Puijk, R. (2024). Lokal- og kabel-TV i Norge. I H. Vibeto, M. Øfsti & C. Vanebo (Red.). *På innsiden: Nye perspektiver på de norske film-, TV- og spillbransjene* (s. 159–191). Fagbokforlaget. DOI: https://doi.org/10.55669/oa420407

Kapittel 7

Lokal- og kabel-TV i Norge

Roel Puijk[1]

[1] Fakultet for audiovisuelle medier og kreativ teknologi, Høgskolen i Innlandet

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Innledning

For mange er lokal-TV usynlig i dag. Riktignok har de fleste som abonnerer på lineær-TV tilgang til én eller flere lokal-TV-kanaler, men de ligger langt nede på programguiden slik at man må være litt ekstra årvåken for å følge med på hva som sendes der. I medieforskningen får lokal-TV heller ikke mye oppmerksomhet i dag. I en artikkel med tittelen *A history of local media* in Norway skriver Eli Skogerbø om utviklingen av lokal kringkasting siden 1981 (Skogerbø, 2020). Når det er snakk om perioden fra 1995 til 2020 blir utviklingen innen lokalradio nevnt, men lokal-TV er fraværende fra teksten. Dette er påfallende ettersom samme forfatter skrev hovedfagsoppgave om Televerkets prøveprosjekt med lokal-TV på Jevnaker som startet i 1985 (Skogerbø, 1988). Her undersøker hun lokal-TVs muligheter til å bidra til demokratisering. Hun konkluderer med at «analysen har ikke gitt noe entydig svar på spørsmålet» (1988, s. 152), og viser at det riktig nok var mange personer i lokalsamfunnet som bidro i programvirksomheten, men innholdet var hverdagslig og konsensusorientert og bidro lite til å sette et kritisk lys på lokalsamfunnet. Det politiske stoffet hadde sin hovedtyngde i direkteoverføringer av kommunestyremøter. Hun drøfter også om lokalfjernsyn kan ha andre kvaliteter enn å styrke demokratiet. Her nevner hun at lokalfjernsyn kan bidra til lokal kulturell forankring gjennom identifikasjon og samhandling (1988, s. 158). Ifølge Skogerbø var begrunnelsen for lokal kringkasting uklart i starten, men i stortingsmeldingen som kom etterpå blir utvidelse av valgfriheten, muligheten for en bredere deltagelse i programproduksjoner og dermed ytringsfriheten understreket (St.meld. 88, 1981–82, s. 32).

Forsøkene hadde ikke forventet omfanget (Nærkingkastingsnemnda, 1986, s. 74) og i en mer generaliserende artikkel om utviklingen innen lokalkringkasting noen år senere skriver Skogerbø at lokal-TV hadde en usikker framtid:

> Unlike the radios, there never was a «take-off» for local television. Neither do the prospects for the future give indications of economic recovery. Given the competition from the TV2 on the national level, and the cheaper and more numerous local radios and local newspapers on the local level, their potential for survival in a market where they have to compete for each viewer, and every advertiser, does seem rather small. (Skogerbø, 1992, s. 33)

Mye i lokalmediefeltet har endret seg siden den gang, bl.a. har mange lokalaviser inngått i et av de to store aviskonsernene (Amedia og Polaris), produksjonen og distribusjonen er blitt digitalisert og internett og sosiale medier har gitt mange mulighet til å nå ut med sine produksjoner og ytringer. Antallet lokal-TV-stasjoner har først økt, men blitt drastisk redusert etter 2008.

Formålet med denne artikkelen er å finne ut hvordan situasjonen er i dag. Hvilke stasjoner finnes, hva driver de med og hvilken næringsmessig og sosial rolle har de? Det er først og fremst en produksjonsstudie som undersøker de ulike TV-stasjonene og hvilket økonomisk og sysselsettingsmessig omfang bransjen har. På den annen side ser jeg også på hva slags produkter som lages, redaktørenes programfilosofi, sendingenes innhold og hva slags innhold som presenteres. Jeg har også fått tilgang til seerundersøkelser som Mediebedriftenes Landsforening har fått gjennomført.

Etter en historisk oversikt vil jeg først definere hva jeg forstår under lokal- og kabel-TV i dag, etterfulgt av en beskrivelse av metoden som jeg har brukt i denne undersøkelsen. Deretter gir jeg en oversikt over de lokal-TV-stasjonene som fantes ved årsskiftet 2022–2023, deres økonomiske situasjon og programfilosofi, det vil si redaktørenes begrunnelse og motivasjon for å drive lokal-TV-virksomhet. Jeg presenterer dessuten resultatene fra en innholdsanalyse av programmene samt seertallene for de ulike lokal-TV-stasjonene. Før jeg avslutter presenterer jeg opplysninger om de fire kabel-TV-stasjonene som var i drift vinteren 2023. Disse er ikke tilsluttet Mediebedriftenes Landsforening og det foreligger færre opplysninger om dem, men de utvider spekteret av lokalprodusert og -distribuert TV-innhold.

Historisk utvikling av lokal-TV

Fram til 1987 hadde NRK enerett til å drive med kringkasting. Nærkringkasting, som lokal-TV også ble kalt på denne tiden (se Stene, 2004, s. 19), ble mulig etter at Willoch-regjeringen i 1981 åpnet for «midlertidig forsøksdrift med forskjellige former for privat lokal kringkasting, basert på en aktiv bruk av lovens adgang til å gi dispensasjon fra [NRKs] enerett» (Dahl & Bastiansen, 1999, s. 556). Dette var i tråd med utviklingen på kontinentet hvor lokal

kringkasting hadde et oppsving på 70- og 80-tallet. (Prehn, 1981; Hollander, 1988; Skogerbø, 1992). Det var lokalradio som kom på lufta først og som var mest framtredende i den første prøveperioden, men det ble også gitt ut sju tillatelser (konsesjoner) til å sende fjernsyn i lokale kabelnett.[1] I andre prøveperiode (1984–87) ble det også tillatt å sende lokal-TV i eteren[2], men konsesjonen var avgrenset til enkeltkommuner og dekket dermed relativt små geografiske områder. Det ble tildelt 128 lokal-TV-konsesjoner i 40 konsesjonsområder, først og fremst i byområder (Nærkringkastingsnemda, 1986, s. 32). Nærkringkastingsnemda meldte at 49 lokal-TV-stasjoner hadde startet i mars 1986 (s. 74).

I starten var forsøksvirksomheten svært begrenset og tenkt som en ideell virksomhet – å bidra til flere stemmer og gi et mer variert TV-tilbud i tillegg til NRK (Skogerbø, 1992). Lokal-TV-stasjonene kunne hverken sende reklame eller eies av lokalaviser. Etter hvert ble begrensingene lempet på. Fra 1984 fikk lokalaviser lov til å (del-)eie lokal-TV-stasjoner. Ettersom lokal-TV hverken fikk lov å sende reklame eller bingo, var inntektsgrunnlaget lite og kanalene representerte ofte store utgiftsposter for eierne (særlig lokalaviser). Flere lokal-TV-stasjoner inngikk etter hvert i allianser som konkurrerte om tildeling av TV2-konsesjonen, uten å få tilslag, men da TV2 startet og fikk enerett på landsdekkende reklamesendinger i 1991, fikk lokal-TV samtidig lov å sende reklame lokalt (Stene, 2004, s. 11).

På 90-tallet prøvde de nasjonale TV-kanalene å posisjonere seg i forhold til lokal-TV-stasjonene. Både NRK, TV2, TV 3 og TV Norge hadde lokal-TV som del av sine strategiske planer, uten at disse planene ble realisert (Stene, 2004, s. 67–81). Bransjen ga gjennom bransjeorganisasjonen NFL uttrykk for at de ønsket større konsesjonsområder, for slik å øke seerpotensialet og dermed også reklameinntektene. Myndighetene reduserte i 1995 antallet konsesjonsområder til 30, men disse var større og bare én aktør kunne få konsesjon i et område. Dette førte til at antallet lokal-TV-stasjoner ble redusert til ca. 20.

---

1 Oslo: Janco Electronic A/S, Stovner/Groruddalen Lokal-TV A/L, Elverum: Elverum Kabel-TV; Drammen: Drammen Kabel-TV; Nittedal: Norsk Kabel-TV; Nedre Eiker/Kongsberg: A/S KA-TEL; Stavanger: Tekniske Bureau A/S (St. meld. 88, 1981–82, s. 28).

2 I andre prøveperiode ble det gitt konsesjon for etersendinger i Bergen, Egersund, Hammerfest, Bømlo, Elverum og Volda. (Stene, 2004, s. 18).

Kringkastingsloven § 2.1. lyder: «Norsk rikskringkasting har rett til å drive kringkasting. Andre enn Norsk rikskringkasting må ha konsesjon for å drive kringkasting eller lokalkringkasting som formidles via senderanlegg som er konsesjonspliktige.» Det gjelder trådløse, bakkebaserte senderanlegg (Kringkastingsloven 1992, revisjon 2022). Bare TV2 og lokalkringkasting hadde konsesjon for analoge senderanlegg. De andre kommersielle kanalene kunne bare distribueres gjennom satellitt og kabel, eller ved å bruke lokal-TV-sendere. Flertallet av lokal-TV-ene inngikk en samsendingsordning med TV Norge. TV Norge var i utgangspunktet en satellitt-kanal som ble mottatt av parabolantenner og kabelselskap. De hadde dermed et betydelig lavere antall seere enn bakkesendte NRK og TV 2. Fra 1994 betalte TV Norge disse lokale stasjonene for å sende deres programmer i eteren. Ved å sende gjennom lokal-TVs bakkesendere fikk TV Norge et større antall seere, mens lokal-TV-stasjonene fikk et vindu for å sende de lokale programmene, vanligvis en time pr. dag som de fylte stort sett med lokale nyheter, sport og bingo (Stene, 2004, s. 67). Situasjonen endret seg da det digitale bakkenettet ble bygget ut i perioden 2007–2009.

Etter det digitale bakkenettet ble tatt i bruk er det bare Norges Televisjon AS som sender TV-signalene i eteren og leverer signaler fra RiksTV til husstandene. I RiksTV sin kanalpakke inngår både NRK, kommersielle og utenlandske kanaler og lokal-TV. TV Norge hadde dermed ikke lenger interesse av å sende gjennom lokal-TV. De lokal-TV-stasjonene som formidlet TV Norges programmer, mistet dermed en viktig inntekt. En del lokalaviser avviklet også lokal-TV-virksomheten, særlig fordi TV-journalistikk er dyrt å produsere, mens internettstrømming kom inn som et alternativ (jf. Puijk et al., 2021). Avisene ble dessuten rammet av finanskrisen i 2008 og mange sparte ved å redusere sin videojournalistikk. Resultatet var at antallet lokal-TV-stasjoner falt fra 25 i 2008 til 20 i 2009 (Aas, s. 16). I 2023 var det bare åtte stasjoner igjen.

Lokal- og kabel-TV

Lokal-TVs første ledd tilsier at det er snakk om avgrensete geografiske områder. Dette kan gjelde området sendingene er rettet mot, men også innholdet i sen-

dingen. Det vil gjerne være en sammenheng mellom disse to dimensjonene, men de er ikke nødvendigvis sammenfallende. Skogerbø tar utgangpunkt i innholdet når hun definerer lokale medier «by reference to the fact that their content and coverage relates to a specific location» (2020, s. 55). I praksis vil deler av innholdet omhandle lokale forhold, men på samme måte som norske TV-kanaler sender programmer produsert i utlandet, vil også lokal-TV-stasjoner kunne sende stoff som ikke nødvendigvis omhandler lokale forhold. Et absolutt påbud om at stoffet skulle ha bare lokalt innhold, ville også forhindre samarbeid lokal-TV-stasjonene seg imellom. Myndighetene hadde tidligere krav om daglig lokalt innhold. § 7.6. av Forskrift om kringkasting fra 1997 lød: «I lokalfjernsyn skal det på hverdager sendes lokalt produserte programmer med lokalt innhold. Det er en målsetting at sendingene alle dager skal inneholde slike programmer.» (Forskrift om kringkasting, 1997). Dette kravet forsvant da TV-distribusjonen ble digitalisert og Norges Televisjon AS fikk ansvar for distribusjon av TV-signalene i eteren. I dag er myndighetenes definisjon av lokalkringkasting «§ 1.1. Lokalkringkasting: kringkasting innenfor geografisk avgrensede områder.» (Kringkastingsloven 1992, revisjon 2022). Jeg følger myndighetenes definisjon av lokal-TV og ser på de åtte kanalene som har konsesjon til etersendinger.

Andre leddet i lokal-TV-begrepet tilsier at det handler om TV eller fjernsyn. Grensene for hva som regnes som TV er flytende (se f.eks. Johnsen, 2019), men for å skille lokal-TV fra andre former for utsending av audiovisuelt materiale, kreves det at senderen har regelmessige lineære sendinger. For myndighetene er kravet at det er lineære TV-kanaler tilgjengelig i Riks-TV sin programpakke i det angjeldende området. Dette utelukker ikke at innholdet i tillegg kan være tilgjengelig andre steder (f.eks. kabel/IP-TV i andre deler i landet, på egne hjemmesider eller YouTube).

Myndighetene opererer også med kategorien kabel-TV. Disse sender, som navnet tilsier, gjennom kabelnettet og ikke gjennom eteren. Disse kanalene trenger ikke konsesjon for å sende, men er derimot registreringspliktige til Medietilsynet. Per 4. april 2022 var det i alt 30 registrerte kabel-TV-sendere, hvorav 13 med lokal/regional utbredelse. Av de 13 var sju ikke (lenger) i drift. Totalt var det dermed seks stasjoner som drev aktiv kabel-TV lokalt, hvorav to var tilknyttet en lokal-TV-stasjon. Jeg skriver om de resterende fire lokale kabel-TV-stasjonene i et eget avsnitt.

Metode

Før jeg fortsetter med å beskrive dagens situasjon vil jeg gjøre kort rede for hvilke datakilder jeg har benyttet meg av. Delen om dagens kanaler er basert på intervjuer med de ansvarlige redaktørene av de åtte lokal-TV og fire kabel-TV-stasjonene som drives i dag. De er intervjuet over zoom/telefon i perioden november 2021 til mars 2023. Her ble tema som kanalens historie, virksomhetens omfang og økonomi tatt opp i tillegg til spørsmål om hvorfor de drev med lokal-TV og hvilken programfilosofi de hadde. Intervjuene varte fra ca. 30 til 90 minutter og er registrert ved NSD med hensyn til personvern. Selv om redaktørenes navn lett kan spores, omtaler jeg dem med tittel for å understreke at de uttaler seg i kraft av sin stilling og ikke som privatperson.

I tillegg ble det hentet inn opplysninger fra kanalenes hjemmesider og andre internettkilder. Økonomiske data er hentet fra proff.no, hvor bedriftenes innrapporterte bedriftsdata til Brønnøysundregistrene er tilgjengelige. Her finnes tall på omsetning og resultat, antall ansatte, samt informasjon om eierskapsstruktur. I tillegg har jeg fått tilgang til seertall innhentet av Norfakta Markedsanalyse på oppdrag av Mediebedriftenes Landsforening. Jeg har også vært i kontakt med Medietilsynet for å få offisielle tall og innsikt i deres virksomhet med hensyn til lokal-TV.

Når det gjelder programmene har jeg tatt opp lokal-TV- programmene og klassifisert de i to tidsrom i 2022. Utgangspunktet er uke 2 (opptaksdato 14. januar) og uke 38 (opptaksdato 19./20. september). For å unngå at bestemte tema dominerer, har jeg valgt en tilfeldig uke på vinteren og en på høsten. Det er sannsynlig at sommerprogrammene avviker fra disse. Ettersom de fleste stasjonene sender sine programmer i reprise en hel uke av gangen, omfatter materialer tilnærmet alt som ble sendt i de gjeldende ukene. TV Nord avvek fra dette mønsteret. Her var det ikke mulig å ta opp sendingene, til tross for at jeg har tilgang til programmet gjennom mitt Altibox-abonnement. I praksis er det vanskelig å få oversikt over når de har sending, men det alle meste av tiden sendes det tekstlige nyhetsbulletiner. Dessuten samsendes det stort sett med lokalradio – det vil si bilder av radiostudio når programverten snakker, og grafiske nyhetsbulletiner når det spilles musikk. På grunn av vanskelighet med å få oversikt over innholdet er derfor TV Nord sine sendingen utelatt fra analysen.

Når det gjelder de lokale kabel-TV-stasjonene har jeg også intervjuet redaktørene. Det var vanskeligere å få tilgang til innholdet og beskrivelsen er derfor basert på mer tilfeldig stoff jeg har fått tilsendt fra redaktørene, eller det som jeg har funnet på nettsider og Youtube.

Dagens lokal-TV-stasjoner

Per april 2022 var det 8 stykker DTT (Digital Terrestial Television)-konsesjoner for lokal-TV i bruk og sender i det digitale bakkenettet (tabell 7.1). Noen andre aktører har konsesjon uten å ha noen stasjon i drift[3].
Bortsett fra TV Nord er alle nåværende lokal-TV-stasjoner etablert i løpet av de siste ti årene. Flere selskaper bygger imidlertid på tidligere lokal-TV-stasjoner, gjerne ved at tidligere ansatte driver stasjonene i dag. For eksempel er TV Vest en fortsettelse av Stavanger Aftenblads TV satsing, TV Aftenblad, som ble avviklet i 2010. Elleve medarbeidere tok over stasjonen og drev både produksjonsselskapet og lokal-TV-stasjonen. Etter fire og et halvt år meldte selskapet oppbud, men gjenoppsto i 2014, da seks ansatte overtok konkursboet. I 2017 ekspanderte de til Hordaland, som var uten lokal-TV-stasjon etter at Bergens Tidendes TV (BTV) satsing ble lagt ned i 2009, og opprettet TV Vest Vestland.

TV Agder i Arendal er eid av videoproduksjonsselskapet Media Service AS. Stasjonen er en fortsettelse av Agderpostens TV-kanal TV-Aust-Agder (TVA) som ble opprettet i 2004. Den ble avviklet i 2010, men TV-sendingene fortsatte under navnet Kanal Lokal fram til 2013, da Agderposten trakk seg helt ut. Produksjonsselskapet Media Service AS ble stiftet i 1983 og er, ifølge lederen, det eldste TV-produksjonsselskapet i Norge som bl.a. også produserer en TV-serie for TV2.

Produksjonsselskapet Tmm Produksjon AS eier 68,7 prosent av Trønder-TV AS, og produksjonsselskapet Klippet & Klart AS og har kontorer i medieklyngen «Filmfabrikken» i Levanger. Trønder-TV er ifølge daglig leder først og fremst

3 Det gjelder Huldra film som innehar 8 konsesjoner i det sentrale Østlandsområdet uten å ha hatt noen av dem i drift de senere år (iflg. innehaveren var det aktivitet i 2017–2018). Heller ikke konsesjonene til Streambird TV har vært i bruk de siste årene.

et distribusjonsseksskap som setter sammen program fra samarbeidspartnere. Fra høsten 2021 driver selskapet også den nasjonale Naturfilmkanalen1, som distribueres bl.a. av Altibox, Telia og T-We.

Tabell 7.1

DTT-konsesjoner, lokal-TV, pr. 2022 (Kilde: Medietilsynet, Proff.no)

Stasjons-navn	Eier	Etablert	Eierskapskonstellasjon	Sted	Konsesjons-område
TV Nord	Nordavis AS	2005	Del av lokalavisen Altaposten og Radio Alta. Inngår i Polaris Media	Alta	Finnmark
TV Agder	Media Service AS	2013	Del av produksjonsselskap	Arendal	Agder, Kragerø
Trønder-TV	Tmm Produksjon AS	2013	Del av produksjonsselskap, (Naturkanalen 1)	Levanger	Trøndelag
TV Vest (Rogaland)	TV Vest	2014	Ansatte eier produksjons- og lokal-TV selskap	Stavanger	Sør-Rogaland
TV1 Øst	OB Studio Produksjon AS	2016	Del av produksjonsselskap	Hamar	Innlandet, Oslo, Viken
TV Vest (Vestland)	TV Vest	2017	Datterselskap av TV Vest	Bergen	Hordaland
Sunnmøre LIVE	Mediehuset Sunnmøre AS	2018	Del av produksjonsselskap (Eventyrlige Produksjoner AS)	Ålesund	Sunnmøre
TV Haugaland	Haugaland Media AS	2018	Del av produksjonsselskap, (Ordvegen produksjon AS, Huskanalen AS, datterselskap Tvh Digital AS.)	Haugesund	Haugaland

TV1 Øst bygger på TV Innlandet som var del av Oppland Arbeiderblad (A-pressen). Stasjonen er eid av moderselskapet Ob Studio Productions AS med hovedeieren som den eneste med fast tilknytning til stasjonen. Investoren Periveco kom inn og overtok 2/3 av aksjene i Ob Studio Productions, mens

den tidligere eneeieren beholdt en tredjedel. Programmene produseres ved hjelp av innleide frilansmedarbeidere, men de har også tilgang til mye arkivmateriale fra andre lokal-TV- selskap.

Eieren av TV Sunnmøre Live AS har bakgrunn fra TV Sunnmøre som ble lagt ned i 2011. Fra 2013 drev han en nettavis i Ålesund, men gikk over til stadig mer videoproduksjon og startet lokal-TV-stasjon i 2018. Selskapet ble omorganisert i 2021 da det nåværende moderselskapet Mediehuset Sunnmøre AS ble opprettet og produksjonsdelen ble organisert i selskapet Eventyrlige Produksjoner AS.

TV Haugaland var til 2018 eid av en lokal investor som også eide lokalavisen Karmøy Nytt og fotballklubben FK Haugesund, men da vedkommende trakk seg ut ble den overtatt av en ansatt i stasjonen. I 2021 kjøpte Schibsted seg inn i stasjonen med 40 prosent (Aarli-Grøndalen, 2022).

TV Nord er den eneste gjenværende lokal-TV-stasjonen som er knyttet til en lokalavis, Altaposten. Altaposten er igjen del av konsernet Polar Media. TV-stasjonen er ikke skilt ut som eget selskap og aktiviteten er integrert som del av lokalavisens løpende aktivitet. Det har derfor ikke vært mulig å få innsyn i TV Nord sin økonomi, og jeg har derfor utelatt TV Nord i avsnittet som omhandler lokal-TVs økonomi.

Mange kommersielle TV-stasjoner formidler i stor skala innkjøpte programmer produsert av andre, men lokal-TV-stasjonene produserer det meste selv. De er dermed ikke bare distributører, men også produsenter av TV-program. Det påfallende er at alle kanaler også driver med annen produksjonsvirksomhet i tillegg til å lage programmer for lokal-TV. De driver alle med oppdragsfilm, reklamefilm, lokalradiovirksomhet, nettavis eller lignende, slik at de kombinerer lokal-TV med annen beslektet kommersiell aktivitet. Dette ser jeg nærmere på i neste avsnitt om lokal-TVs økonomi.

Lokal-TVs økonomi

Med utgangspunkt i regnskapstallene fra lokal-TV-stasjonene og de tilknyttede produksjonsaktivitetene innrapportert til Brønnøysundregistrene, viser tabell 7.2 selskapenes registrerte ansatte i 2021, samt gjennomsnittlige driftsinntekter og resultat før skatt for de siste tre årene.[4] Jeg har avrundet tallene til nærmeste 1000.

4 Fordi Sunnmøre Live omorganiserte virksomheten i 2021, er deres tall bare for 2021.

Tabell 7.2

Lokal-TV-stasjoner, ansatte (2021), gjennomsnittlige inntekter og resultat (2019–21, i 1000 kr.). Kilde: proff.no

	TV Agder	TV Vest Rogaland	Tv Vest Vestland	TV Hauga-land	TV1 Øst	Sunnmøre Live	Trønder-TV	SUM
Ansatte	0	13	2	13	0	2	5	35
Driftsinntekter	1 418'	10 144'	272 '	10 674'	802'	4 541'	3 446'	31 297'
Resultat før skatt	75'	33'	–5'	1 070'	–146'	17'	–215'	829

Tabellen viser stor variasjon i antall ansatte ved de ulike lokal-TV-selskapene. Dette forklares delvis av måten virksomhetene er organisert på. TV Vest omfatter både lokal-TV-drift og videoproduksjon, mens Sunnmøre Live for eksempel har delt produksjonsaktivitet og lokal-TV- drift i to aksjeselskap og registrerer de fleste ansatte i moderselskapet, mens TV Agder har registrert også de som driver TV Agder under moderselskapet Media Service AS.

Driftsinntekt- og resultattallene viser forholdsvis stor variasjon i omfang av virksomheten, varierende fra under en million for TV1 Øst til over 10 millioner for TV Vest og TV Haugaland. Også resultatene før skatt varier, fra minus 215 000 for Trønder-TV til over en million for TV Haugaland. Tre av lokal-TV-stasjonene rapporterte gjennomsnittlige negative resultater for perioden 2019–2021. Det er uklart hvor mye resultatene er preget av at det var midt i korona-pandemien.

Tabell 7.3

Moderselskap: ansatte, gjennomsnittlige inntekter og resultat (2019–2021 i 1000 kr.). Kilde: proff.no

	Media Service AS	Tv Vest AS	Haugaland Media AS	OB Studio Produksjon AS	Mediehuset Sunnmøre AS	Tmm Produksjon AS	SUM
Ansatte (inkl. lokal-TV)	8	15	13	0	13	40	89
Driftsinntekter	7 664’	10 837’	10 897’	835’	4 864’	15 936’	51 033
Resultat før skatt	1 089’	22’	828’	1 115’	12’	1 254’	4 320

Som vi så er lokal-TV-drift i de fleste tilfeller del av en større virksomhet som også omfatter produksjon av video, reklame, strømming og lignende aktiviteter. Det er derfor interessant å se hvordan økonomien i disse moderselskapene er.[5] Tabell 7.3 viser resultatene for disse. Tabellen viser en stor variasjon i antall ansatte. OB Studio Produksjon AS har ingen ansatte. Her er eieren den eneste som jobber fast, mens han leier inn frilansere til konkrete prosjekter. På den andre side har Tmm Produksjon AS i alt 40 ansatte.

Tallene viser driftsinntekter fra i underkant av én million til 16 millioner. Til sammen hadde de 6 konsernene en gjennomsnittlig driftsinntekt på litt over 51 millioner i perioden 2019–2021, og et resultat før skatt på litt i overkant av 4 millioner, mens de totalt sysselsetter 89 personer. Vi ser at det er snakk om en ganske beskjeden sektor i forhold til for eksempel lokalavisene. Bare Amedia har ifølge deres hjemmeside mer enn 1100 redaksjonelle medarbeidere (Amedia, u.å.), utgir 106 titler og hadde en årsomsetning på 3 988 mill. NOK i 2023 (Medienorge, 2024).

5 Det som regnes som moderselskap her, kan i noen tilfeller inngå i en større eierskapskonstellasjon, der de andre delene driver med andre ting enn video/film-produksjon eller TV-distribusjon.

Inntekter

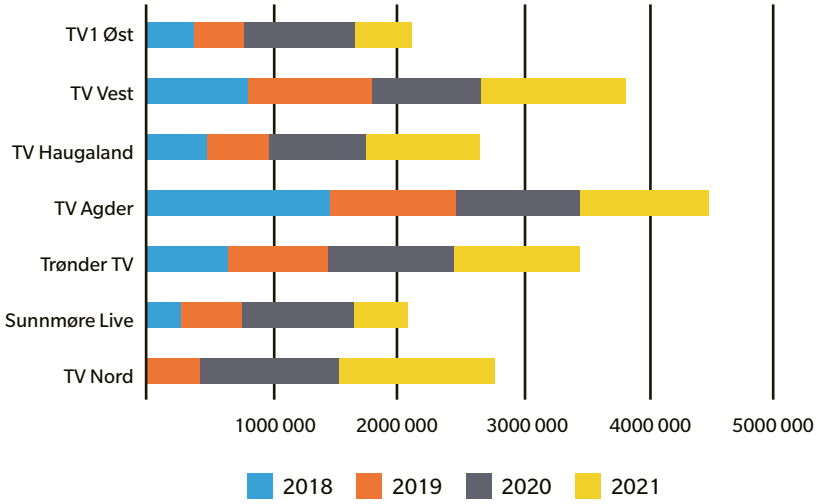
Lokal-TV-stasjonenes inntekstbasis er først og fremst reklame- og sponsorinntekter, i tillegg til bingo-sendinger som flere har som faste innslag. Ifølge Medietilsynet hadde de ni daværende lokal-TV-stasjonene en driftsinntekt på 50,2 millioner kroner i 2021 (Medietilsynet, 2022, s. 64). Basert på stasjonenes rapporter om økonomisk aktivitet har Medietilsynet beregnet at brorparten av inntektene (77,6 %) kommer fra reklame og sponsing, mens bingo står for 13,8 prosent. Frivillig lisens og gaver står for 6,3 prosent, tilskudd for 2,1 prosent og andre inntekter for 0,2 prosent.

Reklame er først og fremst knyttet til lokale virksomheter, men kan også gjelde nasjonale aktører – i materialet fra de to ukene hadde for eksempel flere av kanalene samme reklameinnslag om frivillighetsåret. Flere av redaktørene fortalte i intervjuene at det hadde blitt en endring i reklamesalget. Tidligere var reklamesalg gjerne basert på direkte kontakt mellom kanalens representant og lokale aktører som ville annonsere ut fra et ønske om å bidra til lokalsamfunnet. I dag er det ofte reklamebyråer som forhandler på vegne av annonsørene. De krever detaljerte opplysninger om seergrunnlaget og målgrupper. Dette er ofte vanskelig for lokal-TV-stasjonene å skaffe (se avsnitt om seertall) og de taper derfor i forhold til for eksempel reklame i sosiale medier, hvor det er lett å måle hvor mange i målgruppen som ser eller klikker.

Selskapene har gjerne de fleste inntektene fra annen audiovisuell produksjon. Det kan dreie seg om å produsere TV-serier for nasjonale kringkastere, oppdragsfilmer for næringsliv eller det offentlige, reklamefilm og så videre. I senere år, og spesielt i korona-perioden, har det også blitt mer vanlig at lokale videoproduksjonsselskaper har vært involvert i strømming av alt fra brylluper til konferanser. Noe av materialet som produseres for eksterne oppdragsgivere, kan også være aktuelt å sende på lokal-TV – for eksempel kan universitetene være interessert i at deres forskningsformidlingsvideoer formidles også på lokal-TV.

Figur 7.1

Medietilsynets støtte til lokal-TV-aktørene (NOK), Kilde: Medietilsynet



Ifølge redaktørene har lokal-TV-stasjonene for lite likvide midler til å produsere lengere serier. De har imidlertid mulighet til å søke Medietilsynet om penger til litt større produksjoner, selv om beløpene er beskjedne sammenlignet med hva nasjonale TV-programmer vanligvis koster. Dette benytter de fleste lokal-TV-stasjonene seg av. Flere av redaktørene nevnte at dette er omtrent den eneste muligheten de har til fordypning. Per prosjekt kan det søkes om inntil 250 000 kr. og gjennomsnittstilskuddet per serie er rundt 200 000 kr. (Medietilsynet, tilsendt materiale og muntlig kommentar). I løpet av perioden 2018–2021 har sju av lokal-TV-aktørene hver hentet ut mellom 2 og 4,5 millioner til ulike programserier basert på lokale temaer – for eksempel lokalhistorie, serier om lokale personer, band og musikk (figur 7.1).

Vi kan konkludere med at situasjonen for lokal-TV har endret seg sterkt etter digitaliseringen av bakkenettet i perioden 2007–2009, da et av deres konkurransefortrinn forsvant. I det analoge bakkenettet var bare NRK, TV2 og de lokale TV-stasjonene tilgjengelige via eteren i starten, mens de etter 2009 konkurrerer med en mengde norske og utenlandske kanaler i RiksTV sin kanalpakke. Flere lokal-TV-stasjoner hadde en avtale med TV Norge om å formidle sine programmer gjennom eteren, men denne inntektsmuligheten falt bort da TV Norge også ble del av RiksTV sin kanalpakke. Mange lokalavi-

ser som eide lokal-TV-stasjoner la dessuten ned denne delen av virksomheten under finanskrisen i 2008, da de fant ut at TV-produksjon var for dyrt. De få som er igjen har begrenset inntektspotensial og deres marginer er små, noe som resulterer i en sektor med få aktører og begrenset aktivitet.

Innhold og distribusjon

Lokal-TV sender sine programmer på lineære kanaler. De fleste produserer 1,5 til 2 timer TV pr. uke, og sender samme programmet i loop, det vil si at samme program gjentas døgnet rundt i en uke før det skiftes til et nytt program, vanligvis på mandager. TV Haugaland har imidlertid trappet opp og sender flere programmer på ulike ukedager og i helgene. Alle har transmisjonsavtale med Riks-TV, men er der tilgjengelig bare på bestemte deler av døgnet. De formidles imidlertid lineært også av andre kabel/bredbåndsleverandører som Altibox, TV-We, Telia og Allente. De fleste lokal-TV-kanalene gjør deler av innholdet også tilgjengelig på sine respektive hjemmesider ved å legge ut en samling enkeltinnslag som man kan klikke på. Flere stasjoner gir også tilgang til direkte strømming på sine hjemmesider, og de fleste promoterer også programmene gjennom Facebook. TV Nords sendinger ligger bak en betalingsmur, på Altapostens hjemmeside, mens TV Haugaland har en abonnementsordning.

Den innviklete situasjonen når det gjelder tilgjengelighet kommer godt til uttrykk i for eksempel TV Sunnmøre LIVE sin beskrivelse av tilgjengelighet:

> *Her ser du TV Sunnmøre LIVE!:*
>
> *Telia (Møre & Romsdal kanal 32, Vestland kanal 132) hele døgnet, T-We (tidligere Canal Digital kabel) kanal 126 hele døgnet, Altibox – hele døgnet i hele landet. RiksTV (kanal nr 52) alle dager fra kl 1900 til 0400, lørdag og søndag 0900–1200, og du kan laste ned gratis app på Apple TV (Sunnmøre Live, u.å.)*

Kanalen er altså tilgjengelig ikke bare lokalt, men kan sees både lineært og on-line nasjonalt – eller globalt om man har bra nok nettforbindelse.

Det at innholdet kan være tilgjengelig i hele landet gjør det vanskelig å vite hvor mange seere som i praksis ser på sendingene. For de fleste lokal-TV-kanalene er deres primære nedslagsfelt forholdsvis klart definert, selv om konsesjonen gjerne er større enn stedet kanalen retter seg mot. For TV1 Øst, som har konsesjon for både Innlandet, Oslo og Viken, skaper dette et dilemma, siden innehaveren hovedsakelig retter seg mot Innlandet, mens investoren er interessert i å dekke et større område.

Sendingenes innhold

For å få oversikt over hva slags type innhold som sendes har jeg klassifisert programmene den 14. januar og 19./20. september 2022. Ettersom de fleste stasjonene sender i loop, er det én omgang av sendingen som jeg har tatt opp og undersøkt.

Jeg har skilt mellom følgende kategorier:

- *Dokumentar.* Jeg har skilt mellom dokumentarer og aktualiteter. Begge er tatt opp ute og har en reportasjestil basert på intervjuer og observasjoner/illustrasjoner, men aktualiteter tar opp (dags-)aktuelle temaer. De skiller seg fra hverandre delvis gjennom innhold og delvis gjennom lengde. Ettersom stasjonene ikke har faste «slots», er lengden på denne type faktaprogram varierende og skillet mellom aktualitet og dokumentarprogram er, litt arbitrært, satt til rundt seks minutter. Dokumentarer dekker en rekke tema. Flere av dokumentarene er programserier finansiert med støtte av Medietilsynet. De fleste stasjonene sender dokumentarer om lokale tema. Dokumentarene kan være egenprodusert eller de kan være produsert av samarbeidende produsenter. TV Agder sendte for eksempel et program produsert av universitetet i Agder.
- *Lokalhistorisk dokumentar*. En god del dokumentarer handler om lokalhistoriske tema. På grunn av at disse utgjør en relativ stor andel, er disse skilt ut i en egen kategori. For eksempel sendte TV Vest Vestland en rekke programmer med utgangspunkt i materiale fra Universitetet

i Bergen gjerne produsert av Universitetsbiblioteket. Flere av programmene i denne kategorien har også fått støtte fra Medietilsynet.

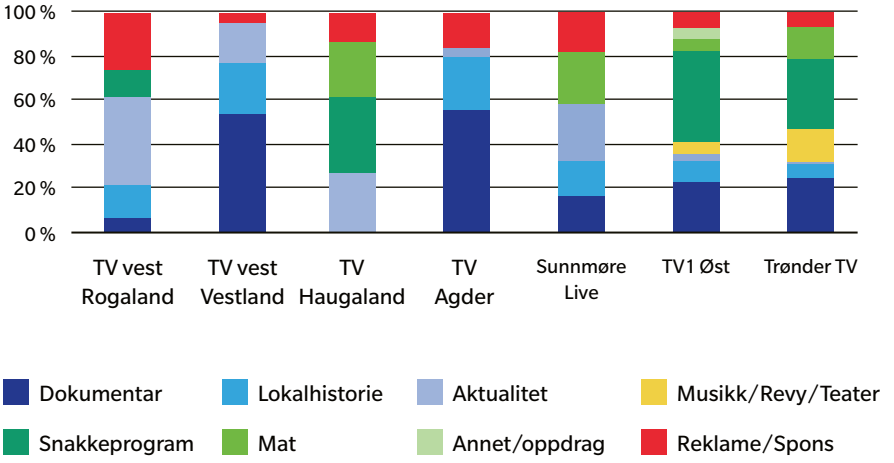
- *Aktualitet*. Ulike lokale tema ble dekket i form av reportasjer, gjerne med synlig reporter som intervjuer involverte aktører i felten. Tema kan variere fra det trivielle (hva skal du gjøre i helga?) til mer journalistiske nyhetsreportasjer (ny rundkjøring, rasfare, osv.). Noen kanaler har også korte sammendrag av fotballkamper. Flere kanaler presenterer korte værmeldinger i grafisk form. Disse er også kategorisert under aktualitet.
- *Snakkeprogram*. Flere av kanalene tilbyr faste talkshows hvor en eller to verter fører en samtale med en eller få gjester i studio. Her kan tema variere fra aktualiteter, sport og psykiske problemer til personportretter. I flere av disse programmene var gjesten en musiker som også opptrådte i løpet av sendingen. Av og til er opptakene gjort utendørs. TV1 Øst og TV Haugaland hadde også to faste programposter hvor to programledere anmeldte hhv. film og nettstrømmings-drama. Også disse er klassifisert under snakkeprogram.
- *Matprogram*. Flere av stasjonene tilbyr matprogrammer hvor en eller flere kokker tilbereder mat. Noen ganger er dette tradisjonell mat (lefsebaking, samisk mat), andre ganger mer moderne matretter (lakseburgere, retter av julerester).
- *Reklame*. Under kategorien reklame regnes både ren reklame, sponsorplakater og egen reklame for kanalen. Dessuten er kanalens egne vignetter, programoversikt osv. plassert i den kategorien.
- *Annet*. Et program er klassifisert som «annet» – dette var et snekker-program hvor programverten i studio viste hvordan man kunne bygge en TV-benk.

Kategoriseringen er delvis vanskelig ettersom en del programmer kombinerer trekk fra flere sjangre og dermed lar seg plassere i flere kategorier. Dette er en generell utvikling innen TV (Creeber et al., 2015), og lokal-TV er intet unntak. Et reiseprogram fra Tenerife på TV1 Øst inneholdt for eksempel en god del dansebandmusikk. Ettersom reisen er rammen for programmet, har jeg klassifisert programmet som en dokumentar. TV Haugalands hovedprogram i september er som tidligere nevnt en kombinasjon av talkshow og aktuelle

reportasjer. I dette tilfellet har jeg kategorisert reportasjene som aktualiteter, mens studiodelen er kategorisert som snakkeprogram.

Figur 7.2

Fordeling ulike programtyper, 14. januar og 19./20 september 2022



Ser vi på figur 7.2, så viser den at kanalene tilbyr vidt forskjellige programtyper. Et av de mest påfallende trekkene er at mengden aktualiteter varierer mellom kanalene. For å produsere aktualiteter må det settes av ressurser til å hente inn dagsaktuelle saker – gjerne i form av intervjuer og situasjonsbilder. Dette krever en permanent bemanning.

Det er også store forskjeller i mengde dokumentarstoff som sendes. Her skiller TV Vest Vestland og TV Agder seg ut. Begge har samarbeid med de lokale universitetene og nyter godt av å kunne sende forskningsformidlingsprogrammer. Midler fra Medietilsynet bidrar i mange tilfeller til produksjon av mer dyptgående programserier basert på lokale tema – enten lokalhistorisk eller på andre måter. Noen av programmene er også finansiert gjennom lokale industribedrifter eller kommuner. Flere av disse har karakter av informasjonsfilm om bedriften eller deler av kommunens virksomhet. Slike programmer vil en vanligvis ikke se på de nasjonale mediekanalene og ligger i grenseland til reklame, selv om alle kanalene er redigert etter redaktørplakaten.

Særlig TV Haugaland, TV1 Øst og Trønder-TV har en rekke studiobaserte program – talkshows og matprogrammer. Forutsatt at kanalen har tilgang til studio og flerkamerautstyr, er dette forholdsvis billige programmer å produsere.

Det er først og fremst Trønder-TV og TV1 Øst som har musikk-/revy-program. Trønder-TV viste to lokale oppsetninger i sin helhet (revy og klassisk musikk), mens TV1 Øst hadde flere programmer som inneholdt musikk. I den undersøkte tidsperioden sendte TV1 Øst både rene musikkopptak (Silje Nergaard, Steinar Engelbrektson Band, gammeldans og country musikk), en samtale med Henning Sommerro, (produsert for Trønder-TV), et talkshow om musikk (Petter's popshow) og en reisedokumentar med dansebandmusikk.

Vi ser også at mengde reklame som sendes varierer nokså mye mellom stasjonene. Nå er det ikke bare snakk om inntektsbringende reklame- og sponsorinnslag siden også egenreklame (programoversikt, trailers, etc.) kommer under denne kategorien.

Gjennomgangen av programmene viser også at det er en viss program-utveksling mellom lokal-TV- stasjonene, i tillegg til at man i vekslende grad setter opp tidligere sendte programserier. I de angjeldende ukene viste for eksempel TV1 Øst et program laget av TV Trøndelag og et eldre program produsert av TV Vestfold i 2013.

De forskjellige stasjonene har delvis faste programprofiler. Den daglige sendingen på TV Haugaland i september inneholdt en lang sending hvor programlederen hadde invitert en rekke gjester i studio for å snakke om aktuelle tema – en del med tema direkte knyttet til gjestene, andre mer dagsaktuelle. I form ligner disse på frokost-TV-sendinger. I det undersøkte programmet den 20. september snakket gjestene bl.a. om dronning Elisabeths begravelse og om strømsparing. En byggesak og sparetiltak ved den lokale flyplassen som en av gjestene var involvert i, ble også diskutert. Hovedsakene ble ledsaget av reportasjeinnslag av varierende lengde. Sendingen i januar var på sin side sentrert rundt en utegående reporter som bandt sammen innslagene. Også TV Vest Rogaland hadde en god del aktualitetssaker, som ble bundet sammen av en utegående reporter. På den annen side hadde TV Agder, TV1 Øst og Trønder-TV ingen faste aktualitetsprogrammer, men sendte heller ulike, lengre program. TV Agder har gått ut til lokalbefolkningen med forespørsel etter gamle filmer. På den måten har de bygget opp et arkiv med gamle filmer fra regionen som de «krydrer sendingene med». De har også en avtale med Sørnorsk filmsenter og viser dokumentarer og kortfilmer som har fått støtte, men som ikke har vært vist gjennom andre kanaler. Trønder-TV omtaler seg selv som en lokal TV-distributør som skaffer programmer fra forskjellige samarbeidspartnere – fra privatpersoner til produksjonsselskap – og setter dem sammen til en sending.

Formidlingsfilosofi

Medievirksomhet er preget av at det er en kombinasjon av økonomisk og kulturell aktivitet i den offentlige sfæren (Havens & Lotz, 2012). Denne kombinasjon av «børs og katedral» (Klausen 1986) gjør at det ikke bare er en økonomisk rasjonalitet som styrer bedriftene. Medienes rolle som 4. statsmakt og identitetsskaper spiller også en rolle, ikke minst i hva slags programvirksomhet som bedrives (Mathisen & Morlandstø, 2019).

Alle redaktører ble spurt om grunnen til at de drev med lokal-TV og hva de så som viktig i å formidle i sine programmer. En slik generell formulering av formålet med virksomheten utover at den skaper arbeidsplasser, kan vi kalle deres formildlingsfilosofi.

At lokalavisene har trukket seg ut av lokal-TV har ført til at det satses lite på nyhetsjournalistikk i lokale audiovisuelle medier. I intervjuene ga flere redaktører eksplisitt uttrykk for at de prøver å være en positiv kraft i lokalsamfunnet, men ingen framhevet den mer journalistiske vaktbikkje-funksjonen som lokalpressen gjerne ser som en viktig del av sin oppgave (Mathisen, 2010; Mathisen & Morlandstø, 2019).

Redaktøren for TV Vest viser til de etablerte mediene i Rogaland, som Stavanger Aftenblad og NRK Rogaland:

> *[De er] ganske godt etablert og har mye større ressurser enn det vi har til å virkelig gå inn i nyhetene og dekke de bredt. Så da prøver vi heller å være et slags alternativ til dem og søke mer mot det visuelle, opplevelser, kultur, hva som skjer for folk flest, enn de hardeste nyheter. Men det er klart, når spesielle ting skjer slik som pressekonferansen om Birgitte Tengs og nye drapssiktete, så filmet vi jo direkte fra konferansen fordi det er såpass stort at folk tenker at det var rart om vi ikke var med på det. Så vi gjør jo nyhetsting innimellom og vi prøver å være litt mer aktuelle nå enn før fordi vi har mulighet til å gå live oftere. Vi har med oss utstyr som gjør at vi kan sende live fra store happeninger, for eksempel gjenåpningsfesten [etter korona-nedstengningen RP.] – da gikk vi live og dekket behørig. (Redaktør TV Vest)*

Stasjonene skiller seg fra hverandre når det gjelder å ha «utegående reportere» som dekker løpende aktualiteter. Det er først og fremst TV Vest, TV Haugaland

og Sunnmøre Live som har nok stab til det, foruten TV Nord hvor lokal-TV er integrert i Altaposten. TV Nord er da også den eneste av stasjonene som kan sies å ha nyhetsdekning.

Redaktøren for TV Haugaland ga uttrykk for at de bevisst jobbet med å bygge opp kanalens identitet og tillit i lokalbefolkningen ved å «satse mer bevisst på saker som engasjerer publikum og saker som betyr noe for næringslivet». Han utdypet med å si at «vi prøver å være til stede i hverdagen til folk og formidler fra hele regionen viktige saker som publikum er opptatt av […] Så pleier jeg å si at det som er nært det er kjært og det som er kjært er viktig og det er det vi jobber utfra.» (Redaktør TV Haugaland).

Også de andre redaktørene har et lokalt perspektiv. Redaktøren for Sunnmøre Live uttrykte seg på følgende måte:

> *[vi har] den visjon at Sunnmøre er verdens beste plass å bo og derfor skal vi hver dag ut og hente historier fra næringsliv, fra hverdagsliv og fra kulturliv som bekrefter den hypotesen der […] Jeg har lyst til å løfte fram det som er positivt og være en kanal du kan se på og vite at her blir du løftet opp og fram, at det er positivt og godt lokalt innhold. (Redaktør Sunnmøre Live)*

TV Øst 1 uttrykker noe av det samme ved å si at «Vår filosofi er rett og slett at vi vil gjerne speile kulturlivet. Det er hovedsaken min.» (Redaktør TV1 Øst) Han understreker imidlertid ikke bare det regionale i sendingene, men viser til at programmene i dag blir distribuert nasjonalt. Når han referer til programmer om storgårder (på Hedemarken), viser han til at «det er veldig interessant da, fordi det er ikke så lokalt som folk tror fordi det har vært mange kjente folk inne på gårdene». I tillegg ser han det som sin oppgave å dekke de lokale musikkformene danseband, gammeldans og country, som får lite plass i riksmediene.

Seing på lokal-TV

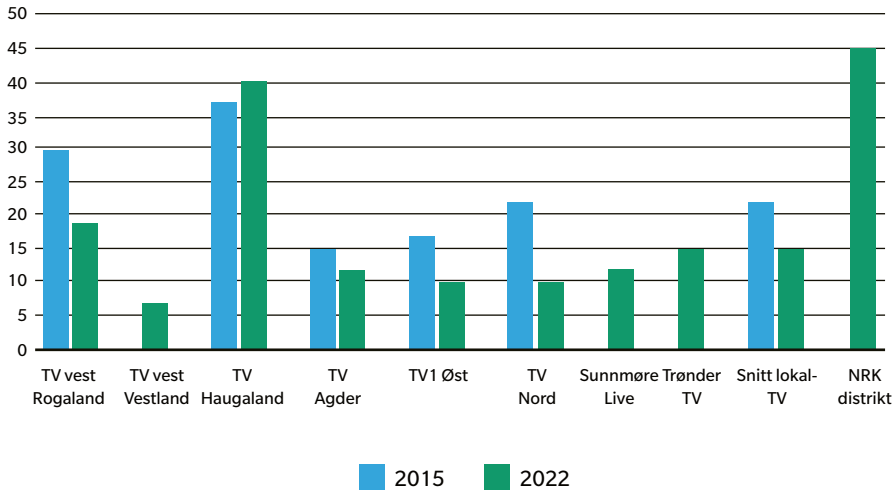
Seerundersøkelsene for både lineær og online-TV i Norge blir gjennomført av TNS-Kantar. Dette er imidlertid nasjonale målinger hvor lokal-TV blir del

av restkategorien «andre kanaler». Bransjeorganisasjonen Mediebedriftenes Landsforening gir derfor Norfakta Markedsanalyse AS i oppdrag å innhente seertall for de kommersielle lokale TV-kanalene. Kanalene kan selv velge om de vil være med på seerundersøkelsen. Ved undersøkelsen for 2015 var TV Vest Vestland ikke etablert ennå, og Sunnmøre Live og Trønder TV var ikke med.

I 2015 ble det valgt 350 innbyggere innenfor hver av kanalenes dekningsområder som basis for undersøkelsen. I 2022 var dette tallet utvidet til 500 pr. lokal-TV-stasjon. Kanalene bestemmer selv hvilke kommuner respondentene skal hentes fra, noe som kan ha betydning for oppslutningstallene.

Figur 7.3

Ukentlige seertall for lokal-TV-kanaler, 2015–2022 (i %) Kilde: Norfakta



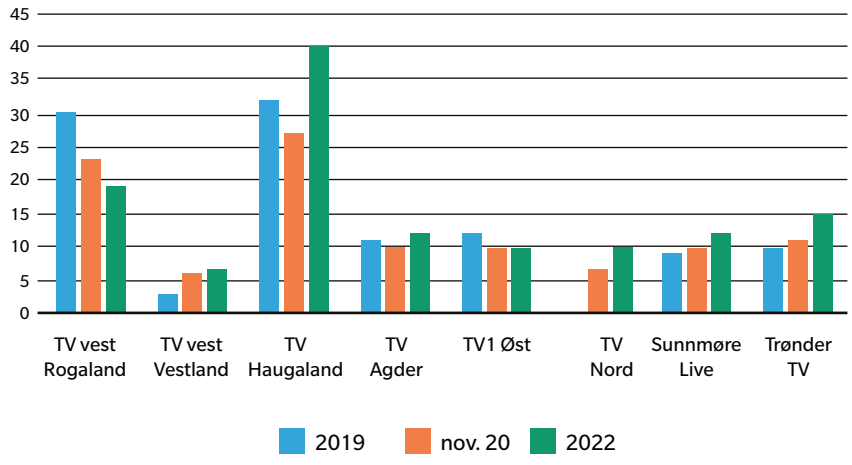
Figur 7.3 viser *ukentlige* seertall for de ulike kanalene i 2015 og 2022. Jeg har valgt ukentlige tall fordi programmene på de ulike kanalene vanligvis skifter etter en uke, slik at tallene gir uttrykk for hvor stor del av befolkningen som har sett (deler av) lokal-TV-tilbudet i sitt område.

Den generelle tendensen er at lokal-TV-stasjonene hadde større oppslutning i 2015 enn i 2022. Kanalene i Rogaland (TV Haugaland og TV Vest Rogaland) har størst lokal oppslutning, men mens TV Haugaland har økt oppslutning i perioden 2015–2022 har TV Vest Rogaland mistet en del av seerne. Også TV Nord og TV1 Øst har hatt en nedgang i ukentlige seere.

Undersøkelsen for 2022 har også kartlagt de ukentlige seertallene for NRK sine distriktssendinger. Ettersom dette er gjort i samme undersøkelsen, kan vi gå ut fra at tallet er sammenlignbart med tallene for lokal-TV. Den ukentlige oppslutningen for NRKs distriktssendinger er mye større enn den for lokal-TV, men her må det også tas hensyn til at NRK sine sendinger har nytt innhold fem dager i uken. NRK selv rapporterer for årene 2015 og 2021 en gjennomsnittlig *daglig* seeroppslutning på ca. 25 prosent (NRK, 2015, s. 118; NRK, 2021, s. 148/46). Oppslutningen for NRKs distriktssendinger synes altså å være forholdsvis stabil de siste årene slik at vi kan regne med at den ukentlige oppslutningen heller ikke endret seg i denne tidsperioden. I tillegg er det viktig å ta hensyn til at tilgangen til lokal-TV er langt mindre enn til NRK. Vi kan gå ut fra at alle har tilgang til NRK, mens Norfakta sin undersøkelse viser at mellom 32 og 80 prosent av de spurte har tilgang til lokal-TV hjemme. I snitt ligger tallet på 48 prosent. Det er litt uklart om dette handler om reell mulighet til å ta inn sendingene med den forbindelse man har (fiber, kabel, antenne, parabol), eller om det kanskje også reflekterer at mange ikke er klar over at de har tilgang til lokal-TV, for eksempel fordi den er plassert på en ugunstig plass på programlisten (EPG).

Figur 7.4

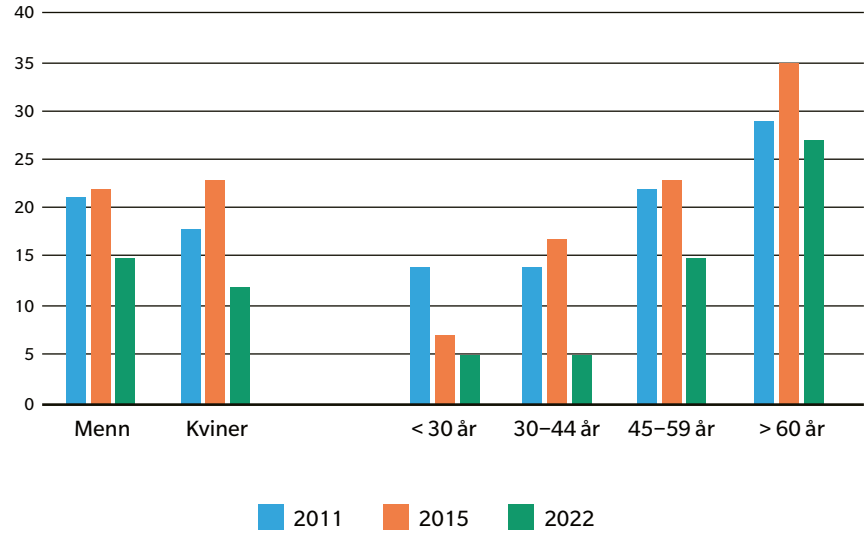
Ukentlige seertall for lokal-TV kanaler, 2019, 2020 og 2022 (i %). Kilde: Norfakta



Det kan tenkes at situasjonen for lokal-TV har endret seg på grunn av de siste års Covid-pandemi. Figur 7.4 viser seertallene fra undersøkelsene gjennomført i 2019, 2020[6] og 2022 (Norfakta, 2022). Figuren visen noen endringer for de kanalene med størst lokal oppslutning, men mens TV Haugaland har opplevd en økning i Covidperioden, har seertallene for TV Vest Rogaland gått ned. Ellers er det ingen radikale endringer å spore med hensyn til oppslutning slik at det ser ut til at Covid ikke har hatt noe entydig konsekvens for seeroppslutningen for lokal-TV.

Figur 7.5

Seeroppslutning lokal-TV etter kjønn og alder, 2011, 2015, 2022 (i %). Kilde: Norfakta



Figur 7.5 viser lokal-TVs seeroppslutning etter kjønn og alder i periodene 2011–2022. Figuren viser at det var en viss økning fra 2011 til 2015 i alle kategoriene bortsett fra de under 30 år. Fra 2015 til 2022 dalte oppslutningen i absolutt alle kategoriene.

Når der gjelder kjønn så gikk oppslutningen blant kvinner fra under mennenes nivå i 2011 til over mennenes i 2015. I 2022 hadde oppslutningen blant kvinnene dalt igjen til under mennenes. Alt i alt synes det som om det ikke er systematiske kjønnsforskjeller.

6 Her refereres det til undersøkelsen i november 2020. For TV Nord ble det ikke rapportert tall i 2019 og november 2020-tallet som brukes her er fra undersøkelsen som ble gjennomført i mai 2020.

Redaktørene jeg snakket med var alle klare over at deres tilbud ikke trekker mange unge seere. De oppgir, i tråd med seerstatistikken i figur 7.5, at deres målgruppe er seere over 40 år. Figuren viser at de mistet de under 30 mellom 2011 og 2015, og disse kom heller ikke tilbake i neste omgang. Det ser ut til at det er et forholdsvis skapt skille mellom de som er født før 1980 og de som er født senere. Sistnevnte kategori ser mindre og mindre lokal TV, slik tendensen er for lineær TV generelt (Medienorge, 2022).

Lokale kabel-TV-stasjoner

Per mars 2023 finnes det fire lokale kabel-TV-stasjoner, som altså ikke har transmisjonsavtale med RiksTV og dermed faller utenfor lokal-TV-definisjonen. Disse fire er TV Østfold, Eggevisjon nær-TV, TV Modum og Trondheim TV (tabell 7.4).

Tabell 7.4

Lokale kabel-TV-stasjoner basert på dugnad. Kilde: Intervjuer og hjemmesider

Navn	Stiftet	Stab	Organisasjons-form	Tilgjengelighet	Sted
TV Østfold	1992	10–15 frivillige	Stiftelsen Solheim Multimedia Solradio'n	Nasjonalt tilgjengelig i Altibox, Telenor, Telia Twitch, YouTube og nettside https://tvostfold.no	Halden
EggeVisjon	2000	2 frivillige	Drives av de to frivillige	Kabelnett i Steinkjer område og lokalt i Telenor og Altibox kabelnett	Steinkjer
TV Modum	2004	2	Enkeltmanns-foretak	Kabelnett i Modum, nettside https://www.tvmodum.no/direkte-TV/, Apple TV	Modum
Trondheim TV	2023	3 deltids-ansatte 5–7 frivillige	Stiftelse Trond-heim TV	Telenor kabel (Trondheim) https://www.trondheimtv.no/video YouTube	Trondheim

TV Østfold var registrert som vanlig lokal-TV-stasjon hos Medietilsynet, men har ikke forlenget sin transmisjonsavtale med RiksTV og er derfor i dag en kabel-TV-stasjon. Stasjonen startet i 1992 som TV Halden sammen med lokalradiostasjonen Solradio'n. De tok navnet TV Østfold i 2017, ni år etter at Halden Arbeiderblads stasjon med samme navn ble nedlagt. Stasjonen eies av stiftelsen Solheim Multimedia Solradio'n og drives på dugnadsbasis fra Halden. Ifølge redaktøren er det 10–15 frivillige som lager programmer. Faste programmer omfatter bl.a. samtaler i studio, reportasjer og sakte-TV-program hvor to eldre menn kjører bil eller båt i kjente omgivelser mens de kommenterer det de ser. Den 20. september 2022 kunne man se følgende programmer (tabell 7.5):

Tabell 7.5

TV Østfold program, 20. september 2022

Lengde (timer: minutt)	Tittel (omtale)
01:53	*Sommerprat på direkten* (samtale med gjester på bryggekanten)
00:55	*På vei til Bjerke travbane med stall Strand fra Horten* (reportasje om forberedelsene til travløp)
00:03	*Fredriksten fra lufta* (drone-bilder fra Fredriksten festning)
00:??	*Bokglede* (samtale om lesing og omtale av bøker)
00:10	*Mer himmel på jord* (samtale om religion)
00:40	*En rundtur i Haldens havneområde* (sakte-TV, båtkjøring i Haldens skjærgård, reprise fra 2010)
00:10	Videoglimt fra Halden Håndball i Bringserien 2022
00:30	*På rundtur i Østfold* (sakte-TV, bilkjøring)
00:08	*Operasjon skolevei ved Berg skole* (reportasje)

De fleste medvirkende i programmene er over 50 år. Selv om stasjonen ifølge redaktøren ønsker alle, også ungdom, velkommen til å bruke utstyret og lage programmer som de selv vil, er det ikke så mye entusiasme å spore for denne type frivillig innsats blant den yngre generasjonen. Stasjonen sender også en

del religiøse programmer produsert av eksterne produsenter (bl.a. i samarbeid med Care mission).

Kanalen har noen få reklameinnslag, og pengene de får inn her, går stort sett til å dekke løpende kostnader og teknisk utstyr. Med en omsetning på rundt kr 200 000 pr. år ligger de på nivå med TV Vest Vestlands-kontor.

Eggevisjon nær-TV ble opprettet i 2000 som læringsarena for 7. klasse ved Egge barneskole, i samarbeid med medielinja ved Steinkjer videregående skole (Steinkjerleksikonet, 2023). Tiltaket var finansiert av Steinkjer kommune fram til 2014, men fikk i starten også noe støtte fra Norsk forskningsråd. En lærer og en inspektør ved barneskolen var pådrivere og da de gikk av med pensjon fortsatte de kanalen på egen hånd og for egen regning. I utgangspunktet lager de 3 timer nytt stoff pr. uke (utenom sommerferien) og sender en time arkivstoff i tillegg.

Tabell 7.6

Eggevisjon Nær-TV, Program uke 9, februar 2022, kl. 18.00–23.20 (mandag, onsdag og fredag)

Lengde (timer: minutt)	Tittel (omtale)
00:09	*Ordfører har ordet* (samtale med ordføreren)
00:24	*Åpen kafé på Egge Museum* (reportasje fra kaféen)
00:31	*Steinkjerportrettet: Svein Karlsen* (samtale med museumsansatt)
00:31	*Begeistring i sentrum, varaordf.* (reportasje hvor varaordfører besøker to bedrifter i sentrum av Steinkjer)
00:48	*Statsrådbesøk: Nord Universitet/Mære* (reportasje fra besøk)
01:02	*Seniorforum v/Karl Almås* (???)
00:55	*Fra Arkivet 2012: Vinterferie på Henningvola/Byafjellet* (reportasje)
00:10	*Ukraina-markering i Steinkjer* (reportasje)

Tabell 7.6 gir en oversikt over programmene i uke 9, 2022. De to programskaperne er begge involvert i alle programmene, den ene som reporter, den andre som fotograf. Dette tomannsteamet reiser rundt når det skjer ting i kommunen og får ulike personer i tale. Et forholdsvis fast innslag er «Ordfører har

ordet» som er en samtale mellom ordføreren og reporteren om aktuelle saker i kommunen. Ellers deltar teamet på ulike lokale begivenheter – i uke 9 var landbruks- og matminister Sandra Borch på besøk i kommunen, og store deler av programmet (taler, foredrag og omvisninger) ble filmet.

Det foreligger ikke seerundersøkelser, men programskaperne forteller at seerne stort sett er eldre, og at de ikke er så opptatt av teknisk kvalitet. Av de undersøkte stasjonene er Eggevisjon det mest «personlige» i den forstand at opptakene har en avslappende og hverdagslig stil, og det er også tydelig at de kjenner mange av personene som intervjues. De to programskaperne er tydelig til stede i programmene, både reporteren som er i bildet, men også fotografen deltar som en (usynlig) stemme gjennom direkte henvendelser fra reporteren.

Programskaperne, født i hhv. 1938 og 1945, er klar over at deres virksomhet vil opphøre innen overskuelig tid. Gjennom årene har de bygget opp et stort programarkiv i ulike formater på bånd. De er i kontakt med Nasjonalbiblioteket om bevaring av arkivet.

TV Modum ble startet av to personer på Modum Kabel-TVs informasjonskanal i 2004, og fikk gode betingelser fra kabelselskapet med gratis husleie og internettforbindelse. Stasjonen drives i dag av den ene av de to initiativtakerne, som et enkeltmannsforetak. Stasjonen sender nytt innhold på hverdagen samt repriser og arkivstoff i helgene.

Vanligvis produseres ca. 15 minutter (to–tre reportasjer) som sendes i en halvtimes loop sammen med et kvarter med reklameplakater. Reportasjene dekker en rekke tema varierende fra «personportretter» til «før i tia» og «lokalmusikk». I tillegg overføres gudstjenester og kommunestyremøter. Innholdet er først og fremst knyttet til kommunen. «Filosofien er å lage litt unikt innhold […] vi må lage innhold som folk ikke kan få via sosiale medier og lese avisa, folk fra avisa og sosiale medier er konkurrentene våre.» (redaktør TV Modum).

Kanalen hadde en omsetning på rundt 1,5 millioner før 2020, men under koronapandemien gikk annonseinntektene ned. Strømming for kirken og andre tilstelninger kompenserte noe for dette tapet. Etter at pandemien var over avtok interessen for strømming, men lokale annonser holdt seg under nivået fra 2020. Som en konsekvens var det ikke mulig å betale for mer enn en person. I dag hjelper en pensjonist til med virksomheten.

Siste tilskudd på kabel-TV-fronten er Trondheim TV som ble stiftet i januar 2023. I realiteten bygger kanalen på TV Risvollan som sendte i Risvollan borettslag siden 1998. Trondheim TV er organisert som en stiftelse.

Formålet med stiftelsen er først og fremst ideelt og organiseringsformen er, ifølge redaktøren, valgt både fordi stiftelser har mye goodwill generelt og er lite utsatt for oppkjøp.

Trondheim TV startet aktiviteten fra årsskiftet med utstyr og frivillige fra TV Risvollan. I startfasen er tre personer tilsatt i halv stilling, men i tillegg jobber en frivillig stab på rundt 10–12 personer med programvirksomhet.

Motto for kanalen er «Ta pulsen på byen», og programfilosofien er å dekke «frivilligheten, næringslivet, kulturen og idretten, samt spesielle begivenheter eller personligheter som det er viktig å få frem i lyset.» (Trondheim TV, 2023). Ifølge redaktøren vil de gjøre noe nyttig for folk og særlig frivilligheten står i fokus. Han omtaler programfilosofien slik:

> *Frivillighet skal løftes fram. Det frivillige arbeidet som gjøres i området, og vi ønska å få frem de som ikke har et talerør bestandig. Det går mer på å løfte opp de som ikke får sagt det de ønsker å si, fordi de blir for små for for eksempel Adresseavisen eller Nidaros-avisa. Så selv om de er gode aviser, så er det sånn at ikke alle folk ønsker å gå til avisen, men de vil gjerne at noen kommer til dem for å spørre. (Redaktør Trondheim TV).*

I mars 2023, da jeg intervjuet redaktøren, hadde ikke all aktivitet falt på plass ennå. Planen er også å ha en direktesending på én til to timer pr. dag i tillegg til reportasjer som skal gå i loop. De sender i dag i Telenor sitt kabelnett i Trondheim og har sendingene på nettsiden og på YouTube, men de har planer om en avtale med Altibox og RiksTV. Dermed kan de få konsesjon til å drive lokal-TV, noe som innebærer at de også kan ha bingosendinger, som ga inntekter på rundt en million mens de drev TV Risvollan. Ellers er annonseinntekter budsjettert til å stå for mesteparten av inntektene på rundt 2,5 millioner.

Konklusjon

Gjennomgangen av situasjonen for lokal- og kabel-TV i dag viser at det er stor variasjon blant de lokale TV-stasjonene. Vi har sett at myndighetene skiller mellom to typer lokale TV-stasjoner. Lokal-TV-stasjonene utgjør den mest profesjonelle delen av bransjen, selv om det varierer hvor økonomisk lønnsomme virksomhetene er. Lokal-TV-stasjonene har pr. definisjon konsesjon til å sende TV-signalet gjennom eteren og er alle tilgjengelige i RiksTVs kanalpakke i sine respektive områder. De finansieres først og fremst gjennom sponsor- og annonseinntekter, men noen har også bingoinntekter. I tillegg har alle søkt og fått tilskudd fra Medietilsynet for å realisere enkeltprosjekter. Disse stasjonene er alle tilknyttet Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og har gjennom denne tilgang til felles tjenester som for eksempel seertallmåling. Felles for lokal-TV-stasjonene er også at de er del av større økonomiske virksomheter og dermed har flere bein å stå på både inntekts- og ressursmessig. Den andre typen lokale TV-stasjoner (kabel-TV-stasjonene) sender ikke i eteren, men først og fremst i det lokale kabelnettet i sitt geografiske område. Disse er i større grad basert på frivillig arbeid, men varierer fra rent selvfinansiert frivillig aktivitet til virksomheter som gir arbeidsplasser. Selv om disse kanalene ikke er tilgjengelige gjennom eteren, har alle i dag muligheter til å spre programmene sine på en rekke plattformer (egne nettsider, YouTube, kabelkanaler, osv.). Grensene mellom kategoriene lokal-TV og kabel-TV er da også først og fremst etter formelle kriterier, mens de ikke er veldig forskjellige i aktivitet og innhold.

Programprofilene er nokså forskjellige, men alle de lokale TV-stasjonene konsentrerer sendingene om et bestemt geografisk område og bringer lokalt stoff. De geografiske områdene som dekkes varierer fra en enkelt kommune til flere fylker, noe som gjør at muligheten for lokal identifisering varierer fra stasjon til stasjon. Vi ser liten grad av formelt samarbeid med andre lokale aktører, selv om noen har avtaler med kommunen om å dekke for eksempel kommunestyremøter eller samarbeid med universitetene i deres område. Lokale TV-stasjoner er i liten grad vaktbikkjer som avslører kritikkverdige forhold lokalsamfunnet og overvåker lokalpolitikk. De inntar heller en rolle som identitetsbygger i sitt geografiske område.

Fremtiden for noen stasjoner er usikker, både fordi ledelsen nærmer seg pensjonsalderen og ikke greier å vekke interesse blant yngre krefter. Andre

kanaler har imidlertid fått nye eiere som har fornyet driften. I hvilken grad det er mulig å bygge opp lokal-TV til en kommersielt levedyktig aktivitet under de nåværende rammebetingelsene er usikkert. Når for eksempel Schibsted har kommet inn på eiersiden av TV Haugaland er det neppe fordi de ser det som et konkursbo. For andre går driften bare så vidt rundt. Som en av redaktørene sa «[Lokal-] TV er en livsstil. Du får penger til brød og pålegg, og får betalt regningene dine.»

I motsetning til den første fasen av lokal-TV er myndighetene i dag i liten grad opptatt av å regulere virksomheten, og de overlater i stor grad til bransjen selv å bestemme innhold og utbredelse. Til syvende og sist er det RiksTV som bestemmer hvilke aktører som får en transmisjonsavtale med dem, noe som er en forutsetning for å få lokal-TV-konsesjon. Myndighetene har vært opptatt av mediemangfold, men vi vet lite om eller hvordan lokal-TV bidrar til dette. I mediemangfold-meldingen fra 2017 (NOU, 2017) blir lokal-TV omtalt, men dens rolle i forhold til andre lokale medier blir ikke vurdert. I den grad myndighetene ønsker at lokal-TV spiller en demokratisk og eller økonomisk rolle, ville en nærmere analyse av samtlige lokale medier være et godt utgangspunkt for en samlet politikk på området.

Referanser

Amedia. (u.å.). *Om Amedia*. Hentet 17.01.2014 fra https://www.amedia.no/om-oss

Creeber, G., Miller, T. & Tulloch, J. (2015). *The Television Genre Book* (3. utg.). BFI Palgrave.

Dahl, F. & Bastiansen, H. G. (1999). *Over til Oslo. NRK som monopol 1945–1981*. Cappelen.

Endr. i forskrift om kringkasting. (2008). *Forskrift om endring i forskrift om kringkasting* (FOR-2008-04-11-354). Lovdata. https://lovdata.no/dokument/LTI/forskrift/2008-04-11-354

Forskrift om kringkasting. (1997). *Forskrift om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester* (FOR-1997-02-28-153). Lovdata. https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/1997-02-28-153

Havens, T. & Lotz, A. (2012). *Understanding Media Industries*. Oxford University Press.

Hollander, E. (1988). *Locale communicatie en lokale openbaarheid* [Doktorgradsavhandling]. Universiteit Nijmegen.

Johnson, C. (2019). *Online TV*. Routledge.

Klausen, A. M. (1986). *Med Dagbladet til tabloid: en studie i dilemmaet «børs og katedral»*. Gyldendal.

Kringkastingsloven. (1992, revisjon 08.11.2022). *Lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester (kringkastingsloven)* (LOV-1992-12-04-127). Lovdata. https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1992-12-04-127

Mathisen, B. R. (2010). *Lokaljournalistikk. Blind eller kritisk korrektiv?* IJ-forlaget.

Mathisen, B. R. & Morlandstø, L. (2019). *Blindsoner og mangfold: En studie av journalistikken i lokale og regionale medier*. Orkana akademisk.

Medienorge. (2022). Samlet TV-seing per år. https://medienorge.uib.no/statistikk/medium/TV/339

Medienorge. (2024). Økonomisk utvikling store mediekonsern. https://medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis,oppdatering/400

Medietilsynet. (2022). Økonomien i norske medium 2017–2021. https://www.medietilsynet.no/fakta/rapporter/medieokonomi/

Meld. St. 88 (1981–1982). *Om medieutvikling og nye kringkastingsformer*. Kultur og vitenskapsdepartementet.

Norfakta. (2015). *Seerundersøkelser. Lokal-TV*. Mediebedriftenes landsforening.

Norfakta. (2022). *Seerundersøkelser. Lokal-TV* (Powerpoint). Mediebedriftenes landsforening.

NOU (2017: 7). *Det norske mediemangfoldet. En styrket mediepolitikk for borgerne*. https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2017-7/id2541723/

NRK. (2015). *Opplevelse og innsikt. Årsrapport 2015*. https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2021/06/2015.pdf

NRK. (2021). *NRK Svarer. NRKs årsrapport og årsregnskap 2021*. https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2022/05/nrk_2021_arsrapport.pdf

Nærkringkastingsnemnda. (1986). *Forsøkene med uavhengig nærkringkasting I Norge. Sluttrapport fra Nærkringkastingsnemnda*. Sarpsborg.

Prehn, O. (1981). *Lokal TV*. Aalborg Universitetsforlag.

Puijk, R., Hestnes, E. B., Holm, S., Jakobsen, A. & Myrdal, M. (2021). Local Newspapers' Transition to Online Publishing and Video Use: Experiences from Norway. *Journalism Practice*, *22*(9), 1123–1141. https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1922303

Skogerbø, E. (1988). *Demokratiperspektiv På Lokalfjernsyn: En Studie av Jevnaker lokaltv*. Rapport nr 2, IMK, Universitetet i Oslo.

Skogerbø, E. (1992). *What's left of Brecht? The status and future of Norwegian local broadcasting ten years after the start*. IAMCRs konferanse, São Paulo.

Skogerbø, E. (2020). *A history of local media in Norway*. I A. Gulyas & D. Baines (Red.), *The routledge companion to local media and journalism*. Taylor & Francis Group.

Steinkjerleksikonet. (u.å.). *EggeVisjon Nær-TV*. https://www.steinkjerleksikonet.no/eggevisjon_naer_TV

Stene, K. P. (2004). *20 år med lokal-TV I Norge*. Haugen bok.

Sunnmøre Live. (u.å.). *Om oss*. https://slive.no/om-slive-no

Trondheim TV. (2023). *Om oss*. https://www.trondheimtv.no/about/

Aarli-Grøndalen, R. (2022). Schibsted kjøper seg inn i TV Haugaland. *Journalisten*. https://journalisten.no/heine-f-birkeland-kortnytt-schibsted/schibsted-kjoper-seg-inn-i-TV-haugaland/501629

Aas, S. (2009). *Lokal-TVs nye virkelighet. Hvordan påvirkes lokal-TV bransjen av digitaliseringen av bakkenettet?* [Masteroppgave]. Universitetet i Oslo.