær for rådet er Jon Stjernstedt

Støtteutvalget for minoritetsspråklige publikasjoner

Støtteutvalget gir Medietilsynet råd om fordelingen av midler til minoritetsspråklige publikasjoner. Utvalget består av tre representanter etter forslag fra Norsk Presseforbund, herunder to representanter fra minoritetspressen. Utlendingsdirektoratet og Kommunal- og regionaldepartementet fremmer forslag på en representant. Utvalget gjennomførte ett møte. Syv søkte om støtte i 2005, syv søknader ble avslått, i hovedsak fordi publikasjonene ikke tilfredsstilte de fastsatte opplagsreglene.

Medlemmer og varamedlemmer per 31/12-2005:

Medlemmer:

Erling Omvik, leder
Fakhra Salimi
Maria Ho
Liv Marit Jøssang Endresen
Bjørn Rygh

Varamedlemmer:

Inger Anne Olsen
Tasic Dzevad
Majoran Vivekananthan
Karenina Briest Kriszat
Björg Unstad

Sekretær for rådet er Jan Erik Andersen

Klagenemnda for eierskap i media

Det er opprettet et selvstendig klageorgan for Medietilsynets vedtak etter medieeierskapsloven, jf. § 8. Grunnen er ønsket om å sikre uavhengighet fra de sentrale myndigheter, jf. medieeierskapsloven § 6. Klagenemnda for eierskap i media består av tre medlemmer og to varamedlemmer. Varamedlemvervene er ikke personlige. Medlemmer og varamedlemmer oppnevnes for fire år av gangen. Klagenemnda har eget sekretariat.

Medlemmer og varamedlemmer per 31/12-05:

Medlemmer:

Mona Søyland, leder
Ola Mestad
Kyrre Eggen

Varamedlemmer:

Kjellbjørg Lunde
Harald Overvaag

Sekretær for klagenemnda er Erik Børresen

Klagenemnda for film og videogram

Klagenemnda for film og videogram har som oppgave å behandle klager over enkeltvedtak fattet av Medietilsynet etter film- og videogramloven, jf. § 6. Nemnda oppnevnes av Kultur- og kirke departementet.

Klagenemnda vil behandle klager over vedtak om fastsetting av aldersgrenser av film samt vedtak om registrering av videogram. I tillegg til de berørte parter, distributørene av film og videogram, har Barneombudet klagerett på vedtak etter § 5 (aldersgrenser). Klagenemnda består av personer med juridisk, filmfaglig, pedagogisk og psykologisk fagkompetanse.

Medlemmer og varamedlemmer per 31/12-05:

Medlemmer:

Geir Woxholth, leder
Mona Røkke
Arnt Maasø
Hilde Pape
Ola Erstad

Varamedlemmer:

Kyrre Eggen
Bjørn Skjelstad
Ingrid Rommetveit
Ragnhild Bjørnebekk
Morten Søyby

Norsk Opplagskontroll AS

Norsk Opplagskontroll AS ble etablert i 2001 og eies likt av Medietilsynet, Mediebedriftenes Landsforening og Landslaget for lokalaviser. Selskapets hovedformål er å kontrollere og fastsette avisenes opplagstall, som bl.a. legges til grunn for beregningen av avisenes pressestøtte. Avisenes opplagstall for 2004 ble presentert i februar 2005.

Selskapet har én person tilsatt og finansieres av tilskudd fra eierne etter en avtalt fordelingsnøkkel. Styret i selskapet består av to personer fra hver av eierne. Det ble holdt to styremøter i 2005, hvor bl.a. selskapets muligheter for å kontrollere opplaget til fagpressen ble nærmere diskutert.

2. Regelverk og utvikling av praksis

Medietilsynet fører tilsyn med en rekke lover, forskrifter og retningslinjer på medieområdet:

- **Lov om eierskap i medier (lov 13. juni 1997 nr. 53)**
- Forskrift om medieregioner, fastsatt ved kgl. res. 1. juli 2005
- Retningslinjer for behandling av saker etter medieeierskapsloven, fastsatt av Medietilsynet 1. november 2005
- **Lov om kringkasting (lov 4. desember 1992 nr. 127)**
- Forskrift om kringkasting, fastsatt ved kgl. res. 28. februar 1997
- Forskrift om konsesjonsområder for lokal fjernsyn, fastsatt ved kgl. res. 25. august 1995
- Forskrift om lokal fjernsyn på NRK2s bakkesendere, fastsatt ved kgl. res. 22. november 1996
- Forskrift om konsesjonsområder for lokalradio, fastsatt av Statens medieforvaltning 10. oktober 2000
- Forskrift om tilskudd til lokalkringkastingsformål, fastsatt av Kulturdepartementet 7. september 2001
- Forskrift om fjernsynsmottakere, fastsatt av Norsk rikskringkasting 23. oktober 1980

- Retningslinjer for samsendinger i lokalradio, fastsatt av Statens medieforvaltning 2. september 1998
- **Lov om film- og videogram (lov 15. mai 1987 nr. 21)**
- Straffeloven §§ 204 og 382

2.1 Revisjon av medieeierskapsloven

Medieeierskapsloven er blitt revidert i løpet av året. Med unntak av ny § 11 trådte lovendringene i kraft fra 1. januar 2005 (lov 17. desember 2004 nr. 92). Ny § 11 trådte i kraft fra 1. juli 2005.

Den viktigste endringen består i at den nasjonale grensen for eierskap innenfor henholdsvis dagspresse, fjernsyn og radio er hevet fra 1/3 til 40 prosent. I dagens mediemarked har hevingen først og fremst betydning for Schibsted, som dermed gis adgang til å foreta betydelige oppkjøp i det norske avismarkedet. I høringsnotat av 30. november 2005 har departementet nå foreslått å gjeninnføre grensen på 1/3 som er fremmet for Stortinget i ot. prp. nr. 46 (2005-2006).

Ved lovendringen ble det for øvrig innført særskilte grenser for multimedieeierskap som begrenser aktørenes adgang til å bli dominerende i flere sektorer. I tillegg er bestemmelsen om kryseierskap nå lovfestet. Et sentralt siktemål med denne bestemmelsen er å opprettholde minst tre store uavhengige aktører i det norske mediemarkedet.

På regionalt plan er det i § 11 innført tallfestede grenser for eierskapskonsentrasjon. Disse gjelder utelukkende for avismarkedet og omfatter således ikke fjernsyn eller radio. Det gjelder heller ingen begrensning for multimedieeierskap på regionalt plan. § 11 fastsetter at vilkåret om betydelig eierstilling er oppfylt ved kontroll med en andel på 60 prosent eller mer av det samlede dagsopplaget av region- og lokalaviser i en medieregion. Bestemmelsen trådte i kraft fra 1. juli 2005. Samme dato ble de forskjellige medieregionene fastsatt i forskrift¹.

Lovendringen innebærer videre at Medietilsynet har fått hjemmel til å gripe inn mot samarbeidsavtaler som gir samme eller tilsvarende innflytelse over det redaksjonelle produkt som et oppkjøp. Medietilsynet har dessuten fått hjemmel til å vedta midlertidig forbud mot å gjennomføre et erverv. Dette betyr at Medietilsynet nå har anledning til å fryse situasjonen i påvente av at tilsynet ferdigbehandler saken. En annen endring er at adgangen til å vedta stående pålegg om meldeplikt er utvidet fra ett til tre år av gangen.

På bakgrunn av lovendringene har Medietilsynet utarbeidet nye retningslinjer for behandling av saker etter medieeierskapsloven. De nye retningslinjene trådte i kraft fra 1. november 2005 og skal gi en oversikt og sammenfatning av regelverket for blant annet å sikre forutberegnelighet og likebehandling av aktørene.

2.2 Endringer i kringkastingsloven

Ved lovendring av 17. juni i 2005 ble det vedtatt en rekke endringer i kringkastingsloven. Et av hovedformålene med endringene er å innføre et mer nyansert sanksjonssystem for brudd på bestemmelser i lov og forskrift. Med de unntak som framgår nedenfor, trådte de nye reglene i kraft 1. juli 2005.

¹ Forskrift om medieregioner, fastsatt ved kgl. res. 1. juli 2005

Blant annet har Medietilsynet fått hjemmel til å ilegge tvangsmulkt for å sikre at plikter eller enkeltvedtak blir oppfylt eller for å avslutte et ulovlig forhold. Adgangen til å ilegge overtredelsesgebyr er også utvidet, men den endrede lovbestemmelsen trer ikke i kraft før det er fastsatt nærmere regler i kringkastingsforskriften om hvordan gebyret skal utregnes.

Samtidig som det er gitt en ny bestemmelse om tvangsmulkt og anvendelseområdet for gebyr er utvidet, er det også gjort en innskrenkning av lovens straffebestemmelse. Straff kan etter lovendringen bare benyttes ved brudd på regler som verner om viktige samfunnsmessige interesser, som for eksempel brudd på konsesjonsreglene.

Gjennom endringen er også forbudet mot skjult reklame lovfestet og det er gitt en definisjon av hva som menes med skjult reklame. For at det skal foreligge skjult reklame må to vilkår være oppfylt. For det første må presentasjonen ha skjedd forsettlig i reklameøyemed. For det andre må det vurderes om publikum kan villedes med hensyn til presentasjonens art.

Etter kringkastingsloven § 4-4 er det abonnentene som gjennom valg skal bestemme hvilke sendinger som skal videresendes i kabelnett. Gjennom et tillegg i bestemmelsens tredje ledd har Medietilsynet fått hjemmel til å kreve omvalg dersom reglene for gjennomføring av abonnentvalg ikke er fulgt av kabeleier eller operatør. Bestemmelsen trer ikke i kraft før slike nærmere regler om gjennomføringen av valget er fastsatt i kringkastingsforskriften.

Regelverket er også revidert på andre områder. Blant annet er det gitt utvidede regler for å hindre videreformidling av skadelig fjernsynsinnhold i forhold til barn og unge. Etter lovendringen omfatter regelen også andre plattformer enn kabelnett som blant annet satellittdistribusjon og det digitale bakkenett.

2.3 Endringer i regelverket for tilskudd

I løpet av året er det foretatt to endringer i forskrift om tilskudd til samiske aviser av 17. mars 1997. Endringene innebærer at tilskuddet i større grad rettes mot samiskspråklige aviser. Endringene innebærer dessuten at det åpnes for støtte til innstikk og lignende på lulesamisk. Endringene ble foretatt 18. januar 2005 og 26. august 2005 og begge endringene trådte i kraft umiddelbart.

2.4 Andre forhold av betydning for Medietilsynets praksis

Høyesterett har i kjennelse av 7. desember 2005 kommet med en kjennelsesom kan få prinsipiell betydning for forståelsen av straffeloven § 204 om pornografi. På denne bakgrunn har Medietilsynet tatt opp til vurdering sin praksis vedrørende registrering av videogrammer og praktiseringen av film- og videogramloven.

Høyesterett frikjente bladet Aktuell rapport for å ha publisert stillbilder som kunne stride mot begrepet ”støtende” i § 204. Begrepet er et samlende uttrykk for den gjengse moral- og rettsoppfatningen blant de brede deler av befolkningen - hva som skal tillates av kjønnslige skildringer for voksne.

3. Fagområder

3.1 Medieeierskapsloven

3.1.1 Oversikt

Norske presse og kringkasting er dominert av fire aktører - Schibsted, Orkla, A-pressen og NRK. I tillegg er flere utenlandske aktører representert på eiersiden i medieforetak som har stor seer- eller lytteroppslutning. Det svenske medieselskapet Modern Times Group (MTG) eier hele TV 3 i tillegg til 38 prosent i P4. Det danske selskapet Egmont eier 33 prosent i TV2.

Året 2005 har ikke vært preget av store oppkjøp i mediemarkedet. De fleste oppkjøpene har skjedd innenfor lokal kringkasting og lokal dagspresse. Unntaket er TV Norges eier SBS Broadcasting S.A, som ble kjøpt opp av det utenlandske investeringselskapet *PKS Media S.a.r.l.* (PKS). PKS selv kontrolleres av ulike fond som styres av to av USAs ledende fondsselskaper, Permira og KKR (Kohlberg Kravis Roberts & Co.).

Flere av de store regionavisene har kjøpt mindre lokalaviser. Fædrelandsvennen har fått kontroll i Lindesnes, Adresseavisen i Levanger-Avisa, mens Bergens Tidende har kjøpt opp Bygdanytt.

Av de 52 oppkjøpene som ble vurdert etter medieeierskapsloven var det ni oppkjøp innen aviser, 23 innen radio og to innen TV. Nesten halvparten av alle oppkjøp totalt foregikk dermed innen radiobransjen. De øvrige oppkjøpene foregikk innenfor elektroniske medier og mellom medieeierselskap. Av oppkjøpene innen presse og kringkasting var de tre store mediekonsernene, Orkla, A-pressen og Schibsted, involvert i hele 17, enten direkte eller indirekte.

Når det gjelder sammenhengen mellom hvem som selger og hvem som kjøper ser det på et generelt plan ut til at lokale mindre medieiere selger til større og profesjonelle medieiere. Disse mediene er igjen ofte knyttet til konsernene på eiersiden. I tillegg er det en del medieerverv som foregår mellom medieselskapene selv.

3.1.2 Dagspresse på nasjonalt plan

Medietilsynet har beregnet det totale dagspresseopplaget for 2005 til 3 067 814.² Dette er et drøye 40 000 lavere opplag enn i 2004. De tre største aviseierne, Schibsted, A-pressen og Orkla, eier samlet 60 prosent av det totale dagspresseopplaget i Norge. Dette er en nedgang på ca. tre prosentpoeng sammenlignet med fjoråret. Av de 20 største avisene i Norge er det bare Dagbladet, Vårt Land og Dagsavisen som ikke har tilknytning til de tre store konsernene.

Hovedgrunnen til nedgangen i Medietilsynets beregning er fallende opplag hos flere aviser, Spesielt hos Verdens Gang og Adresseavisen. I forhold til fjorårets utregning er én ny avis tatt med mens to aviser er fjernet. *Stangeavisen* med et opplag på 1253 er inkludert. Avisen *Folkets Framtid* er lagt ned og dermed fjernet, mens *Ullern Avis/Akersposten* kommer nå ut for sjelden til å regnes med etter den ble omdannet til gratisavis. Til sammen faller 229 aviser

² Basert på tall fra MBL og LLA samt spesielt innhentede opplagstall fra aviser som ikke er medlem i noen av organisasjonene.

inn under den avisdefinisjonen som Medietilsynet har lagt til grunn.³ En oversikt over disse avisene finnes på www.medieregisteret.no.

Fig. 1. Andel av nasjonalt dagspresseopplag for de tre store

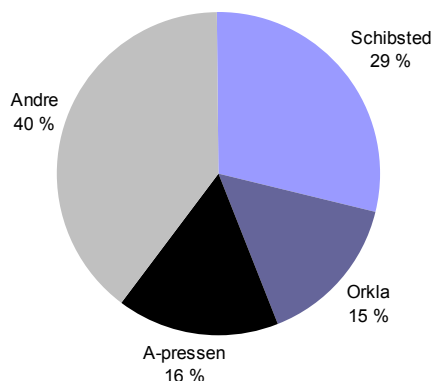
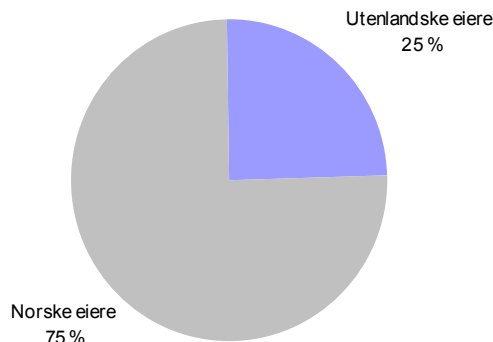


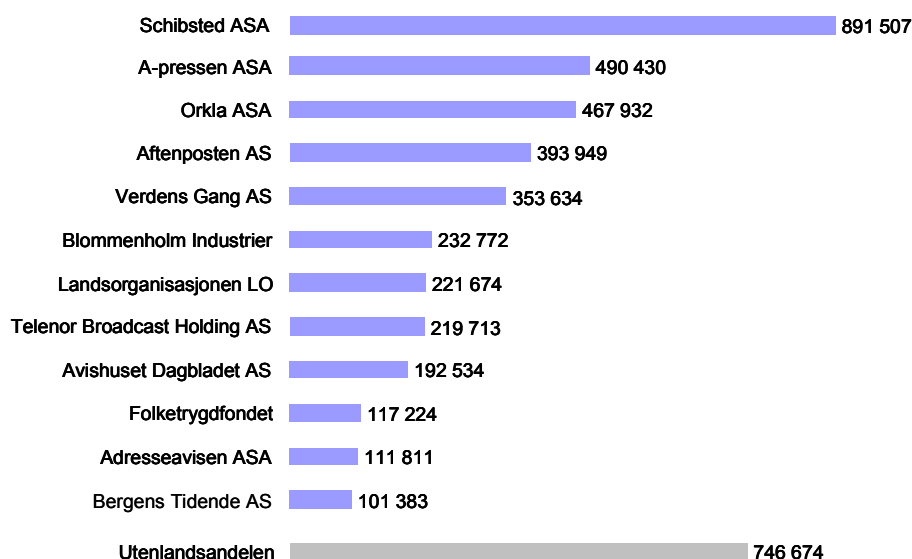
Fig. 2. Utenlandske eieres del av det nasjonale dagspresseopplaget



Schibsted er fortsatt den suverent største aviseieren i Norge. For 2005 tilfaller 29 prosent av det samlede dagspresseopplaget dette konsernet. Tilsvarende tall for A-pressen er 16 prosent og for Orkla 15 prosent. Schibsteds andel av det totale avisopplaget har sunket med ca. to prosentpoeng. Dette skyldes blant annet fallende opplag i store aviser som VG og Adresseavisen. Orklas andel har sunket med i overkant av ett prosentpoeng, delvis grunnet salg av aksjer i Avishuset Dagbladet.

Til tross for at utenlandsandelen i både Orkla og Schibsted har steget med flere prosentpoeng siden i fjor, har den totale utenlandsandelen innen dagspresse holdt seg stabil på 25 prosent. Schibsted har en utenlandsandel på 48 prosent (pr. 30. jan. 2006), Orklas utenlandsandel er på 47 prosent (pr. 31. des. 2005).

Fig. 3. Dagspresseopplag til de største aviseierne



³ Se Medietilsynets retningslinjer punkt 2. Opplaget til gratisavisene deles på tre. Avisdefinisjonen er kommet til i samarbeid med forsker Sigurd Høst ved Institutt for Journalistikk.

Figur 3 gir et overblikk over styrkeforholdet mellom aktører på ulike eiernivå. Enkelte av aktørene eier eller blir eid av andre aktører i figuren. Opplagstallene kan derfor ikke summeres.

3.1.3 Dagspresse på regionalt plan

Beregningsmåten for medieregionene er forskjellig fra den som foretas på nasjonalt nivå. Det er bare aviser med utgiversted i regionen som skal trekkes inn ved beregningen av andel av opplag⁴.

For eksempel vil VG og Dagbladet og andre aviser som i utgangspunktet *ikke* henvender seg til et klart definert dekningsområde, ikke omfattes ved beregningen av regionale markedsandeler. Dette gjelder også Dagens Næringsliv, Vårt Land, Nationen, Finansavisen, Søndag Søndag, Fiskaren, Fiskeribladet, Morgenbladet, Dagen, Klassekampen, Dag og Tid, Ny Tid, Magazinet og Norge i Dag.

Nord-Norge

Medieregion Nord-Norge har ca. 460 000 innbyggere og har ca. 30 aviser. De to største avisene, Nordlys og Avisa Nordland, kontrolleres av A-pressen. A-pressen kontrollerer 54 prosent av det totale opplaget i regionen, mens Schibsted gjennom sin majoritetseierandel i Harstad Tidende Gruppen, har en andel på 20 prosent.

Eier	Andel av regionopplaget
A-pressen	54
Schibsted/HTG	20

Trøndelag

Medieregion Trøndelag domineres av Adresseavisen. Selskapet har kontroll i syv av totalt 25 aviser i en region med ca. 400 000 innbyggere. Dette tilsvarer 50 prosent av det totale opplaget i regionen. Den nest største eieren er Schibsted med en andel på 16 prosent, gjennom sin eierpost på 34 prosent i Adresseavisen.

Eier	Andel av regionopplaget
Adresseavisen	50
Schibsted	16
Nord-Trøndelag	14
A-pressen	14
Orkla	8

⁴ For nærmere definisjon av medieregionene se forskrift om medieregioner av 1. juli 2005 og retningslinjer for behandling av saker etter medieeierskapsloven på www.medietilsynet.no

Nordvestlandet

I medieregion Nordvestlandet er det Orkla som dominerer opplaget til de 23 avisene i regionen. Blant annet gjennom eierskapet i regionens to store aviser, Sunnmørsposten og Romsdals Budstikke, kontrollerer Orkla 51 prosent av det totale opplaget i regionen. Regionen har ca. 246 000 innbyggere.

Eier	Andel av regionopplaget
Orkla	51
A-pressen	13

Vestlandet

Medieregion Nordvestlandet preges av Bergens Tidende og selskapets eierandel i tre andre aviser i regionen. Bergens Tidende kontrollerer 40 prosent av det totale opplaget i regionen. Alt i alt utgis 27 aviser i regionen som har et innbyggertall på ca. 506 000. A-pressen har også tilstedeværelse gjennom sin kontroll i Bergensavisen og fire andre aviser.

Eier	Andel av regionopplaget
Bergens Tidende	40
A-pressen	23
Orkla	11
Schibsted	9

Sørvestlandet

I medieregion Sørvestlandet har Stavanger Aftenblad en sterk posisjon som regionavis med sin kontroll over 41 prosent av det totale opplaget, men har til forskjell fra de andre store regionavisene ingen eierinteresse i andre lokalaviser i sin region. Jæren Avis er en annen stor aktør i området gjennom kontroll av seks lokalaviser. Regionen har 25 aviser og et innbyggertall på ca. 405 000.

Eier	Andel av regionopplaget
Stavanger Aftenblad	41
Orkla	19
Jæren Avis	18
Schibsted	13
A-pressen	8

Sørlandet

Medieregion Sørlandet kjennetegnes av Fædrelandsvennens dominerende posisjon i vest og Agderpostens stilling i øst, skilt ved fylkesgrensen. Agderposten er heleier i tre andre aviser i regionen, mens Fædrelandsvennen kontrollerer to andre aviser. Fædrelandsvennen kontrollerer med dette 46 prosent og Agderposten 30 prosent av det totale opplaget i regionen. Regionen har til sammen 13 aviser. Innbyggertallet er ca. 262 000.

Eier	Andel av regionopplaget
Fædrelandsvennen	46
Agderposten	30
Schibsted	12
A-pressen	3

Vestvika

I denne medieregionen har Orkla en svært dominerende posisjon, i og med at konsernet har passert sekstiprosentsgrensen. Konsernet kontrollerer 14 av i alt 27 aviser i regionen, mens A-pressen kontrollerer ni aviser og 28 prosent av det totale opplaget i regionen. Eierskapet i regionen er altså svært konsentrert i forhold til de aller fleste andre regioner. Innbyggertallet er ca. 632 000.

Eier	Andel av regionopplaget
Orkla	65
Drammens Tidende	28
A-pressen	28

Stor-Oslo

I medieregion Stor-Oslo er Schibsted svært dominerende, hovedsakelig på grunn av de to store avisene Aftenposten og Aften. Av medieregionens totale opplag kontrollerer Schibsted 77 prosent. Orkla har nylig startet en samkjøring med superlokale gratisaviser i regionen. Imidlertid kommer ikke disse ut tilstrekkelig antall ganger i året til at de faller inn under avisdefinisjonen til Medietilsynet. Selv om disse hadde blitt trukket inn i beregningen, ville Schibsted fortsatt ligget over sekstiprosentsgrensen. Regionen har ca. 705 000 innbyggere.

Eiere	Andel av regionopplaget
Schibsted	77
Orkla	5

Østvika

I medieregion Østvika har A-pressen en sterk posisjon med en eierandel opp mot sekstiprosentsgrensen. A-pressen kontrollerer ti av i alt 18 aviser i regionen, tilsvarende 55 prosent. Orkla har kontroll over fem aviser i regionen, tilsvarende 36 prosent. Dette gjør også Østvika til en region med eierkonsentrasjon godt over gjennomsnittet. Regionen har ca. 550 000 innbyggere.

Eier	Andel av regionopplaget
A-pressen	55
Orkla	36

Innlandet

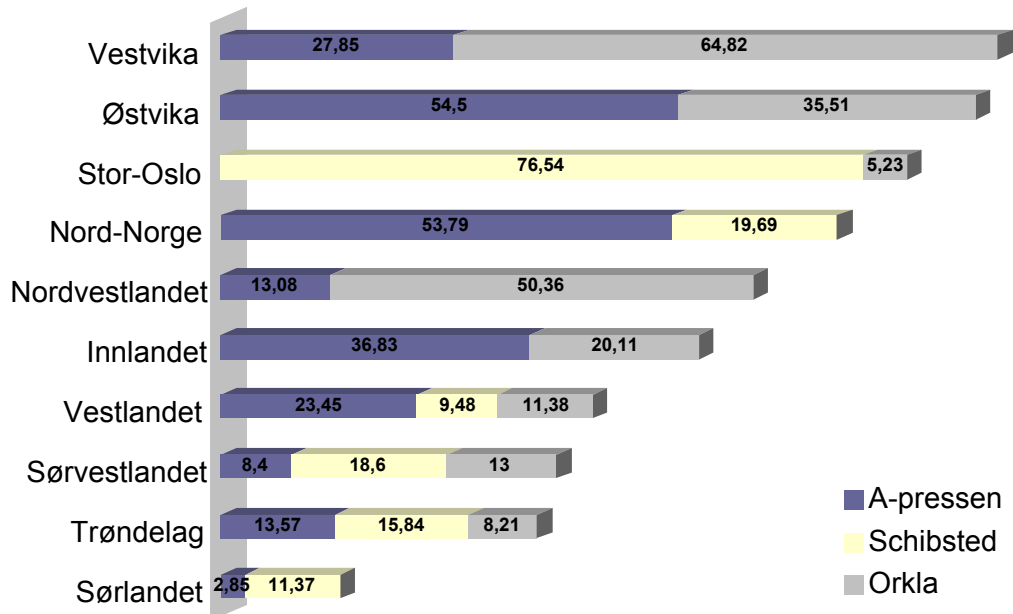
Medieregion Innlandet domineres ikke av noen enkeltaktør, selv om A-pressen er klart størst med sin andel på 37 prosent av det totale opplaget i regionen. Regionen har 14 aviser og ca. 371 000 innbyggere.

Eiere	Andel av regionopplaget
A-pressen	37
Orkla	20
Gudbrandsdølen	16

De tre stores andeler av opplaget

Figur 4 under gir en oversikt over konsernenes andeler av avismarkedet i de ulike medieregionene. Sørlandet er den regionen hvor ”de tre store” har minst andel. Vestvika, Østvika og Stor-Oslo er de regionene hvor ”de tre store” har størst dominans. Det er kun i Trøndelag, Vestlandet og Sørvestlandet at samtlige tre konsern er representert.

Fig. 4. De tre stores andeler i de ulike medieregionene



3.1.4 Det nasjonale fjernsynsmarkedet

Det er kun registrert tre oppkjøp i fjernsynsmarkedet i løpet av 2006. Foruten det ovennevnte kjøpet i SBS, har A-pressen kjøpt opp TV Ringerike, og Amfi Eiendom ASA og Berg Jacobsen Gruppen kjøpt TV Nordvest.

Ellers har TV 2 etablert den nye fjernsynskanalen TV 2 Zebra, MTG har i samarbeid med NRK startet SportN, som er en ren sportskanal, og lokalfjernsynskanalen TV Nord som eies av Nordavis AS har startet sendinger i Finnmark.

Fig. 5 TV-kanalenes andeler av seertallene

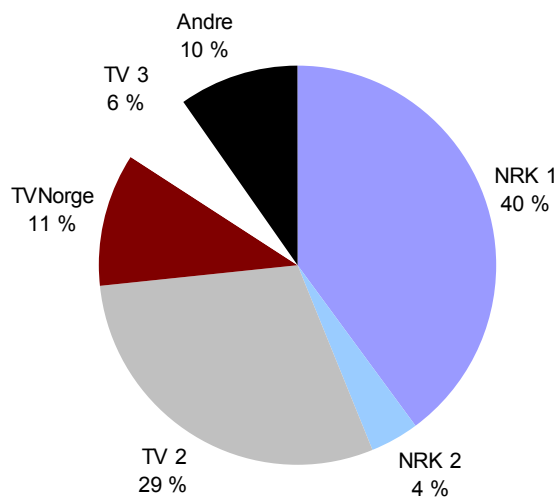


Fig. 6 TV-eiernes andel av total seertid

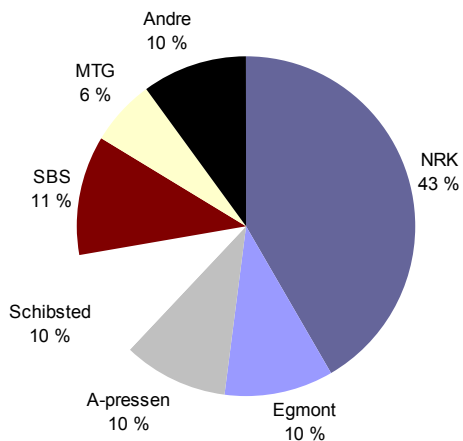
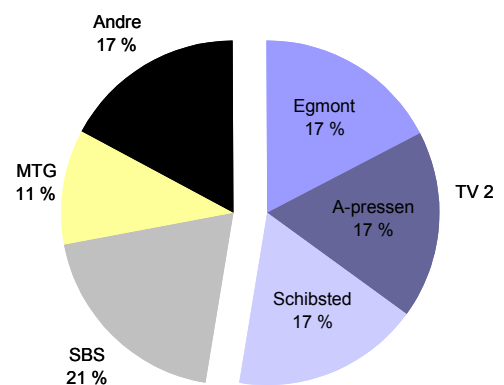


Fig. 7 TV-eiernes andel av total seertid, eksklusiv NRK



Som figur 5 og 6 viser, er NRK desidert størst på fjernsynsmarkedet med en markedsandel på 43 prosent fulgt av TV 2 med en andel på 29 prosent. Deretter følger TVNorge/SBS med en andel på 11 prosent og de tre eierne i TV2 med ti prosent hver. TV3/MTG har en andel på 6 prosent.

Figur 7 viser TV-eiernes andeler dersom man kun tar utgangspunkt i de kommersielle fjernsynskanalerne, med andre ord unntatt NRKs kanaler. I det rent kommersielle fjernsynsmarkedet er faktisk SBS den eieren med størst markedsandel målt i seertid. Ved utregning av markedsandeler etter medieeierskapsloven skal NRK trekkes inn. Det er derfor andelene i figur 5 og 6 som er av betydning i forhold til eierskapsgrensene i loven.

Både A-pressen og Schibsted har eierandeler i noen av lokal fjernsynskanalerne. Schibsted er indirekte inne i seks stasjoner, mens A-pressen og Orkla er inne enten direkte eller indirekte i henholdsvis ni og fem stasjoner. Siden lokal fjernsynets samlede oppslutning er så vidt lav⁵, fører imidlertid dette kun til marginale utslag på deres andeler av total seertid.

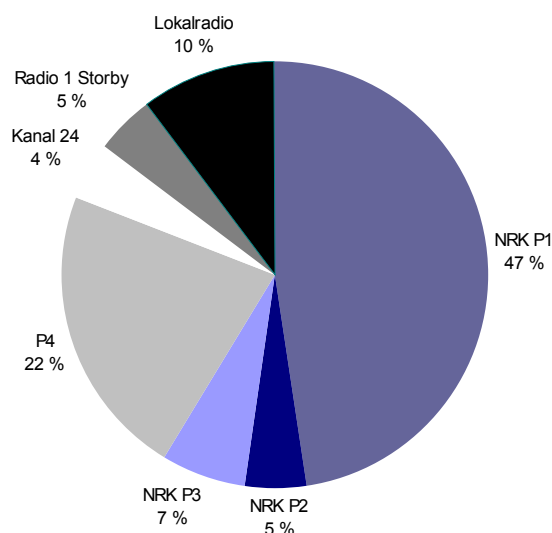
3.1.5 Det nasjonale radiomarkedet

I 2005 har det blitt gjennomført 23 oppkjøp innenfor radiomarkedet som har blitt vurdert etter medieeierskapsloven. Av disse er 13 av oppkjøpene innenfor lokalradiomarkedet. A-pressen-eide selskaper har gjennomført åtte av disse⁶. Orkla-eide selskaper har gjennomført tre oppkjøp⁷.

I likhet med tidligere år har det blitt gjennomført en rekke transaksjoner i det børsnoterte P4. Det største oppkjøpet ble gjort av Danske Bank som kjøpte 9,9 prosent av MultiMedia Holding (eid av Endre Røsjø). Det er ikke registrert aksjekjøp i Kanal 24 i løpet av året. TV 2 eier 51,6 prosent og har dermed kontroll.

Blant storbyradioer kan vi nevne at JærRadioGruppen, som har A-pressen på eiersiden, kjøpte opp Power Hit Radio i 2005.

Fig. 8 Prosentdel av radiolytting 2005



Når det gjelder lyttertall til lokalradioene, må den karakteriseres som lav målt mot sendingene fra de nasjonale kanalene. Landsgjennomsnittet for lokalradio er ti prosent, en tilbakegang på

⁵ Tall fra TNS-Gallup viser at lokal fjernsyn i snitt har en seeropplutning på omtrent to prosent.

⁶ Radio Hammerfest, Radio Narvik, Kristiansund Nærradio, Radio Hemne, 1FM Kristiansund, Radio 3 Bodø, Fossen Nærradio og TV samt Radio City.

⁷ 1 FM Molde, Radio Stryn og Radio 3 Sarpsborg

to prosentpoeng målt mot i fjor. Størst lyttertall blant lokalradioene har Radio 102 i Haugesund, Radio 1 Bergen og Radio Haugaland.

Andelen av lytteroppslutningen⁸ rundt de etablerte radiokanalene er relativt stabil. Situasjonen etter Kanal24s inntreden ser ut til å ha stabilisert seg og er lik fjoråret.

Kanal24s andel har gått ned ett prosentpoeng fra i fjor. NRKs andel har samlet sett gått ned ett prosentpoeng fra i fjor.

Fig. 9. Del av total lyttertid for de største eierne

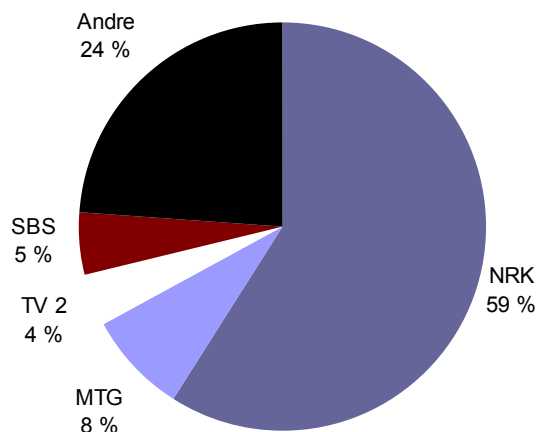
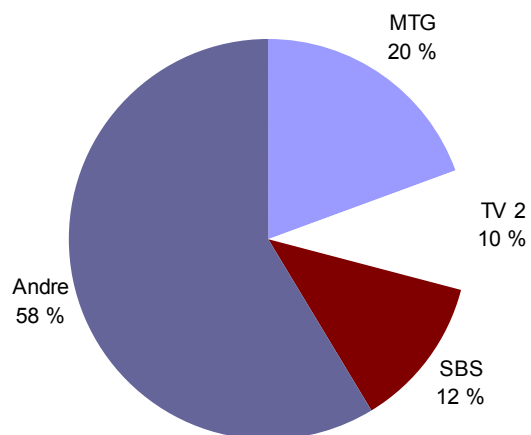


Fig. 10. Del av total lyttertid for de største eierne, eksklusiv NRK



Som det fremgår av figur 8 og 9 har NRK med 59 prosent en større lytteroppslutning alene enn det de andre eierne har til sammen. Etter NRK følger P4 med 22 prosent og radioeieren MTG med som med en eierpost på 37,7 prosent kontrollerer åtte prosent av radiomarkedet. Deretter følger Radio1 og kanalens eier SBS med 5 prosent og Kanal 24 og eieren TV2 med fire prosent av det totale radiomarkedet.

Dersom man kun regner med det kommersielle radiomarkedet viser figur 10 at MTG er størst med en andel på 20 prosent av markedet. SBS er nest størst og TV 2 er tredje størst ettersom selskapet har kontroll i Kanal 24. Ved utregning av markedsandeler etter medieeierskapsloven skal NRK trekkes inn. Det er således andelene i figur 8 og 9 som er av betydning i forhold til eierskapsgrensene i loven.

3.1.6 Øvrige endringer i 2005

Det har vært ingen eller små endringer i eierstrukturen til de tre store mediekonsernene i løpet av 2005. Utenlandsandelen i Schibsted og Orkla har økt jevnt de siste tre årene og nærmer seg 50 prosent i begge konsern. Investorene Torstein Tvenge og Ragnar Horn kjøpte i mars Orkla Medias andel i Avishuset Dagbladet, noe som gjorde Dagbladet ”konsern-uavhengig”. Tvenge kjøpte også 5,8 prosent i Norsk Handels- og Sjøfartstidende, hvor Dagbladet er nest største eier, etter Fred. Olsen. Det kan også nevnes at Schibsted kjøpte seg opp til negativ kontroll i Adresseavisen i 2005.

En klar tendens i året som gikk var interessen får populære nettstedet og nettportaler. Spesielt Orkla Media, Hjemmet Mortensen og Aller-Gruppen har vært aktive kjøpere av nettsteder.

⁸ Tallene tar utgangspunkt i TNS Gallups opplysninger om gjennomsnittlig daglig lyttertid

Det er imidlertid lite sannsynlig at disse faller inn under medieeierskapsloven vurdert med utgangspunkt i innholdet. Medietilsynet registrerer i alle fall en klar tendens mot mediekonsentrasjon også blant internettmedier.

Søkemotorer har etter hvert blitt blant de aller mest brukte tjenestene på internett. Undersøkelser har vist at opptil 70 prosent av all trafikk er generert av søkemotorer. Både Schibsted og Orkla startet i 2005 hver sin søkemotor, henholdsvis Sesam og Yelo. Vi ser tendenser til at søkemotorer er i ferd med å få en voksende betydning for meningsdannelse og dagsordenfunksjon i offentligheten. Medietilsynet vil derfor følge utviklingen innen søkemotorer og søkemorteknologi fremover.

I løpet av året har Medietilsynet måtte vurdere formatkriteriet i avisdefinisjonen. På europeisk plan har Medietilsynet registrert at det foregår en eksperimentering med avisens fysiske utforming (format, papir, lay-out osv.). Dette ser vi også konturene av i Norge, blant annet ved Ny Tids overgang til magasinformatet i starten av 2006.

3.1.7 Saker etter medieeierskapsloven

Medietilsynet foretok i 2005 en innledende vurdering etter medieeierskapsloven av 52 erverv av medieforetak. Omfanget av saksbehandling i disse sakene varierte sterkt. Et flertall av sakene kunne avsluttes uten omfattende saksbehandling. Tilsynet var også i løpet av året engasjert i mulige oppkjøp som ikke resulterte i erverv.

Tilsynet gjorde vedtak i fem saker etter medieeierskapsloven i 2005. Fire av de følgende sakene var forhåndsklaringsaker mens en sak var initiert fra Medietilsynets side.

- Vedtak om ikke å gripe inn mot Bergen Tidende AS' erverv av Askøyværingen AS og Fanaposten AS
- Forhåndsklarering av Finnmarks Dagblads erverv i Min Aigi AS
- Forhåndsklarering av Avisa Nordland AS' oppkjøp av aksjer i Radio 3 Bodø AS
- Forhåndsklarering av PKS Media S.a.r.l.s oppkjøp i SBS Broadcasting S.A.
- Forhåndsklarering av Bergen Tidende AS' oppkjøp av utgiverrettighetene til Bygdanytt

3.2 Kringkastingsloven

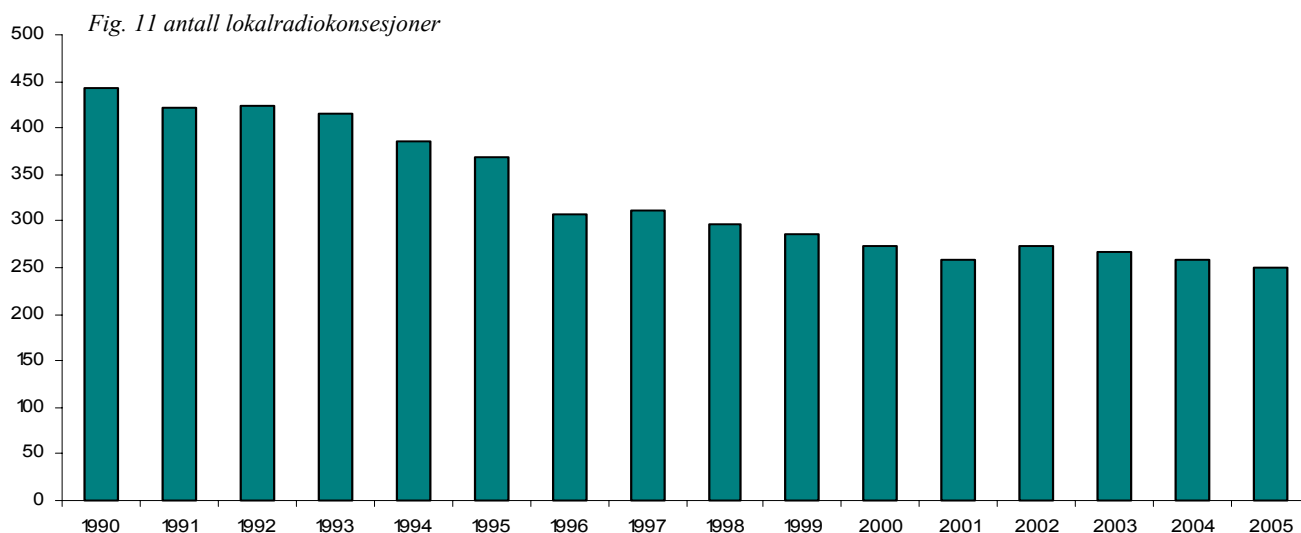
3.2.1 Lokalradio

Konsesjoner

Antall lokalradiokonsesjoner var 249 ved utgangen av 2005 mot 259 året før. Samlet er elleve konsesjoner slettet eller bortfalt i 2005. Det ble tildelt én ny konsesjon - som erstatning for en konsesjon som bortfalt i Halden.

Inneværende konsesjonsperiode for lokalradio ble forlenget med ett år, og gjelder ut 2007.

I 2005 er det også behandlet en lang rekke enkeltsaker knyttet til oppfølging av de alminnelige konsesjonsvilkårene for lokalkringkasting. I henhold til forskrift om kringkasting § 7-11 skal konsesjonærene levere årsmelding innen 1. mars. 21 lokalradiokonsesjonærer ble tildelt sanksjon i form av advarsel for ikke å ha innsendt meldingen innen fristen. Seks konsesjoner ble slettet i 2005 som følge av manglende innlevering av årsmeldinger.



Konsesjonsområder

Ved utgangen av 2005 er landet inndelt i 148 konsesjonsområder for lokalradio. Områdene er fastsatt i forskrift. Til å begynne med omfattet konsesjonsområdene ofte bare én kommune. Etter hvert har det utviklet seg til at områdene har blitt større, og det vanlige nå er at konsesjonsområdene omfatter flere kommuner som hører sammen kulturelt og handelsmessig. I tillegg til de største byene er det først og fremst Nordland fylke hvor konsesjon i enkeltkommuner er mest utbredt.

I 2005 har Medietilsynet i påvente av videre behandling av arbeidet med å vurdere rammevilkårene for lokalradio, ikke gjort endringer i konsesjonsområdeinndelingen

Sendernett

Etter en nasjonal frekvensplan er det avsatt frekvenser til sendernett til hvert av konsesjonsområdene. Hvert sendernett kan bestå av fra én til over ti frekvenser for å gi en rimelig god dekning i konsesjonsområdet.

Enkelte konsesjonsområder for lokalradio har flere enn ett sendernett. Dette gjelder de største byområdene og noen få av de øvrige områdene, til sammen ti områder. Konsesjonene innehas som regel av radiokonsesjonærene i området enkeltvis eller i samarbeid. Den som tildeles konsesjon for sendernett i et område plikter å stille det til disposisjon for lokalradiokonsesjonærer i det samme området.

Konsesjon for opprettelse og drift av lokalradionett tildeles av Medietilsynet og forutsetter bl.a. teknisk godkjenning av nettet og tillatelse til frekvensbruk (frekvenstillatelse) fra Post- og teletilsynet.

Opprettelse av sendernett etter kringkastingsloven (anleggskonsesjon) forutsettes å bli gitt etter samråd med Post- og teletilsynet. Ved utgangen av 2005 er det totalt 149 konsesjoner til opprettelse og drift av sendernett for lokalradio. Det er ikke behandlet søknader om nye sendernett i 2005, derimot er det behandlet en rekke saker angående justering/endringer i nettene.

Korttidskonsesjoner til lokalradio

Medietilsynet kan gi konsesjon til tidsavgrenset lokalradiovirksomhet knyttet til spesielle lokale arrangementer og lignende som ikke dekkes av de vanlige radiostasjonene. Søknadene gjelder stort sett sendinger fra årlige lokale begivenheter og arrangementer av kulturell eller religiøs karakter. En forutsetning for korttidskonsesjon er at det finnes tilgjengelige frekvenser.

Det er innvilget åtte konsesjoner til tidsbegrenset lokalradiovirksomhet i 2005. Antallet er det samme som året før. En søknad om radio i et skitrekk i vinterhalvåret ble avslått. Konsesjonene er i hovedsak gitt til kristne stevner og møteserier.

Registrering av kabelsendt lokalradio og satellittradio

For kabelsendt lokalradio samt satellittradio er bare registreringspliktige og trenger derfor ikke konsesjon. Det ble registrert fire nye lokalradiokringkastere i 2005. To av disse er radio i kabel og to er radio over satellitt.

3.2.2 Lokalfjernsyn

Allment bakkesendt lokalfjernsyn

Det er i alt 29 konsesjonsområder for allment bakkesendt lokalfjernsyn. I motsetning til lokalradio har konsesjonærene enerett til bakkesendt allment lokalfjernsyn i sine områder.

Konsesjoner for allment bakkesendt lokalfjernsyn gjelder i syv år fra 1. januar 2003. Det er nå i alt 23 konsesjonærer hvorav to har konsesjon i to områder. Det ble ikke gitt nye konsesjoner i 2005.

Samarbeid og videresending

Etter kringkastingsforskriften § 7-6 er de lokale allmennfjernsynsstasjonene gitt anledning til å videresende fjernsynsprogram fra en satellittkanal. Forutsetningen er at det skal settes opp skriftlig avtale som skal godkjennes av Medietilsynet. Avtalen skal inneholde særskilte bestemmelser om redaktøransvar, programutveksling, kompetanseutvikling m.m. Bortsett fra TV Vestfold, TV Drammen, Asker og Bærum Lokal-TV, TV Follo og TV Nordvest deltar lokalfjernsynskonsesjonærene i TVNorge-samarbeidet. Det har ikke vært endringer i samarbeidsforholdene i 2005.

Kabelsendt lokalfjernsyn og satellittfjernsyn

Det ble i 2005 registrert ti nye lokalfjernsynskringkastere. Seks av disse er fjernsyn i kabel og fire er fjernsyn over satellitt.

Lokalfjernsyn på NRK2s bakkesendere

Ordningen med lokalfjernsyn på NRK2s bakkenett er en mulighet for livssynsorganisasjoner og ideelle organisasjoner til å sende fjernsyn når NRK selv ikke benytter senderne. Sendingene skal ikke inneholde reklame. Ordningen startet i 1996 og gjaldt ut 2005. Ny konsesjonsrunde ble utlyst i desember 2005 og det kom inn elleve søknader, hvorav ti hadde konsesjon fra tidligere. Ordningen ble videreført for to år fram til 31. desember 2007.

3.2.3 Digital kringkasting

Medietilsynet har gitt to tidsbegrensede anleggskonsesjoner i forbindelse med prøvedrift i DAB-nettet i 2005. Den ene konsesjonen dreier seg om en utvidelse av forsøksordningen på det regionale DAB-nettet, slik at dette nå også omfatter Rogaland, Trøndelag og Tromsø. Den andre prøvekonsesjonen gjelder prøvedrift av DAB i L-båndet i blokk LD (Oslo/Akershus).

3.2.4 Videreformidling av kringkasting i kabelnett

Som tidligere har Statens medieforvaltning også i 2005 mottatt en rekke spørsmål om videresending i kabelnett. Mange av spørsmålsstillerne er henvist fra andre instanser og fra kabelselskapene. Ut over henvendelsene om abonnentvalg og formidlingsplikt har det vært mange forbrukerrelaterte spørsmål som har ligget delvis utenfor vårt ansvarsområde.

Formidlingsplikt

Kabelnettene plikter å formidle fjernsynssendingene fra NRK 1 og NRK 2, TV2 og allment bakkesendt lokalfjernsyn. De sendingene plikten gjelder skal være lett tilgjengelige for alle abonnenter i nettet.

Medietilsynet har mottatt en lang rekke spørsmål om videresending i kabelnett i 2005. Enkelte av spørsmålene er knyttet til utvikling av distribusjonsteknologien, eksempelvis IP-TV gjennom bredbånd og lignende. Særlig har det vært reist spørsmål om slik distribusjon vil omfattes av reglene om abonnentvalg, formidlingsplikt og de øvrige reglene som gjelder som gjelder for kabelnett. Medietilsynet legger vekt på å følge utviklingen på dette feltet.

For øvrig har det vært en god del henvendelser om typiske forbrukerspørsmål som ligger utenfor Medietilsynets arbeidsområde.

Abonnentvalg i kabelnett

Kabelselskapene plikter å undersøke hvilke programkanaler flertallet av abonnentene ønsker formidlet i en felles programsammensetning. Regelverket setter ikke konkrete krav til hvordan abonnentvalget skal gjennomføres på eller til hyppigheten for slike valg.

Våren 2005 gjennomførte Canal Digital Kabel AS abonnentvalg i sine kabelnett, med sikte på å sette sammen et nytt grunnpakketilbud gjeldende fra 1. juli. Abonnentvalget vakte en god del oppmerksomhet både under og i etterkant av gjennomføringen. Dette medførte bl.a. en lang rekke klager og andre henvendelser til Medietilsynet fra abonnenter og aktører. Disse ble besvart individuelt, og Medietilsynet avholdt møter med nettoperatoren før tilsynet 30. juni leverte Medietilsynets vurdering av abonnentvalget til Canal Digital. Medietilsynet konkluderte med at det ikke kunne sies å foreligge brudd på bestemmelsene i kringkastingsregelverket, men fant grunn til å kommentere en del spørsmål knyttet til

forutsetningene for abonnentvalg. Hjemmelsgrunnlaget var imidlertid usikkert både med hensyn til håndhevingen av bestemmelsen og dens materielle innhold.

3.2.5 Videresending av kringkasting via privat omformer

Ordningen med videresending gjelder for områder der husstandene ikke kan motta kringkastingssendinger direkte med egen antenne. Manglende muligheter til å motta fjernsynssignaler i slike områder, såkalte ”skyggeområder”, skyldes oftest topografiske forhold. Ved utgangen av året er 75 konsesjoner til videresending av kringkasting via lokale omformere registrert hos Statens medieforvaltning. Dette er en økning på fire fra året før.

3.2.6 Tilsyn med regelverket om reklame og sponning

Medietilsynet er tilsynsmyndighet for reklame- og sponsereglene i kringkastingsloven og kringkastingforskriften. Enkelte av reglene håndheves av andre statlige myndigheter. Det gjelder Forbrukerombudet mht. reglene som gjelder reklame rettet mot barn, og for øvrig respektive tilsynsmyndigheter ved brudd på reklameforbudet for tobakk, legemidler m.m.

Reklamereglene setter blant annet krav til hvilke program som kan avbrytes med reklame, mengde reklame, forbud mot skjult reklame og salgsfremmende produktomtale m.m. Sponsereglene setter forbud mot sponning av visse programtyper, sponsorplakatens utforming, forbud mot omtale av sponsors produkter i programmet m.m. Brudd på reglene kan sanksjoneres med advarsel eller gebyrer.

Fjernsyn

Følgende saker er behandlet i løpet av 2005:

NRK

- Det er kontrollert enkelte sendinger, men det ble ikke varslet sanksjon mot NRK i 2005. Presentasjonen av boken ”Typisk norsk” i programmet ”Den store klassefesten” ble tatt opp med NRK.

TV2

- Programserien ”Klisterhjerne” ble kontrollert, og det ble funnet forhold i strid med bestemmelsen om at reklame skal holdes atskilt fra programvirksomheten. Det ble tildelt sanksjon i form av advarsel. Vedtaket ble ikke påklaget.
- Programmet ”Absolutt underholdning” ble vurdert etter det nye forbudet mot skjult reklame i lovens § 3-3 da programlederen hadde en avtale om bruk av bestemte produkter. Medietilsynet konkluderte med at det ikke var brudd på regelverket.
- En reklamekampanje mot terrorisme satt inn av ESAG (European Security Advocacy Group) ble kontrollert i forhold til forbudet mot politisk reklame uten at det ble konstatert brudd på regelverket.
- Tilsynet avgjorde en søknad om å ha reklameavbrudd i ”Tour de France”. TV 2 ønsket reklameavbrudd i sendingene etter bestemmelsen i forskriftens § 3-7 fjerde ledd uavhengig av programmets lengde. Dette ble avslått, og TV 2 påklaget vedtaket.
- I programmet ”Idol-ekstra” ble det konstatert overtredelse av kringkastingslovens forbud mot kjøpsoppmuntring i sponsede program. Det ble ilagt et gebyr på 100 000. Vedtaket er påklaget.

TVNorge

- En mindre overskridelse av volumreglene for reklame ble konstatert. Saken ble avsluttet uten at sanksjon ble gitt.
- Det ble varslet sanksjon på grunn av manglende identifisering av sponsor i ”Heia Tufte”. Saken avsluttes i 2006.

Lokalfjernsyn

Systematisert tilsyn med lokalfjernsyn har ikke vært prioritert i 2005.

Radio

Systematisert tilsyn med radiosendinger har ikke vært prioritert i 2005. Ingen forhold ble tatt opp med de rikssendte radiokanalene, mens én lokalradio er kontrollert i forhold til forbudet mot å sende reklame på helligdager. Saken avsluttes i 2006.

3.2.7 Tilsyn med allmennkringkastingsforpliktelsene

Tilsynet med at allmennkringkastingskanalene (NRK, TV 2, P4 og Kanal 24) oppfyller sine programforpliktelser ble fra og med 2004 overført til Medietilsynet. Dette oppdraget ble tidligere ivaretatt av Allmennkringkastingsrådet. Tilsynsoppgaven fordrer at Medietilsynet utarbeider en årlig rapport til Kultur- og kirke departementet hvor det redegjøres for hvorvidt allmennkringkasterne oppfyller forpliktelsene de er pålagt i henhold til konsesjonsvilkår og vedtekter.

Overføringen av denne tilsynsoppgaven fra det frittstående Allmennkringkastingsrådet, uten sanksjonsmyndighet, og til forvaltningsorganet Medietilsynet, som har hjemmel til å ilegge sanksjoner, representerer et regimeskifte. Medietilsynets hovedmål med allmennkringkastingsrapporten for 2004 har således vært å gjøre allmennkringkasterne kjent med hvordan Medietilsynet vil innrette tilsynet med programforpliktelsene. Medietilsynet fant at en slik tilnærming til tilsynsoppgaven var nødvendig for å skape forutberegnelighet for allmennkringkasterne, tatt i betraktning programvilkårenes innretning og de sanksjonsmidlene som nå står til rådighet.

I tillegg til utarbeidelsen av rapporten, har Medietilsynet avholdt regelmessige møter med samtlige allmennkringkastere. Rapporten for 2004 ble oversendt Kultur- og kirke departementet i november 2005.

Det påpekes for ordens skyld at Medietilsynet også plikter å ha et kontinuerlig tilsyn med allmennkringkasterne gjennom hele året, slik at enkeltsaker vil bli tatt opp og behandlet uavhengig av den årlige evalueringen som gjøres i allmennkringkastingsrapporten. Det ble ikke fattet enkeltvedtak i noen saker på dette området i 2005.

3.2.8 Tilsyn med kringkasting – beskyttelse av mindreårige

Vannskilleprinsippet og forbud mot kringkasting av program.

Medietilsynet skal føre tilsyn med det såkalte ”vannskilleprinsippet”, dvs. at program som kan være til skade for mindreåriges fysiske, psykiske og moralske utvikling ikke må sendes før kl. 21:00. I tillegg skal Medietilsynet føre tilsyn med at norske tv-selskaper ikke sender program som i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske og moralske utvikling.

Bestemmelsene ble tilføyd i kringkastingsforskriften 21. september 2001 med ikrafttredelse 1. oktober 2001, som implementering av bestemmelsene i artikkel 22 i EUs fjernsynsdirektiv.

Kringkastingsloven § 4-5 om forbud mot videresending av fjernsynskanaler ble endret med virkning fra 17. juni 2005. Fjernsynskanaler som sender program som i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske og moralske utvikling kan forbys videresendt. Dette gjelder også fjernsynskanaler som bryter ”vannskilleprinsippet”.

En sak knyttet til vannskilleprinsippet førte til sanksjon i 2005. TVNorge fikk en advarsel for å ha sendt den spanske spillefilmen ”Torrente – Lovens dumme arm” kl. 09:25.

Ellers hadde Medietilsynet til behandling tre saker om beskyttelse av mindreårige seere mot skadelig innhold. Ingen av disse førte til sanksjoner. Dette gjaldt ”Hotel Cæsar” på TV2, et innslag på ”Mess TV” på TVNorge og en sak om videreformidling av filmkanalen ”Showtime” som en del av grunnpakken på Canal Digital's kringkastingsnett.

3.2.9 Europeisk programmateriale

Norge har i samsvar med det europeiske fjernsynsdirektivet lovfestet krav om at minst halvparten av fjernsynsselskapenes sendetid skal avsettes til europeiske verk. Andelen regnes av den del av sendingene som ikke består av nyheter, sport, underholdningsprogram med konkurransepregede innslag, reklame eller tekstfjernsyn. I tillegg til kravet om europeisk programandel, stilles det også krav om at minst 10 prosent av sendetiden skal avsettes til program produsert av uavhengige produksjonsselskap. Reglene er gitt for å fremme produksjonen av europeiske program. Lokalfjernsyn er unntatt fra disse reglene. Statistikk for europeisk programandel m.v. skal innrapporteres til Medietilsynet hvert år.

Vi har mottatt rapporter fra samtlige riksdekkende tv-selskaper for 2005. Samtlige fjernsynskanaler hadde tilfredsstillende andeler i 2005, med unntak av TV 2 Zebra som kun hadde en europeisk andel på 30 prosent.

Kanal	Europeisk programandel					Uavhengige produksjoner					Nye produksjoner				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
NRK 1	84	87	82	84	81	18	24	29	26	28	87	92	89	92	69
NRK 2	66	74	76	95	59	32	30	16	5	26	86	87	85	87	87
TV2	57	57	53	53	57	19	21	23	23	23	97	95	85	93	84
TV2 Xtra/Zebra	-	-	-	-	30	-	-	-	-	20	-	-	-		93
TVNorge	23	32	54	54	55	23	32	53	53	52	98	99	100	100	99

3.2.10 Klager på kringkastingslisensen

Etter forskrift om kringkasting § 8-2 er Medietilsynet klageinstans for NRK, Lisensavdelingens vedtak om kringkastingsavgift. Vedtakene er endelige. Medietilsynet overtok oppgaven med å behandle klager på kringkastingsavgiften fra Kultur- og kirkedepartementet 1. juni 2001.

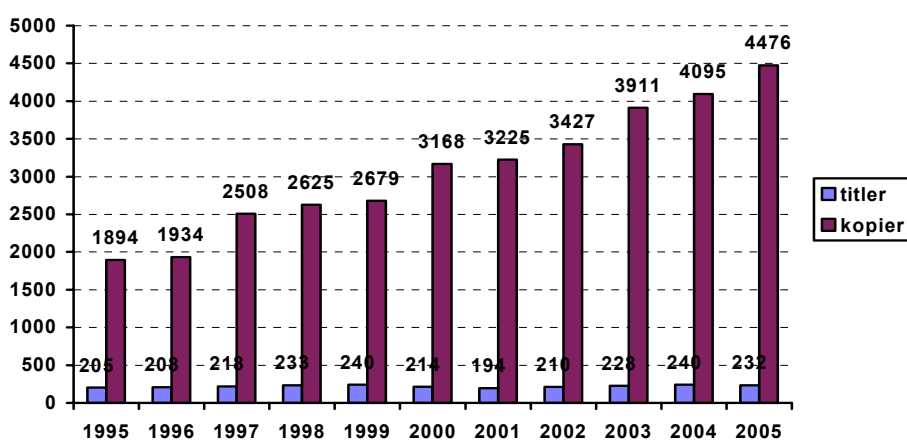
Det er i 2005 blitt behandlet ti klagesaker om frilisens og ni klagesaker om ulike andre forhold. I tillegg mottok Medietilsynet et betydelig antall telefonhenvendelser med forskjellige beklagelser over lisensordningen, NRKs kundebehandling og liknende.

3.3 Film- og videogramloven

3.3.1 Vurdering av film som skal vises i næring

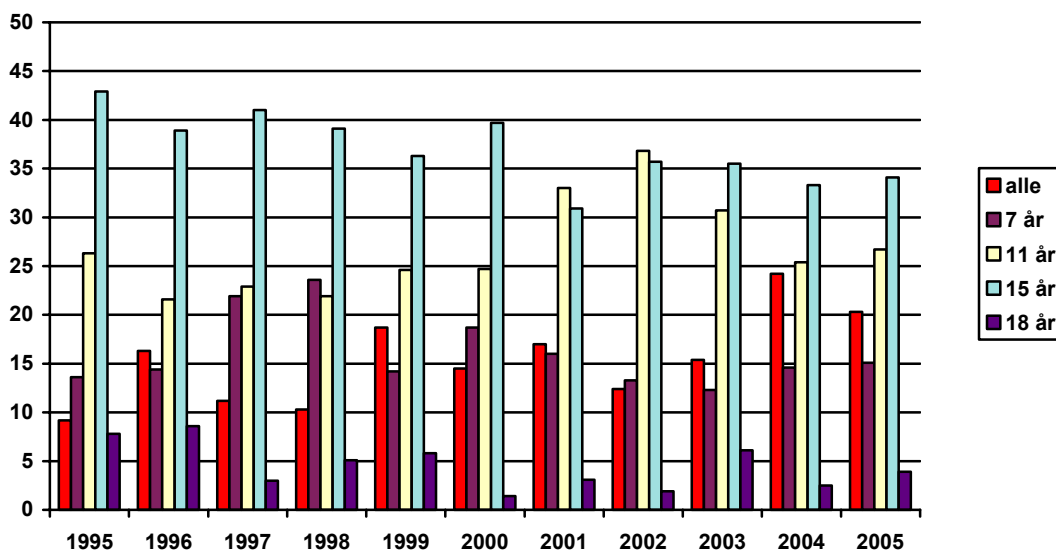
Visning i næring betyr i praksis vanlig kinovisning. I dag er det ca. 10 filmdistributører som leverer film til de norske kinoene. Før filmer kan distribueres i det norske markedet, blir de vurdert og registrert av Medietilsynet. I tidsrommet 1975-87 lå antall vurderte langfilmer per år mellom 260 og 300. Deretter kom en periode hvor antallet sank. Fra 1995 har det igjen vært en viss økning. I tiden før 1987 var det forholdsvis få kopier av samme tittel, i gjennomsnitt 1-2 kopier per tittel. Mens det ble færre filmtitler, øket antallet kopier. I 2005 lå gjennomsnittet på 19 kopier per tittel. Filmene Robotene, Madagaskar og Harry Potter kom i hele 110 kopier hver.

Figur 12 Vurderte filmer fordelt på titler og kopier. Antall



I 2005 ble det registrert 232 langfilmtitler, 14 kortfilmtitler og 253 trailere i Medietilsynet. Det ble totalt registrert 4476 kopier langfilm, 96 kopier kortfilm og 16 620 kopier trailere.

Figur 13 Andel filmer fordelt på aldersgrenser. I prosent



Figur 14 Langfilmer fordelt etter alder. Antall

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Alle	31	33	26	35	58	47
7 år	40	31	27	28	35	35
11 år	55	64	77	70	61	62
15 år	85	60	75	81	80	79
18 år	3	6	4	14	6	9

Fordelingen på aldersgrenser viser seg å være ganske stabil fra et år til et annet over en ganske lang periode. At fordelingen er så vidt stabil, er nok delvis en gjenspeiling av de store filmprodusentenes hensyntagen til kinopublikum og marked, men også av den norske repertoarpolitikken. Utslagene fra år til år vil for en stor grad være tilfeldige fluktuasjoner, avhengig av hva som produseres og hva de norske distributørene tar inn. I et større tidsperspektiv kan man konstatere at grensene for hva som tillates for hvert alderstrinn endres. Dette har sammenheng med samfunnsutviklingen og hva som synes å være akseptabelt til enhver tid, kombinert med forskningen om hva som kan anses skadelig for barn og unge mennesker.

3.3.2 Kun registrerte kinofilmer

På grunnlag av Stortingets endring av Grunnloven § 100 om ytringsfrihet på slutten av 2004 har Medietilsynet i 2005 praktisert en midlertidig ordning der det ikke kreves vurdering av kinofilm såfremt filmen distribueres og vises med 18-årsgrense. Filmene skal likevel registreres i Medietilsynet, og det utstedes merker der det går klart fram at filmen ikke er forhåndskontrollert og at den skal vises med en absolutt 18-årsgrense. Det tas ikke gebyr for dette. Følgende fire filmer ble kun registrert i 2005: Los Muertos, Dreamboy, Oldboy, Saw 2.

3.3.3 Vurdering av videogrammer som skal omsettes i næring.

Det er ikke påbud om forhåndskontroll av videogrammer. Distributør står ansvarlig for at innholdet ikke er i strid med straffelovens aktuelle bestemmelser, §§ 204 og 382. Videre skal distributøren merke videogrammet med anbefalt aldersgrense.

Medietilsynet kan pålegge en distributør å sende inn et videogram for vurdering før søknad om registrering behandles.

Figur 15 Statistikk over vurderte videogram i 2005

Antall pålegg i perioden:	27
Antall vurderte i perioden ⁹ :	46
Antall nektet registrert i perioden:	5
Antall vurdert OK i perioden:	36
Antall vurdert etter § 382 i perioden:	1
Antall vurdert etter § 204 i perioden:	4
Antall vurdert etter § 382 og §204 i perioden:	0
Antall aldersvurderte i perioden:	0

3.3.4 Klagesaker

I 2005 var det fem klagesaker som ble behandlet av Klagenemnda for film og videogram:

- **“The Legend of Zorro”** - vedtak av 25.10 2005: 15-årsgrensen ble opprettholdt etter klage fra distributøren. Dissens.
- **”Klodenes kamp”** - vedtak av 1. juli 2005: 15-årsgrensen ble opprettholdt etter klage fra distributøren. Enstemmig.
- **”Batman Begins”** - vedtak av 24. juni 2005: 15-årsgrensen ble opprettholdt etter klage fra distributøren. Dissens.
- **”I løvens tegn”** (vedtak som gjaldt omsetning av videogram etter straffelovens § 204 om pornografi) - vedtak av 13. juni 2005: Forbudsvedtaket opphevet. Enstemmig.
- **”Naboer”** - vedtak av 9. mars 2005: 18-årsgrensen ble opprettholdt etter klage fra distributøren. Dissens.

⁹ Inneholder pålegg fra 2005 samt tidligere år og frivillig innsendte.

4. Tilskudd

4.1 Pressestøtte

Medietilsynet administrerte følgende tilskuddsordninger på presseområdet i 2005:

- produksjonstilskudd til dagsaviser
- tilskudd til anvendt medieforskning og etterutdanning
- tilskudd til samiske aviser
- tilskudd til minoritetsspråklige publikasjoner
- tilskudd til visse publikasjoner
- tilskudd til informasjonsvirksomhet i politiske partier
- distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark

4.1.1 Produksjonstilskudd til dagsaviser

Produksjonstilskuddet til dagsaviser beregnes etter tilskuddsatser. Tilskuddsatsene fastsettes av Kultur- og kirke departementet det enkelte år etter forslag fra Medietilsynet. Rammen for produksjonstilskuddet utgjorde 244,3 millioner kroner i 2005, en nedgang på vel 2,7 millioner kroner fra 2004. De minste avisene fikk økt tilskuddet sitt ved fordelingen av produksjonstilskuddet for 2005. Økningen skjedde ved at det særskilte ekstratilskuddet til aviser med opplag under 4 000 eksemplarer ble økt fra 100 000 kroner i 2004 til 133 000 kroner i 2005. Aviser med en ukentlig utgave (ukeaviser) mottok etter dette 343 000 kroner i tilskudd i 2005, mot 310 000 kroner i 2004.

Fra 2004 la Posten om prissystemet for distribusjon av aviser. Omleggingen har medført økte portoutgifter for avisene. Medietilsynet har i den forbindelse deltatt i en arbeidsgruppe som skal vurdere hvilke økonomiske konsekvenser dette vil få for avisene og komme med forslag til kompensasjonsordninger, som nærmere beskrevet i årsmeldingens punkt 5.2

Etter regelverket for fordeling av produksjonstilskuddet mottar bydelsaviser i de største byene et fast støttebeløp på lik linje med nr. 1- og aleneaviser i tilskuddsordningen. Bydelsavisene er imidlertid i en særskilt konkurransesituasjon sammenliknet med nr. 1- og aleneaviser, bl.a. gjelder dette på annonsemarkedet. Som et ledd i en løpende vurdering av tilskuddsordningens innretning gjennomførte tilsynet i 2005 en vurdering om det var grunnlag for å endre kriteriene for tilskuddet til bydelsaviser. Rapporten konkluderte med at bydelsaviser har gjennomgående god økonomi og at det ikke er tilstrekkelige forhold som tilsier en endring av tilskuddet til disse avisene.

Innenfor pressestøtteområdet har virksomheten også vurdert hvordan avisenes e-avisopplag skal behandles i støttesammenheng, og sett nærmere på konkurranseutsatte nr. 1-avisers situasjon i lys av Sandnespostens søknad om å bli definert som nr. 2-avis i Stavanger-/Sandnesområdet. Kultur- og kirke departementet godkjente ikke avisenes e-avisopplag i grunnlaget for beregningen av produksjonstilskuddet for 2005. Sandnesposten ble godkjent som nr. 2-avis.

Ingen avis som mottok produksjonstilskudd ble lagt ned i 2005, men to støtteberettigede aviser (nr. 2-avis og ukeavis) gikk over til å bli gratisaviser i løpet av året. Landets aviser har fremdeles en sterk posisjon sammenliknet med andre medier, noe som bekreftes av at aviskonsumet per hushold er blant de høyeste i verden.

Samlet sett opplevde avisbransjen en opplagsnedgang også i 2005. De rikssprede meningsbærende avisene øker sitt opplag, men øvrige nr. 2-aviser har en nedgang. Økningen i opplaget gjelder også de minste avisene.

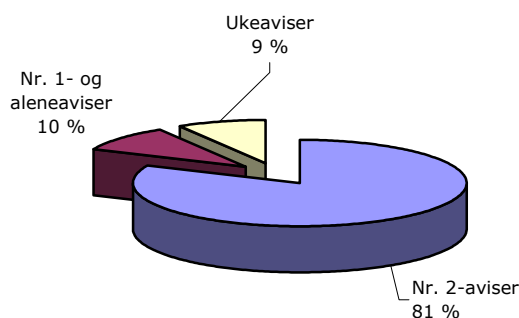
Fordelingen av produksjonstilskuddet

År	2001	2002	2003	2004	2005
Aviser	129	128	127	135	138
(Tilskudd i 1 000 kroner)	179 388	234 268	232 001	246 961	244 186

Produksjonstilskuddet fordelt seg slik etter avisgrupper:

Avistype	Totalt	Nr. 2-aviser	Nr. 1- og Ukeaviser aleneaviser
Støtte (i 1 000 kroner)	244 186	199 419	23 439
Antall	138	25	56

Prosentvis fordeling etter avisgrupper:



Ukeavisene Kragerøavisa, Karmøybladet Helg og Eikeravisa Egeren mottok produksjonstilskudd for første gang i 2005. I tillegg kom Helgelands Blad tilbake i støtteordningen i 2005.

4.1.2 Midler til anvendt medieforskning og etterutdanning

Etter innstilling fra Rådet for anvendt medieforskning, tildelte Medietilsynet om lag 2,4 millioner kroner til anvendt medieforskning i 2005.

Etter innstilling fra Rådet for anvendt medieforskning tildelte Medietilsynet midler til 19 prosjekter innenfor medieområdet, hvorav seks hovedfagstipender. Prosjekter som rettet seg mot barn og unges mediebruk ble prioritert ved tildelingen.

Følgende institusjoner mottok etterutdanningsmidler i kroner:

Institutt for Journalistikk	8 643 000
Kunnskapsbasen MediaNorge ved UiB	1 095 000
Norsk mediebarometer	610 000
Mediebedriftenes Landsforening	440 000
Landslaget for Lokalaviser	470 000
Totalt	11 258 000

Den Norske Mediefestivalen i Bergen mottok videre 400 000 kroner i driftsstøtte. I tillegg ble arrangementet *Radiodager* i regi av landets radioer tildelt 50 000 kroner i 2005.

4.1.3 Støtte til samiske aviser

De samiske avisene Sagat, Min Aigi og Saami Avissa Assu mottok til sammen 12,8 millioner kroner i driftsstøtte. Bladet Nourttanaste mottok et øremerket tilskudd på 250 000 kroner.

Ny forskrift for tilskudd til samiske aviser ble innført fra tilskuddsåret 2005, jf pkt 2.3. I den nye ordningen ble det åpnet for at opptil 1 % av bevilgningen kan benyttes til tilskudd til aviser som har lulesamiske sider. Det ytes et produksjonstilskudd som fordeles likt mellom Sagat, Min Aigi og Saami Avissa Assu. Produksjonstilskuddet utgjør 90 prosent av bevilgningen, etter at de øremerkede tilskuddene til Nourttanaste og lulesamiske sider er avsatt. 10 prosent går til variabelt tilskudd og tildeles i forhold til antall utgivelser multiplisert med antall produserte sider samisk tekst.

4.1.4 Støtte til særskilte publikasjoner

Bevilgningen dekker tilskudd til minoritetsspråklige publikasjoner, tilskudd til informasjonsvirksomhet i politiske partier og tilskudd til enkeltpublikasjoner.

Minoritetsspråklige publikasjoner

Syv minoritetsspråklige publikasjoner fikk til sammen 1,2 millioner kroner i tilskudd for 2005. Språkene urdu, bosnisk og kinesisk er representert i ordningen.

Informasjonsvirksomhet i politiske partier

Bevilgningen til informasjonsvirksomhet i politiske partier utgjorde 10,5 millioner kroner i 2005. Bevilgningen fordeles i form av informasjonsstøtte til de politiske partiene som er representert på Stortinget og distribusjonsstøtte til stortingspartienes publikasjoner.

Partiene på Stortinget mottok 8,4 millioner kroner til informasjonsvirksomhet. Tilskuddet ble beregnet ut fra antall stemmer ved siste stortingsvalg.

Partienes spesialpublikasjoner ble tildelt 2,1 millioner kroner i distribusjonsstøtte. Tilskuddet ble utbetalt med en fast sats per abonnementseksemplar for distribusjon gjennom Posten.

Enkeltpublikasjoner

Følgende enkeltpublikasjoner mottok støtte etter særskilt vedtak i Stortinget:

Morgenbladet	kr 2 100 000
Ny Tid	kr 1 800 000
Friheten	kr 600 000
Norge I DAG	kr 1 038 794
Magazinet	kr 1 013 033
Korsets Seier	kr 857 497
Ruijan Kaiku	kr 600 000
Le Monde	kr 100 000
Ukeavisen Ledelse	kr 100 000
Totalt	<u>kr 8 209 324</u>

4.1.5 Distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark

Ni aviser i Finnmark fikk et særskilt distribusjonstilskudd. Tilskuddet blir beregnet ut fra en dokumentert distribusjon gjennom Posten. Til sammen 1 560 000 kroner ble fordelt i distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark i 2005.

4.2 Tilskuddsordningen for lokalkringkasting

Medietilsynet forvalter tilskuddsordningen for lokalkringkasting. Formålet med ordningen er å stimulere til et kvalitetsorientert og økonomisk livskraftig lokalkringkastingsmiljø som når et stort publikum ved å bidra til å støtte programproduksjon, kompetansehevende tiltak og utviklingsprosjekter. Ordningen er regulert gjennom forskrift for tilskudd til lokalkringkastingsformål, fastsatt av Kultur- og kirke departementet 7. september 2001.

Fagutvalget for tilskudd til lokalkringkasting er et rådgivende organ som gir sine innstillinger til Medietilsynet. På bakgrunn av fagutvalgets innstillinger fatter Medietilsynet vedtak om tilskudd. I 2005 hadde fagutvalget fire møter.

Tildelinger 2005

Tilskuddsmidlene ble utlyst to ganger: Hovedutlysingen for tilskuddsåret 2005 var høsten 2004 med søknadsfrist 1. september 2004. En ekstra søknadsomgang kun for kompetansehevende tiltak ble utlyst våren 2005 med søknadsfrist 2. mai 2005.

Totalt kom det inn 329 søknader med total søknadssum kr 27 412 035. Fordelingen var 233 søknader fra lokalradiobransjen med totalt søknadsbeløp kr 12 077 859 og 96 søknader fra tv-bransjen med totalt søknadsbeløp kr 15 334 176. Det var i alt 64 søkere fra lokalradiobransjen og 32 søkere fra lokal-tv-bransjen (totalt for begge søknadsomganger).

Tilskuddsmidlene ble fordelt på denne måten:

Gjennom tilskuddsordningen ble lokalkringkastingsbransjen i 2005 tildelt kr 13 500 000. Kr 1 825 000 ble tildelt Norsk Lokalradioforbund (NLR) og kr 1 850 000 ble tildelt Norsk Forbund for Lokal-tv (NFL) i driftsstøtte.

Radio

Programproduksjon	1 306 515
Kompetansehevende tiltak	1 137 778
Utviklingsprosjekter	386 487
Driftsstøtte til etnisk-språklige minoritetsradioer	1 087 737
SUM RADIO	3 918 527

Fjernsyn

Programproduksjon	4 592 782
Kompetansehevende tiltak	515 001
Utviklingsprosjekter	451 000
SUM TV	5 558 783

(alle beløp i kroner)

Ett vedtak ble påklaget. Vedtaket ble omgjort etter klagebehandling av fagutvalget og Medietilsynet.

Fagutvalgsprisen

For å gi en ekstra stimulans til bransjen om å produsere gode program som når ut til et stort publikum, gir Fagutvalget for tilskudd til lokalkringkasting Fagutvalgsprisen til beste program. Premien gis som stipend til et kompetansehevende tiltak. Fagutvalgsprisen for 2004 ble utdelt på bransjenes årsmøter i 2005. Det ble totalt tildelt kr 30 000 til radio og kr 90 000 til TV til Fagutvalgsprisen 2004. Følgende lokalradiostasjoner fikk pris: Radio Alta vant førstepris og Nea Radio (Selbu) andrepris for beste program. Det Følgende lokal-tv-stasjoner fikk pris: TVNordland vant førstepris, TVVest andrepris og TVØstfold tredjepris for beste program.

4.3 Tilskuddsordningen for tiltak mot vold i bildemediene

Kultur- og kirkedepartementet ga i 1998 Medietilsynet ansvaret for forvaltningen av tilskudd for tiltak mot vold i bildemediene på to millioner kroner årlig. Retningslinjer ble fastsatt 23. september 1998 av departementet, sist revidert 9. juni 2002. For den interne forvaltning følges Interne retningslinjer fastsatt 17. november 1998 av Medietilsynet og de generelle regler i offentlighetsloven og forvaltningsloven, i tillegg til økonomireglementet for staten. Ordningens overordnede mål er å bidra til å redusere de mulige negative konsekvenser voldsskildringer i bildemediene kan ha både for enkeltindivid og samfunn.

Tilskudd blir gitt til:

1. Tiltak som kan gi barn og unge et bedre grunnlag for en mer kritisk og bevisst mediebruk
2. Tiltak som kan bidra til å redusere omfang og bruk av voldsskildringer i bildemediene
3. Forskning som kan øke innsikten i barn og unges bruk og opplevelse av voldsskildringer i bildemediene samt voldsskildringenes rolle og betydning i det norske samfunn.

Satsingsområde 2005

Kultur- og kirkedepartementet fastsatte følgende prioriterte område for bruken av to millioner kroner tilskuddsmidler i 2005, etter forslag fra Medietilsynet: ”Bevisstgjørende tiltak der barn og unge deltar aktivt”. Søknadsfrist var 6. oktober 2005.

Satsingsområdet tilsvarer det man hadde i 2000. Med dette ønsket Medietilsynet igjen å styrke bevisstgjørende tiltak der barn og unge er direkte involvert i praktiske og teoretiske prosjekter om levende bilder. Det kunne f.eks. være medieverksteder, animasjonsverksteder, skoleprosjekter, barnefilmfestivaler, mv. På denne måten kunne midlene komme barn og unge direkte til gode. Kunnskap om filmspråk og hvordan audiovisuelt innhold produseres, distribueres og konsumeres vil være med å legge grunnlag for en bevisst og kritisk mediebruk og -forståelse blant barn og unge.

Måloppnåelse

Tilskuddsordningen bygger på en antakelse om at voldsskildringer i bildemediene kan få negative konsekvenser for det enkelte menneske og for samfunnet som helhet. Det er altså konsekvensene man ønsker å gjøre noe med. For å bidra til dette har myndighetene satt inn tiltak på tre områder: bevisstgjørende tiltak overfor barn og unge, bransjerettede tiltak for å minske voldsskildringene og forskning på emnet. Hvorvidt de tildelte midler på de ulike prosjekter bidrar til dette overordnede målet, er forståelig nok vanskelig å måle.

Ut fra de rapporter Medietilsynet har mottatt gjennom 2005, må tilsynet kunne konkludere med at tilskuddene stort sett har ført til økt bevissthet hos de barn og unge som har deltatt i prosjekter eller vært målgruppe for opplysningsmaterialet som er produsert og tatt i bruk. Når

det gjelder å minske voldsskildringene i bildemediene, kan man vanskelig se at midlene har hatt noen synlig eller målbar effekt.

Tildelinger, klager og regnskap

I løpet av 2005 kom det inn 17 søknader. Til sammen ble det søkt om 4,3 millioner kroner. Seks søkere fikk avslag. Ingen vedtak ble påklaget i 2005.

I 2005 fikk følgende elleve søkere tildelt støtte til nye prosjekter (beløp i kroner):

- TVFollo, Barns kortfilm på TV Follo, 47 000
- Sintef IKT, Mobil bildekommunikasjon, 250 000
- GameIndex, gameXplore, spillopplysning, 250 000
- Redd Barna, Informasjonshefte, 240 000
- Per Terje Naalsund, Å se film, 180 000
- E6 Østfold medieverksted, Mobilt flash- og 3D-verksted, 110 000
- Ole Wig videregående skole, Medieverksted for ungdom, 65 000
- Høgskolen på Lillehammer, Amandusfestivalen (seminar), 15 000
- Moving Image, PHU: Personlige Historier fra Ungdom, 100 000
- Norsk filmklubbforbund, Fredsanimasjonsverksteder, 100 000
- The Chimney Pot (Frogner kino), Barn møter film, 100 000

I tillegg ble det utbetalt restmidler på ett prosjekt.

Totalt ble det utbetalt kr 1 507 000 fra post 78 til ulike tiltak. Hele denne summen ble tildelt nye prosjekter i 2005. Dette betyr at det sto igjen kr 493 000.

5. Høringsuttalelser og samfunnskontakt

5.1 Høringsuttalelser

Medietilsynet avgav høringsuttalelse til Kultur- og kirkedepartementets høring om forslag om å redusere den nasjonale grensen for eierskap innen dagspresse, radio og fjernsyn fra 40 prosent til 1/3.

Tilsynet har også avgitt høringsuttalelse til departementets forslag om forskrift om medieregioner. Forskrift om medieregioner trådte i kraft 1. juli 2005.

Medietilsynet har også avgitt høringsuttalelse om Kultur- og kirkedepartementets høring om forslag til endringer i Film- og videogramloven på bakgrunn av endringen av Grunnloven § 100.

5.2 Rapporter og utredninger

Tilsynet driver også aktiv kunnskapsbygging for å kunne holde tritt med mediefeltet, og utarbeider interne utredninger med denne hensikten. Tilsynet ønsker også å gjøre dette arbeidet mest mulig tilgjengelige ved å legge dem ut på tilsynets nettsted. På grunn av sammenslåingsprosessen har det vært naturlig å vie noe færre ressurser til dette i 2005.

Group of Media Specialists on Media Diversity

Tilsynet var involvert i Europarådets prosjekt om mediemangfold i Europa – Group of Media Specialists on Media Diversity (MC-S-MD). Ansatte ved tilsynet var koordinator for den norske delen av prosjektet og sørget for datainnhenting og kvantitativ analyse av mediemateriale som inngikk i rapporten ”The Assessment of Content Diversity in Newspapers and Television in the Context of increasing Trends toward Concentration of Media Ownership”.

Undersøkelse om filmforståelsen blant unge i dag

Denne rapporten tar for seg filmforståelse blant unge i dag; hvordan er de opptatt av film, hvordan forstår de ulike typer film og hvor stor kjennskap har de til de ulike sjangere? Rapporten ”Inn i en annen verden - Barn og unges filmforståelse” er skrevet av tidligere filmsakkyndig Cecilie Kløvstad, sammen med Jørund Høie Skaug. Gjennom arbeidet som filmsakkyndig i tidligere Statens filmtilsyn – nå Medietilsynet - har de erfart at aldersgrensesetting er et komplisert felt der mange momenter må tas med i vurderingen. I filmsakkyndigkollegiet har man mange faglige interessante diskusjoner og et stadig tilbakevendende spørsmål er barn og unges reelle filmkompetanse; hva slags kunnskaper de har om filmsjangere, konvensjoner og virkemidler? Forskerne har møtt og intervjuet en rekke unge i alderen 10-16 år, og de hadde en underliggende tanke om at man ville møte mange som så mye film og som hadde opparbeidet seg en høy grad av mediekompetanse. Det stemmer at de fleste ser mye film, men kun delvis at de har mye kunnskap om det de ser. De møtte også en god del unge som var relativt sjangerforvirret eller som synes det er vanskelig å forholde seg til visse typer filmer.

Utredning av nye rammevilkår for lokalradio

Medietilsynet ledet en arbeidsgruppe som ble oppnevnt av Kultur- og kirkedepartementet for å utrede behovet for endringer i rammevilkårene for lokalradio. I arbeidsgruppen satt representanter fra Norsk Lokalradioforbund, Post- og teletilsynet og Medietilsynet. Kjernen i mandatet var å vurdere prinsippene for inndelingen av konsesjonsområder, men også andre

vilkår som henger sammen med områdevurderingene. Rapporten fra arbeidsgruppen ble fremlagt i april 2005.

Medietilsynet ivaretok sekretariatsfunksjonen for arbeidsgruppen.

Digitalradiatorapporten

Kultur- og kirkedepartementet ba i 2004 daværende Statens medieforvaltning om å nedsette en arbeidsgruppe for å utrede digital radio (DAB). Arbeidsgruppen ble satt sammen av representanter fra Medietilsynet, NRK, de kommersielle radiokanalene, Norsk Lokalradioforbund, Norkring og Elektronikkbransjen (tidligere EE-bransjen). Medietilsynet ledet arbeidsgruppen samt ivaretok sekretariatsfunksjonen.

Formålet med arbeidsgruppens utredning var å identifisere tiltak som kan legge til rette for overgangen fra analog til digital radio. I tillegg skulle arbeidsgruppen i følge mandatet gi en oversikt over nåværende DAB-situasjon nasjonalt så vel som internasjonalt, vurdere rammevilkår, identifisere forhold som kan være hindrende for digitaliseringen av radio, komme med forslag til tiltak for å fremme utviklingen, samt modellforslag til fordeling av frekvenskapasitet. Rapporten, *Digitalradio i Norge*, ble overlevert Kultur- og kirkedepartementet i desember 2005.

Arbeidsgruppen uttaler i rapporten at radiomediet må digitaliseres for å opprettholde sin posisjon i konkurransen med andre medier, gi gode betingelser for allmennkringkasting og et økt innholdstilbud til befolkningen. Videre konkluderes det med at DAB er den mest fleksible og økonomiske hovedplattformen for digitalradio i Norge, og at de analoge FM-signalene bør slukkes innen 2014. Rapporten omhandler også forslag vedrørende modell for organisering av multipleksoperatørfunksjonen, betraktninger rundt utbyggingen av DAB for lokalradio samt forholdet mellom frekvens- og konsesjonsmyndighet.

Portoutredningen

Medietilsynet har i 2005 deltatt i en arbeidsgruppe bestående av representanter fra avisorganisasjonene (MBL og LLA) som skal vurdere hvilke økonomiske konsekvenser Postens økte portopriser har for avisene, samt komme med forslag til eventuelle kompensasjonsordninger overfor avisene i forbindelse med revidert nasjonalbudsjett 2006. Gruppen avgir sin rapport innen utgangen av februar 2006.

Utkast til endring av forskrift om abonnentvalg i kabelnett

I forbindelse med Stortingets behandling av endringer i kringkastingsloven § 4-4 i år, ble det besluttet å utarbeide endring i kringkastingsforskriften om abonnentvalg i kabelnett. På oppdrag fra Kultur- og kirkedepartementet har Medietilsynet påbegynt arbeidet og forslaget vil ventelig bli levert departementet etter årsskiftet

Arbeid i forbindelse med endringer i kringkastingsloven

Kringkastingsloven ble endret på enkelte punkter sommer 2005, jf. Årsmeldingens punkt 5.2. I forbindelse med fremleggelsen av odelstingsproposisjon for Stortinget, bistod Medietilsynet Kultur- og kirkedepartementet med ulike vurderinger. Etter at lovendringen ble vedtatt, utarbeidet Medietilsynet et rundskriv om endringene som ble sendt ut til kringkastere og andre aktører høsten 2005.

Konvergensprosjektet

Arbeidet med sammenslåing av institusjonene har medført en høy arbeidsbelastning på deltagerne i prosjektet. Det er derfor blitt sterkt forsinket. Høsten 2004 ble prosjektet søkt reorganisert på en måte som står i forhold til de ressursene som var til rådighet. Det ble i 2005 blant annet delt opp i flere avgrensede delprosjekter.

5.3 Saker i media

Gjennom året 2005 ble en rekke saker på vårt myndighetsområde viet stor oppmerksomhet i media. Medietilsynet har stilt i en rekke debatter i radio og TV, i tillegg til intervjuer i dagspressen. Dette gjelder først og fremst aldersgrensevedtak på kinofilm, men også sensur og ytringsfrihet har vært dominerende i 2005.

Når det gjelder film, ble det mye oppmerksomhet rundt 18-årsgrensen på den norske filmen "Naboer". Vedtaket ble påklaget til Klagenemnda for film og videogram, som med dissens opprettholdt vedtaket. Den norske filmen "Tommys inferno" fikk først 15-årsgrense med dissens, ble påklaget av distributøren og da Barneombudet støttet en 11-årsgrense besluttet Medietilsynet og endre aldersgrensen til 11 år uten å sende saken til klagenemnda. Det ble også mye oppstyr rundt 11-årsgrensen på den fjerde filmen om Harry Potter, mye grunnet ledsagerregelen som innebærer at barn ned til 8 år kan se filmen i følge med foresatte. Oppmerksomheten i pressen og kinobransjens informasjon til publikum bidro sterkt til at dette prinsippet i filmloven ble bedre kjent blant publikum. Frigivelsen av den tidligere forbudte videoen "Cannibal Holocaust" skapte også store overskrifter og en del sterke reaksjoner. Medietilsynet produserte blant annet et faktaark om saken. Saken ble for øvrig tatt opp i Stortingets spørretime 1. februar 2006.

Av andre lovrelaterte saker kan nevnes spørsmålet om regler for såkalt baby-kino, der aldersgrensereglene i filmloven ikke har noen åpning for å la barn under 4 år være med på film i følge med voksne, når filmen har 7-årsgrense eller høyere. Kinoene rundt i landet har praktisert dette dels i strid med lovens bokstav. Medietilsynet tok dette opp under høringen av KKD's forslag til nye aldersgrenser på kino, og gikk inn for en gjennomgang for å finne en mer fleksibel løsning.

En annen problemstilling var utgivelse av en video med filming av tagging på Oslo sporveiers eiendom. Politiet mente Medietilsynet ikke skulle registrere denne filmen fordi den viste straffbare handlinger og var sånn sett bevis i en straffesak, men det fantes ikke hjemmel i filmloven for å nekte denne type innhold, og Medietilsynet avviste dette på prinsipielt grunnlag og filmen ble registrert. På slutten av året ble det også mye oppmerksomhet rundt Høyesteretts behandling av saken mot bladet Aktuell rapport og tolkningen av straffelovens § 204.

5.4 Internasjonale organer

På det internasjonale området var tilsynet med på arbeidet i EPRA, den europeiske organisasjonen for myndighetsorganer på kringkastingsområdet. Direktøren for eierskapsenheten deltok i et arbeid med mediemangfold under Europarådet, som resulterte i rapporten "Transnational Media Concentration in Europe".

5.5 Konferanser

Tilsynet har deltatt med to representanter på barnefilmfestivalen i Kristiansand, en på filmfestivalen i Haugesund, tre på den nordiske filmsensorkonferansen i Helsingfors og tre på den europeiske filmsensorkonferansen i London (og deltatt i planleggingen av denne). Tilsynet var også med i jury-arbeidet for Amanduskonkurransen og deltok med foredrag i

Lillehammer under festivalen. I tillegg holdes en rekke foredrag og innlegg utenfor institusjonen.

Tilsynet deltok også på konferansen De nordiske mediedagene i Bergen, på Die Medientage i München og IFRA-konferansen.

5.6 Medieregisteret og filmdatabasen

Medieregisteret er holdt oppdatert gjennom året. Medietilsynet drev gjennom året planleggingsarbeid med sikte på en videreutbygging av Medieregisteret, både med hensyn til økt funksjonalitet, bedre grensesnitt og en bedre teknisk stabilitet enn det tilsynet har erfart i 2005. Tilsynet mottok flere positive tilbakemeldinger på tjenesten, men har også mottatt henvendelser om forbedringer, både fra bransje og fra publikum.

Filmdatabasen er tilgjengelig for publikum og inneholder alle vurderte filmer for kinovisning fra 1970. I løpet av 2005 ble det arbeidet med å legge inn alle filmer helt fra 1913, og dette vil bli allment tilgjengelig fra mai 2006.

5.7 Skolebesøk

Som et bidrag til å øke barn og unges kunnskap om levende bilder tilbyr Medietilsynet klasser og grupper undervisning og informasjon innenfor områdene film, video og dataspill. Hovedtyngden av besøkende er elever i videregående skole. I 2005 hadde Medietilsynet besøk av 15 skoleklasser hvorav to ungdomsskoleklasser og en folkehøgskoleklasse, de øvrige videregående skole. I tillegg var International Summer School fra Universitet i Oslo på besøk.

5.8 Saftprosjektet

I november 2005 søkte Medietilsynet midler fra EUs Safer Internet Plus program til fortsettelse av norsk node. I likhet med tidligere EU støttede prosjekter SAFT, Awareu og Nono vil dette prosjektet, NONOplus, ha som formål å beskytte og bevisstgjøre barn og ungdom ved bruk av internett, mobil og lignende gjennom samarbeid med bransje, organisasjoner etc. Dersom det nye prosjektet får EU-støtte har Medietilsynet til hensikt å la arbeidet få en bred forankring blant tilsynets ansatte.

I 2005 ble SAFT-prosjektet for trygg bruk av Internett for barn og unge trappet opp både i Norge og Europa. NONO (Norsk node) er en videreføring av SAFT-prosjektet og støttes av EUs handlingsplan for sikrere bruk av Internett(Safer Internet Action Plan). I NONO er arbeidet utvidet til å spenne over en rekke elektroniske medier og teknologier som mobiltelefoni, elektroniske spill og direkte brukerkoblinger(peer-to-peer). SAFT utførte i 2005 en landsomfattende representativ undersøkelse av barn og unges mobilbruk i samarbeid med prosjektets partner MMI/Univero. Resultatene er interessante, og viser nødvendigheten av økt fokus på dette området.

Mer informasjon om SAFT-prosjektet finnes på nettstedet www.saftonline.no hvor man også finner prosjektets årsmelding.

6. Regnskap og andre nøkkeltall

Likestilling¹⁰

	Totalt		Lederstillinger		Øvrige stillinger	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Kjønnsfordeling - alle ansatte i pst.	50	50	28,5	71,5	54,5	45,5
Kjønnsfordeling - heltidsansatte i pst.	48,5	51,5	28,5	71,5	48,5	51,5
Kjønnsfordeling - deltidsansatte i pst.	67	33	0	0	67	33
Gjennomsnittslønn (i 1 000 kr)	325	392	502	535	305	345

Driftsregnskap for 2005

KAP 0334 FILM- OG MEDIEFORMÅL – UTGIFTER

Post	Regnskap	Bevilgning	Merutg.
011 Lønn og godtgjøringer	19 409 313		
012 Varer og tjenester	18 212 543		
Sum post 01 driftsutgifter	37 621 856	37 619 400	- 2 456

Driftsregnskapet for 2005 dekker også utgifter til flytte- og omorganiseringsprosessen, jf. forklaringen nedenfor om fusjonsmidler.

KAP 0334 FILM- OG MEDIEFORMÅL - FLYTTEKOSTNADER

Post	Regnskap	Bevilgning	Mindreutg.
22 Flyttekostnader	0	6 368 000	
Sum post 01 driftsutgifter	0	6 368 000	- 6 368 000

Utgifter i forbindelse med flytte- og omorganiseringsprosessen i 2005 ble dekket i sin helhet over posten for ordinære driftsutgifter, jf. egen ekstrabevilgning under post 01 på fire millioner kroner til dekning av merutgifter til sammenslåingsprosessen.

KAP 3334 FILM- OG MEDIEFORMÅL - INNTEKTER

Post	Regnskap	Budsjett
01 Ymse inntekter	477 326	
02 Inntekter ved oppdrag	1 396 349	
16 Refusjon av fødselspenger	156 249	
18 Refusjon av sykepenger	485 174	
70 Gebyrer	22 301 470	15 500 000

¹⁰ Tabell per 31.12.2005

Oppdragsinntekter gjelder midler fra EU til finansiering av egne prosjekter knyttet til trygg mediebruk (SAFT), jf. kap. 0334, post 21.

Gebyrer omfatter i hovedsak inntekter fra merking og registrering av videogram og kontroll av film og videogram. Merinntekten skyldes i hovedsak en kraftig økning i omsetningen av videogram de siste årene. I tillegg omfatter posten et mindre gebyr for overtredelse av lov om kringkasting.