

Medietilsyn

2005
2006
2007
2008
2009
2011
2012



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Innhold

	Forord	3
	Et tettpakket år med mange vedtak og saker i fleng	4
	Virksomhetsåret 2009	6
	Tilskudd til lokalkringkasting	8
	Radio dag & natt	10
	Allmennkringkasting – et privilegium med samfunnsoppdrag	12
	Tilsyn med kringkasting	14
	Konsesjon til alle digitale lokalfjernsynskanaler	14
	Tryggere mediehverdag for barn og unge	16
	Barn, unge og film	17
	Den gode filmopplevelsen for barn og unge	18
	Stikkprøvekontroll av dvd/blu-ray	20
	Digitalisering av kinoene i Norge	22
	Digitale fjernsynssendinger i hele Norge	24
	Felles europeisk mediedirektiv	26
	Talegjenkjenningsteknologi for hørselhemmete	27
	Fritt valg av fjernsynskanaler	28
	Medietilsynets oppgaver	30
	Plan- og utviklingsarbeid i 2008	31
	Medietilsynets økonomi 2008	32
	Et spennende sted å begynne– et utviklende sted å bli	34
	Helse, miljø, sikkerhet, likestilling og sykefravær	36
	Informasjonsbehovet voksende	37
	265 millioner kroner til 138 aviser i pressestøtte	38
	Medieeierskap i endring	40
	Medieeierskap – mot konsentrasjon eller fragmentering?	42
	Tabeller 2008	44

Forord



Foruten frie valg og rettsstatens prinsipper er vel ytringsfriheten det fornemste kjennetegnet ved et levende demokrati. Derfor må også avgrensningene av denne være gjennomtenkt, forståelig og akseptert av de fleste. Mediepolitikken må avklare dette grenselandet på mange områder. På noen områder synes dette greit, på andre er det svært vanskelig.

I disse vanskelige grenseområdene mellom frihet og beskyttelse, mellom marked og kultur, mellom konkurranse og ressurser, tas det stadig vanskelige politiske valg. Det er ikke Medietilsynets oppgave å ta disse. Men det er blant våre fornemste ambisjoner å bidra til at de kan bli tatt på et så sikkert grunnlag som mulig, og så handle i samsvar med dette. Hensikten er at det er bredden i tiltak som skal sikre ytringsfrihet, konkurranse og valg. Og her er Medietilsynet tillagt en rekke oppgaver og virkemidler.

Lufta er for alle, sa vi i min barndom. Og i medieverden blir det stadig riktigere. Den digitale utvikling skaper valgfrihet, interaktivitet og skreddersom i tid og rom der faste sendeskjemaer fra en til mange tidligere var enerådende. Det skaper enorme nye muligheter, men kan også stille nye utfordringer for tilsynsregimene.

Men det er ikke alt som er nytt. Eksempelvis har det vært konkurranse om begrensede ressurser som FM-frekvenser både riksdekkende og lokalt. Det betyr at noen har fått en mulighet som ikke er blitt alle til del. Både til å spre budskap og til å tjene penger. Da er det viktig at Medietilsynet kan påse at de som fikk holder hva de lover. Alt annet ville være urettferdig i forhold til konkurrenter og marked.

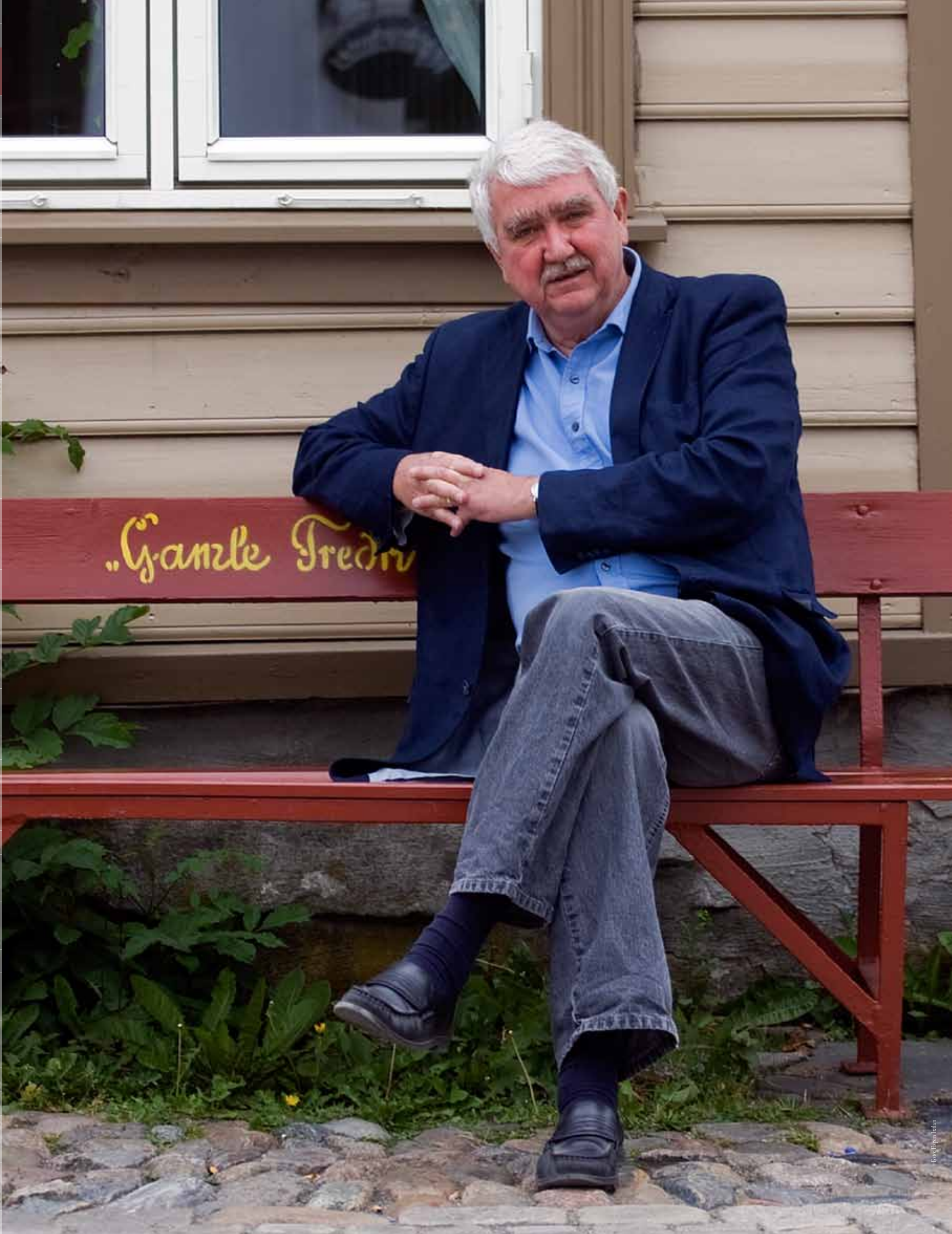
Jeg vet av erfaring at ikke alle kjenner Medietilsynets mangslungne oppgaver og ansvar, eller den innsats det yter på en rekke områder, fra beskyttelse av barn og unge til å fremme mangfold og ytringsmulighet. Det er mitt håp at denne årsmeldingen vil bidra til større forståelse for de viktige oppgavene samfunnet har satt oss til å ivareta.

Jeg håper også at den vil gi nyttig informasjon om medieutviklingen i Norge.

God lesning!

Tom Thoresen

02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48



– Fordelingen av lokalradiokonsesjoner var nok den største enkeltsaken vi var i befatning med i 2008. Saken var arbeidskrevende, både med tanke på sakskomplekset, men også på grunn av de mange innsynsbegjæringene og klagesakene som fulgte hakk i hel, oppsummerer direktør Tom Thoresen i Medietilsynet. Hver dag tar han fatt på den vanskelige, men ikke umulige oppgaven det er å finne en god balanse mellom mennesker, medier og makt.

Et tettpakket år med mange vedtak og saker i fleng

– Omgjøring av enkelte vedtak og reutlysning for enkelte konsesjonsområder må ikke få skygge for det faktum at de fleste tildelingene var i orden og på plass, sier Tom Thoresen. Det er av særlig betydning for de mange mindre aktørene, som ofte er et mediemessig og kulturelt knutepunkt i mange lokalsamfunn.

Rolleforståelse

– Medietilsynets rolle og oppgave i ulike saker kan være ukjent for mange. Vi må bli flinkere til å formidle vår plass i saksbehandlingen, mener Thoresen. Som Kultur- og kirkedepartementets spesialistinstans i mediespørsmål må vi alltid være beredt på at departementet som klageinstans for våre vedtak kan komme til andre konklusjoner enn oss. Et medietilsyn som ikke opplever debatt om sine vedtak, ville være et feigt og unnlattende tilsyn. Fundamentet for vår virksomhet er at politiske myndigheter har ansvaret for mediepolitikken, mens vi som tilsyn må tilby uavhengig, kompetent og saklig behandling innenfor regelverket, sier Thoresen.

Økt frihet

I 2008 ble det også sendt ut et høringsbrev om Medietilsynets rolle, blant annet om graden av frihet i forholdet til departementet. – Ulike innspill og internasjonale trender tilsier et friere tilsyn. Det er viktig å kunne føre tilsyn på en armlengdes avstand, synes jeg. Det ligger rett og slett en større og mer ansvarsfull oppgave i å føre tilsyn med et liberalt reguleringsregime.

Medieøkonomi

– Vurderingen av Medietilsynets tilsynsregime henger naturligvis også sammen med ulike økonomiske interesser, både i og rundt mediernes egen forretningsdrift, sier Thoresen. Vi skal på den ene siden arbeide for forutsigbare rammebetingelser for bransjen, men på den andre siden også ivareta hovedmålene på medieområdet om å sikre ytringsfrihet, rettsikkerhet og et levende demokrati.

Nye utfordringer

Medietilsynets rolle vil måtte endre seg over tid, med framveksten av nye medier og kanaler for formidling av både journalistikk og underholdning. – Vi vil spesielt måtte se på hva mer vi kan gjøre for barn og unge i et lett forvirrende mediemarked. Målet skal ikke være å skremme noen bort fra bruk av medier, men snarere å sette dem i stand til bruke dem på en trygg og positiv måte, bebuder Thoresen.

Veien videre

– Alle vitale funksjoner i Medietilsynets organisasjon er nå fullt bygd ut, en viktig milepæl for den videre planleggingen av virksomheten og trimming av organisasjonen. Gjennomgangen av organisasjonen i 2008 avdekket utfordringer for både medarbeidere og ledere. Selv om Medietilsynet har opplevd noe gjennomtrekk, oppleves det som om vi har fått en stabil og kollegialt orientert organisasjon, konkluderer direktør Tom Thoresen i Medietilsynet.

Virksomhetsåret 2008

Medietilsynets arbeid i 2008 ble preget av høy aktivitet innenfor samtlige ansvarsområder, og med stor spredning i saker og problemstillinger. Tilsynet la særlig ned store ressurser i behandlingen av søknader om konsesjoner til drift av lokalradio. I tillegg har tilsynet behandlet og gjennomført flere betydelig oppgaver på ulike områder:

- gjennomføring av informasjonskampanje om overgang til digitale fjernsynssendinger
- utredning om fritt valg av fjernsynskanaler
- arbeid i forbindelse med stortingsmeldingen om dataspill
- utarbeidelse av tiltaksplan for barn, unge og Internett
- prosjektledelse i forbindelse med utvikling av teknologi for økt teksting av fjernsynsprogram
- gjennomføring av AMT-direktivet på kringkastingsområdet

Medietilsynet ble i løpet av 2008 for første gang fullt ut bemannet siden sammenslåingen i 2005, noe som er viktig med hensyn til god oppgaveløsning og utvikling av tilsynet. I 2008 ble det videre gjennomført en evaluering av tilsynets organisasjonsmodell. Evalueringen ble gjennomført av selskapet Kaupangen AS. Selskapets rapport slår fast at det ikke er nødvendig med større organisasjonsendringer, men at det er behov for enkelte avklaringer og tilpasninger i modellen. Evalueringsrapporten blir fulgt opp med tiltak i 2009.

Medietilsynet vedtok sin første strategiske plan i 2008 for perioden 2008 til 2011. Strategiplanen danner grunnlag for virksomhetens operative planlegging, herunder behovet for en helhetlig risiko- og målstyring av virksomheten.



Årsrevy 2008

JANUAR:

389 SØKNADER TIL LOKALRADIOKONSESJON

Medietilsynet registrerte 389 søknader til lokalradiokonsesjon. Det var mulig å søke på tre typer innholdskonsesjoner: 24/7, allmennradio og nisjeradio. Flere søkte om mer enn én konsesjon.

FEBRUAR:

KLAGENEMNDAS VEDTAK I MEDIA NORGE-SAKEN

Klagenemnda for eierskap i media vedtok 26. februar 2008 at Media Norge kunne etableres dersom Schibsted ASA ville selge sin eierpost i Adresseavisen ASA på 34,3 prosent, og reduserte sin eierpost i Harstad Tidende Gruppen AS ned til 40 prosent.

MARS:

ENDRINGER I KRINGKASTINGSLOVEN PÅ HØRING

Kultur- og kirkedepartementet foreslo i et høringsnotat om kringkastingsloven at Medietilsynet skal få en mer uavhengig stilling på kringkastingsområdet. Andre forslag omhandlet forbud mot reklame på tekst-tv-sidene til NRK, og forhåndsgodkjenning av nye medietjenester i NRK.

APRIL:

TRYGG BRUK-RAPPORTEN ER KLAR!

Trygg bruk-rapporten 2008 ble lansert med fyldige undersøkelser som beskrev barn og unges bruk av digitale medier, og tilgangen til dem. Rapporten gav også et bilde av utviklingen på disse områdene sammenliknet med 2003 og 2006.

MAI:

ROS OG RIS TIL NRK, TV 2, P4 OG KANAL 24

Allmennkringkasterne har i bytte mot visse programforpliktelser fått eneretter til nasjonalt dekkende kringkasting. NRK, TV 2, P4 og Kanal 24 fikk både ros og ris i Medietilsynets allmennkringkastingsrapport for 2007.

JUNI:

LOKALRADIOKONSESJONSTILDELING

Medietilsynet offentliggjorde 248 konsesjoner til drift av lokalradiovirksomhet. På landsbasis fordeler konsesjonene seg på følgende måte: 24 innholdskonsesjoner til 24/7-radio, 102 innholdskonsesjoner til allmennradio, 122 innholdskonsesjoner til nisjeradio. Medietilsynet mottok 36 klager på tildelingen, og sju aktører fikk innvilget utsatt klagefrist.

JULI:

ANBUD PÅ DIGITALT FILMVISNINGSUTSTYR

Medietilsynet har ansvaret for å sette aldergrense på film som skal vises på kino. Som følge av digitaliseringen av norsk kinodrift ble det derfor invitert til anbudskonkurranse om installasjon av digitalt utstyr hos Medietilsynet.

AUGUST:

RADIO NORGE BIDRO IKKE NOK TIL MEDIEMANGFOLDET

Radio Norge tilfredsstilte ikke kravet til egenproduksjon i nyhetssendingene, og utgjorde derfor ikke noe selvstendig redaksjonelt alternativ som nyhetsleverandør, konkluderte Medietilsynet etter tilsyn med radio-kanalen. Det ble samtidig varslet om sanksjon for brudd på opplysningsplikten.

SEPTEMBER:

MEDIETILSYNETS KLAGEFORBEREDELSE FERDIG

Medietilsynet fullførte tilsynet sin klageforberedelse i spørsmålet om lokalradiokonsesjoner for perioden 2009-2015. Alle saker ble oversendt som innstillinger til Kultur- og kirkedepartementet.

OKTOBER:

ANBEFALTE IKKE REGULERING AV TV-DISTRIBUTØRER

Medietilsynet sluttet seg i utgangspunktet til synspunktet om at enkelt-abonnenter ikke skal behøve å betale for fjernsynskanaler de ikke ønsker, men kunne ikke anbefale en regulering av dette i en utredning til Kultur- og kirkedepartementet.

NOVEMBER:

PRESSESTØTTEN LIVSNØDVENDIG FOR NR. 2-AVISENE

Nr. 2-avisenes svake markedsposisjon gjør pressestøtten helt nødvendig for overlevelse selv i gode tider. Det framkom av Medietilsynets rapport "Økonomisk utvikling i dagspresse, nettaviser og kringkasting 2003-2007.

DESEMBER:

REUTLYSNING AV LOKALRADIOKONSESJONER

Medietilsynet og Post- og teletilsynet ble pålagt å kunngjøre ny utlysning av lokalradiokonsesjoner, midlertidige lokalradiokonsesjoner og lokalradiokonsesjoner på de frigjorte NRK Klassisk-frekvensene. Utlysningstekstene ble gitt etter instruks fra Kultur- og kirkedepartementet og Samferdselsdepartementet.

TV VEST-SAKEN AVGJORT I STRASBOURG

Den Europeiske Menneskerettsdomstolen avsa dom om at TV Vest ikke hadde brutt norsk lov ved å sende politisk reklame for Pensjonistpartiet ved kommunevalget i 2003.

Medietilsynet forvalter tilskuddordningen for lokalkringkasting. Formålet er å bidra til en positiv utvikling for de lokale radio- og TV-stasjonene og ivareta en mangfoldig lokalkringkasting. Ordningen inkluderer støtte til programproduksjon, kompetansehevende tiltak, utviklingsprosjekter og støtte til drift av lokalradioer rettet mot etniske og språklige minoriteter. I tillegg tildeles Fagutvalgets pris "Gullfuglen" som utmerkelse for årets beste programproduksjon.

Tilskudd til lokalkringkasting

Nils-Martin Kristensen fra GLR (Gouvdageainnu Lagasradio) i Kautokeino ble hedret med årets Gullfugl ved NLRs landskonferanse i Alta. Det var Camilla S. Skrivung, representant fra Medietilsynets Fagutvalget som utdelte prisen. For første gang går Gullfuglen til en etniskspråklig minoritetsradio.



Etter innstilling fra Medietilsynets rådgivende organ for tilskuddsordningen; Fagutvalget, ble det i 2008 tildelt 6,2 millioner kroner i støtte til programproduksjoner. Rapporteringen viser at støtte til programproduksjoner gir muligheten for lokale kringkastingsstasjoner til å realisere programmer og ideer som ellers ikke kunne blitt finansiert og realisert. De fleste radio- og TV-programmene har en tilfredsstillende eller god oppslutning blant publikum. Tilskudd på 2 millioner kroner til kompetansehevende tiltak og 150 000 kroner til utviklingsprosjekt bidro til å styrke stasjonenes faglige kvalitet og utvikle redaksjonene.

Støtte for minoriteter

Lokalradioer rettet til etniske og språklige minoriteter kan få driftsstøtten som bidrar til å opprettholde slike stasjoner. Kroner 900 000 ble fordelt på ti søkere i 2008. I samråd med Fagutvalget ble det utarbeidet nye nøkkelkriterier for fordeling av driftsmidlene til de etnisk-språklige minoritetsradioene. Ordningen ble gjort gjeldende fra og med 2009.

Bransjestøtte

Bransjen får direkte støtte gjennom driftstilskuddet til lokalkringkastingsorganisasjonene Norsk Lokalradioforbund og TV-grupperingen i Mediebedriftenes Landsforening. I 2008 ble det tildelt to millioner kroner til hver organisasjon.

Gullfuglen

Fagutvalgsprisen Gullfuglen for beste lokalkringkastingsprogram deles hvert år til de radio- og TV-program som utmerker seg blant tilskuddsmottakerne. I 2008 tildelte Fagutvalget lokalradioens Gullfugl til Guovdageainnu Lagasradio (GLR Radio) for hørespillet "Måjen i Huldrelandet" og lokal-TV's Gullfugl ble tildelt TV Telemark for et program i serien "Bak kulissene". Det er første gang en etniskspråklig minoritetsradio vinner denne prisen.

Rapportering for bruk av støtte

Alle søkere som mottar støtte pliktes samtidig å rapportere inn til Medietilsynet hvordan midlene er brukt. Dokumentasjonen skal vanligvis inneholde en kort prosjektrapport eller kursbeskrivelse, spesifisert regnskap (om tilskuddsbeløpet er over 100 000 kroner må regnskapet være revidert av registrert eller statsautorisert revisor), samt en kopi av det ferdige programmet om støtten har gått til programproduksjon.

T-skjorta med teksten "la radio tango leve" henger uplettet og i øyenfallende på kontorveggen til Lars Erik Krogsrud i Medietilsynet. Som prosjektleder for tildelingen av lokalradiokonsesjoner har han jobbet oppriktig til det beste både for lokalradioer og bransje. T-skjorta på veggen minner Lars Erik Krogsrud på at alle skal bli hørt, men også om nødvendigheten av å ta beslutninger, om de enn er aldri så upopulære.

Radio dag & natt

– Innstillingene fra Medietilsynet om fordelingen av lokalradiokonsesjoner er et resultat av mange menneskers arbeid, der detaljert informasjon fra den enkelte søker er veid opp mot hverandre, og ikke minst opp mot lover, regler og konsesjonsbestemmelser, sier Lars Erik Krogsrud.

Komplisert sak

– Konsesjonsordningen er ingen lett sak å forstå seg på, selv ikke for godt orienterte aktører. I Medietilsynet har vi dette som arbeidsoppgave, med de muligheter som finnes for både fordypning og overordnede betraktninger. Kompleksiteten i dette arbeidet kan være vanskelig å formidle, sier Krogsrud. Alle parter har vært på det rene med at en slik lokalradio-runde nødvendigvis ville medføre protester og innvendinger, nærmest uansett system og løsning. Men, det viser jo også at kriteriene og den åpne konkurransen fungerer.

Lokalbransjens behov

– Mandatet fra politikerne var å bedre rammebetingelsene for kommersiell drift, og sikre at stasjonene fikk lengre, og mindre brutte sendeflater. Det ville gi høyere attraksjon og bedre inntektsmuligheter for aktørene, noe som også var et uttalt ønske fra lokalradiobrandsen selv. Medietilsynets mål er derfor å arbeide for at lokalradioene skal kunne hevde seg i kampen om både lyttere og reklamekroner på en forutsigbar og langsiktig måte. I tillegg skal det være tilstrekkelig plass for de som ønsker å drive lokalradio på et ikke-kommersielt grunnlag.

Det framkom flere kritiske merknader til høringsbrevet som kom i forkant av konsesjonsutlysningen, blant annet likte få at det ikke ville bli tatt hensyn til eksisterende drift. Det ville imidlertid ikke finne frekvenser å konkurrere om, dersom alle med eksisterende konsesjon skulle ha fortrinn. – Det kunne vært et alternativet å la aktørene slåss seg i mellom, eller auksjonere bort frekvensene til den som betalte mest. Jeg tviler på at det ville vært ønskelig, sier Krogsrud.

Reutlysning

Tildelingsprosessen innebar muligheter for å klage beslutningene fra Medietilsynet inn for Kultur- og kirkedepartementet. Et omfattende arbeid med innsynsbegjæring, der søkere fikk anledning til å se konkurrentenes dokumenter, endte med 34 klager som ble forberedt for endelig avgjørelse i Kultur- og kirkedepartementet. I november 2008 valgte departementet å reutlyse noen av konsesjonsområdene, og introduserte samtidig flere muligheter til heldøgns lokalradiodrift gjennom frigjøring av en del såkalte NRK Klassisk-frekvensene.

– Jeg synes oppriktig synd på lokalradiobrandsen som har måttet leve med usikkerhet over lang tid, medgir Krogsrud, men betyr at de sakkyndige i Medietilsynet har gått på høygir over lang tid.

God konsesjonsordning

– Målet med konsesjonstildelingen er at mangfoldet i lokalradioen skal være et reelt alternativ til riksdekkende kommersiell radio, og at de som skal drive på ikke-kommersiell basis også skal få blomstre. Medietilsynet skal utføre sitt tilsyn med lokalradiovirksomheten ut fra de løftene konsesjonsvinnerne har gitt, dels gjennom offentlig tilgjengelige egenrapporter på Internett, men også gjennom stikkprøver og tips fra publikum, sier Lars Erik Krogsrud.



World is entertaining, celebrates history and love
Feedback across the chasm to relish on unborn life, celebrates history and love
They have come to reap new life the opposite way, their bodies are from
by adding real detail. **XXXV** They have come to reap new life the opposite way, their bodies are from
frustrates them of myth by adding real detail: leaves them a lush trace of booming fascination. **XXX**
and extends his wanderings to, the entire city, navigates the chaos of coming generations, leaves them
incarceration: not by idealism, but from human exhaustion – for his good effort at the mid-century, **III**
mother – he no longer could pass from alien to other. He had to acquire his childhood knowledge anew. **VI** though
from his office. He felt that hiding in Munich would not suffice to avoid the onslaught of
y. **II** Professor Erin

02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48



– Allmennkringkastingsbegrepet er vel etablert, men neppe å regne som allmennkunnskap, mistenker rådgiver Live Nerموen. Det viktigste kjennetegnet på en allmennkringkaster er at den har fått tildelt privilegium fra myndigheten i bytte mot å utføre viktige samfunnsoppgaver.

Allmennkringkasting

– et privilegium med samfunnsoppdrag

TV 2, Radio Norge og P4 har fått det privilegium å drive reklame-finansiert riksdekkende kringkasting, mens NRK mottar lisenspenger. I gjenytelse har kanalene tatt på seg en rekke programforpliktelser som er nedfelt i selskapenes vedtekter eller konsesjonsvilkår. Andre radio- og fjernsynskanaler har ikke slike forpliktelser.

Språk, identitet og kultur

– I praktiske ordelag er det allmennkringkasterne som skal sørge for et variert og riksdekkende radio- og fjernsynstilbud, forteller Live Nerموen. Programforpliktelsene omfatter blant annet nyhetsdekning og programmer for barn, og styrking av norsk språk, identitet og kultur gjennom programtilbudet. Flere av allmennkringkasterne har i sine konsesjonsøknader selv beskrevet hvordan de vil løse disse oppgavene. Og, det er her Medietilsynet kommer inn i bildet, sier Nerموen, med en anelse strengt blikk på en fylldig allmennkringkastingsrapport.

Medietilsynets rolle

Medietilsynet skal føre tilsyn med at konsesjonsforpliktelsene til allmennkringkasterne blir overholdt. Blant annet skjer dette i en årlig allmennkringkastingsrapport, der kanalenes virksomhet vurderes samlet gjennom et helt år. Rapporten kommer i tillegg til løpende tilsyn, der brudd på forpliktelsene følges opp med ulike former for sanksjoner.

– Konsesjonsforpliktelsene er langt på vei basert på kanalenes egne beskrivelser av programvirksomheten. Når det skal føres tilsyn med aktørenes overholdelse av disse kravene må Medietilsynet i visse tilfeller foreta skjønsmessige vurderinger og formålsbetraktninger, uten at dette strider mot det lovfestede prinsippet om redaksjonell frihet.

Mindre allmennkringkasting

TV 2s allmennkringkastingsforpliktelser utløper med lisensen for analogt riksdekkende TV 31. desember 2009. Fra da av vil det kun være NRK som står igjen med forpliktelser om allmennkringkasting av fjernsyn.

Norsk rikskringkasting AS (NRK) har med hjemmel i kringkastingsloven rett til å drive kringkasting. NRKs programforpliktelser er nedfelt i selskapets vedtekter, og det kan ikke reises tilsynssak overfor NRK. Stortingsmelding nr 30 (2006-2007) uttrykker et ønske om å bevare NRK som en sterk allmennkringkaster.

Lisenspenger forplikter

NRKs drift finansieres gjennom kringkastingsavgift. Det forplikter, blant annet med tanke på konkurrerende aktører som må finansiere sin virksomhet på annet vis. – Derfor må kravene som stilles til NRK være tydelige, og slik være en garanti mot ensretting i programtilbud og innhold som følge av skiftende økonomiske betingelser, sier Nerموen.

Positiv tilsynsmetodikk

– Medietilsynets tilsynsarbeid skal sikre at allmennkringkastingskonsesjonene som felles knapphetsgode blir benyttet på best mulig måte. Erfaringene er da også at allmennkringkasterne innretter seg. Den symbolske verdien av en advarsel tas på alvor av aktørene, som alltid gir tilsvar og argumenterer for sin sak, og noen ganger påklager vedtakene, sier rådgiver Live Nerموen.

Medietilsynet fører jevnlig tilsyn med kringkastingssendinger på de norske rikskanalene. Noe av dette tilsynet skjer også etter tips eller klager fra publikum.

Tilsyn med kringkasting

Beskyttelse av mindreårige

Medietilsynet skal føre kontroll med at norske tv-selskaper ikke sender programmer som kan være til skade for, eller som i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske og moralske utvikling. Medietilsynet mottok en rekke henvendelser fra tv-seere om programmer eller programinnslag som man mente var i strid med vannskilleprinsippet. Flere av sakene ble undergitt vurdering, men ingen av disse klagenene førte til sanksjoner.

Kontroll med spillreklame

På oppdrag fra departementet ble det gjennomført en større kontroll av enkelte utenlandske kanaler med hensyn til reklame for spill. Denne kontrollen ble utført i samarbeid med Lotteritilsynet. Enkelte typer kringkasting har på grunn av ressursituasjonen ikke vært prioritert i 2008. Det gjelder blant annet lokalradio og lokalfjernsyn.

Medietilsynet tildelte i mai 2008 konsesjon til samtlige søkere til digital lokalfjernsyn konsesjon, totalt 87 søkere. Tilsynet tildelte for øvrig en del kortidskonsesjoner for radiodrift og registrerte konsesjonsfri kringkasting for radio og fjernsyn.

Konsesjon til alle digitale lokalfjernsynskanaler

Konsesjon for kringkasting i det digitale bakkenettet omfatter lokal-TV, riksdekkende fjernsyn og riksdekkende radio. Lokalfjernsynskanaler som ønsker å sende i det digitale bakkenettet må søke konsesjon fra Medietilsynet jf. kringkastingsforskriften § 7-3.

Konsesjonene til drift av digitalt lokalfjernsyn gis etter denne bestemmelsen for en periode på ti år av gangen. Konsesjonsperiodene er flytende og knyttet til den enkelte konsesjonær. Dette innebærer at man kan søke Medietilsynet om konsesjon på et hvilket som helst tidspunkt, og at den enkelte konsesjon vil ha en varighet på ti år fra dato for tildeling. Søkere som blir innvilget konsesjon må, i tillegg inngå avtale med operatøren (for tiden RiksTV) om de kommersielle vilkårene for distribusjon.



Trygg bruk prosjektet var i 2008 inne sitt femte år i Norge. Fra å være fem medlemsland i 2003, kom i 2008 tallet opp i 27, og nettverket og ressursene ble stadig bredere og mer mangfoldige. ”Trygg bruk undersøkelsen 2008” var årets viktigste satsning, som ga prosjektet og nettverket nye tall og funn for barn og unges aktivitet og opplevelser i møte med digitale medier. 2008 markerte både slutten på et toårig prosjekt og begynnelsen på et nytt. I oktober ble det fjerde prosjektet i Norge innvilget midler fra EUs Safer Internet Plus Programme.

Tryggere mediehverdag for barn og unge

Trygg bruk-undersøkelsen

”Trygg bruk-undersøkelsen” var årets viktigste satsning, noe som ga prosjektet og nettverket nye tall og funn om barn og unges forhold til digitale medier. Nytt for denne tredje store undersøkelsen var at den inkluderte barn ned til åtte år, og opp til 18 år, hvor den tidligere kun omfattet barn fra ni til 16 år. De viktigste funnene omhandlet digital mobbing i mellom barn. Undersøkelsen danner grunnen for den videre satsingen for det nye Trygg bruk prosjektet fram til 2010.

Europeisk samarbeid

Markeringen av Trygg bruk-dagen den 12. februar foregikk i hele 56 land, og engasjerte både barn og voksne. Hovedtemaet kretset rundt grensen mellom personvern og yttringsfriheten. Europeisk samarbeid og erfaringsutveksling er viktig for mulighetene til harmonisering av regelverk og kompetanseutvikling. I 2008 var dataspill og nettmobbing to av de største temaene. I september fant EUs Safer Internet Forum sted i Luxemburg, hvor representanter fra hele verden deltok.

Merkeordning for dvd/blu-ray

PEGI er forkortelsen for Pan European Game Information, som er en merkeordning for dataspill med alders- og innholdsikoner. Norge og Medietilsynet Trygg bruk er representert i PEGI Advisory Board. Medietilsynet og Multimediaforeningen (NSM) samarbeidet i 2008 om en PEGI-brosjyre til de store elektronikkjedene. Her fikk forbrukere nyttig kunnskap om PEGI og råd om å benytte seg av informasjonen PEGI tilbyr.

Ansikt til ansikt

Trygg bruks foredrag og møter samlet rundt 4 500 tilhørere; fra barn, foreldre, lærere og barnehagepedagoger, til skoleledere, skoleeiere, forskjellige departementer, tilsyn og statsråder. I tillegg hadde Trygg bruk en egen godt besøkt stand på den store messen Electroworld på Lillestrøm i november. På tampen av 2008 ble Trygg bruks ungdomspanel etablert, med medlemmer på 14 til 15 år. Dette panelet skal bidra til at Medietilsynet Trygg bruk kommer nærmere de reelle opplevelsene og problemstillingene barn og unge står overfor.

Interdepartementalt samarbeid

Det interdepartementale samarbeidet med Tiltaksplanen for barn, unge og Internett gjorde i 2008 en kjempesatsing sammen med Trygg bruk om Familiens Trygg bruk pakke. Pakken er ment som et middel for å bidra til at foreldre deltar aktivt i 2. og 3. klassingers første møte med Internett.

Stortingsmelding om dataspill

Stortingsmeldingen om dataspill ble lagt fram 7. mars 2008, og er den første i sitt slag i verden. Medietilsynet Trygg bruk tok del i arbeidet med meldingen, som etablerer dataspill både som en kulturell aktivitet, og legger et grunnlag for videre utvikling og vekst i den norske spillbransjen. Medietilsynet Trygg bruk fikk mange positive tilbakemeldinger fra sitt europeiske nettverk.



Kinofilm har aldersgrenser, men mange foreldre kjenner også til at de kan ha med seg barn som er inntil tre år yngre enn den aldersgrensen som er opplyst. En undersøkelse fra Synovate MMI i 2007 på vegne av Medietilsynet bekreftet foreldres kjennskap og holdninger til dette prinsippet, som kalles for ledsagerprinsippet.

Barn, unge og film

Ulike presseopplag viser likevel at det hersker en viss forvirring om aldersgrenser på kino. Til Den Store Kinodagen 1. november ble det derfor sendt plakater, informasjonskort og en animert informasjonsfilm til 544 kinoer og visningsbygg. Budskapet var at "Kinofilm har aldersgrenser - men barns modenhet har ingen grenser". Kampanjen ble støttet av nedlastbart materiell og utfyllende informasjon på Medietilsynets nettsider, og fulgt opp med presse-materiell og artikler i flere medier.

Aldersmerking DVD

Medietilsynet samarbeidet i 2008 med Norsk Videogramforeningen om å bedre merkingen for dvd-er og blu-ray, slik at aldersgrensen skal komme tydeligere fram på forsiden av omslagene. Av hensyn til forbruker mente Medietilsynet det ville være hensiktsmessig at distributørene brukte noenlunde samme type aldersmerking, og i den forbindelse godkjente distributøren Warner at deres merkeordning fritt kunne brukes av alle som måtte ønske dette. Flere distributører tok i bruk bedre og mer synlig aldersmerking i løpet av 2008, og tilbakemeldingene fra forbrukere og butikkansatte på dette arbeidet har vært svært positive.

Barnepanel

Medietilsynets gjennomførte fire Barnepanel i løpet av 2008, en ordning som sikrer direkte dialog med barn om deres opplevelse av blant annet film på kino, dvd og blu-ray.

I tillegg til å se og bli intervjuet om filmer, blir barna invitert til å dele sine erfaringer om bl.a. spill, mobil og nettbuch samt kjennskap til merkeordningen for dataspill, PEGI. To panel ble arrangert for aldersgruppa syv til åtte år, og to for aldersgruppa elleve til tolv år. Et godt innarbeidet samarbeid med film-distributører gjorde det mulig å vise filmer som har fått aldersgrense for barnepanelene. Den yngste gruppa så filmene *Happily Never After* og *Nim's hemmelige oy*. Den eldste gruppa så filmene *Meet the Spartans* og *Uten Dekning*. Ved et par anledninger ble barna bedt om å tegne eller skrive en anmeldelse av filmen. Hovedtrekk fra samtale, intervjuene og refleksjoner knyttet til Barnepanelet ble, etter hvert besøk, sammenfattet i en intern rapport som benyttes i det videre arbeidet.



02
03
04
05 – I Medietilsynet er vi spesielt opptatt av at det å gå på kino skal være en god opplevelse for barn og unge, sier rådgiver
06 Barbro Hardersen. Vi ser stadig presseoppslag eller mottar henvendelser fra foreldre som viser at det er forvirring rundt
07 aldersgrensene på kino.
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48



Den gode filmopplevelsen for barn og unge

– Undersøkelser viser samtidig at mange kjenner til regelen om at foreldre kan ha med seg barn som er inntil tre år yngre enn aldersgrensen på kino. Likevel ønsker vi på en positiv måte å bidra til økt trygghet om aldersgrenser. Derfor satte vi i 2008 i gang en landsomfattende informasjonskampanje med budskapet *”Film har aldersgrenser – men barns modenhet har ingen grenser”*, forteller Barbro Hardersen.

Kampanjens hovedbudskap er å oppfordre til refleksjon over forholdet mellom et barns alder og dets modenhet. Barnet kan ha rett alder for en film, men er barnet modent nok til at filmopplevelsen blir god. – Dersom man som forelder er usikker kan man søke på www.medietilsynet.no hvor informasjon om filmer legges ut fortløpende.

Allsidig om den gode filmopplevelsen

– På Den Store Kinodagen 1. november rykket Medietilsynet ut med plakater, informasjonskort, animert informasjonsfilm til 544 kino- og visningsbygg. – De uformelle tilbakemeldingene fra kinoene var positive, og trolig har vi bidratt til flere gode filmopplevelser, mener Hardersen.

Babyer på kino – et tilbud til voksne eller barn?

I november leverte Medietilsynet en utredning og et forslag til en forskriftsbestemmelse på oppdrag fra Kultur- og kirkedepartementet. Babykino praktiseres i stor utstrekning av landets kinoer i dag, til tross for at det ikke finnes hjemmel for dette. Utredningen var et bidrag til nye forskriftsbestemmelser, slik at ordningen med ”babykino” kan fortsette på lovlig vis.

Spedbarn opplever sanseinntrykk

I utredningen legger Medietilsynet vekt på at en kinoopplevelse kan gi spedbarn mange inntrykk gjennom sansing. – Selv et lite barn oppfatter og skiller ulike lyder eller ansiktsuttrykk fra hverandre, og i 8-10 måneders alder kan de tolke emosjonelle og uttrykk og reagere tilpasningsmessig på disse, understreker Hardersen. Fordi det ikke er innholdet i seg selv spedbarn reagerer på, men det emosjonelle inntrykket, bør man derfor være svært forsiktig med å vise filmer med urovekkende lydbilde eller dramatiske uttrykk.

Retningslinjer for ”babykino”

Selv om Medietilsynet ser at ”babykino” kan være et positivt tiltak for voksne, understrekes tilsynets oppgaver å beskytte barn mot skadelige filminntrykk. Derfor pekes det på at ”babykino” er et tiltak for voksne, og at ordningen ivaretar den voksne og ikke spedbarnets behov. Medietilsynet anbefalte i sin utredning at det ble gitt retningslinjer ut fra et føre-var-prinsipp. – I tillegg foreslo vi at det skal finnes informasjon til foreldre om ”babykino” på kinoer, helsestasjoner og liknende. Medietilsynets utredning førte til en hørings sak og eventuelle endringer vil tre i kraft i 2009, avslutter Barbro Hardersen.



Det er ikke forhåndskontroll for film og videogram som skal omsettes i næring, det vil si salg av dvd og blu-ray. Distributørene påtar seg derfor ansvaret for at videogram som sendes inn for registrering ikke er i strid med straffeloven §§ 204 eller 382. Medietilsynet har imidlertid anledning til å ta stikkprøvekontroll av videogram før de registreres for omsetning eller etter at de er sendt ut på markedet.

Stikkprøvekontroll av dvd/blu-ray

I 2008 påla Medietilsynet totalt 102 filmer å bli innsendt til vurdering før registrering, tre filmer ble nektet registrert pga. tidligere forbud og et par hundre filmer ble anbefalt trukket.

De fleste av filmene som ble pålagt innsendt var innefor genren erotikk/porno. Av disse ble litt under halvparten (44 prosent) sendt inn av distributørene til vurdering. Av de totalt 45 filmene som ble vurdert av Medietilsynet i 2008, ble 21 filmer godkjent for omsetning i næring, 22 filmer ble funnet i strid med straffeloven § 204 (pornografi), mens to filmer ble vurdert til å være i strid med straffeloven § 382 (utilbørlig bruk av grov vold).

I 2008 ble ett videogram vurdert å være i strid med straffeloven § 204a, som gjelder framstillinger som seksualiserer barn. Denne filmen ble oversendt til politiet, og distributøren ble anmeldt. En tilsvarende sak fra 2007 vedrørende overtredelse av § 204a ble henlagt av politiet etter bevisets stilling. Medietilsynet klaget denne henleggelsen inn for Statsadvokaten høsten 2008.

År	2004	2005	2006	2007	2008
Antall pålegg	32	27	146	124	102
Antall vurdert	31	46	112	39	45
Antall nektet *	7	5	0	3	3
Antall godkjent	29	36	75	20	21
Antall forbud etter § 382	2	1	0	0	2
Antall forbud etter § 204		4	37	19	22

(* gjelder filmer som nektes registrert fordi de tidligere er vurdert som forbudt)

Som vi ser av tabellen viser tallene for de siste årene at antall vurderte filmer er lavere enn antall filmer som blir pålagt innsendt. Distributør har i henhold til § 7-8 i forskrift om film og videogram plikt til å sende inn et videogram til vurdering når Medietilsynet krever dette. Filmer som ikke blir sendt inn til vurdering etter pålegg, får ikke registreringsnummer og merke, og blir etter loven forbudt å omsette i næring.

Klagesak på forbudsvedtak på Ichi the Killer

I 2008 var det en klagesak knyttet til videogramvurdering. Dette gjaldt filmen Ichi the Killer laget av Takashi Miike i 2001. Filmen ble forbudt av Medietilsynet etter vurdering opp mot straffeloven § 382 som gjelder utilbørlig bruk av grove voldsskildringer i underholdningsøyemed. Distributøren, Voices Music & Entertainment AS, klaget på forbudsvedtaket og saken ble oversendt Klagenemnda for film og videogram i juni 2008.

Medietilsynets vedtak ble opprettholdt i Filmklagenemnda. Det var dissens på avgjørelsen. Flertallet i nemnda (3) fremhevet at voldsvolumet i filmen var overveldende. Spesielt scenene med seksualisert vold mot kvinner og nærgående skildringer av tortur ble vurdert som problematisk.



778
2633122

DVD
VIDEO

DVD
VIDEO

DVD
VIDEO

DVD
VIDEO

DVD
VIDEO

DVD
VIDEO

I over 100 år har filmdistributørene distribuert og kinoene vist 35 millimeterfilm. Nå står kinoene i Norge foran et teknologiskifte. I 2006 – 2008 ble det gjennomført prøveprosjekter med digitalisering av kinosaler. Selve utrulling av digitaliseringen av kinoene begynner for alvor i 2009, med planlagt ferdigstillelse i løpet av 2011. Norge blir dermed trolig det første land i verden som kan skilte med et nasjonalt tilbud av digital kinoframvisning.

Digitalisering av kinoene i Norge



MAAFRAAHAAUKAMASSST

Teknologiskiftet får store konsekvenser for bransjen. Filminnholdet blir distribuert via harddisker og nettverk, noe som gir tekniske muligheter for distribusjon av film i et annet omfang enn i dag. Flere filmer vil komme i ulike versjoner, for eksempel i både tradisjonell 2D-versjon og i 3D-versjon. I tillegg får kinoene muligheter til å vise annet innhold enn det som tradisjonelt har kunnet bli vist på kino. Med den nye digitale teknologien kan kinoene vise bl.a. konserter, opera, ballett og lokale produksjoner. På den måten vil publikum merke teknologiskiftet også gjennom et bredere programtilbud.

Digitalkino og endringer loven

Medietilsynet har planlagt og forberedt installering av egen digitalkino for å kunne utøve sine lovpålagte oppgaver også i et digitalisert kinomarked. Det ble gjennomført anbudskonkurranse for tilbydere av utstyr. Leverandør ble valgt og digitalkino ble installert i Medietilsynet og kom i drift fra mars 2009.

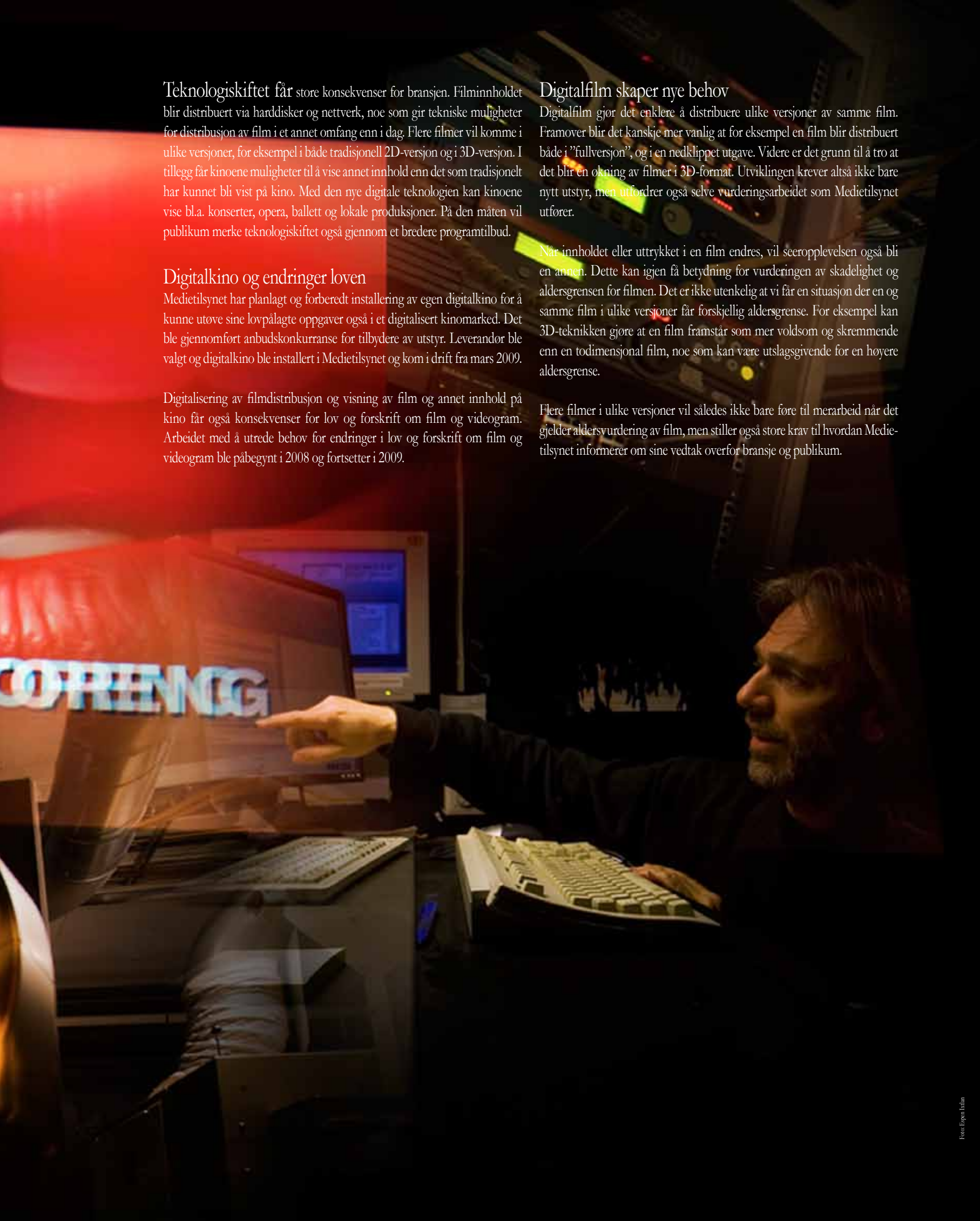
Digitalisering av filmdistribusjon og visning av film og annet innhold på kino får også konsekvenser for lov og forskrift om film og videogram. Arbeidet med å utrede behov for endringer i lov og forskrift om film og videogram ble påbegynt i 2008 og fortsetter i 2009.

Digitalfilm skaper nye behov

Digitalfilm gjør det enklere å distribuere ulike versjoner av samme film. Framover blir det kanskje mer vanlig for eksempel en film blir distribuert både i "fullversjon", og i en nedklippet utgave. Videre er det grunn til å tro at det blir en økning av filmer i 3D-format. Utviklingen krever altså ikke bare nytt utstyr, men utfordrer også selve vurderingsarbeidet som Medietilsynet utfører.

Når innholdet eller uttrykket i en film endres, vil seeropplevelsen også bli en annen. Dette kan igjen få betydning for vurderingen av skadelighet og aldersgrensen for filmen. Det er ikke utenkelig at vi får en situasjon der en og samme film i ulike versjoner får forskjellig aldersgrense. For eksempel kan 3D-teknikken gjøre at en film framstår som mer voldsom og skremmende enn en todimensjonal film, noe som kan være utslagsgivende for en høyere aldersgrense.

Flere filmer i ulike versjoner vil således ikke bare føre til merarbeid når det gjelder aldersvurdering av film, men stiller også store krav til hvordan Medietilsynet informerer om sine vedtak overfor bransje og publikum.



Medietilsynets informasjonsprosjekt ”Digitaltvinorge.no” ble etablert for å kunne tilby fjernsynsseere uavhengig og nøytral informasjon om overgangen til digital-TV. Den største oppgaven var knyttet til stengingen av de analoge signalene og faren for at enkelte seere skulle ende opp med svarte skjermer.

Digitale fjernsynssendinger i hele Norge

Rundt hver femte husstand benytter vanlig fjernsynsantenne, og det var disse som i første rekke ble berørt av digitaliseringen. Slukkingen av de analoge senderne og overgangen til digitale signaler ble gjort regionvis. Informasjonsprosjektet samarbeidet derfor fra første stund med kommuner, institusjoner og frivillighetssentraler i de enkelte områdene. I 2008 ble det for de aller fleste mulig å motta digitale fjernsynssendinger.

Nøytral informasjonskilde

Det store flertallet av publikum ble informert om overgangen av de private aktørene, som brukte store ressurser på å markedsføre nettopp sine produkter. Det er imidlertid et stort sprang mellom å være kjent med at det skjer noe, til å vite hva man må gjøre eller bør velge. Mye av overgangen til digital-TV var teknisk komplisert for den jevne seer, og det var i dette landskapet informasjonsvirksomheten til Digitaltvinorge.no ble viktig som en nøytral og uavhengig kilde til informasjon.

Mange virkemidler

Henvendelsene fra publikum og oppgavene endret karakter i takt med utviklingen av prosjektet og utrulling av det digitale bakkenettet. Hovedinnsatsen ble lagt på å hjelpe publikum til å velge riktig plattform og kanaler ut fra situasjon, ønsker og behov. Virkemidlene omfattet i tillegg til egne nettsider også brosjyremateriell, annonser, plakater, pressemeldinger, tilbud om informasjon, intervju, nettmøter og annet.

Nettsiden www.digitaltvinorge.no ble etablert som en pedagogisk og enkel ”bruksanvisning” for valg av god og riktig løsning. Nettsiden ble en viktig pilar i arbeidet, og fikk 750 000 unike besøkende i løpet av året!

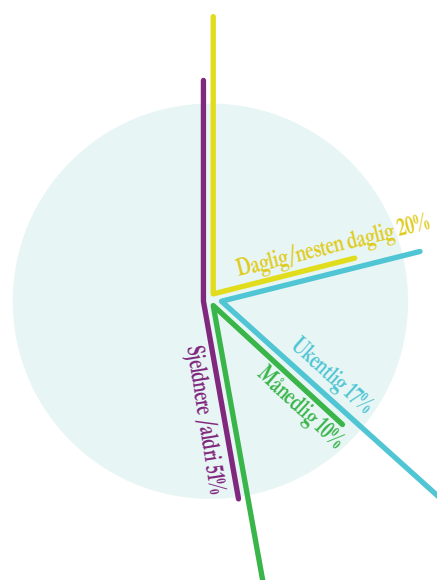
”Informasjonstelefonen” – 815 52 900 – var publikums mulighet til å orientere seg om digital-TV per telefon og til å snakke direkte med prosjektets veiledere. Direktekontakten med marked og seere ga en god pekepinn om aktuelle problemer og behov for informasjon og bistand.

En undersøkelse viser at fire av fem var tilfreds med informasjonen de fikk, og at over halvparten var generelt fornøyd med overgangen til digitale signaler. Undersøkelsen viste dessverre også at 20 prosent som hadde gått over til digitalt mottak på vanlig antenne hadde daglige signalproblemer, og i tillegg nesten like mange ukentlige.

Særlige tiltak

Informasjonsprosjektet iverksatte også egne kommunikasjonstiltak rettet spesielt til svake grupper, eldre og funksjonshemmede. I samarbeid med NAV Hjelpemiddelsentralen publiserte tilsynet i 2008 resultatet av en felles undersøkelse gjennom meldingen ”Vanskelig med digital-TV for eldre og funksjonshemmede”. Utgangspunktet var Stortingsmelding nr. 30 (06-07) ”Kringkasting i en digital fremtid”, hvor det understrekes at i den digitale kringkastingen må alle grupper av befolkningen inkluderes. Dessverre viser undersøkelsen at de politiske målene for svake grupper innenfor dette området ikke er nådd.

Problemer med kvaliteten på lyd eller bilde – digitalt bakkenett:



TEVE



02
03
04
05 Det europeiske direktivet for for audiovisuelle medietjenester, AMT-direktivet, ble vedtatt av EU i desember 2007.
06 Det angir felleseuropeiske kjøregler for et område som har vært gjennom betydelige teknologiske og markeds-
07 messige endringer gjennom det seneste tiåret. Direktivet er en revidering og oppdatering av det gjeldende
08 EU-direktivet om fjernsyn over landegrensene fra 90-årene.
09
10

11 Felles europeisk mediedirektiv

15 Mens det tidligere direktivet gjaldt tradisjonelle fjernsynstjenester
16 sendt direkte og samtidig til allmennheten, omfatter det nye direktivet
17 i tillegg brukerbestilte fjernsyns- og andre audiovisuelle tjenester, dvs.
18 tjenester levert på individuell oppkalling fra brukere.

19 Direktivet viderefører i det vesentlige reguleringen i dagens direktiv, men
20 angir en liberalisering av en del av regelverket, eksempelvis reglene om
21 sponsing, reklame og produktplassering samt endringer mht. jurisdiksjon
22 og håndtering av fjernsynssendinger rettet spesielt mot en mottakernasjon
23 fra aktører i utlandet.

I følge planen skal Norge ha tilpasset sin lovgivning til direktivet i løpet
av 2010, etter en forutgående høringsrunde. Arbeidet med å forberede in-
korporeringen (implementeringen) av direktivet i norsk rett pågår i Kultur-
og kirkedepartementets regi, og Medietilsynet har (nyttet ikke ubetydelige
ressurser til sitt bidrag til dette arbeidet) bidratt i dette arbeidet gjennom
2008. Implementeringen vil ventelig fordre videre innsats fra Medietilsynet
i arbeidet med å forberede nødvendige endringer av det regelverket vi har
på kringkastingssektoren i dag.



Over 600 000 personer eller 14,5 prosent av befolkningen i Norge er hørselshemmete. Utvikling av talegjenkjenningsteknologi til bruk for teksting av fjernsynsprogram er derfor et viktig bidrag i arbeidet med å legge til rette for at denne målgruppen skal kunne nyttiggjøre seg fjernsynet som medium.

Talegjenkjenningsteknologi for hørselshemmete

Undersøkelser viser at tallet på hørselsskade og hørselshemmete stiger; i 2020 vil det dreie seg om 25 prosent av befolkningen, dvs. ca. 1 million. Årsaker er for eksempel at ungdom utsettes for støy, og at gjennomsnittsalderen for befolkningen stiger. Hørselshemmete finnes i alle aldersgrupper, og er derfor ikke kun et problem for eldre mennesker.

Anbudskonkurranse i 2009

Medietilsynet samarbeider med NRK og TV 2 om å etablere et eget utviklingsprosjekt for talegjenkjenningsteknologi. Prosjektets mål er å utvikle talegjenkjenningsteknologi som kan bidra til øke andelen tekstede fjernsynsprogram, slik at døve og hørselshemmete kan delta i samfunnsdebatten på lik linje med andre.

Medietilsynet, NRK og TV 2 er enige om å gjennomføre prosjektet i tre ulike faser. Den første fasen gjelder utarbeidelse av systemets kravspesifikasjon som danner grunnlaget for å utlyse en anbudskonkurranse om oppdraget.

Prosjektet har sluttført arbeidet med kravspesifikasjonen og har utlyst en konkurranse om oppdraget i begynnelsen av 2009. Partene vil på bakgrunn av innkomne tilbud i konkurransen vurdere prosjektets videre drift, både i forhold til finansiering og om teknologien som tilbys tilfredsstillende kringkasternes krav til et slikt system.

Flere enn hørselshemmete har nytte av at tv-programmer tekstes, eksempler på dette kan være personer som befinner seg i støyende omgivelser og fremmedspråklige som lærer norsk. Det er i Norge per i dag ikke mulig å foreta teksting av direktesendte programmer som gir et tilfredsstillende resultat.

Regulering i Norge versus Europa

Det er generelt stor variasjon på tvers av landene både når det gjelder regulering og praksis for teksting og annen tilrettelegging for funksjonshemmete. Variasjonene omfatter også hvilke typer kringkastere som er underlagt regulering for teksting i ulike land. Her hjemme er det kun allmennkringkasterne som er underlagt regulering, og Norge skiller seg dermed fra for eksempel Katalonia, Nederland, Storbritannia, Sveits, Frankrike og Tsjekkia hvor alle tre typer kringkastere er underlagt regulering.

Et annet område hvor reguleringen i enkelte land kan sies å være strengere enn i Norge, er fastsettingen av årstall for prosentvis andel teksting. Både Storbritannia, Frankrike og Danmark har fastsatt årstall (hhv. 2008, 2010 og 2012) som siste frist til å sørge for at samtlige program skal være tekstet, og i Nederland skal 95 prosent av programmene være tekstet innen 2011. Generelt kan Storbritannia sies å stå i en særstilling i Europa, med en detaljert og streng regulering. Til en viss grad gjelder dette også for Danmark. Blant landene der teksting er underlagt regulering, kan Norge sies å befinne seg i et mellomstadium når det gjelder hvor konkret eller streng reguleringen er utformet/formulert.

nyheter FOR HØRSELHEMMEDE

NORGES DÖVEFORBUND
Grensens 9, 0159 Oslo

	Oppdatert
Nytt fra döveforbundet	771 15.6.
Nytt fra döveforeningene . . .	772 15.6.
Nytt fra dövemenighetene . . .	773 12.6.

E-post: [post\(a\)doveforbundet.no](mailto:post(a)doveforbundet.no) Internett: www.deafnet.no

02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48



Fjernsynsdistributører tilbyr i hovedsak kanalene i kombinasjonspakker – og ikke som enkeltstående kanaler. Det fører til at forbrukerne ofte må kjøpe kanaler som de egentlig ikke ønsker. Myndighetene er derfor utsatt for press, særlig fra forbrukerne og deres organisasjoner, om å innføre reguleringer for å tvinge distributørene til også å tilby fjernsynskanalene enkeltvis.

Fritt valg av fjernsynskanaler

I brev fra kultur- og kirkedepartementet av 21. november 2007 ble Medietilsynet bedt om å utrede mulighetene for å innføre statlige reguleringer for å påby distributørene å tilby enkeltkanaler. Eventuelle regler burde være teknologinøytrale og gjelde alle plattformer for distribusjon av fjernsyn, som i det norske markedet omfatter optisk fiber, kabel, digitalt bakkenett og satellitt. Spørsmålet om prismessige virkninger skulle være sentrale.

Rapporten ble oversendt Kultur- og kirkedepartementet 21. oktober 2008. Den konstaterte at utviklingen i markedet går i retning av mer fleksible pakkeløsninger, med mulighet for å abonnere på mindre pakker og til å velge enkeltkanaler i tillegg til grunnleggende programsammensetninger. Distributørene selv bekrefter dette, og arbeider også med dette som mål.

Rapportens konklusjoner

Etter en samlet vurdering konkluderer rapporten med at det på det nåværende tidspunkt ikke anbefales å innføre en regulering som pålegger distributører av fjernsynskanaler å tilby kanalene for valg enkeltvis.

Det er lagt særlig vekt på at nye teknologiske og administrative systemer vil gi økte priser, og at en regulering sannsynligvis vil minske mangfoldet av tilbud i det norske fjernsynsmarkedet – særlig av utenlandske kvalitetskanaler.

Kravet om teknologinøytral regulering lar seg heller ikke gjennomføre; fordi det ennå vil ta til fem år før alle tilbydere har digitale distribusjonsmåter.

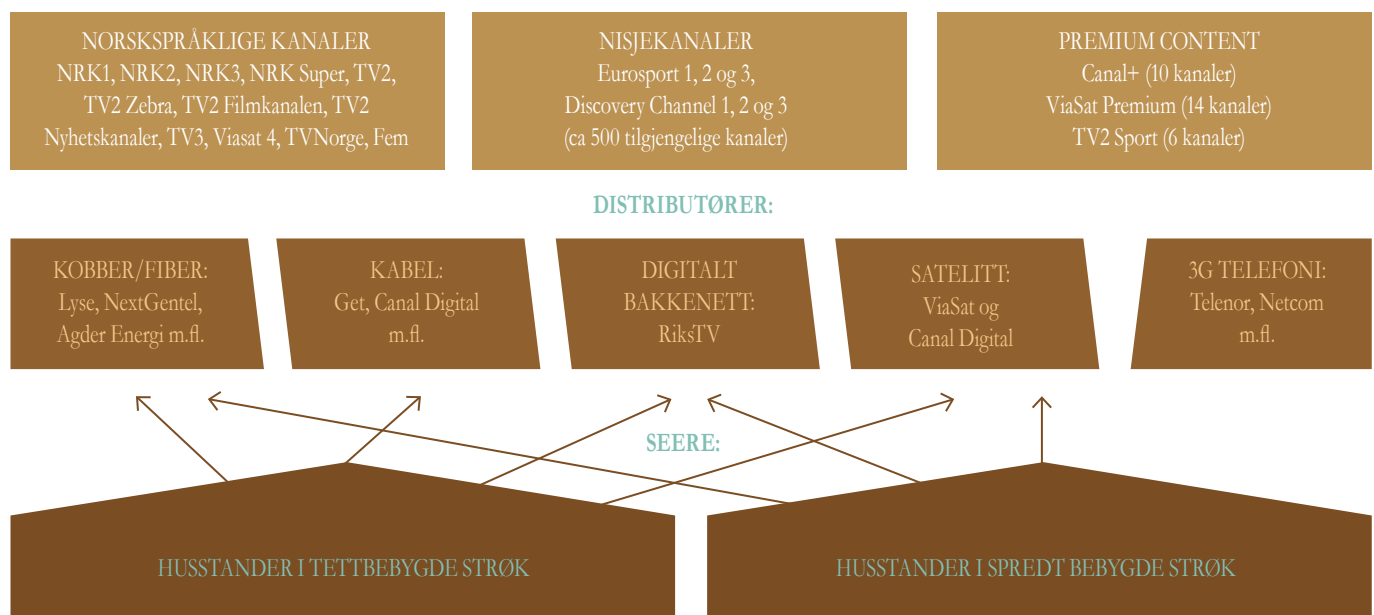
Etter at utrulling av det digitale bakkenettet tok til, er det konstatert en betydelig økning i konkurransen distributørene imellom. Både mellom de forskjellige plattformene (kabelnett, bakkenett, satellitt og kobber/fibernet) og internt på plattformene (for eksempel mellom ViaSat og Canal Digital). Den økte konkurransen er et viktig moment i rapportens konklusjon om ikke å anbefale en regulering nå.

Dette er ikke noe særskilt norsk fenomen at forbrukerne må kjøpe flere kanaler enn de ønsker. Det er tvert om en vanlig måte å selge fjernsynskanaler på i de fleste land. Tilsynet møtte derfor også utenlandske aktører og myndigheter, for på den måten å sette seg detaljert inn i hvordan markedssituasjonen og reguleringsregimene arter seg utenfor Norge.

Reaksjoner på rapporten

Etter at rapporten ble avgitt, bestemte departementet å sende den på høring. Rapportens konklusjoner ble i høringsrunden støttet av blant annet distributørene, IKT-bransjen og Konkurransetilsynet og utenlandske fjernsynsselskaper. Forbrukermyndighetene, TV 2 og organisasjonene i pressen var derimot sterkt kritiske.

TV-markedet i dag



Hovedmålet med regjeringens mediepolitikk er å sikre ytringsfrihet, rettssikkerhet og et levende demokrati, slik det framkommer av Kultur- og kirkedepartementets budsjettproposisjon for 2008.

Medietilsynets oppgaver

Medietilsynet er en sentral aktør i Kultur- og kirkedepartementets arbeid med å oppfylle regjeringens målsettinger på medieområdet. Hovedoppgaver for virksomheten var i 2008 å ...

- Føre tilsyn med at reglene i kringkastingsloven etterleves
- Føre tilsyn med eierforhold i dagspressen, fjernsyn, radio og elektroniske media
- Bidra til å skape større åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i norske medier
- Føre tilsyn med oppfyllelsen av allmennkringkastingsvilkårene
- Føre tilsyn med overholdelse av konsesjonsvilkår
- Tildele konsesjoner og registrere konsesjonsfri kringkasting
- Medietilsynets årsrapport for 2008
- Behandle klager for NRKs vedtak om kringkastingsavgift
- Utføre oppgaver som tillagt virksomheten i henhold til lov om film og videogram
- Bidra til å øke barn og unges kunnskap om levende bilder og nye medier
- Bidra til å gi publikum best mulig tilrettelagt informasjon om medier
- Forvalte pressestøtteordningene i tråd med gjeldende regelverk
- Tildele midler til lokalkringkastingsformål etter gjeldende regelverk
- Utføre rådgivnings- og utredningsoppgaver for Kultur- og kirkedepartementet
- Veilede og opplyse samarbeidspartnere og publikum om forhold innenfor virksomhetens ansvarsområde

Medietilsynet er videre gjennom tildelingsbrevet for 2008 bedt om å rette oppmerksomheten mot gjennomføring av enkelte prosjekt og tiltak.

Dette var blant annet videreføring av prosjektet som skulle bidra til å gi innbyggerne nødvendig og nøytral informasjon om overgangen til digitalfjernsyn. Også prosjektet for utvikling av talegjenkjenningsteknologi til bruk for teksting av fjernsynsprogram ble vektlagt. I tillegg ble virksomheten bedt om å utforme en mer langsiktig tiltaksplan knyttet til barn og unges bruk av interaktive medier.

Medietilsynet og Kultur- og kirkedepartementet startet forøvrig i 2008 en tettere dialog om struktur og målformuleringer i det årlige tildelingsbrevet. Målet for samarbeidet er komme fram til tydeligere målbeskrivelser som skal gjøre det lettere å dokumentere resultatutviklingen innenfor ulike fagområder.



Medietilsynet arbeider på flere felt med ulike planer og retningslinjer for drift av virksomheten. Hovedhensikten med plandokumentene er å skape en effektiv organisasjon som arbeider i tråd med samfunnsoppdraget til tilsynet, og etter gjeldende målsettinger og retningslinjer for statlig virksomhet.

Plan- og utviklingsarbeid i 2008

Strategisk plan og virksomhetsplan

Tilsynet har utarbeidet strategisk plan for perioden 2008 til 2011. Planen omhandler flere ulike strategiområder og har som en sentral målsetting å bidra til at Medietilsynet framstår som et effektivt og synlig tilsyn innenfor medieområdet. Det framgår av planen at tilsynet skal særlig prioritere barn og unge i sitt arbeid.

Virksomhetsplan baseres på målene i det årlige tildelingsbrevet fra Kultur- og kirkedepartementet. En sentral del av planen for 2008 var arbeidet med tildeling av nye konsesjoner til lokalradiodrift.

Risikostyring

Gjennom 2008 har tilsynet innført risikostyring innenfor deler av virksomhetens områder. Systemet for risikostyring er i stor grad knyttet til gjennomføringen av tiltak i årlige virksomhetsplaner og budsjetter. I planer og budsjetter er kritiske suksessfaktorer og risikoer kartlagt for å kunne vurdere iverksetting og oppfølging av tiltak.

Parallelt med dette pågår det et arbeid i ledelsen for å etablere en mer helhetlig og integrert risikostyring i virksomheten. Det er viktig at arbeidet med risikostyring ses i lys av arbeidet med å utvikle klarere målformuleringer for virksomheten.

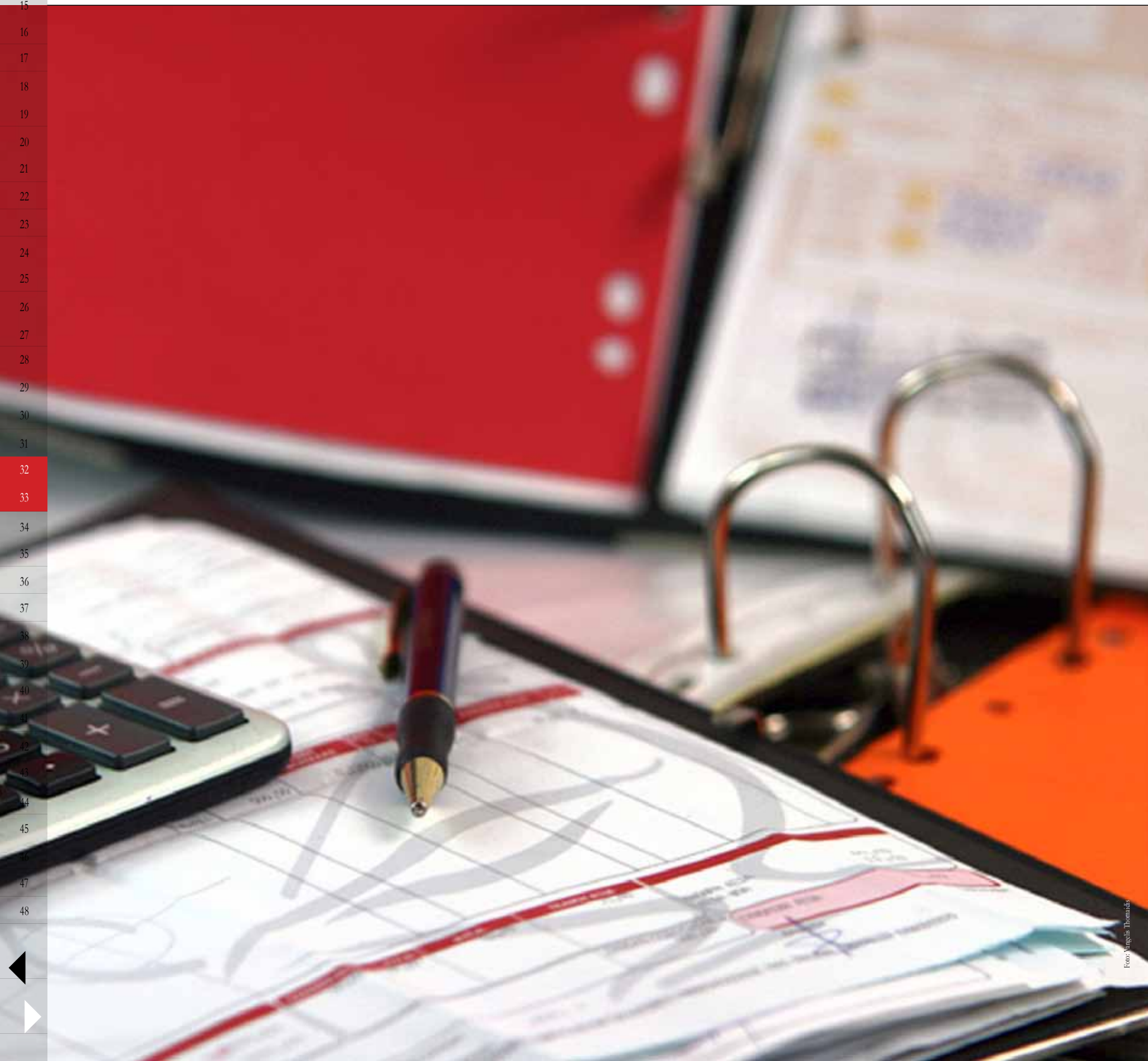
Utrednings- og utviklingsarbeid

Medietilsynet satser enda sterke på analyse- og utredningsarbeid og har derfor styrket staben med en seniorrådgiver. Arbeidet med å utarbeide en utredningsplan med prioriterte forslag til utredninger ble påbegynt i november 2008, og bidrar til å heve kvaliteten på Medietilsynets analyse- og utredningsarbeid ytterligere. Utredningsplanen skal også bidra til at Medietilsynet får etablert et enkelt system for evaluering av utredninger og prosjekter som er slutført.



Budsjettet for Medietilsynet fastsettes av Stortinget som en del av Kultur- og kirkedepartementets budsjetttrammer. Budsjettet utgjorde i underkant av 41 millioner kroner i 2008. Medietilsynet disponerte videre 1,9 millioner kroner i merinntekter til gjennomføring av tiltak knyttet til prosjektet om trygg mediebruk blant barn og unge i regi av EU. Utover dette fikk tilsynet 720 000 kroner i fødsels- og sykepengerefusjon. Den samlede disponible utgiftsramme utgjorde etter dette 43,4 millioner kroner i 2008, mot 40,8 millioner kroner i 2007.

Medietilsynets økonomi 2008



Utgifter

Medietilsynets samlede utgifter utgjorde 43,6 millioner kroner i 2008, en økning på 7 prosent fra 2007. Samlede lønnsutgifter økte med 9 prosent fra 2007 til 2008, mens utgiftene til varer og tjenester økte med 4 prosent. Samlet sett viste tilsynets driftsregnskap et merforbruk på 250 000 kroner i 2008.

På lik linje med andre statlige virksomheter fører tilsynet regnskapet etter kontantprinsippet og ikke regnskapsprinsippet som gjelder for private virksomheter. Regnskapet blir ført etter kontoplanen for statsregnskapet, som bygger på en artsgruppering av utgifter og inntekter. Medietilsynet har med utgangspunkt i dette satt opp en formålgruppering av utgiftene. Hovedgrupperingen framgår av tabell 1 nedenfor.

Virksomheten mottok i juni 2008 avsluttende revisjonsbrev for 2007 fra Riksrevisjonen. Det framgår av brevet at Riksrevisjonen ikke hadde vesentlige merknader til regnskapet eller hvordan Medietilsynet hadde gjennomført budsjettet på.

Tabell 1:

	2008	2007
Lønnsutgifter	23 323	21 331
Av dette:		
Lønn og sosiale utgifter (faste stillinger)	20 800	19 551
Ekstrahjelp	2 023	1 460
Andre lønnsutgifter (styrer, råd, andre honorar)	500	320
Varer og tjenester	20 326	19 473
Av dette:		
Driftsutgifter	7 824	7 332
Reiseutgifter (møter, konferanser, seminarer)	2 048	2 028
Konsulenttjenester (fagområder, IKT)	4 938	4 715
Drift av lokaler (husleie, renhold, strøm, kantine mv.)	5 516	5 398
Sum utgifter	43 649	40 804

(tall i 1 000)

Kommentarer:

Det var særlig lønnsutgiftene som økte fra 2007 til 2008. Økningen utgjorde 2 millioner kroner og kan forklares med at samtlige av virksomhetens faste stillinger var besatt i 2008, i motsetning til tidligere år hvor det har vært ledighet i stillinger, bl.a. som følge av flytte- og sammenslåingsprosessen i 2006. I tillegg skyldes økningen i lønnsutgifter lønnsoppjøret for 2008.

Driftsutgiftene økte med 0,8 millioner i 2008, noe som skyldes en generell prisvekst på varer og tjenester, samt en viss økning i utgifter til konsulent-tjenester. Økningen i bruk av konsulenttjenester knytter seg særlig til arbeidet med tildeling av nye konsesjoner til lokalradiodrift.

Inntekter

Medietilsynet krever inn gebyr for arbeidet med registrering av videogram og forhåndskontroll av film som skal vises på kino. Gebyrene kreves inn etter en bestemt avgiftssats som fastsettes årlig av Kultur- og kirkedepartementet.

Tabell 2:

	2008	2007
Gebyrer	20 433	18 911
Av dette:		
Registrering av videogram	13 003	11 587
Forhåndskontroll av film	7 430	7 324

(tall i 1000)

Gebyrinntektene skal dekke Medietilsynets utgifter til forvaltning av ordningene og er ikke knyttet opp til driften av tilsynet.

Rutiner for anskaffelser

Virksomheten har etablert rutiner som skal sørge for at regelverket om offentlige anskaffelser etterleves. Egne skriftlige rutiner ved anskaffelse av varer og tjenester vil bli fastsatt i 2009. Tilsynet har også påbegynt et arbeid for å etablere en innkjøpsstrategi i virksomheten.

Pilotprosjekt med SSØ

Medietilsynet inngikk videre i 2008 i et pilotprosjekt i regi av Senter for statlig økonomistyring (SSØ) om etablering av en mer effektiv økonomi- og budsjettprosess i virksomheten. Arbeidet resulterte i en rapport fra SSØ om forbedringstiltak. Medietilsynet iverksatte flere av tiltakene høsten 2008, bl.a. i forhold til løpende økonomistyring og budsjettarbeidet. Tiltakene har som mål å skape bedre økonomistyring i virksomheten og derigjennom bl.a. best mulig utnyttelse av tilgjengelige driftsressurser.

Som et ledd i utviklingsarbeidet innførte tilsynet elektronisk fakturabehandling og tok i bruk statens nye personalsystem SAP. Tilsynet vil framover prioritere innføring av elektroniske systemer som kan effektivisere og forenkle administrative oppgaver.

– Nå er Medietilsynet fullt bemannet! sier seniorrådgiver Solveig Lind gledesstrålende. Med våre 46 medarbeidere dekker vi de årsverkene som er fastsatt for organisasjonen. Vi har med det også sikret oss like mange unike kompetanseprofiler. Kompetansemangfoldet er helt avgjørende for et tilsyn som stilles overfor stadig flere, større og mer kompliserte oppgaver.

Et spennende sted å begynne

– et utviklende sted å bli

– Etter etableringen av Medietilsynet i 2005-2006 i Fredrikstad har rekrutteringsarbeidet gitt oss mange flinke folk med forskjelligartet bakgrunn, og med god fordeling i kjønn og alder. Medarbeidere i tidsavgrensede engasjementsstillinger vært godt rekrutteringsgrunnlag, og vi har i stor grad lykket med å beholde dem ved utlysning av faste stillinger, sier Solveig Lind.

Mange muligheter

– En ekstern evalueringsrapport legger vekt på at vi har dyktige medarbeidere med stort potensial, men det finnes mer intern kompetanse som kan aktiveres. Skal vi bli en lærende organisasjon, er utviklingen av en delingskultur avgjørende for om vi skal lykkes. Ledelse og lederutvikling følger den enkle filosofien om at ledelse er et like viktig fag som noe annet. Lederansvaret strekker seg fra det å stimulere til faglig utvikling, se og gi den enkelte anerkjennelse, til det å tydeliggjøre roller og ansvar og å vise retning.

Endringsvilje- og evne

– Evnen til å takle raske endringer er dagens virkelighet, og det krever trygghet og selvinnsikt. Oppgavens egenart krever at vi til enhver tid er i stand til å vokte over og ta vare på vår faglige integritet. Medietilsynet er organisert i en flat områdemodell med vekt på myndiggjorte medarbeidere, sier Solveig Lind. Den enkelte medarbeider kommer i berøring med en rekke saker både i og utenfor eget ansvarsområde, og forventes å ta initiativ til og engasjere seg i et flerfaglig samarbeid.

Lærerikt samarbeid

– En kompetansebasert virksomhet vil alltid måtte tenke nytt i møtet med nye medier og kanaler, der det ofte ikke finnes noen selvregulerende eller etablerte systemer for å ivareta individets rettigheter og behov. Medietilsynets Trygg bruk-prosjekt viser med stor tydelighet at særlig barn og unge tar i bruk de nye mediene og kommunikasjonsmåtene. Det skaper store utfordringer for et tilsyn som til enhver tid må være på høyde med situasjonen, både faglig og kulturelt.

Framtida er nå

– Framtida vet vi ikke noe om, men det er ikke urimelig å anta at vi i løpet av de neste fem til ti årene kan komme til å endre funksjon fra å være ”tilsyn og regulering” til det å være ”informasjon og veiledning”, tror Lind. Det vil være i tråd med en gryende internasjonal bruk av begrepet media literacy, der individets grad av mediekompetanse synes uløselig knyttet til alt fra velferdsspørsmål og borgerrettigheter, til frihetsdefinisjoner og demokratitenkning.

– Utvikling av arbeidsmiljø, samarbeidskultur og kompetanse tar tid og krever god intern informasjonsutveksling. Til gjengjeld tror jeg dette skaper ambisjoner og trivsel. Medietilsynet skal være et spennende sted å begynne, og et utviklende sted å bli! erklærer Solveig Lind.



Helse, miljø, sikkerhet, likestilling og sykefravær

Miljøarbeid

Miljøledelse er en del av Medietilsynets styringssystem. Miljøarbeidet skal forplikte ledere og ansatte til å ta miljøhensyn i det daglige arbeidet. Tilsynet kan i begrenset grad gjøre en innsats for miljøet, men dette skal ikke hindre virksomheten i å vise miljøhensyn der dette er mulig.

Tilsynets satsningsområder innenfor miljøarbeidet er:

- Avfallshåndtering (papir, datautstyr, møbler mv.)
- Transport (tjenestereiser, møter)
- Innkjøp

Medietilsynet benytter etablerte og tilgjengelige ordninger for kildesortering. I 2008 inngikk virksomheten avtale om returordning for kopi- og datautstyr. Tilsynets ansatte benytter også gjennomgående tog og annet rutegående transportmiddel til og fra tjenestereiser og arbeid. Medietilsynet søker også å benytte telefonmøter som supplement og erstatning for tjenestereiser. I innkjøpsarbeidet legger tilsynet vekt på å etterspørre miljøvennlige varer.

Personal- og bemanningsforhold

BEMANNING OG ARBEIDET FOR LIKESTILLING

Per 31.12.08	Totalt		Lederstillinger		Øvrige stillinger	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Kjønnsfordeling alle ansatte i pst.	56	44	40	60	58	42
Kjønnsfordeling heltidsansatte i pst.	54	46	40	60	56	44
Kjønnsfordeling deltidsansatte i pst.	100	0	0	0	100	0
Gjennomsnittslønn	417	492	593	699	403	457

Medietilsynet har brukt relativt store ressurser på rekruttere kvalifisert arbeidskraft de siste årene og ved utgangen av 2008 er alle faste stillinger besatt.

Andelen kvinner i virksomheten har økt med 2 prosentpoeng fra 2007. For lederstillinger er kvinneandelen uforandret. Det er fremdeles en betydelig overvekt av kvinner med kontoradministrative oppgaver.

Lønnsforskjellen mellom kvinner og menn utgjorde 54 000 kroner i 2008, mot 48 000 kroner i 2007. Forskjellen i lønn mellom kvinner og menn i virksomheten har fremdeles sammenheng med den store andelen kvinner med kontoradministrative oppgaver. Innenfor samme stillingskategori og stillingsnivå er det ingen vesentlige lønnsforskjeller mellom kvinner og menn. Forskjellen i lønn mellom kvinner og menn i lederstillinger er blitt noe mindre i 2008 sammenliknet med 2007. Lønnsforskjellen for lederstillinger utgjorde 106 000 kroner i 2008, mot 114 000 kroner i 2007. Medietilsynet vil fortsatt arbeide for å skape en bedre kjønnsbalanse innenfor de ulike stillingskategoriene og stillingsnivåene, noe som vil bidra til å utjevne lønnsforskjellene i virksomheten.

IA-arbeidet og sykefravær

Medietilsynet har vært IA-virksomhet siden 2006 og opprettet et eget arbeidsmiljøutvalg i 2007. HMS-rutiner og internkontroll har vært prioriterte oppgaver for arbeidsmiljøutvalget i 2008. Medietilsynet jobber systematisk med tilrettelegging av det fysiske arbeidsmiljøet for å forebygge skader og belastninger som kan føre til sykefravær. I samarbeid med bedriftshelsetjenesten ble det i 2008 gjennomført en ergonomisk gjennomgang av kontorarbeidsplasser og anskaffet utstyr for nærmere tilrettelegging av kontorarbeidsplassen. Det er også gjort tilpasninger i maskinrom for å redusere tunge løft. Bedriftshelsetjenesten foretok en vurdering av gass og støv i september.

Medietilsynet har lavt langtidsfravær, men opplevde en markant økning av korttidsfraværet siste kvartal i 2008. Tilsynet vil innføre tids- og fraværsmodule i nytt personal-system SAP i 2009. Dette vil gi oss bedre oversikt over ulikt fravær og årsakene til fraværet.

Integrering/inkludering av personer med innvandrerbakgrunn

INTEGRERING/INKLUDERING AV PERSONER MED INNVANDRERBAKGRUNN

	Per 1.1.08	Per 1.1.09
Antall med innvandrerbakgrunn	0	0
Andelen ansatte med innvandrerbakgrunn	0	0

Virksomheten sysselsetter ingen personer som faller inn under definisjonen av person med innvandrerbakgrunn. Tilsynet har ikke satt noen måltall for rekruttering av personer med innvandrerbakgrunn, men legger ved rekruttering av medarbeidere vekt på å kunne tilsette personer med innvandrerbakgrunn, forutsatt at vedkommende fyller stillingens kvalifikasjonskrav. Ved utlysning av ledige stillinger oppfordres personer med innvandrerbakgrunn om å søke stillingen. Det har i 2008 ikke vært kvalifiserte søkere med innvandrerbakgrunn til de ledige stillingene som har vært utlyst.

Iverksetting av etiske retningslinjer

Medietilsynet har fastsatt egne etiske retningslinjer for arbeidet i virksomheten. Retningslinjene tar utgangspunkt i tidligere Moderniseringsdepartementets etiske retningslinjer for statstjenesten. Tilsynets retningslinjer skal bl.a. bidra til å styrke den etiske bevisstheten blant de ansatte i virksomheten. Retningslinjene er i kortform trykket opp i en egen brosjyre som er gjennomgått med og delt ut til samtlige ansatte.



Et økende behov for systematisk informasjonsformidling og markedsføring ledet fram til ansettelse av en senior informasjonsrådgiver i 2007. I det første året ble en rekke behov og muligheter analysert og utredet, og det ble også lagt til rette for utvikling av rutiner og regler for håndtering av ulike oppgaver.

Informasjonsbehovet voksende

Blant de viktigste bidragene var forprosjektet til det som i juni 2008 ble lansert som Medietilsynets nye hjemmesider. Medietilsynets hjemmesider ble i desember samme år tildelt bronseplass i Farmand-prisens årlige konkurranse om beste offentlig nettsted.

De nye hjemmesidene har fått god mottakelse, og har utviklet seg til å bli et vesentlig springbrett i Medietilsynets informasjons- og markedsføringsvirksomhet. Hjemmesidene har tatt vare på mye historisk materiale, men også åpnet for nye måter å presentere både sak og tilsyn på. Design og struktur gir en enkel og tiltalende innfallsport til Medietilsynets saks- og virkeområde, men krever som alt annet nytt en viss tilvenning hos brukerne.

Intern informasjon er et prioritert område, blant annet gjennom produksjon av en del små, men viktige trykksaker om tilsynets strategiske plan, virksomhetsplan, etiske retningslinjer, konflikthåndtering og varslingsrutiner. Modernisering av intranettløsningen står høyt på ønskelisten i et data- og nettintensivt arbeidsmiljø. Dette ble av ressursmessige årsaker ikke prioritert og gjennomført i 2008.

Arbeidsåret 2008 ble en tid for videreutvikling og realisering av tiltak. Særlig viktig har forholdet til mediene vært, med en aktiv formidling av informasjon via hjemmesider og i direkte kontakt med journalistene.



02						
03						
04						
05	AKERS AVIS/GRORUDDALEN	311 945	LILLESANDS-POSTEN	472 355	VARINGEN	311 945
06	ALTAPOSTEN	1 119 890	LOFOT-TIDENDE	623 890	VENNESLA TIDENDE	472 355
07	ANDØYPOSTEN	908 300	LOKALAVISA NORDSALTEN	660 300	VEST-TELEMARK BLAD	373 945
08	ARENDALS TIDENDE	522 877	LOKALAVISA SØR-ØSTERDAL	691 983	VESTAVIND BYGDEBLAD FOR SVEIO	410 355
09	ASKØYVÆRINGEN	311 945	MALVIK-BLADET	472 355	VESTBY AVIS	632 522
10	AURA AVIS	720 355	MARSTEINEN	410 355	VESTERAALENS AVIS	908 300
11	AUST AGDER BLAD	534 355	MELØYAVISA	784 300	VESTLANDSNYTT	311 945
12	BERGENSAVISEN (BA)	33 843 024	MERÅKER-POSTEN	410 355	VESTNESAVISA	410 355
13	BIRKENES-AVISA	410 355	MOSS DAGBLAD	2 471 671	VESTNYTT	103 333
14	BRØNNØYSUNDS AVIS	995 890	MØRE	534 355	VIGGA	410 355
15	BYGDANYTT	1 853 092	MØRE-NYTT	373 945	VIKEBLADET VESTPOSTEN	373 945
16	BYGDAPOSTEN	410 355	NATIONEN	24 234 994	VÅGANAVISA	660 300
17	BYGDEBLADET	472 355	NORDDALEN	410 355	VÅRT LAND	35 122 045
18	BYGDEBLADET (RANDABERG OG RENNESØY)	410 355	NORDVESTNYTT	410 355	YTRE SOGN	472 355
19	BØ BLAD	410 355	NYE TROMS	747 890	YTRINGEN	472 355
20	BØMLO-NYTT	534 355	OPDALINGEN	534 355	ØKSNEHAVISA	660 300
21	DAGENMAGAZINET	12 385 174	OPP	410 355	ØSTERDØLEN	410 355
22	DAGSAVISEN	39 511 351	OS OG FUSAPOSTEN	311 945	ØSTHAVET	660 300
23	DEMOKRATEN	3 397 128	PORSGRUNNS DAGBLAD	3 161 761	ØY-BLIKK	410 355
24	DRANGEDALSPOSTEN	410 355	RAKKESTAD AVIS	534 355	ØYENE	249 945
25	DRIVA	559 945	RAKKESTAD BYGDEBLAD	133 587	ØYPOSTEN	410 355
26	DØLEN	249 945	RAUMNES	373 945	ÅNDALSNES AVIS	373 945
27	EIKER BLADET	410 355	RJUKAN ARBEIDERBLAD	658 355	ÅS AVIS	632 522
28	ENEBAKK AVIS	410 355	ROGALANDS AVIS	13 528 607	ÅSANE TIDENDE	472 355
29	FANAPOSTEN	811 945	RYFYLKE	472 355	TOTALT	264 451 735
30	FINNMARKSPOSTEN	660 300	RØYKEN OG HURUMS AVIS	472 355		
31	FIRDA TIDEND	534 355	SALTENPOSTEN	747 890		
32	FIRDAPOSTEN	373 945	SAMNINGEN	410 355		
33	FISKERIBLADET FISKAREN	7 069 295	SANDE AVIS	410 355		
34	FJELL-LJOM	410 355	SANDNESPOSTEN	1 172 213		
35	FJORDABLADET	534 355	SELBYGGEN	410 355		
36	FJORDENES TIDENDE	373 945	SETESDØLEN	311 945		
37	FJORDINGEN	373 945	SNÅSNINGEN	410 355		
38	FJUKEN	249 945	SOLABLADET	249 945		
39	FRAMTID I NORD	747 890	STANGEAVISA	410 355		
40	FROLENDINGEN	410 355	STEINKJER-AVISA	410 355		
41	FROSTINGEN	410 355	STORFJORDNYTT	410 355		
42	GAULA	410 355	STRANDBUEN	311 945		
43	GJESDALBUEN	472 355	STRILEN	559 945		
44	GRANNAR	472 355	SULAPOSTEN	410 355		
45	GRENDA	720 355	SULDALSPOSTEN	472 355		
46	HARAMSNYTT	472 355	SUNNMØRINGEN	472 355		
47	HELGELANDS BLAD	747 890	SVALBARDPOSTEN	410 355		
48	HORDALAND FOLKEBLAD	311 945	SVELVIKSPPOSTEN	410 355		
	HØVÅGAVISA	410 355	SYDVESTEN	410 355		
	INDERØYNINGEN	410 355	SYKKYLVSBLADET	472 355		
	INNH. FOLKEBLAD VERDALINGEN	373 945	SYNSTE MØRE	410 355		
	JARLSBERG AVIS	534 355	SØGNE OG SONGDALEN BUDSTIKKE	410 355		
	KANALEN	410 355	SØR-VARANGER AVIS	747 890		
	KARMØYBLADET HELG	410 355	SØVESTEN	410 355		
	KLASSEKAMPEN	19 723 814	TELEN	559 945		
	KRAGERØ BLAD VESTMAR	373 945	TROMSØ	8 590 435		
	KRAGERØAVISA	205 177	TRØNDERBLADET	373 945		
	KVINNHERINGEN	559 945	TVEDESTRANDSPOSTEN	534 355		
	LEVANGER-AVISA	373 945	TYSNES	410 355		
	LIERPOSTEN	410 355	TYSVÆR BYGDEBLAD	410 355		
			VAKSDAL POSTEN	410 355		

Pressestøtten ble etablert i 1969 for å motvirke avisdød. Tidligere på 60-tallet hadde en rekke aviser blitt lagt ned. Støtten var rettet mot de såkalte nr. 2-avisene, det vil si aviser som ikke er størst på utgiverstedet. Støtteordningen har vært oppe til debatt flere ganger siden 60-tallet

265 millioner kroner til 138 aviser i pressestøtte

Tilskuddsordningens innretning har vært gjenstand for mange justeringer i årenes løp, men hovedideen har hele tiden vært å styrke mediemangfoldet, ytringsfriheten og demokratiet ved å bidra til at økonomisk vanskeligstilte aviser fortsatt kan komme ut.

Produksjonstilskuddet

Produksjonstilskuddet er den tilskuddsordningen de fleste tenker på når det er snakk om pressestøtten. I 2008 ble knapt 265 millioner kroner fordelt mellom 138 aviser.

Tre aviser kom inn og fire aviser gikk ut av tilskuddsordningen. I tillegg fusjonerte avisene Dagen og Magazinet til DagenMagazinet, og Fiskaren og Fiskeribladet ble fusjonert til Fiskeribladet Fiskaren.

Størstedelen av tilskuddet, 211 millioner kroner, ble fordelt mellom 25 nr. 2-aviser. Dette er aviser som ikke er størst på utgiverstedet og dermed er i en konkurransemessig vanskelig situasjon. Resten av tilskuddet, vel 53 millioner kroner, ble fordelt mellom lokalaviser med mellom 1 000 og 6 000 i opplag. Dette stimulerer til avisproduksjon i små lokalsamfunn med et begrenset marked.

Distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark

Topografi, spredt bosetting og klima gjør avisproduksjon i Finnmark svært dyrt. For å lette de ni Finnmarks-avisenes økonomiske ekstrabyrder, tildelte Medietilsynet til sammen drøyt 1,7 millioner kroner.

KAP 335 PRESSESTØTTE

<i>Alle beløp i 1000 kroner</i>		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Post 71	Produksjonstilskudd	164 170	180 000	234 500	232 446	246 966	244 267	251 767	251 767	264 452	264 452
Post 72	Kompensasjon for portoutgifter							14 300	14 300	0	0 *1
Post 73	Anvendt medieforskning og etterutdanning	12 574	12 674	15 269	15 269	14 769	14 608	12 300	11 100	11 577	12 086
Post 75	Tilskudd til samiske aviser	8 000	10 000	11 000	11 236	11 619	12 969	13 369	13 877	18 877	21 627
Post 76	Tilsk. til ymse publikasjoner	35 100	35 500	33 250	30 050	30 350	20 177	9 577	1 486,7		*2
Post 76	Tilskudd til minoritets-språklige publikasjoner									1 487	987 *3
Post 77	Distr. tilskudd til avisene i Finnmark	1 485	1 485	1 530	1 560	1 560	1 560	1 610	1 671	1 743	1 743
SUM		221 329	239 659	295 549	290 561	305 264	293 581	302 923	294 202	298 136	300 895

*1 Støtteordning ble avvirket form 2008 og innlemmet i Post 71

*2 Post 76 tilskudd til ymse publikasjoner ble fom 2008 overført til Kulturrådet

*3 Støtteordningen inngikk tom 2007 i Post76 Tilskudd til Ymse Publikasjoner



Medieeierskap i endring

Gjennom daglig overvåking av mediemarkedene og årlige innhenting av opplysninger om eierskap fra norske medieforetak, fører Medietilsynet tilsyn med eierforhold i dagspresse, kringkasting og elektroniske medier. Til sammen vurderte Medietilsynet 18 oppkjøp og fire sammenslåinger etter medieeierskapsloven i 2008. De fleste sakene kunne avsluttes uten at det ble fattet vedtak. Tilsynet registrerte 16 nyetableringer og ti nedleggelse av medier som kan omfattes av loven.



Integrasjonen mellom Adresseavisen ASA og Harstad Tidende Gruppen AS til Polaris Media ASA, var den største av de fire sammenslåingene som Medietilsynet vurderte i 2008. Blant de 18 oppkjøpene kan det nevnes at SBS Radio i mars kjøpte 77 prosent av aksjene i Kanal 24 AS fra TV 2. Etter transaksjonen fikk TV 2 på sin side 23 prosent av aksjene i SBS Radio. Medietilsynet ga SBS Belgium og SBS Radio forhåndsklarering til ervervet av aksjene i Kanal 24 etter anmodning fra selskapene. De nye eierne skiftet navn på radiokanalen til Radio Norge.

Mediehuset Vårt Land ekspanderte i 2008 ved sine kjøp av Ny Tid og 66 prosent av aksjene i Stiftelsen Dagsavisen. Integrasjonen mellom Harstad Tidende Gruppen og Adresseavisen-konsernet til Polaris Media ASA, Bergens Tidendes oppkjøp av Vestnytt og Strilen, Adresseavisen og A-pressens oppkjøp av Byavisa i Trondheim og Fædrelandsvennens oppkjøp av Farsunds Avis, er saker som Medietilsynet har vurdert spesielt i 2008. Tilsynet konkluderte med at ervervene ikke var i strid med medieeierskapsloven.

Lokal-tv nedlagt

Nyhetene om at lokal-tv-stasjonene TV Nord-Trøndelag, TV Tromsø og Drammens Tidende TV nedlegges, kom høsten 2008. Nedleggelsene er tegn på at lokalfjernsynsmarkedet er inne i en vanskelig periode, som primært skyldes overgangen til digital distribusjon i kombinasjon med finanskrisen. Også VF24 i Vestfold og TV Østfold var i en periode truet av nedleggelse, men ble sikret videre eksistens ved at de ble kjøpt opp av lokale aktører.

Spekulasjonene rundt et mulig salg av Edda Media preget nyhetsbildet det meste av 2008. Medietilsynet fulgte saken med stor interesse. Ved utgangen av 2008 var imidlertid Edda Media fortsatt eid av det britiske selskapet Mecom.

Informasjon om eierforhold i norske medier

Gjennom nettstedet medieregisteret.no søker Medietilsynet å skape større åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i norske medier. Her registreres alle bekreftede erverv, nyetableringer og nedleggelser i medieeierskap. Registerets tekniske plattform er foreldet, og det ble derfor i 2008 startet planlegging av en større utbedring av Medieregisteret.

Klagenemndas vedtak i Media Norge-saken

Etter at Medietilsynet sommeren 2007 vedtok å gripe inn mot Media Norge-fusjonen, ble vedtaket klaget inn for Klagenemnda for eierskap i media. Klagenemnda offentliggjorde 26. februar 2008 sitt vedtak om å gi tillatelse til etableringen av Media Norge ASA på visse vilkår. Vilklårene for etableringen er at Schibsted ASA måtte selge sin eierpost i Adresseavisen ASA på 34,3 prosent og redusere sin eierpost i Harstad Tidende Gruppen AS ned til 40 prosent.

Går eierskap i media mot sterkere grad av konsentrasjon, og vokser at store aktører på bekostning av små? Endringene i mediemarkedene fra 2007 til 2008 viser et nyansert og komplekst bilde, der både konsentrasjon og fragmentering er jevnbyrdige stikkord.

Medieeierskap

– mot konsentrasjon eller fragmentering?

Antallet store radioaktører ble redusert fra fire til tre i 2008. To mindre aviser ble slått sammen til en stor aktør. Dette gir eierkonsentrasjon. I fjernsynsmarkedet tar nisjekanaler oppslutning fra de store kanalene, på bekostning av NRK og TV 2. Det kan betegnes som fragmentering. Samtidig er det slik at små norske aktører ofte kan være del av gigantiske konglomerater i internasjonal sammenheng.

Schibsted størst med 32,2 prosent

Medietilsynets eierskapsberegninger viser at Schibsted fortsatt er klart størst med en andel av det nasjonale dagspresseopplaget på 32,2 prosent. Videre følger A-pressen med 17,9 prosent og Edda Media med 13,2 prosent.

I 2008 kommer 236 aviser innenfor Medietilsynets avisdefinisjon, og totalopplaget som ligger til grunn for beregningene er 2 842 999. Det representerer en nedgang på 82 559 siden 2007. Det er de store regions- og riksavisene, og spesielt tabloidavisene, som står for nedgangen. Mindre lokalaviser og nisjeaviser har en stabil opplagsutvikling eller også en oppgang.

Polaris fjerde største aviskonsern

Integrasjonen mellom Adresseavisen ASA og Harstad Tidende Gruppen medførte at Norge fikk et nytt stort konsern for dagspresse. Polaris Media ASA er Norges fjerde største aviskonsern med 5,9 prosent av dagspresseopplaget. Selskapet ble børsnotert i oktober 2008.

Oppkjøp av lokalaviser

Bergens Tidende AS' oppkjøp av avisene Strilen og Vestnytt medførte at Schibsteds opplagsandel i medieregion Vestlandet økte fra 45 til 49 prosent. Fædrelandsvennen AS økte tilsvarende sin andel av opplaget i region Sørlandet fra 45 prosent til 49 prosent, som følge av oppkjøpet av Farsunds Avis. Adresseavis-konsernet og A-pressens oppkjøp av Byavisa i Trondheim med en halvpart hver, førte til at Adresseavisen AS (senere Polaris) økte sin andel i Trøndelag fra 49 til 55 prosent. A-pressens andel økte på sin side fra 15 til 21 prosent.

Klagenemndas vedtak i Media Norge-saken

Etter at Medietilsynet sommeren 2007 vedtok å gripe inn mot Media Norge-fusjonen, ble vedtaket klaget inn for Klagenemnda for eierskap i media. Klagenemnda ga tillatelse til etableringen av Media Norge ASA under forutsetning av at Schibsted måtte selge seg ned i Adresseavisen og Harstad Tidende (nå Polaris Media).

Nisjekanalene tar andeler fra de store

Et klart utviklingstrekk i fjernsynsmarkedet fra 2007 til 2008, er at små kanaler øker seeroppslutningen på bekostning av de store. NRK1 og TV 2 hadde i 2007 en andel av seertallene på henholdsvis 37,7 og 28,6 prosent, mens tilsvarende andeler i 2008 er 32,2 og 25,3 prosent. Kategorien "andre kanaler" økt sin samlede andel fra 15,6 prosent i 2007 til hele 24,1 prosent av seertallene i 2008.¹



Overgangen til digital distribusjon har gitt adgang til flere fjernsynskanaler, noe som reduserer eierkonsentrasjonen i fjernsynsmarkedet. Samtidig som de største aktørene NRK og TV 2 har en lavere andel av seeropplutningen totalt sett enn i 2007, vokser de mindre aktørene SBS/ProSiebenSat1 og Modern Times Groups andeler, samt kategorien ”andre eiere” som representerer en blanding av store og små, utenlandske og norske eiere.

Vanskelig tid for lokal-tv

Nyhетene om at lokal-tv-stasjonene TVNord-Trøndelag, TV Tromsø og Drammens Tidende TV skulle legges ned, kom høsten 2008. Lokalfjernsynsmarkedet merker overgangen til digital distribusjon og finanskrisen. Også VF24 i Vestfold og TVØstfold var en tid truet av nedleggelse, men ble sikret videre eksistens gjennom oppkjøp av lokale aktører.

Sterkere konsentrasjon i radiomarkedet

SBS Radio, som eier The Voice og Radio 1, kjøpte i mars 77 prosent av aksjene i Kanal 24 AS fra TV 2. Radiokanalen ble døpt Radio Norge, og har hatt en positiv vekst i lytteropplutning. Antalle store aktører er redusert fra fire til tre, og har dermed økt eierkonsentrasjonen. Sammen med SBS Radio er radiomarkedet nå i hovedsak kontrollert av NRK og MTG.

VG og Dagbladet stadig større på nett

TNS Gallups Forbruker & Media-undersøkelse for 2008² viser at VG.no er største norske redaksjonelle nettsted, med 1 413 000 daglige lesere.³ Videre følger dagbladet.no med 943 000 og aftenposten.no med 500 000 daglige lesere.

VG.no passerte sin respektive papirutgave med hensyn til antall lesere i 2007, og dagbladet.no gjorde det samme allerede i 2006. For Aftenpostens del har fortsatt papirutgaven flere lesere enn nettutgaven, men avstanden blir mindre år for år.

For mer informasjon om dagspresse og kringkasting: se bakgrunnstall, figurer og tabeller i appendiks bakerst i årsmeldingen.

¹ Medietilsynet gjør oppmerksom på at tallene for fjernsynseierens andeler som er oppgitt i tilsynets årsmelding for 2007, ikke er korrekte. Korrekte tabeller for 2007 finnes i appendiks bakerst i denne meldingen.

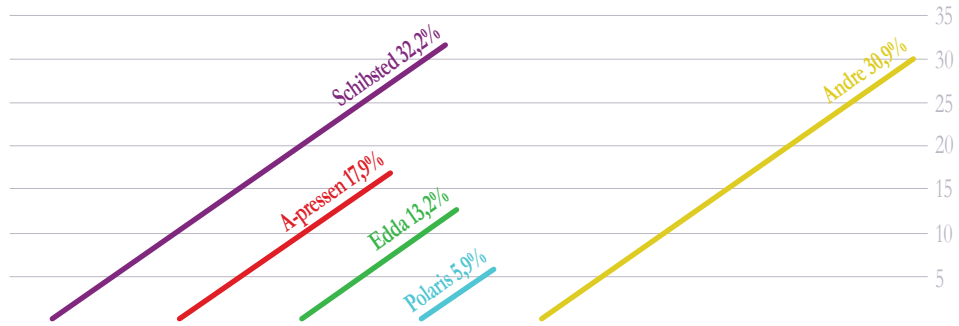
² <http://www.tns-gallup.no/?did=9078676> Arisbarometeret 2009_1

³ Merk at ”antall lesere” for papir- og nettviser ikke kan sammenstilles med papiravisenes opplagstall.

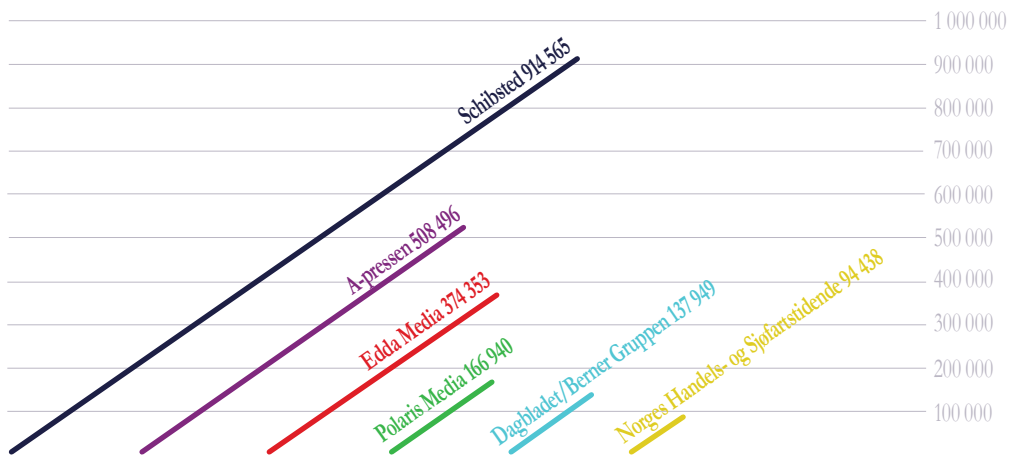
APPENDIKS

Tabeller dagspresse: 1

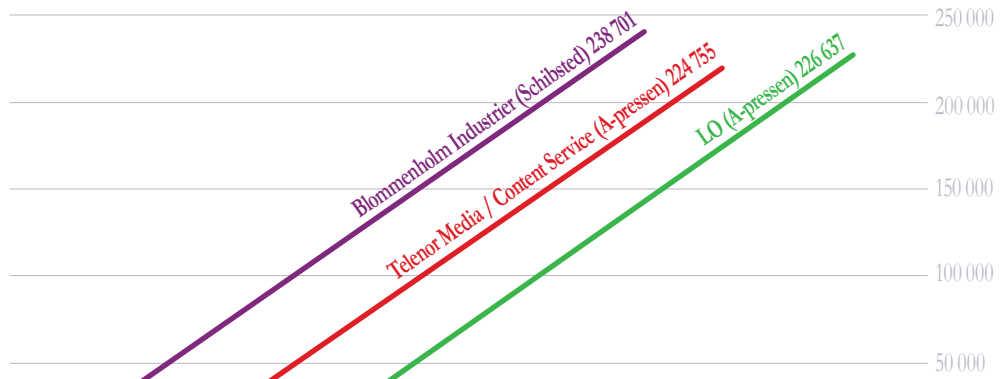
Andel opplag fire største konsern 2008



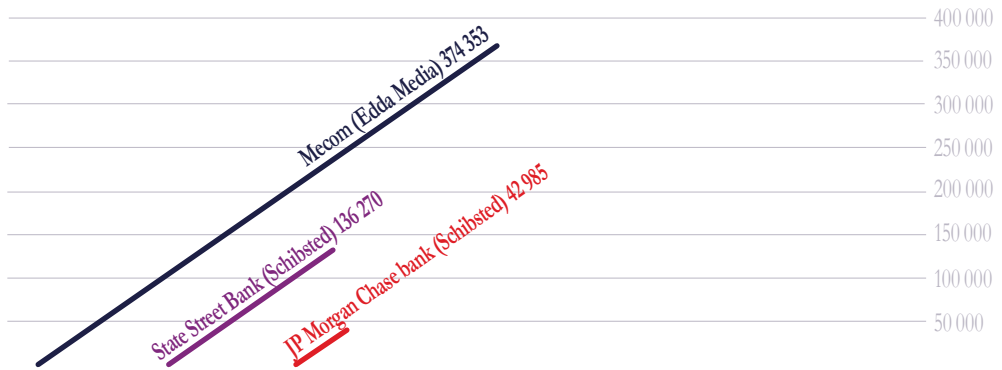
Største konsern



Største bakenforliggende norske eiere

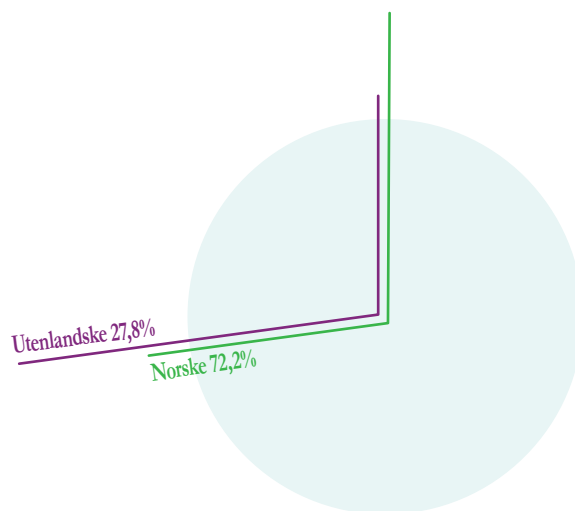


Største utenlandske eiere



¹ Medietilsynets beregninger er basert på de offisielle opplagstallene for 2008 fra MBL og L.L.A. For nærmere forklaring av Medietilsynets utregningsmetoder; se Retningslinjer for behandling av saker etter lov om eierskap i medier http://www.medietilsynet.no/Documents/Tema/Eierskap/Retningslinjer_eierskap_juli2006.pdf

Andel utenlandsk opplag



Tabeller medieregioner: ²

NORD-NORGE Innbyggere: 461 830 Antall aviser: 31

	Opplag i området	A-pressen opplag	Polaris opplag	Schibsted opplag
Totalt opplag	196 821	103 899	40 237	17 463
Opplagsandel		52,8 %	20,4 %	8,9 %

TRØNDELAG Innbyggere: 421 350 Antall aviser: 28

	Opplag i området	Polaris opplag	Schibsted opplag	A-pressen opplag	Nord-Trøndelag AS opplag	Roll Severin opplag
Totalt opplag	218 196	118 960	51 628	46 531	29 622	16 208
Opplagsandel		54,5 %	23,7 %	21,3 %	13,6 %	7,4 %

NORDVESTLANDET Innbyggere: 269 315 Antall aviser: 25

	Opplag i området	Edda opplag	A-pressen opplag
Totalt opplag	138 980	73 486	17 418
Markedsandel		52,9 %	12,5 %

VESTLANDET Innbyggere: 533 560 Antall aviser: 26

	Opplag i området	Schibsted opplag	A-pressen opplag
Totalt opplag	220 154	108 544	59 812
Opplagsandel		49,3 %	27,2 %

SØRVESTLANDET Innbyggere: 440 535 Antall aviser: 20

	Opplag i området	Schibsted opplag	Jæren avis opplag	Edda Media opplag
Totalt opplag	168 147	65 115	32 685	29 595
Opplagsandel		38,7 %	19,4 %	17,6 %

SØRLANDET Innbyggere: 275 655 Antall aviser: 16

	Opplag i området	Fædrelandsvennen opplag	Agderposten opplag	Schibsted opplag
Totalt opplag	111 425	54 607	34 685	13 652
Opplagsandel		49,0 %	31,1 %	12,3 %

VESTVIKEN Innbyggere: 651 785 Antall aviser: 28

	Opplag i området	Edda Media opplag	A-pressen opplag
Totalt opplag	246 072	150 625	68 992
Opplagsandel		61,2 %	28,0 %

STOR-OSLO Innbyggere: 777 230 Antall aviser: 7

	Opplag i området	Schibsted opplag	Edda Media opplag
Totalt opplag	311 514	237 500	14 827
Opplagsandel		76,2 %	4,8 %

ØSTVIKEN Innbyggere: 595 275 Antall aviser: 19

	Opplag i området	A-pressen opplag	Edda Media opplag
Totalt opplag	182 599	105 148	59 832
Opplagsandel		57,6 %	32,8 %

INNLANDET Innbyggere: 374 520 Antall aviser: 18

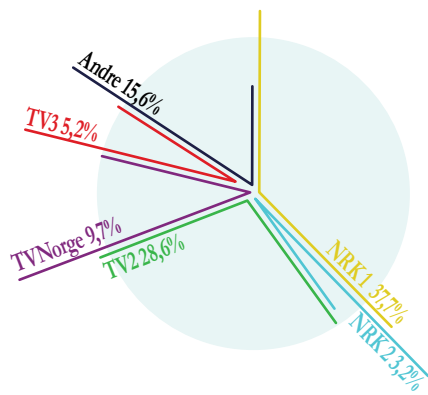
	Opplag i området	A-pressen Opplag	Edda Media opplag	Gudbrandsdølen opplag
Totalt opplag	169 789	55 304	32 256	27 199
Opplagsandel		32,6 %	19,0 %	16,0 %

² I tillegg er det 18 aviser som ikke faller inn under noen medieregion, men som bærer til kategorien "hele landet".

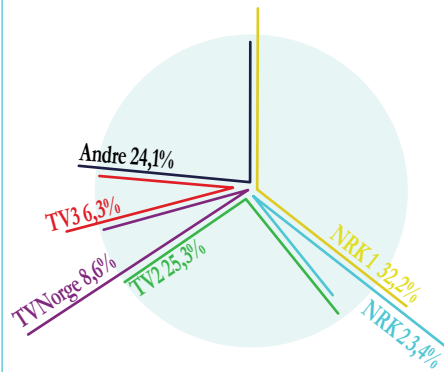
Tabeller fjernsyn: ³

Tabeller radio: ⁴

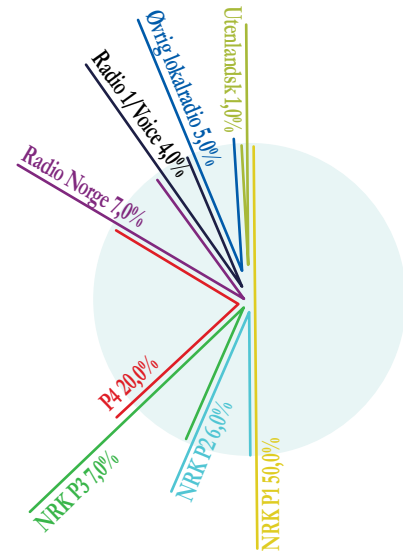
TV-kanalens andel av seertiden 2007



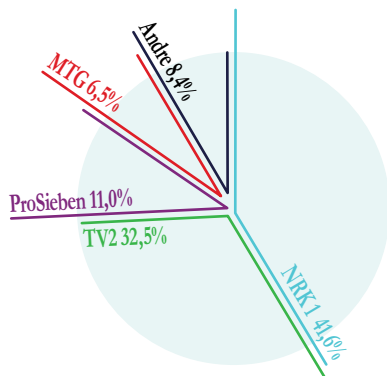
TV-kanalens andel av seertiden 2008



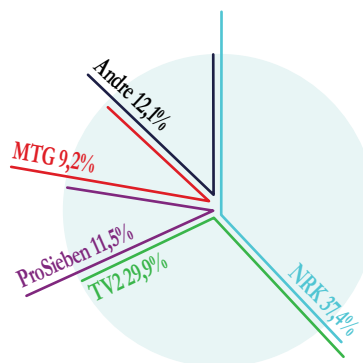
Radiokanalens andel av lyttertiden 2008



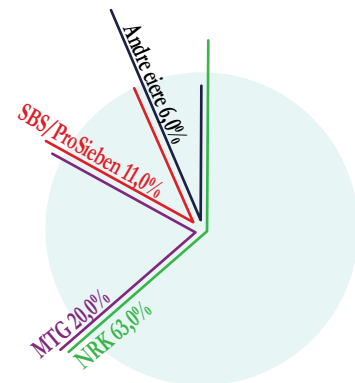
TV-eiernes andel av seertiden 2007



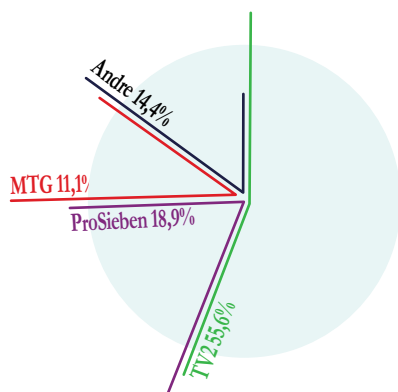
TV-eiernes andel av seertiden 2008



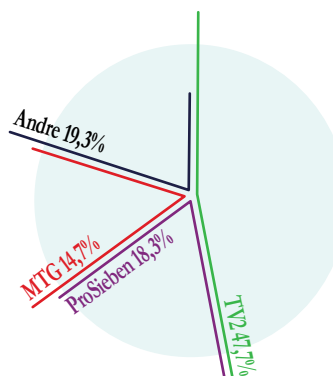
Radiociernes andel av lyttertiden 2008



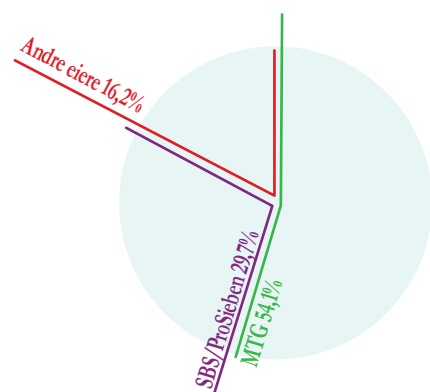
TV-eiernes andel av seertiden 2007, ekskl. NRK



TV-eiernes andel av seertiden 2008, ekskl. NRK



Radiociernes andel av lyttertiden 2008, ekskl. NRK



³ Medietilsynets beregninger er basert på seertall fra TNS Gallup TV-Meter Panel, som viser antall seerminutter per kanal.

⁴ I Medietilsynets beregninger er basert på lyttertall fra TNS Gallups Forbruker & Media-undersøkelse, som viser antall lytterminutter per kanal i aldersgruppen 12+. Beregningene for 2008 er ikke helt sammenlignbare med beregningene for 2007, ettersom Medietilsynet ikke inkluderte utenlandsk radio i 2007.

Tilskudd til lokalkringkasting - Statistikk 2007 - 2008

Lokalradio 2007

Kategori	Søkt beløp	Antall søkere	Antall søknader	Tildelt	Antall tildelte
Programproduksjon	4 383 052	40	60	1 475 294	26
Kompetansehevende tiltak	2 240 090	48	92	1 547 999	62
Utviklingsprosjekt	1 478 879	8	9	680 378	5
Etniskspråklige radioer	2 163 070	13	13	1 127 953	13
Drift Norsk Lokalradioforbund	2 700 000	1	1	1 950 000	1
Gullfuglen		6	6	45 000	2
SUM	12 965 091	116	181	6 826 624	109

Lokal-TV 2007

Kategori	Søkt beløp	Antall søkere	Antall søknader	Tildelt	Antall tildelte
Programproduksjon	10 664 515	25	46	4 411 965	21
Kompetansehevende tiltak	588 306	10	24	244 850	11
Utviklingsprosjekt	598 771	3	3	282 796	2
Drift TV-grupperingen MBL	2 000 000	1	1	1 950 000	1
Gullfuglen		11	11	70 000	3
SUM	13 851 592	50	85	6 959 611	38

Tilskudd til lokalkringkasting SUM 2007

13 786 235

Lokalradio 2008

Kategori	Søkt beløp	Antall søkere	Antall søknader	Tildelt	Antall tildelte
Programproduksjon	2 560 197	29	58	1 563 334	38
Kompetansehevende tiltak	2 940 690	63	117	1 461 875	62
Utviklingsprosjekt	989 685	10	15	149 820	3
Etniskspråklige radioer	1 815 700	10	10	896 564	10
Drift Norsk Lokalradioforbund	2 700 000	1	1	2 000 000	1
Gullfuglen		11	14	70 000	3
SUM	11 006 272	124	215	6 141 593	117

Lokal-TV 2008

Kategori	Søkt beløp	Antall søkere	Antall søknader	Tildelt	Antall tildelte
Programproduksjon	8 822 950	22	41	4 644 999	24
Kompetansehevende tiltak	852 184	17	38	460 499	20
Utviklingsprosjekt	1 474 035	6	6	0	0
Drift TV-grupperingen MBL	2 000 000	1	1	2 000 000	1
Gullfuglen		9	11	50 000	2
SUM	13 149 169	55	97	7 155 498	47

Tilskudd til lokalkringkasting SUM 2008

13 297 091



Adresse: Nygata 4, 1607 Fredrikstad

Telefon: 69 30 12 00

Telefaks: 69 30 12 01

E-post: post@medietilsynet.no

Internett: www.medietilsynet.no

Org. nr.: 974 760 886