



## **PUBLIC ACCESS 2007 : 20**

Nyhetsbrev om radio, TV, Internet och andra medier  
- teknik, mediepolitik och yttrandefrihet –

14 december 2007

[www.publicaccess.se](http://www.publicaccess.se)

### **ledare**

#### **Klimathotet och våra medier**

Först de senaste åren har det uppenbarats för de flesta i världen – från de fattigaste till de rikaste – att vi *alla* sitter i samma båt. Och att denna till slut kommer att sjunka om vi inte tillsammans löser problemet med klimatförändringen - nu. Det har vi ju råd med. Om du har en månadsinkomst på 25.000 kr tillhör du de 3,1 procent rikaste i världen.

Var finns då medierna i detta sammanhang? Visst, en tidning som DN gör ett bra jobb med sin klimatserie och public service sänder både i radio och tv tankeväckande reportage, dokumentärer och debatter. Det finns även kommersiella kanaler som gör ett gott jobb t.ex. CNN. Men handen på hjärtat; består inte större delen av utbudet i etern av meningslösheter? Det är väl oförargligt menar många. Och var och en har rätt att låta sig underhållas till koma. Men inför katastrofhoten behöver landet inte ännu fler medborgare som somnar in framför tv-apparaten. Men liksom ägarna bakom AB Vin & Sprit tar knappast ägarna bakom TV4, Femman och TV3 något ansvar för konsumenternas samhällsfrånvända tillvaro. Men utan många aktiva och medvetna medborgare kommer heller inte politikerna tillräckligt snabbt ta de avgörande besluten inför vår bräckliga framtid.

Har miljötänkandet överhuvudtaget nått tv-bolagen och påverkat deras egen verksamhet? Vad kostar inte alla dessa resor med flyg som görs när SVT skyfflar studiegäster från Stockholm till distrikt runt om i landet för att upprätthålla en rättvis regional produktionsstatistik? För att inte tala om den enormt energislukande melodifestivalen? Det måste gå åt enorma mängder energi för produktion, distribution och konsumtion av tv. Måhända ett hel kärnkraftverk.

Men ett mycket större problem är att kommersiell tv verkligen anstränger sig att påskynda växthuseffekten. Det gör man med reklam, som ju syftar till att vi skall konsumera ännu mer och då gärna sådant som vi aldrig tidigare känt till att vi behöver. EU har dessutom uppgivet godkänt produktplacering i tv (se notis i detta nyhetsbrev), vilket kan leda till att vi inte ens längre märker hur vi lockas köpa saker vi inte visste att vi behövde. Försåtligt och omoraliskt, madam Reding.

En väl fungerande marknadsekonomi behövs inför klimathotet. Kapitalismen förutsätter dock att köpare och säljare möts på samma villkor. Men tv-reklam och produktplacering gör detta möte omöjligt. Och ett hot mot miljön.

Vi behöver medier även inför klimathotet – men vad kräver vi av medierna?

Redaktör & Ansvarig utgivare: **Christer Hederström**  
Redaktionsråd: **Gunnar Bergvall** och **Ola Stockfelt**  
Teknik & Distribution: **Ideosphere**  
Redaktionen: [news@publicaccess.se](mailto:news@publicaccess.se) - 0733-249750  
Om abonnemang och annat läs mer på [www.publicaccess.se](http://www.publicaccess.se)

## radio och tv

### Nyheter på Yle slås inte ihop

De svenska nyheterna på Yle slås inte ihop med de finska nyheterna men samarbetet ska intensifieras, föreslår Yles styrelse för förvaltningsrådet. Sparkravet är 1,3 miljoner euro och det genomförs på två år. Nedskärningarna kommer sannolikt att ha konsekvenser för personalen, men styrelsen utgår ifrån att sparplanen inte innebär direkta uppsägningar. Det publicistiska ansvaret för de svenska nyheterna ska finnas kvar hos Svenska Yle också i framtiden, säger styrelseordförande Hannu Olkinuora.

Beträffande kanalutbudet säger Olkinuora att det inte för tillfället finns något behov av att skära ned antalet kanaler ytterligare, men att han senare tänka sig att minska på antalet kanaler.



Förvaltningsrådet beslöt på sitt senaste möte att lägga ned Yle Extra. Olkinuora hoppas ändå att diskussionen om kanalutbudet fortsätter livlig både inom Yle och i riksdagen. Annika Nyberg Frankenhaeuser som är direktör för Svenska Yle är lättad över beslutet.

Svenska Finlands Folkting har krävt att styrelsen för Yle avstår från planerna att lägga ner den självständiga svenska nyhetsverksamheten. I ett brev till Yles styrelse hänvisade Folktinget till att Rundradion enligt gällande lag ska behandla de finsk- och svenskspråkiga medborgarna på lika grunder i programverksamheten. Enligt Folktinget kan Yle balansera sin ekonomi utan att lägga ned livsviktig svenskspråkig service. Brevet undertecknades av sex av Folktingets styrelsemedlemmar. Alla partier med representation i Folktinget förutom samlingspartiet finns med bland de undertecknade. Samlingspartiets representant Kimmo Sasi är ordförande för Yles förvaltningsråd.

Organisationen Finlandssvensk Samling hade för sin del planerat att anmäla Yle till justitieombudsmannen om den svensk- och finskspråkiga nyhetsverksamheten slås ihop. Enligt Gösta von Wendt som är ordförande för Finlandssvensk Samling är föreningen redo att vända sig till Europarådet som är den instans som övervakar hur de europeiska länderna behandlar sina minoriteter. Minister Ole Norrback anser att det behövs mera för-

domsfrihet och okonventionella lösningar för att få ordning på Rundradions ekonomi. Man ska enligt Norrback till exempel inte utesluta att göra en del av Yle kommersiellt.

Riksdagsledamot och medlemmen av YLE:s förvaltningsråd Tuulikki Ukkola (saml.) är beredd att skära ner på antalet kanaler vid Rundradion. *Om det inte är möjligt att komma åt tv-avgiftssmitarna, hjälper inte annat än att minska på antalet kanaler. Av YLE:s fem tv-kanaler och sex radiokanaler är kunde antagligen några skäras bort*, säger Ukkola. Hon är beredd att göra YLE-kanaler till betalkanaler. Det innebär att alla måste betala tv-avgiften för att kunna se bolagets kanaler. För tillfället ser omkring 200.000 personer på kanalerna utan att betala tv-avgiften. (Yle Internytt)

### Förslag: Blandfinansiera public service

En blandfinansiering skulle inte hota Yles integritet skriver Björn Månsson i en krönika i Hufvudstadsbladet.

Då intäkterna inte räcker till för att täcka utgifterna finns det bara två sätt att få budgeten i balans: att skära ned utgifterna och att öka intäkterna. Eller en kombination av dessa, förstås. Det gäller även rundradiobolaget Yle. Då de betalda tv-avgifterna efter digitaliseringen blivit 50 000 färre och Yle därmed går miste om 10 miljoner euro per år, diskuteras det nu mest hur utgifterna kan reduceras. Men det skulle gälla att också diskutera hur intäkterna kunde ökas.

Yles vd Mikael Jungner har kastat fram ett förslag till hur man effektivare kunde sätta fast avgiftsskolkare: öppna registren över dem som har betalt tv, och jämför dem med registret över dem som betalat sin tv-avgift. Den som har betalt tv har bevisligen en tv-apparat, och enligt lag måste den betala tv-avgift (som ju också finansierar Yles radiokanaler). Att förslaget stöter på patrull från betalt-tv-bolagen kan negligeras. Att också dataskyddsmyndigheterna protesterar måste däremot tas på allvar.

Tv-avgiften kan jämföras med den årliga fordonsskatt bilägare betalar. Det hjälper inte att hävda att man inte använder allmänna vägar utan bara kör på den egna gården, sina egna skogsvägar eller sin privata racerbana. Skatten är knuten till innehavet av en bil, på samma sätt som tv-avgiften är knuten till tv-apparaten. (Med den skillnaden att det behövs bara en tv-avgift per hushåll, inte en per tv.) Bägge är skatter som samhället uppbär utöver inkomstskatten, och olika konsumtionsskatter. Bara den som saknar bil respektive tv slipper betala. Men i övrigt bör skattefusk beivras. Jungners förslag vore därför värt att utreda. Om det krävs en lagändring

kunde en sådan övervägas.

Det är nämligen inte bara 50 000 hushåll som inte betalar tv-avgift, utan 200 000. Alla har naturligtvis inte en tv-apparat, men säkert många. Om man kunde driva in 100 000 fler tv-avgifter än nu skulle Yle ha tio miljoner mer, inte mindre, i kassan.

Den stora principfrågan gäller dock hur public serviceverksamhet över huvud taget ska finansieras. Internationellt finns det olika modeller, både renlärliga och pragmatiska, både renodlade och mixade - det är bara att välja och vraka. Modellerna har både för- och nackdelar som det gäller att väga mot varandra. Alla public servicebolags moder, brittiska BBC, och de nordiska rundradiobolagen finansieras med tv-avgifter. Särskilt i Östeuropa sköts finansieringen ofta över statsbudgeten. I Tyskland, Italien och flera andra länder har bolagen rätt att sända reklam. Avgiftsfinansieringen tryggar bäst rundradiobolagens integritet.

Budgetfinansieringen gör dem mer beroende av de politiska beslutsfattarna. Reklamfinansiering är principiellt betänklig. Den riskerar att göra också rundradiobolagen beroende av reklamfinansiärer - även om risken knappast är större än för privata radio- och tv-kanaler eller tryckta massmediers del. Men den riskerar också att snedvrider konkurrensen mellan etermedier och i hela mediasektorn. Om en aktör "öser ur två brunnar" är det inte rättvist gentemot dem som har bara en.

En finansieringsmix är alltså vad man kunde rekommendera för Yle. En sådan skulle inte hota integriteten. Tv-avgifterna - mer effektivt indrivna än nu - skulle utgöra basen. Men den kunde kompletteras av statliga budgetmedel för särskilda, öronmärkta ändamål. Ett sådant kunde vara kulturgärningen att upprätthålla Radions symfoniorkester - den enda statliga symfoniorkester vi har. Ett annat kunde vara undervisningsprogrammen, för både grundutbildning och fortbildning för vuxna.

Då det gäller det svenska utbudet kunde man leka med en tankemodell. Finlandssvenskar betalar samma tv-avgift som andra. Som individer har de rätt till ett basutbud: en tv-kanal, två radiokanaler - och egna nyheter. Men då bara under sex procent av Yles avgiftsintäkter kommer från svenskspråkiga som kollektiv, men det kostar minst det dubbla att upprätthålla basutbudet, kunde staten via budgeten stå för mellanskillnaden. Däremot bör man vara ytterst försiktig med bidrag från privata fonder, som på andra sätt kan bidra till mediemångfalden. Public service bör upprätthållas av samhället, på lika villkor skriver Björn Månsson.

### **Katastrofvarningar i etern på fyra språk i Japan**

Det japanska public servicebolaget NHK har

lanserat ett flerspråkigt katastrofvarnings-system för utlänningar som bor i landet och för besökare från utlandet. Man startade redan 1988 med en tjänst på engelska och har nu lagt till kinesiska, koreanska och portugisiska. Man når ut via röstmeddelande (voice-over) som läggs ut på alla analoga och digitala tv-kanaler liksom även via Radio 2 varje gång en katastrofvarning utfärdas t.ex. om en tsunami. Även jordbävning varningar ges på de fyra språken. Det finns idag cirka 2 miljoner utländska medborgare boende i Japan. (NHK)

### **Springer ger upp ProSiebenSat.1**

Europas största tidningshus Axel Springer meddelar att man säljer sin 12 procentiga andel av ProSiebenSat.1 till nuvarande huvudägare de amerikanska riskkapitalbolagen KKR och Permira, för 509 miljoner euro. Springer försökte köpa hela ProSiebenSat.1 2005, men de tyska konkurrensmyndigheterna kom emellan. När KKR och Pemira slog ihop bolaget med SBS Broadcasting, försämrades möjligheterna ytterligare. ProSiebenSat1, som äger bl.a. Kanal 5 och SBS Radio i Sverige och andra radio-tv-kanaler i Danmark och Norge, har fått ett kraftigt försämrat resultat under årets första nio månader med hela -61 %. Tredje kvartalet fick ProSiebenSat1 ett underskott på 115 miljoner dollar. Det var koncernens första underskott på fyra år. Orsaken är främst de höga böterna man fick för brott mot konkurrenslagen; hela 177 miljoner dollar enligt Variety.

## **television**



### **“UNITED FOR LOCAL TELEVISION”**

#### **Förenade för lokal-tv i digitala marknätet**

Framträdande mediegrupperingar inom det civila samhället och den kommersiella sektorn har tisdag i en gemensam skrivelse till medie-myndigheten Ofcom krävt att alla delar av Storbritannien skall ha möjlighet att ta emot sin egen lokala tv-kanal i det digitala marknätet Freeview. En kanal som sänder lokala nyheter och andra public servicemotiverade program. Gruppen “United for Local Television” kritiserar Ofcoms nuvarande planer som

innebär att alla frekvenser som kan användas för lokala sändningar ut auktioneras för annan användning.

Tidigare har många olika grupper i skilda delar av landet efterlyst olika former av "lokal tv". Det har varit svårt för Ofcom att veta vem man skall lyssna på. Nu, för första gången, vädjar vi till Ofcom med en röst om en garanterad tillgång till landets viktigaste tv-plattform; *Freeview*, säger Jaqui Devereux som leder Community Media Association. *Almost every country in the democratic world reserves some spectrum for local broadcasting. It is complete madness to say that the only way local tv can get access to spectrum is to out-bid national TV channels that enjoy far lower operating costs. We all want the same thing – local tv channels providing local information, local production and local advertising. Ofcom has to look at its own research and realise local tv cannot be viable if it is unable to secure access to Freeview on sensible terms.*"

Daniel Cass på SIX TV Group som driver kommersiella lokalkanaler i Oxford och Southampton säger att Ofcom inte verkar tro att någon vill se lokal-tv trots att all forskning i frågan visar motsatsen. Man anser bl.a. att det är orimligt att Ofcom, som nu säkrat utrymme för sådant som shoppingkanalen QVC i marknätet, inte kan tillgodose utrymme för någon lokal kanal. Frågan ställs på sin spets nu när också BBC skrinlagt sina planer på lokal-tv.

Public Voice, är den mest framträdande frivilligorganisationen som driver medborgarintresset inom kommunikationslagstiftningen. Sedan Ofcom kungjorde att frekvenser som blir lediga efter digitalövergången skall utauktioneras har Public Voice påmint Ofcom om dess misslyckande att upprätthålla sin skyldighet att försäkra medborgarna eterutrymme för användning i allmänhetens tjänst och för "community uses" säger Rebecca Fulton. *Local TV has been "crowded out" of spectrum for too long and we believe Ofcom has a duty to take action to address this market failure and make local TV available for use by and for local communities.*

#### **Ny kurdisk tv sänder från Sverige**

Kurdiska folket har nu fått ny en ny tv-kanal - Newroz TV - som provsänd sedan i februari. Newroz TV som vill vara en röst för befolkningen i östra Kurdistan och sänder på

kirmanji och sorani samt till Iran även på persiska. Via satellit Hot Bird 8 (13.0° East) från Sverige dagligen 1700-1900 CET.

#### **Dansk tv sänder från Sverige**

De boende på danska öresundskusten har haft svårt att kunna se digital-tv från DR1, DR2, TV 2 och TV 2/ Lorry) vilket beror på de höga slänterna som hindrar signalerna från Roskilde. Efter långa internationella möten och förhandlingar har DIGI-TV lyckas få upp en slavsändare i vattentornet i Landskrona. Detta innebär att dessa danska hushåll med en och samma antenn kan ta emot både de danska och svenska marksända signalerna i marknätet eftersom antennerna samtidigt också tar in den skånska huvudsändaren i Hörby. I den digitala världen är det möjligt att låta en hel rad sändare att ingå i ett nätverk i vilket de på samma frekvens kan backa upp varandra. I den analoga världen måste varje sändare ha en egen frekvens för att undvika störningar. DIGI-TV I/S är DR och TV2:s gemensamma sändarbolag. (TV-Nyt)



#### **Danmarks Radio från två till sex tv-kanaler**

Danskarna kan se fram emot en rad nya tv-kanaler från DR. Utöver DR1 och DR2 kommer man inom ett par år kunna välja mellan fyra andra DR-kanaler. *Vi er ikke gået i gang med at konceptualisere de enkelte kanaler endnu, men med det digitale tv-sendenet får vi plads til seks tv-kanaler i alt - inklusive hovedkanalen,* säger generaldirektör Kenneth Plummer. Den förste nya DR-kanalen blir en kombinerad barn- och historiekanal 2009. (TV-Nyt)

#### **Dansk public service satsar på utrikes nyheter**

DR 2 lanseras efter årsskiftet ett nytt regelbundet nyhetsprogram med uteslutande internationella nyheter. DR2 Udland' kommer att sändas måndag-fredag kl. 19.30. (TV-Nyt)

#### **Nytt HD-format till Sverige**

Två veckor innan jul introduceras det nya högupplösta videoformatet HD VMD i Sverige. Tekniken är utvecklad av det brittiska företaget New Medium Enterprises, NME, och baseras på rödlaser. Alltså samma teknik som används i cd och dvd. De konkurrerande högupplösta formaten HD DVD och Blu-ray använder blålaser, en mycket dyrare teknik än rödlaser.

*Den spelare som nu lanseras i Sverige kostar 2 000 kronor vilket är omkring hälften så mycket som motsvarande blålaserspelare kostar, säger Alexander Bolker-Hagerty som är NMEs nordchef. Priset på filmer bestäms inte av NME, men han gissar att det hamnar kring 200 kr. Enligt NME är skivorna för HD VMD mycket billigare att producera än de som används i HD DVD och Blu-ray. Anledningen är att filmbolagen kan använda verktyg som bygger på den vanliga dvd-tekniken när de anpassar sina filmer för HD VMD. Då våra spelare använder rödlaser kan även nuvarande dvd användas. Då dessa skalas upp till HD-formatets 1080 linjer blir bildkvaliteten mycket bättre, säger Bolker-Hagerty.*

NME förhandlar nu med en lång rad svenska filmbolag om att de ska släppa sina filmer i det nya formatet. Men de stora dominerande Hollywoodbolagen avvaktar. *De vill först se hur vår lansering går innan de bestämmer sig, säger Bolker-Hagerty, som hoppas på att filmjättarna släpper sina titlar på HD VMD. Men även utan Hollywoodstöd kan det här bli stort. Ett av de länder där tekniken redan introducerats är Indien. Enligt NME är HD VMD redan det största högupplösta videoformatet där. Av de 120 filmtitlar som hittills släppts är 40 s.k. Bollywoodfilmer.*

Det som gör att stora utrymmeskrävande filmer kan lagras på de nya skivorna är att flera lager används. För skivor som rymmer 20 gigabyte används fyra lager. Men på sikt ska NME producera skivor med åtta till tio lager som rymmer upp till 50 gigabyte. Då HDM VMD är ett "äkta" HD-format är bildupplösningen 1080 linjer. Videoformaten som stöds är MPEG-1, MPEG 2, VC-1 och H-264. (Ny Teknik)

### **Kanalval à la carte utreds i Norge**

Mot bakgrund av höstens bråk kring kanalutbudet på digital-tv-plattformen Riks-TV har kulturminister Trond Giske gett Medietilsynet i uppdrag att utreda systemet med kanalval i såväl det marksända nätet som i kabelnätet. Det är ordningen med abonnemangspaket och betal-tv-utbudet som skall undersökas. Man skall överväga om det går att få till ett system gör det möjligt att välja enstaka kanaler ur paketen. Utredningen skall vara klar senast juni 2008.

### **EU vill ha standarden för mobil-tv i februari**

Kommissionen meddelar att den kommer att vidare med att i februari 2008 utpeka en

standard för mobil-tv. Detta trots motståndet från Holland, Storbritannien och Tyskland som inte vill att kommissionären Viviane Reding skall utpeka en teknik för Europa; DVB-H (Digital Video Broadcasting-Handheld). Hon menar att en enda standard gör såväl tjänster som utrustning billigare. DVB-H stöds av Vodafone, T-Mobile, O2, Nokia, Siemens, Sony Ericsson, Philips och Motorola. Storbritannien tycker dock att det är för tidigt att ingripa på en marknad där olika tekniker fortfarande tävlar. (International Herald Tribune)

### **Ordfront startar tv-sändningar**

Lokalföreningen Ordfront Stockholm startar inom kort sändningar i Öppna Kanalen Stockholm. Föreningen bildar f.n. två produktionsgrupper om vardera tre eller fyra personer som på sin fritid skall producera 30 min samhällsprogram i veckan. Man söker medarbetare som är samhällsintresserade och vill lära sig mer om tv-produktion. Men också som har något att berätta, är nyfiken och vill göra research, filma, redigera och sända. Man söker också en eller två programledare. Ordfront använder egen filmutrustning vid inspelning av reportage. Öppna Kanalen (ÖK) använder sig av DV och DVD för såväl produktion som avveckling (sändning) vilket ökar bild- och ljudkvaliteten i programverksamheten.

ÖK Stockholm startade 1993 och sänder från en studio i Medborgarhuset, Södermalm, och når 360.000 hushåll. Ordfront Stockholm är en ideell, politiskt och religiöst obunden förening med ca 14 000 medlemmar och verkar för en bred samhällsdebatt som arbetar för demokrati och människors lika värde.

Mer information från programansvarig [gunnar.vagerstam@gmail.com](mailto:gunnar.vagerstam@gmail.com), 070-591 77 89.

### **Slut med Expressen i Kanal Lokal**

Expressen sänder direktsända nyheter i Kanal Lokal alla vardagskvällar. Expressen levererar dessutom magasinprogrammet Stockholm idag till Kanal Lokal. Nu bryter Kanal Lokal med Expressen, som också är delägare i Kanal Lokal. *Vi har ett leveransavtal med Kanal Lokal som löper ut vid årsskiftet och det har Kanal Lokal valt att inte förlänga, säger Thomas Mattson, chefredaktör Expressen Digitala Medier.*

Expressen ska nu fortsätta att leverera rörlig bild på webben, till mobiloperatörer, till The

Voice TV och till butiks-tv. Men personalstyrkan på Expressens tv-avdelning kan komma att reduceras till följd av förlusten av Kanal Lokal. Anders Lundmark, en av Kanal Lokals ägare, säger att Expressen ville ha för mycket betalt och att annonsförsäljningen i Stockholm inte har levt upp till förväntningarna. *Det blev för dyrt. Vi betalar en anseelig summa till Expressen. Vi har Expressen som partner i bolaget och de har sina kostnader för att göra det här.*

Man kan tolka det här som att ni befinner er i en ekonomisk knipa, är det så? *Kanal Lokal är ett litet bolag sett till den stora tv-världen, säger Anders Lundmark. Vi har fyra kanaler och våra kärnkanaler ligger utanför Stockholm. Stockholm är viktigt för oss, inte minst för att attrahera nationell reklam, men den är inte livsviktig eftersom vi har bra framgång i försäljningen utanför Stockholm. Kanal Lokal ska nu förändra sin inriktning och sitt utbud i Stockholm. (Dagens Media)*

#### **Public service drabbas av politisk upplösning**

En vecka efter att ha gett upp sina försök att bilda en ny belgisk regering skapade den flamländske politikern Yves Leterme stor uppståndelse. I en tidningsintervju sade han att den fransktalande public servicekanalen RTBF liknade *Radio Mille Collines* – den radiostation som bidrog till folkmorden i Rwanda. Han anklagade kanalen för att ha en egen politiska agenda.

#### **Parlamentsledamot gör anti-koransk film**

Den högerextrema holländska parlamentsledamoten Geert Wilders, som är känd islamkritiker, har meddelat att han skall göra en film som sätter fokus på de "fascistiska" avsnitten i Koranen. Såväl inrikesministern som justitieministern är bekymrade, men säger att de inte har makt att stoppa filmen. Men en talesman för justitiedepartementet säger att regeringen kommer att "vidta åtgärder" innan filmen sänds i tv. Wilders säger att inte är rädd för repressalier. *'I have lived with 24-hour protection for three years. I will make the film and see what reaction it creates.* (The Guardian)

#### **Fox vägrar sända regeringskritisk reklam**

Den amerikanska nyhetskanalen Fox News, som är känd för sitt stöd för president Bush, vägrar att visa ett reklaminslag med den populära skådespelaren Danny Glover, som

kritiserar förhållandena för fångarna på Guantanamo-basen på Kuba. Inslaget är en del av en kampanj för mänskliga rättigheter och visas utan problem på andra tv-kanaler bl.a. CNN (TV-Nyt)



#### **Vitrysk tv från Polen**

Public servicebolaget i Polen har startat en ny tv-kanal som sänder fristående nyheter och andra program till sitt grannland Vitryssland. Polen liksom länderna i väst anklagar president Aleksander Lukashenko för att systematiskt slå ner på oppositionen och tysta fria medier.

Belsat TV, som sänder från Warszawa via satellit med engagemang av vitryska dissidenter, kommer att vara tillgängliga för de vitryssar som har en satellitmottagare – cirka en tiondel av befolkningen. Det finns "några dussin" journalister som arbetar för Belsat TV inne i Vitryssland. Program kommer också att produceras i Litauen. Man börjar sända tre timmar om dygnet, medan siktar på 16 timmar. (Reuters) Satellite: Astra 19.2°E  
<http://www.belsat.home.pl>

---

#### **EU:**

##### **Nya regler för reklam och produktplacering**

Europaparlamentet har antagit rådets gemensamma ståndpunkt om kommissionens förslag till en modernisering av EU:s bestämmelser om sändningsverksamhet för television. De nya reglerna kommer att gälla i medlemsstaterna före utgången av 2009.

Kommissionens förslag som lades fram i december 2005 och de bestämmelser som parlamentet nu antagit följer de grundläggande principerna i det befintliga direktivet, nämligen principen om ursprungsland och harmonisering av minimistandarder. Syftet med moderniseringen av direktivet från 1989 som senast uppdaterades 1997 är att skapa rättvisa förutsättningar för att utveckla befintliga och nya audiovisuella privata och offentliga medietjänster i Europa. *Tack vare direktivet kommer audiovisuella tjänster även i fortsättningen av vara både kulturella och kommersiella produkter. Pluralism och kulturell mångfald inom medierna bevaras samtidigt som möjligheter skapas för att utveckla nya affärsmodeller, försäkrade föredragande Hieronymi i kulturutskottet.*

Alla audiovisuella medietjänster, både tv-sändningar och audiovisuella medietjänster på begäran kommer att omfattas av en grunduppsättning samordnade regler, bl.a. regler som skyddar den fysiska, mentala och moraliska utvecklingen för minderåriga, samt den mänskliga värdigheten. De åtgärder som vidtas bör dock nog vägas mot den grundläggande yttrandefriheten. Det rör sig om minimibestämmelser och medlemsstater får ha strängare regler.

En av de mer kontroversiella frågorna har varit produktplacering. Detta tillåtes endast i vissa program och under vissa bestämda förutsättningar. Produktplaceringen är förbjuden i nyhets- och samhällsprogram, barnprogram, dokumentärer och rådgivningsprogram. Produktplacering i biograf-filmer, filmer producerade för TV och TV-serier samt sportsändningar tillåts förutsatt att tittarna får klar information om förekomsten av produktplacering. TV-reklam och teleshopping ska vara lätta att känna igen och ska kunna skiljas från det redaktionella innehållet.

Det är förbjudet med alla former av audiovisuella kommersiella meddelanden för tobaksvaror. När det gäller alkohol får audiovisuella kommersiella meddelanden inte vara särskilt riktade till minderåriga och får inte uppmuntra till överkonsumtion. Produktplaceringen får inte utgöras av tobaksprodukter eller produktplacering från företag vilkas främsta verksamhet är tillverkning eller försäljning av tobaksprodukter.

Direktivet innehåller också en rekommendation om en uppförandekod för leverantörer av audiovisuella medietjänster för barnprogram som innehåller eller avbryts av reklam, sponsorer eller annan marknadsföring av ohälsosamma och olämpliga livsmedel och drycker som t.ex. innehåller mycket fett, socker eller salt samt av alkoholhaltiga drycker. Kommersiella meddelanden får inte orsaka minderåriga fysisk eller moralisk skada. Därför får de inte direkt uppmana minderåriga att köpa eller hyra en produkt eller tjänst genom att utnyttja deras oerfarenhet eller godtrogenhet, direkt uppmuntra dem att övertala sina föräldrar eller någon annan att köpa de varor eller tjänster som ingår i reklamen, utnyttja det speciella förtroende som minderåriga hyser för föräldrar, lärare eller andra personer, eller utan skäl visa minderåriga i farliga situationer.

#### *Nya tidsbestämmelser för reklam*

Sändningar av filmer producerade för tv (med undantag för tv-serier och dokumentärer), biograf-filmer och nyhetsprogram får avbrytas av tv-reklam och/eller teleshoppinginslag en gång varje tablålagd period på minst trettio minuter. (Kulturutskottet krävde inledningsvis att intervallen på 45 minuter skulle fortsätta att gälla). Andelen korta reklamformer, som reklaminslag och teleshoppinginslag, får inte överstiga 20 procent en given timme mellan hela klockslag. När det gäller

serier och dokumentärer är den enda regeln att reklam inte för överstiga 12 minuter per timme som är en allmän regel.

Reklam får inte strida mot respekten för mänsklig värdighet eller innehålla eller främja diskriminering på grund av kön, ras eller etniskt ursprung, religion eller trosuppfattning, funktionshinder, ålder eller sexuell läggning. Den får inte heller uppmuntra till ett beteende som är skadligt för hälsa eller säkerhet eller ett beteende som är mycket skadligt för miljön. Lämpliga åtgärder ska vidtas av medlemsstaterna för att garantera att audiovisuella medietjänster inom deras jurisdiktion successivt görs tillgängliga för syn- och hörselskadade personer.

Den så kallade ursprungslandsprincipen innebär att TV-bolag ska följa reglerna i det land de sänder ifrån, oavsett i vilket land programmen sedan visas. Medlemsstaterna ska ha frihet att föreskriva att leverantörer av medietjänster under deras jurisdiktion ska följa mer detaljerade eller striktare regler. Om en medlemsstat har mer detaljerade eller striktare bestämmelser i allmänhetens intresse och bedömer att ett programföretag under en annan medlemsstats jurisdiktion tillhandahåller en tv-sändning som helt eller huvudsakligen är inriktad på dess territorium får den ta kontakt med den medlemsstat som har jurisdiktion i syfte att nå en ömsesidigt tillfredsställande lösning på eventuella problem som uppstår.

För att skydda den grundläggande friheten att ta emot information och se till att tittarnas intressen i Europeiska unionen skyddas helt och fullt, bör de aktörer som har ensamrätt till tv-sändning av ett evenemang av stort allmänintresse ge andra programföretag rätt att använda korta utdrag i allmänna nyhetsprogram på rättvisa, rimliga och icke-diskriminerande villkor, med vederbörlig hänsyn till ensamrätter.

Gunnar HÖKMARK (EPP-ED-gruppen) ansåg att den nya lagstiftningen för den europeiska televisionen framåt. *Vi slog fast principen om ursprungslandets lagstiftning. Det innebär en bättre och starkare grund för mångfald men också för en gemensam europeisk television och, bättre förutsättningar för en europeisk filmindustri. Det innebär också bättre utrymme för fria media att existera över Europas gränser.* Personligen hade Hökmark föredragit större öppenhet när det gäller tiden för reklam, men han uppskattade den ökade flexibiliteten. Och han ansåg att reglerna för produktplacering innebar en förbättring.

## radio

### Nysatsning på amerikansk närradio

Mediemyndigheten *Federal Communications Commission* har antagit ett paket med regler om ägarskap, lämplighet och teknik för s.k. *Low Power FM*. Avsikten är att främja och skydda nya tjänster i LPFM-radion med ett långsiktigt uthållighet och mångfald. Detta skapar möjligheter för nya röster i etern bl.a. skolor, kyrkor och andra lokala frivilligorganisationer. Man vill också ha programverksamhet som svarar mot lokala behov och intressen. I det föreslagna regelsystemet kommer att krävas att "full service" stationer (kommersiella och PBS) måste bistå LPFM-stationer med teknik och finansiering om en full service-station kan komma att störa en LPFM-station i sitt täckningsområde. Idag har ca 800 LPFM-stationer licensierats av FCC. Ytterligare 2.500 ansökningar behandlas av myndigheten.



Organisationen Prometheus Radio Project som länge drivit frågan är mycket nöjd med för-slagen: *Today, Chairman Martin and Commissioners Adelstein and Copps should be congratulated for moving to protect and expand low*

*power FM radio – while also understanding that there are many issues we can resolve through further research and conversation. The Federal Communications Commission has taken a number of important steps today towards a better future for low power radio stations and their communities.*

<http://prometheusradio.org/content/view/580/1/>

FCC får beröm även från Media Access Project: *Chairman Martin rarely agrees with us, but he was willing to listen, and to work with us to get a fine result. He should be congratulated for recognizing the critical service that LPFM stations provide to the needs of local communities and taking the necessary steps that will help bring more LPFM radio stations to communities throughout the country.*

<http://www.mediaaccess.org/press/2007-11-28-LPFMPressRelease.pdf>

Kommentar: LPFM lanserades redan under Clintons tid i Vita Huset, men när republikanerna tog makten har tillståndsgivningen

hållits tillbaka. Samtidigt har kritiken mot mediekoncentrationen i USA och bristen på "localism" varit massiv senaste året. FCC har nu tagit intryck av den massiva opinionen både från höger och vänster och öppnar dörrarna helt för LPFM.

### DMB istället för DAB i Frankrike

Kulturministern Christine Alabanel har meddelat att DMB och DRM ska användas för digitala radiosändningar i Frankrike. DMB blir standard för band 3 och L-bandet, medan DRM (digital radio mondiale) väljs för AM-bandet. Alabanel hoppas nu att flera länder följer Frankrikes exempel och går över från DAB till DMB. DMB är en vidareutveckling av den europeiska digitalradiostandarden Eureka 147 som tagits fram för mobil TV-mottagning. Den brittiska mediemyndigheten Ofcom har bett EU-kommissionen stoppa franska försök att använda DMB även för radiosändningar. Ofcom menar att en särskild fransk standard skulle bryta mot den fria rörligheten i Europa, eftersom det skulle behövas särskilda mottagare i Frankrike. (Radionytt)

### Danmark är DAB-radiotätast i världen

37 % av danskarna har nu en DAB-radio eller har tillgång till en sådan. Detta göra att Danmark nu är världsledande ifråga om DAB-radios utbredning. 84 % av lyssnarna är tillfredsställda med innehållet i kanalerna och 87 % tycker att ljudkvaliteten är på samma nivå eller bättre än på FM. 80 % är nöjda med mottagningsförhållandena. (Radio-Nyt)

### Digitalradio även för tropikbanden

International Telecommunication Union (ITU) har vid konferensen WRC-07 i Geneve godkänt digitalradiosystemet DRM för användning på de s.k. tropikbanden som ligger i nedre delen av frekvensområdet för kortvåg (60, 90 och 120 metersbanden 3.200-5.900 kHz). Detta är avsett för radiostationer som ligger inom den tropiska zonen ca 30 grader söder resp norr om ekvatorn.

*The recognition of the DRM system is now totally worldwide for all digital radio applications of various types around the world in the traditional broadcasting bands below 30 MHz — longwave, medium-wave and short-wave, säger Donald Messer, som representerar DRM-konsortiet på WRC. Samtidigt testar nu konsortiet med sändningar på VHF-band I och II. När detta tas i bruk kommer det digitala*



radiosystemet kunna användas i hela världen även på FM-bandet.

### **Internetradio även i mobiler**

Nokia har presenterat en ny programvara för Internetradio, som fungerar i Nokias N-serie och i den nya modellen S60. Användare kan välja internetradiostationer efter namn, genre, region eller språk. Dessutom finns en lista över de mest populära internetstationerna. Nokia rekommenderar att lyssningen sker via wifi-nät. Det går även att använda 3G-näten, men då tillkommer trafikavgifter för data. (Radionytt)

### **Öppna radiostudios i Radiohuset**

Radio Stockholm flyttar hösten 2008 från Kungsholmen till nya studios i Radiohuset. En nyhet är att man skall bygga studioloraler med fönster ut i den s.k. Hangaren; Radiohusets stora entréhall. Här byggs två nya programstudior för P4:s räkning i utrymmen närmast receptionen, vilket möjliggör användning av intilliggande studio 4 och 5 för vissa av Radio Stockholms produktioner. (Radiotidningen)

### **Närradion organiserar sig i Finland**

Nu har *Finnish Community Radio Association* (*Finlands Närradioförbund*) bildats. Ordförande är Jyrki Yrttiäho och vice ordförande är Marko Ala-Fossi. Yrttiäho är riksdagsledamot (vf) och Ala-Fossi är forskare på Universitetet i Tampere. Förbundet nås genom sekreteraren [riitta.haapakoski@radiorobinhood.fi](mailto:riitta.haapakoski@radiorobinhood.fi)

### **Wisby FM - ny närradio för unga**

I vår beräknas nybildade *Wisby FM* börja sända närradio över Gotland, med och för ungdomar och unga vuxna. Grundare är Ulas Nûjen och Jeremy "Jay" Brooks, två av frontfigurerna från nyligen nedlagda Just Radio vars frekvens 89,2 den nya stationen ska sända på. Ambitionen och tron är att vi hamnar någonstans mellan public service och reklamradio, säger Nûjen.

*Varför en ny radiosatsning? För att vi är fantastiskt intresserade av att sända och producera radio, skapa något konstnärligt. Vi kände oss ganska hämmade i den förra organisationen. Det hade kunna bli så bra, så mycket roligare. Därför dykte tanken upp, att ordna något nytt, med ny regi och kompetent folk,* säger Nûjen. Enligt honom ska Wisby FM bli mer "samhällsnyttig" än Just Radio var, med mer reportage och allehanda inslag med lokal prägel. *Vi siktar på ungdomar och unga*

*vuxna, men inget säger att det inte blir för både yngre och äldre.* Utöver Nûjen och Brooks, stöttas satsningen av exempelvis Håkan Malmros, företagare bakom flera gratis-tidningar, och Martin Eriksson, föreståndare på Tors gård som drivs av Hassela Gotland.

*Vi är med av den enkla anledningen att vi tycker att närradio, även Just Radio i grunden, var och är en bra grej. Att det blev som det blev handlade inte om själva radion, utan om personer,* säger Hassela Gotlands Mats Barre. När Just Radio startade bidrog bolaget med 100.000 kr till inköp av utrustning. Nu ska Hassela Gotland, via nybildade föreningen Gotland Live, vara med och driva den nya stationen. *Stationen blir öppen för alla, en mötesplats. Vi lever på och tycker det är fantastiskt med möten med människor. Man utvecklas som människa och i det konstnärliga. Ju fler människor, desto mer produktiv blir man,* säger Nûjen. Visionen är att radiostationen ska bli en smältdegel för ungdomar i Visby. *På sikt kanske vi kan ligga mitt i stan, vara en öppen radiostation som är tillgänglig för ungdomar så de kan gå dit, spela in radio eller bara ta en fika,* säger Barre.

Stationen beräknas kosta omkring 200.000 kr i månaden att driva. Varifrån pengarna ska komma är ännu oklart. *Eftersom det är en ideell förening och en närradiostation kommer vi inte att kunna sälja reklam i traditionell mening. Vi vill heller inte ha långa reklamavbrott,* säger Ulas Nûjen och konstaterar att den mesta finansieringen kommer att behöva beviljas av fonder inom Sverige och Europa. (Gotlands Allehanda)

### **Tittmix 91,8 - Vellinges egen närradio**

Radiochef Bo-Göran Andersson utlovar underhållning, tävlingar och nyttig information. Vellinges stadsarkitekt Staffan Andersson kan bli en återkommande gäst. Tanken är att han skall upplysa lyssnarna om regler och riktlinjer för byggande. Radiostudion finns i en loge i Gessie. Med bidrag från lokala sponsorer har den utrustats med all nödvändig teknik. Men det betyder inte att dessa kan bestämma över programutbudet, påpekar Bo-Göran Andersson. *Företagen sponsrar enskilda inslag, vilket framgår vid på- och avannonseringen av programmen.* Detta är inte första gången som kommuninvånarna kan lyssna på lokalt producerad radio. För ett tiotal år sedan sändes närradio från en källare i Vellinge. (Sydsvenskan)

### **Miljardär satsar på kommersiell närradio**

Jesse Wallin och Martin Loogna återförenas i Skärgårdsradion 90,2 i februari. Loogna driver Skärgårdsradion 90,2 och Vallentuna-stationen V97.

Skärgårdsradion 90,2 sänder sedan i juni från en närradiosändare på Värmdö och når därifrån stora delar av Stockholms skärgård. Loogna har även ansökt om några slavsändare för att utöka täckningsområdet längre ut i skärgården. Stationen har hittills mest sänt musik, men har även genomfört några direktsändningar och evenemang. Klar för stationen är även Martin Rapp, som kommer att sköta eftermiddagarna. Wallin och Loogna har sänt tillsammans på flera stationer. 1998 startade de "Rix Morrison-zoo" på Rix FM och två år senare gick de över till konkurrenten Mix Megapol, där de arbetade under fyra år. (Radionytt)

Hans Mellström, grundare av WM-data och ägare till bl.a. Seglarhotellet i Sandhamn och Nimbus-båtarna, äger 40 % av Skärgårdsradion. Han räknar med omsättning på fyra miljoner kr och att verksamheten går med vinst redan första verksamhetsåret. Vi har redan ett antal annonsörer på gång, säger han till Dagens Nyheter.

Hur kan en helt kommersiell radiostation sända på en närradiofrekvens och att utan att betala den koncessionsavgift som annars åläggs en PLR-station? *Vi kommer att titta närmare på ärendet och se om verksamheten strider mot villkoren i radio- och tv-lagen*, säger Peter Schierbeck på Radio- och tv-verket. Formellt innehas sändningstillståndet för Värmdö kommuns närradiofrekvens av en ideell förening; "Sandhamns Fiskeförening" med postadress på Surbrunnsgatan 39 i Stockholm.

### **Kampen om externa SR-miljonerna**

Sveriges Radio spenderar i år 110 miljoner på att köpa program utifrån. 2005 bestämde styrelsen att fler program ska köpas från externa produktionsbolag. I år ökades anslagen till extern produktion med 40 miljoner.

19 bolag, tillsammans med enskilda frilansare, delar på miljonerna från SR.

När SRs dåvarande vd Peter Örn berättade att inköpen av externa produktioner skulle öka till en kvarts miljard 2010 gjorde sig event- och tv-produktionsbolaget Baluba redo att håva in genom att starta en radiodel. Baluba kammade hem fyra produktioner bland andra humorprogrammet Starkt material som sänds i

P3.

Allra mest har dock produktionsbolaget Filt lagt beslag på. Med sju produktioner åt SR, bland andra P1 stil, Schuld i P2 och P3 bubbel, räknar de med att omsätta omkring 12 miljoner kronor i år. Piteåbaserade Massa Media hamnar tätt därefter. De gör fyra produktioner åt SR: Om oss i P1, P3 tro, P3 planet och P3 bubbels sommarsändningar. Tillsammans drar produktionerna in omkring 6,5 miljoner.

En annan av vinnarna är radioveteranerna Christer Jungeryd, Pia Kittel och LG Nilssons nybildade bolag Smt-Radio. Under 2007 gör de P1s konsumentmagasin Plånboken samt de två P4 programmen Premiär och Stadshotellet. Omsättningen beräknas bli 8 miljoner. *Det är en del andra grejer på toppen där men den absolut största delen kommer från SR*, säger vdn Christer Jungeryd. Ett flertal mindre produktionsbolag har startats som ett direkt resultat av SRs miljonregn. Tredje Statsmakten, grundat av Petter Ljunggren, Lars Truedson och Martin Wicklin, fick det svåra uppdraget att ersätta P1 välkända mediemagasin *Vår grundade mening*, som lades ned efter 25 år i etern.

Tidigare har Sveriges Radio aviserat att andelen extern produktion ska öka år för år mot målet 222 miljoner 2010. Men den utvecklingen har under Kerstin Brunnbergs ledning stannat av. *För vår del är det inte klart vilka produktioner som gäller för 2008 men på det stora hela är det samma pengar som SR lägger ut 2008 som 2007. Summan för oss blir nog lika som i år*, säger Andreas Elfström på Filt. *Vi som jobbar inom branschen har hört att det inte blir någon ökning till 2008*, säger Christer Jungeryd på Smt Radio. (Dagens Media)

## **annat**

### **Vilka mobila tjänster vill vi ha?**

Mobilbranschen har blivit allt mer intresserad av att se vilka tjänster som ska lockar användarna framöver. I en ny undersökning har Nokia tagit tempen på de underhållningstjänster som lockar användarna allra mest just nu och vilka tjänster som är de mest intressanta för framtiden. Studien "A Glimpse of the Next Episode" har gjorts av The Future Laboratory. De har intervjuat 9.000 konsumenter i 17 länder kring deras digitala vanor. De har även

tittat på hur de ser på framtida tjänster.

Med undersökningen som underlag men även i dialog med aktörer som är ledande i industrin så tror sig Nokia kunna visa hur branschen kommer att se ut de närmaste fem åren.

Enligt undersökningen visade det sig att:

- 23 % köper filmer i digitalt format.
- 35 % köper musik i mp3-format.
- 25 % köper musik via mobiltelefoner
- 39 % tittar på tv via nätet
- 23 % tittar på tv i sina mobiltelefoner
- 46 % använder regelbundet Instant Messaging, (37 % gör det över mobiltelefonen)
- 29 % bloggar regelbundet
- 28 % är regelbundet uppkopplade till ett socialt nätverk
- 22 % använder Skype eller liknande telefontjänster
- 17 % spelar multispel via nätet
- 17 % kopplar upp sig till internet via mobiltelefonen.

Inför framtiden ser Nokia fyra stora trender. 25 % av underhållningen kommer att skapas, redigeras, delas och konsumeras inom olika community. Det handlar om att användarna delar med sig av bilder, musik och video. Framöver kommer personer kunna koppla upp sig överallt för att få olika sorters underhållning. Konsumenterna vill ha allt mer sofistikerad underhållning och den handlar alltmer om samarbete, demokrati och konsumentinriktad underhållning. (Ny Teknik)

#### **Mobiltelefonförfattare gör succé**

Hälften av de tio bäst säljande skönlitterära verken under första halvåret i Japan var skrivna på små apparater; mobiltelefoner. De sålde i genomsnitt 400.000 ex. På några få år har mobiltelefon noveller - keitai shousetsu – blivit ett publicistisk fenomen. Vanligtvis är novellerna skrivna av förstagångsförfattare under pseudonym för unga kvinnliga läsare. Koizora (Love Sky) av Mika har sålt mer än 1,2 miljoner kopior sedan sin publicering i bokform förra hösten. Berättelsen kommer snart filmas. (Brisbane Times)

#### **Mobiltelefoner ger opinionsmätare problem**

Allt fler amerikanska hushåll säger upp sina trådbundna telefonabonnemang och enbart förlitar sig på mobiler. Därmed har opinionsmätarna fått problem med att få fram ett representativt urval vid sina mätningar. Hittills har man ringt upp respondenterna i sina hem i

demografiskt utvalda områden. Men mobiltelefoner är inte baserade geografiskt och representerar en individ inte ett hushåll. Det är också en mycket dålig svarsfrekvens på mobiltelefoner. Lagen tillåter inte heller datoriserad nummerslagning till en mobiltelefon utan intervjuaren måste slå varje nummer manuellt. (New York Times)

#### **Webbtrafiken:**

##### **Domineras av fildelare**

Analysföretaget Ipoque har studerat tre petabyte trafikdata från internetleverantörer i Syd- och Östeuropa samt Mellanöstern, Australien och Tyskland i augusti och september i år. Analysresultatet visar att fildelarna åter upp merparten av den totalt använda bandbredden.

Från 49 % av den använda bandbredden i Mellanöstern till 89 % i Östeuropa står fildelningstrafiken för. Nattetid kan ibland 95 % av den använda bandbredden utgöras av fildelningstrafik. Inte helt oväntat är det i huvudsak film, musik och pornografiskt material som mest frekvent delas ut och laddas ned i fildelningsnätverken. I Mellanöstern utgör dock e-böcker en oväntat hög andel av det material som sprids via nätverken. I Sydeuropa är det en oproportionerligt stor andel datorspel som laddas upp och ned i fildelningsnätverken.

Ipoque konstaterar att Bittorent har blivit det absolut mest populära fildelningsprotokollet samt att mer och mer av fildelningstrafiken är krypterad. Runt 20 % av Bittorent- och eDonkey-trafiken är krypterad i de undersökta regionerna. Ipoque har även analyserat andra typer av Internettrafik och konstaterar att IP-telefonin än så länge bara utgör en % av den totala trafikmängden samt att Skypes IP-telefonimjukvara används i 95 % av fallen. Enligt Ipoques uppskattning representerar det analyserade materialet över en miljon Internetanvändare.

**Fotnot: 3 petabyte = 3.145.728 gigabyte.**

#### **I Sverige:**

##### **Fler bredbandssurfar och hastigheten ökar**

Nästan sju av tio svenskar har bredbandsanslutning till internet och två av tre har uppkopplingar på 2 megabit per sekund eller mer. Det visar PTS årliga individundersökning. Av svenskar i åldersgruppen 16 till 75 år har 68 % bredbandsanslutning och det är en ökning med nio % enheter jämfört med 2006. Med högre uppkopplingshastigheter ökar intresset för IP-baserad fast telefoni och nu har

20 % av den svenska befolkningen bredbands-telefoni i hemmet. Dock är det bara 41 % av dessa som helt har valt bort traditionella fasta telefonabonnemang. Drygt 40 % av användarna av bredbandstelefoni uppger att de har upplevt problem med tjänsterna, som exempelvis dålig ljudkvalitet och avbrutna samtal. PTS har även låtit undersöka hur nöjda användarna är med de operatörer som erbjuder kommunikationstjänster. Av mobiltelefoni-användarna säger sig 75 % vara nöjda med sina operatörer, medan 70 % av dem som använder fast telefoni säger sig vara nöjda med operatörerna. Bredbandsoperatörerna har lägst andel nöjda användare med 60 %. (Uppsnappat)

#### **Inför evenemang 2008:**

##### **2008 ACM International Conference and Exhibition**

The Alliance for Community Media är den nationella organisationen för icke-kommersiell lokal-tv i USA. (Public, educational and government access). ACM håller sin årliga konferens, seminarier och utställning 9-12 juli 2008 i Washington DC. Läs mer på <http://ourchannels.org>

##### **Radiopriset och Radiogalan 2008**

Fr.o.m. nästa år kommer Radiopriset och Radiogalan inte längre hållas på våren utan flyttas till tidig höst och hålls i anslutning till Radiodagarna i Stockholm. Evenemanget kommer att samla hela radiobranschen d.v.s. public service, kommersiell radio (PLR) och närradio. Mer information om detta kommer senare på <http://www.radioakademin.org>



**Alla läsare av nyhetsbrevet  
önskas  
God Jul**