

# Årsrapport 2018



# Innhald

<b>1</b>	<b>LEDERS BERETNING</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>INTRODUKSJON TIL VERKSEMDA OG HOVUDTAL</b>	<b>10</b>
	2.1 Samfunnsoppdraget	11
	2.2 Organisasjon og leiing	12
	2.3 Strategi	14
	2.4 Nøkkeltal for 2018	15
<b>3</b>	<b>AKTIVITETAR OG RESULTAT I 2018</b>	<b>17</b>
	3.1 Mediemangfald	18
	3.2 Kritisk medieforståing	24
	3.3 Rettleiing og tilsyn	31
	3.4 Kommunikasjon og formidling	38
	3.5 Mål og måloppnåing	43
<b>4</b>	<b>STYRING OG KONTROLL I VERKSEMDA</b>	<b>48</b>
<b>5</b>	<b>VURDERING AV FRAMTIDSUTSIKTER</b>	<b>54</b>
<b>6</b>	<b>ÅRSREKNESKAP</b>	<b>57</b>
	6.1 Kommentarer til årsrekneskapen frå leiinga	58
	6.2 Prinsippnote til årsrekneskapen	60
	6.3 Årsrekneskap 2018	62

## 1

# Leders beretning

2018 har vært et omstillingsår for Medietilsynet. Grunnlaget for omstillingen ble lagt ved utgangen av 2017 gjennom vedtak om ny strategiplan, organisasjonsstruktur og bemanningsplan. Gjennom 2018 har vi jobbet med å implementere endringene. Målet er å styrke Medietilsynet som en tydelig og synlig aktør – der prioriterte oppgaver er å bidra til å fremme mediemangfold og kritisk medieforståelse i befolkningen.





Skillelinjer mellom redaksjonelt og kommersielt innhold og mellom sanne og falske nyheter er ikke alltid like tydelige

## Hovedprioriteringer i 2018

De viktigste prioriteringene for Medietilsynet i 2018 har vært:

- Gjennomføre **omstillingsprosessen** i virksomheten tråd med mål og tidsplan. Dette innebærer implementering av ny strategi og organisasjonsstruktur, nedbemanning, arbeid med kompetanseheving og å utvikle nye arbeidsformer.
- Igangsette nye tiltak som bygger opp under hovedpilarene i tilsynets nye strategi og tildelingsbrevet – **mediemangfold** og **kritisk medieforståelse**. Arbeid med nytt mediemangfoldsregnskap er igangsatt, og det samme gjelder en ny, stor befolkningsundersøkelse om kritisk medieforståelse
- Bistand til departementet i arbeidet med ny **mediestøttemelding**
- Digitaliseringsprosjektet «Digital hverdag» – som både skal effektivisere interne arbeidsprosesser og forbedre samarbeid med eksterne aktører
- Forbedret kontakt med mediebransjen og andre relevante eksterne aktører, blant annet gjennom å innføre faste kontaktmøter og delta på flere eksterne arenaer
- **Økt synlighet** gjennom deltakelse på flere eksterne arenaer og økt kommunikasjonsaktivitet, særlig i digitale kanaler

## Høy endringstakt og nye utfordringer

Løpende utviklingsarbeid er viktig for enhver statlig virksomhet – men jeg vil likevel si at det er særlig viktig for Medietilsynet som skal forholde seg til en bransje som preges av både raske og omfattende endringer. Teknologisk utvikling, nye brukervaner,

endrede verdikjeder, økt konkurranse og globalisering er sentrale forhold som påvirker medieutviklingen og mediemarkedet.

Endringene får også konsekvenser for Medietilsynets rolle og oppgaver. Behovet for data, innsikt, analyse og målrettet kommunikasjon er større enn noen gang, og tilsynet er opptatt av å styrke innsatsen på disse områdene. Medieutviklingen og endrede brukervaner krever mer av oss som mediebrukere, og dermed øker også behovet for kritisk medieforståelse. Tidligere har Medietilsynet i hovedsak konsentrert arbeidet rundt barn og unge på dette feltet, men vi ser at det er nødvendig med økt innsikt, rådgivning og veiledning også når det gjelder andre deler av befolkningen. Dette arbeidet er kommet godt i gang gjennom 2018. På tilsynsfeltet jobber Medietilsynet med å vri mer av innsats og ressursbruk over mot informasjon og veiledning, for på den måten å forebygge brudd på lover og retningslinjer. Det har vi sett positive effekter av i 2018, for eksempel når det gjelder merking av kommersielt innhold på YouTube.

På to områder innenfor det som i dag er Medietilsynets ansvarsområder mener tilsynet det bør vurderes tiltak som kan medføre behov for lovendringer. Det gjelder aldersgrensesetting på kino-film, der Medietilsynet vurderer at medie- og markedsutviklingen gjør at nye løsninger bør vurderes. Videre mener Medietilsynet at avgifts- og gebyrinnkreving knyttet til registrering og omsetning av videogram kan håndteres mer effektivt enn i dag. Tilsynet har innledet en dialog med Kulturdepartementet om disse forholdene og vil følge dette videre opp i 2019.



En stadig viktigere oppgave for Medietilsynet blir derfor å bidra til å øke den kritiske medieforståelsen i befolkningen

Mediebransjen står fortsatt i krevende omstillinger der forretningsmodeller og inntektsgrunnlag utfordres. Det stiller krav både til bransjen selv og til mediepolitikken, og våren 2019 kommer en ny stortingsmelding om mediestøtte.

### Kritisk medieforståelse stadig viktigere

Digitaliseringen har mange fordeler i et demokratisk perspektiv: Som forbrukere får vi tilgang til mer innhold fra flere aktører og i nye kanaler. Vi har mye større valgfrihet enn tidligere – både når det gjelder hva slags medieinnhold vi konsumerer, og når, hvor og hvordan vi ønsker å gjøre det. Alle kan vi produsere og distribuere innhold. Men så møter vi også nye utfordringer: Skillelinjer mellom redaksjonelt og kommersielt innhold og mellom sanne og falske nyheter er ikke alltid like tydelige. Gjennom sosiale medier utsettes mange barn og unge for ulike former for stress, press og i verste fall utestengelse, mobbing og overgrep.

Utviklingen gjør at mer ansvar legges på den enkelte mediebruker, og dermed er det viktig å ha tilstrekkelig kunnskap om det mediemarkedet vi beveger oss i. En stadig viktigere oppgave for Medietilsynet blir derfor å bidra til å øke den kritiske medieforståelsen i befolkningen, slik at vi alle blir best mulig i stand til å ta informerte og bevisste valg i vår mediebruk.

Medietilsynet har i en årrekke arbeidet med både å samle inn data om og gjennomføre ulike tiltak rettet mot mediebruken til barn og unge. Blant viktige aktiviteter i 2018 var lanseringen av resultater fra undersøkelsen *Barn og medier 2018*, utvikling av to nye verktøy

(samtaleverktøy for foreldre om barn og nettvett og undervisningsopplegg for ungdomsskolen om kildekritikk), deltakelse på mange arrangement og debatter og en rekke ulike kommunikasjonstiltak.

Framover ønsker Medietilsynet også å styrke arbeidet med den kritiske medieforståelsen i andre deler av befolkningen. Første skritt på veien er å gjennomføre en stor undersøkelse for å få mer kunnskap om status og utfordringer. Forarbeidet til befolkningsundersøkelsen om kritisk medieforståelse ble gjort i 2018, og selve undersøkelsen skal gjennomføres første kvartal 2019.

### Arbeid med nytt mediemangfoldsregnskap påbegynt

Journalistikken og de redaktørstyrte mediene er under press. Bare i 2017 forsvant cirka 300 millioner kroner av avisenes driftsinntekter. Selv om mange medievirksomheter hadde gode resultater sist år, er det for de fleste takket være kostnadsreduksjoner. Heldigvis har mange aviser positiv abonnementsutvikling, og den digitale andelen abonnenter er i vekst. Men de underliggende økonomiske trendene varsler at utfordringene ikke er over. Det kreves fortsatt effektivisering og innovasjon i bransjen, men også offensive og moderne tiltak fra statens side.

Det mest konkrete grepet i 2018 var den nye innovasjonsstøtten. Stor interesse og mange gode søknader vitner både om interesse og behov. Det er gledelig at potten økte fra sju millioner kroner i 2018 til ti millioner i 2019.

Tilsynet anser tilskuddsordningene som vi forvalter på mediefeltet, som viktige virkemidler i arbeidet med å sikre mediemangfoldet i Norge. For flere av ordningene er det oppnevnt eksterne fagutvalg som skal komme med sin innstilling til fordeling av støtte før Medietilsynet fatter endelig beslutning. Dette, sammen med rapporter om hvordan midlene er brukt, sikrer at tilsynet får god innsikt både i behovet og effekten.

Våren 2019 ventes en ny stortingsmelding om mediestøtte. Medietilsynet ser fram til gode og viktige diskusjoner om hvordan statlige midler best bør brukes for å sikre mediemangfoldet både i et avsender-, innholds- og bruksperspektiv.

I 2018 bidro Medietilsynet til diskusjon om mediemangfoldet i Norge gjennom en rapport om NRKs bidrag til mediemangfoldet. Til grunn for vurderingene innhentet tilsynet et omfattende datamateriale, inkludert ulike analyser fra eksterne fagmiljøer. De sentrale konklusjonene i rapporten var at NRK bidrar positivt til mediemangfoldet gjennom å oppfylle allmennkringkastingsoppdraget, og at nyhets- og aktualitetstilbudet fra NRK på nett virker positivt på det samlede tilbudet til publikum. Videre konkluderte rapporten med at det innholdsmessig er større likhetstrekk mellom de nasjonale «populærmediene» enn mellom NRK og disse mediene, og at de nasjonale kommersielle «populærmediene» i all hovedsak er hverandres nærmeste konkurrenter. NRK utøver et visst konkurransepress på de kommersielle aktørene på nettet, men dette er avgrenset og ikke av et slikt omfang at det er grunnlag for å innskrenke NRKs virksomhet på nettet, konkluderte Medietilsynet.

Med bakgrunn i økonomiske framskrivninger påpekte tilsynet i rapporten at situasjonen fortsatt er utfordrende for den kommersielle delen av bransjen og støttet forslag fra Mediemangfoldsutvalget om å iverksette mediepolitiske tiltak som bidrar til å sikre den samfunnsviktige journalistikken framover.

Framover ønsker Medietilsynet å følge utviklingen i mediemangfoldet mer jevnlig og systematisk. I 2018 ble det derfor satt i gang et arbeid for å utvikle et såkalt mediemangfoldsregnskap. Planen er å utvikle et rammeverk som er egnet til å følge mediemangfoldet over tid. Første versjon av mediemangfoldsregnskapet er planlagt å komme i løpet av fjerde kvartal 2019.

### Høy bevissthet rundt regelverk

Medietilsynet har ansvar for å etterse at regelverket følges på sentrale områder på mediefeltet og driver tilsyn etter *kringkastingsloven*, *bildeprogramloven*, *film- og videogramloven* og *lov om åpenhet om eierskap i medier*. Tilsynet har i 2018 nedlagt et arbeid for å samle og strukturere tilsynsarbeidet bedre, og har systematisert arbeidet med å evaluere effektene av ulike tiltak.

Jevnt over er det tilsynets vurdering at aktørene både er godt kjent med – og ønsker å følge gjeldende lover og retningslinjer.

Medietilsynet konstaterte imidlertid brudd på både kringkastingsloven og bildeprogramloven i 2018. Spesielt gjaldt dette merking av kommersielt innhold og aldersmerking i de audiovisuelle bestillingstjenestene på YouTube. Evalueringer som ble gjort av konkrete veiledningsaktiviteter knyttet til merking av kommersielt innhold, viste



Mari Velsand overleverer NRK-rapporten til Trine Skei Grande i april 2018.



Foto: Medietilsynet

I oktober 2018 var Medietilsynet på besøk hos det nye Barneombudet Inga Bejer Engh saman med Forbrukartilsynet og Datatilsynet. Frå venstre: Elisabeth Lier Haugseth, direktør i Forbrukartilsynet, Mari Velsand, barneombod Inga Bejer Engh og Bjørn Erik Thon, direktør i Datatilsynet.

at veiledningen etter all sannsynlighet har medvirket til at aktør-ene i større grad har fulgt regelverket. Tilsyn med de audiovisuelle bestillingstjenestene på YouTube er et eksempel hvordan medieutviklingen har ført til at nye grupper omfattes av regelverket, og at god dialog, veiledning og opplæring gir positive resultater.

### Økt dialog og synlighet

Styrket dialog med mediebransjen og andre relevante virksomheter og samarbeidspartnere og økt synlighet i offentligheten og i media har også vært prioriterte oppgaver for Medietilsynet i 2018. Det er utarbeidet en plan for regelmessige kontaktmøter med eksterne aktører, og gjennomføringen er godt i gang. Videre er det utarbeidet en strategisk kommunikasjonsplan. Antall medieoppslag i 2018 økte med nesten 30 prosent mot året før, og synligheten i sosiale medier ble også styrket.

### Effektivisering og organisasjonsendringer

Medietilsynet implementerte i april 2018 en ny organisasjons- og lederstruktur. Målene for endringene var å tydeliggjøre roller, ansvar og myndighet på alle områder og nivåer, utvikle og tilføre ny kompetanse, styrke samhandlingen på tvers i organisasjonen, effektivisere driften, øke det økonomiske handlingsrommet og vri en større del av ressursene fra administrasjon til kjernevirksomhet. Endringene medførte også en reduksjon i antall avdelinger, ledere og ansatte.

Alle vedtatte endringer skal etter planen være implementert innen 1. september 2019. Da vil antall årsverk være redusert fra 48 (2017)

til 36, antall avdelinger fra fire (2017) til tre og antall ledere fra seks (2017) til fire. Faste personalkostnader reduseres betydelig, og dermed øker det økonomiske handlingsrommet. De frigjorte midlene brukes blant annet til å styrke tilsynets arbeid med innsikt, analyse og kommunikasjon, samt at det avsettes økte midler til kompetanseutvikling. Dette er sentralt for at Medietilsynet skal kunne løse sitt samfunnsoppdrag på en framtidsrettet måte.

For Medietilsynet er det viktig å kunne dokumentere hvordan vi bruker ressursene våre, og hvordan ressursbruken og effektiviteten utvikler seg over tid. Vi har derfor mot slutten av 2018 startet forbedelsene for å innføre en ny økonomimodell fra andre kvartal 2019, der vi på en tydeligere måte vil dokumentere ressursbruken knyttet opp mot ulike aktiviteter og prosjekter.

Større endringsprosesser er alltid krevende å håndtere for en organisasjon og medarbeiderne som jobber der. Vi har derfor lagt vekt på god involvering av ansatte og tillitsvalgte, informasjon gjennom faste allmøter og avdelingsmøter og direkte oppfølging av alle medarbeidere gjennom en til en-samtaler. I andre halvår ble det også igangsatt et kulturutviklingsprogram for hele organisasjonen i samarbeid med Nordnorsk Lederutvikling (NNL). Programmet fortsetter i 2019.

### Digitalisering

Medietilsynet satte i 2018 i gang et stort digitaliseringsprosjekt, «Digital hverdag», som etter planen skal løpe ut første halvår 2019. Prosjektet er kostnadsberegnet til nærmere ti millioner kroner, og

tilsynet har fått støtte fra Difi som dekker halvparten av kostnadene.

Målet med prosjektet er å effektivisere og forbedre både interne arbeidsprosesser og samhandlingen med eksterne aktører. Sentrale tiltak er blant annet å samle alle fagprosesser i ett system, utvikle en «Min side»-løsning og ta i bruk søkbare databaser og nye presentasjonsverktøy. Arbeidet kom godt i gang gjennom 2018 og fortsetter i 2019. En tverrfaglig arbeidsgruppe er etablert og jobber sammen med innleid spisskompetanse.

### Bedre dokumentasjon og kontroll

Medietilsynet har gjennom 2018 arbeidet med å forbedre dokumentasjon og kontrollrutiner særlig på feltene virksomhetsstyring, økonomi, HR/personalarbeid, IT og tilskuddsforvaltning. Dette blir blant annet gjort som oppfølging av en gjennomgang av IT-området i 2017, der flere forbedringspunkter ble avdekket.

På IT-siden har vi etablert nye og trygge backup-løsninger, det er etablert nye rutiner og utarbeidet ny og forbedret dokumentasjon. I siste halvdel av 2018 begynte forbedelsene til utkontraktering av oppgaver knyttet til drift og forvaltning av IT-området. Med bakgrunn i virksomhetens størrelse og kompleksitet har vi konkludert med at en ekstern leverandør gir større driftssikkerhet, mindre sårbarhet og lavere kostnader enn å opprettholde en intern IT-avdeling. Leverandørvalg skal gjøres i første kvartal 2019, og nødvendige endringer er planlagt implementert i løpet av første halvår.



## Vurdering av samlet måloppnåelse

Medietilsynet har utført aktiviteter og sørget for leveranser som understøtter de hovedmålene som er nedfelt i tildelingsbrevet for 2018. Som ansvarlig for virksomheten er det min vurdering at Medietilsynet samlet sett kan dokumentere god måloppnåelse i 2018.

Alle oppdrag fra Kulturdepartementet som enten er nedfelt i tildelingsbrevet eller er gitt som egne oppdrag, er levert i henhold til bestilling.

For nærmere vurdering av hvert enkelt mål viser jeg til del 3.5 i årsrapporten.

Videre er det min vurdering at tilsynet gjennom de tiltak som er gjennomført i 2018 har svart på omstillingsoppdraget fra Kulturdepartementet og lagt et godt grunnlag for å videreutvikle virksomheten som en tydelig og synlig samfunnsaktør. Utviklingsarbeidet fortsetter i 2019.

Medietilsynets samlede ressursbruk i 2018 ble holdt innenfor godkjent bevilgning. For nærmere detaljer viser jeg til årsregnskapet i rapportens del 6.

Fredrikstad, 15. mars 2019



Mari Velsand  
Direktør



# 2

## Introduksjon til verksemda og hovudtal

Medietilsynet er forvaltnings- og tilsynsorganet for staten på medieområdet og er underlagt Kulturdepartementet. Medietilsynet skal bidra til å oppfylle samfunnsmåla om ytringsfridom, rettstryggleik og eit levande demokrati. Tilsynet forvaltar mediepolitiske verkemiddel, jobbar med innsikt, analyse og kommunikasjon og gir Kulturdepartementet råd på mediefeltet.



Medietilsynet  
Norwegian Media Authority

## 2.1 SAMFUNNSOPPDRAGET

Ansvaret og fullmakta til Medietilsynet går fram av verksemds-instruksen frå Kulturdepartementet, fastsett 1. desember 2016.

Medietilsynet får kvart år tildelingsbrev frå Kulturdepartementet. Tildelingsbrevet fastset mål, prioriteringar og resultatkrav for året. Brevet gir også enkelte faglege føringar og spesifiserer konkrete oppdrag med leveranse gjeldande år.

I tildelingsbrevet for 2018 var følgande mål sette for tilsynet:

- Befolkninga skal ha tilgang til eit breitt spekter av redaksjonelle medium.
- Befolkninga bruker dei ulike media på ein bevisst måte og gjer val ut frå kunnskap og kompetanse.
- Styringsorgan og andre samfunnsaktørar skal ha tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om mediemangfald, medie-regulering og medieøkonomi.
- Befolkninga har tilgang på informasjon om eigarforholda i norske medium, jf. *lov om åpenhet om eierskap i medier*.
- Media følger dei særskilde reglane som styresmaktene har fastsett for medieverksemda i Noreg, gjennom *kringkastingslova, bildeprogramlova, film- og videogramlova og lov om åpenhet om eierskap i medier*.

I tildelingsbrevet kom det også fram at Medietilsynet skulle bidra i departementet sitt arbeid med å utforme forslag til eit fireårig styringssignal for NRK. I samband med det skulle Medietilsynet utarbeide ein rapport om korleis NRK påverkar det samla medie-

mangfaldet. Vidare skulle Medietilsynet bidra i arbeidet med ei ny stortingsmelding om mediestøtta, og vere med på å utforme, implementere og forvalte ei ny innovasjonsretta tilskottsordning.



For å løyse samfunnsoppdraget samarbeider Medietilsynet med ei rekke offentlege etatar, styringsorgan, private verksemdar og interesseorganisasjonar – nasjonalt og internasjonalt.





Det er liten lønnsforskjell mellom kvinner og menn på same stillingsnivå i verksemda

## 2.2 ORGANISASJON OG LEIING

Medietilsynet har kontor i Fredrikstad og blir leia av direktør Mari Velsand. Ved utgangen av 2018 var det 40 medarbeidarar i verksemda – 23 kvinner og 17 menn. I tillegg har vi knytt til oss ein lærling på IT-området. Éin person var deltidstilsett.

Det er liten lønnsforskjell mellom kvinner og menn på same stillingsnivå i verksemda. Gjennomsnittslønna for kvinner er 649 000 kroner og for menn 621 000 kroner. Ser vi bort frå leiarstillingane, er gjennomsnittslønna fordelt slik: 590 000 for kvinner og 606 000 for menn.

Tolv medarbeidarar slutta og to begynte i løpet av 2018. Dei store endringane er først og fremst ei følge av bemanningsreduksjonane etter den nye bemanningsplanen som blei vedtatt i samband med omorganiseringa av verksemda. I bemanningsplanen er det lagt opp til at Medietilsynet skal ha 36 faste årsverk, mot 48 før endringane tok til. Hovudårsaka til reduksjonen er behovet for auka økonomisk handlingsrom framover for å kunne prioritere nødvendige tiltak, blant anna knytte til digitalisering, innsikt/analyse og kommunikasjon. Samtidig viste analysar at det var mogleg å effektivisere drifta på fleire område, blant anna gjennom å digitalisere fleire arbeidsprosessar og tenester. Den nye bemanningsplanen la også til rette for å hente inn kompetanse på nye felt, til dømes innanfor teknologi.

Dei vedtatte endringane i bemanninga skal vere gjennomførte innan september 2019. Ved utgangen av 2018 var planen i rute.

Bemanningsreduksjonane skjer gjennom sluttvederlag, AFP og naturleg avgang.

16. april 2018 implementerte Medietilsynet ein ny organisasjonsstruktur. Målet med endringane er eit betre samarbeid på tvers av fagfelt, styrkt leiing og meir effektiv drift. Endringane reduserte talet på avdelingar frå fire til tre og talet på leiarar frå seks til fire. Stab og administrasjon er slått saman til éi avdeling for felles tenester, medan det er to fagavdelingar: juridisk og regulatorisk avdeling og avdeling for kommunikasjon, rådgiving og analyse. I tillegg er det innført ein struktur med team for å sikre godt samarbeid på tvers av avdelingane.

To nye avdelingsdirektørar blei henta eksternt, og ein ny avdelingsdirektør blei rekruttert internt.

Medietilsynet arbeider aktivt med kompetanseutvikling på ulike område. I 2018 blei det også sett i verk eit større kulturutviklingsprogram for heile organisasjonen. Programmet fortset i 2019.



Organisasjon og leiing i Medietilsynet per 31.12.18:



**Mari Velsand**  
Direktør

AVDELING FOR FELLESTENESTER

AVDELING FOR KOMMUNIKASJON,  
RÅDGIVING OG ANALYSE

JURIDISK OG REGULATORISK AVDELING



**Svein Erik Klemetsen**  
Direktør for fellestenester



**Kristine Meek**  
Direktør for kommunikasjon,  
rådgiving og analyse



**Hanne Sekkelsten**  
Direktør for juridisk og  
regulatorisk avdeling

## 2.3 STRATEGI

Medietilsynet har gjennom 2018 implementert strategien og organisasjonsstrukturen som blei vedtatt i desember 2017.

Den nye strategien slår fast at Medietilsynet skal vere ein relevant og synleg aktør og premissgivar på mediefeltet. Dei overordna måla er å bidra til eit breitt mediemangfald og ei kritisk medieforståing i befolkninga.

Vi har gjennom 2018 sett i verk fleire nye initiativ som skal bygge opp under dei strategiske måla. Blant anna er det starta eit arbeid for å etablere ein mediemangfaldsrekneskap som skal kunne dokumentere korleis mediemangfaldet utviklar seg over tid. Medietilsynet førebur også ei stor undersøking for å finne ut meir om kva slags kritisk medieforståing ulike grupper i samfunnet har.

Tilsynet skal drivast effektivt gjennom auka digitalisering og tilbod om moderne tenester overfor både interne og eksterne brukarar. I 2018 sette vi i verk prosjektet *Digital kvardag* med støtte frå Difi. Prosjektet skal mellom anna samle alle fagprosessane i eitt system, og det er starta eit arbeid for å få på plass ei *Mi side*-løysing. Desse tiltaka kjem til å forenkle arbeidsprosessane og betre brukardialogen på nye digitale kommunikasjonsflater. Medietilsynet arbeider også med å implementere søkbare databasar og nye presentasjonsverktøy for å gjere data, innsikt og analysar meir tilgjengelege for fleire.

Medietilsynet har vidare jobba for å bli ein meir synleg og relevant aktør gjennom meir målretta kommunikasjonsarbeid, ikkje minst

i digitale kanalar. I 2018 auka det totale talet på mediesaker om Medietilsynet med oppunder 30 prosent. Tilsynet har også i større grad enn tidlegare deltatt i offentlege debattar og på nye arenaer og har hatt fleire konstruktive samarbeid med andre verksemdar.

Frå Arendalsuka. På bildet frå venstre: Mari Velsand, Gunn Iren Müller, leiar for Foreldreutvalet for grunnopplæringa og Bodil Houg, mobbeombod i Buskerud.



## 2.4 NØKKELTAL

Drifta av Medietilsynet blir finansiert over statsbudsjettet. Driftsbudsjettet utgjorde 54,3 millionar kroner i 2018. Lønnsutgiftene var på 35,8 millionar – tilnærma det same som i 2017. Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet.

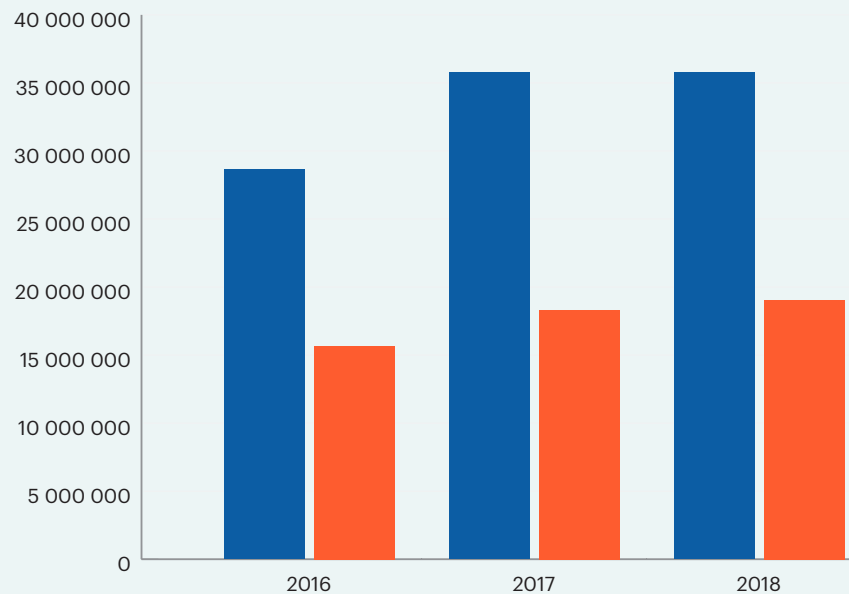
### ØKONOMISKE NØKKELTAL

	2016	2017	2018
Tal på årsverk*	40	44	40
Samla driftsløyving	49 788 000	52 715 000	54 318 000**
Rekneskapsførte driftsutgifter	44 286 189	54 063 989	54 820 688
Lønn og sosiale utgifter per årsverk	715 476	812 713	894 096
Lønnsdel av driftsutgifter i prosent	65	67	66
Samla utgiftsløyving til tilskottsordningar	370 504 000	377 495 000	376 395 800
Samla rekneskapsført gebyr	12 841 503	15 335 440	13 260 588

\* Korrigert for fråvær > 1 dag

\*\* Inkluderer overføring av 1,2 millionar kroner i ubrukt løyve frå 2017

### DRIFTSUTGIFTER



**ANDRE NØKKELTAL**

<b>Kringkasting og film</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Lokalradiokonsesjoner på FM	186	195
Lokalradiokonsesjoner på DAB	212	136
Vurderte kinofilmar	294	274
Registrerte filmar/program for sal	2 096	2 601

<b>Støtteordninger i mill. kroner</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium	313,0	313,0	318,0
Distribusjonstilskott for aviser i Finnmark	2,1	2,1	2,2
Tilskott til samiske aviser	27,5	28,1	33,8
Tilskott til lokale lyd- og bildemedium	19,0	19,5	19,9
Medieforskning og etterutdanning	11,3	11,3	11,8
Innovasjons- og utviklingsstøtte	0	7,0	10,0

<b>Kommunikasjon</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Tal på artiklar eller saker i media om Medietilsynet	2 209	2 817	3 400
Omtaler/«mentions» i sosiale medium	1 966	3 045	3 500
Pressemeldingar frå Medietilsynet	49	80	100

Volumtala blir nærmare kommenterte i del 3



# 3

## Aktivitetar og resultat i 2018

2018 har vore eit år prega av høg aktivitet i Medietilsynet. Tilsynet vurderer at resultatoppnåinga samla sett er god i 2018.



### 3.1 MEDIEMANGFALD

#### Rapport om NRK og mediemangfald

Hausten 2017 bad Kulturdepartementet Medietilsynet om å utarbeide ein rapport om korleis NRK bidrar til mediemangfaldet. Medietilsynet leverte rapporten i april 2018.

Oppdraget var å vurdere:

- korleis tilbodet frå NRK bidrar til innhalds- og bruksmangfald samanlikna med tilbodet frå andre aktørar
- i kva utstrekning NRK bidrar til mediemangfaldet gjennom samarbeid med andre aktørar
- korleis innhaldet til NRK – særleg det digitale – påverkar tilbodet frå aktørar som lever av eigne inntekter, og om tilbodet til publikum dermed blir svekt

Vurderinga skulle ta utgangspunkt i 2017.

For å svare på oppdraget innanfor tidsramma måtte Medietilsynet avgrense kva delar av NRKs verksemd og kva for andre aktørar i mediemarknaden vurderinga skulle omfatte. Djupneanalysane i rapporten omfatta særleg nyheits- og aktualitetstilbodet på nettet. Grunngevinga for avgrensinga var at det særleg er dei tradisjonelle forretningsmodellane til avisene som blir utfordra i overgangen til den digitale medieøkonomien.

Eit breitt faktagrunnlag blei henta inn for å vurdere korleis NRK bidrar til mediemangfaldet. Vi opna for dialog med relevante bransjeaktørar blant anna gjennom eit ope innspelsmøte, møte med bransjeorganisasjonen MBL og ved å ta imot skriftlege innspel

om saksfelt vi burde sjå på. Vi henta også inn omfattande informasjon og datamateriale, i tillegg til å ha møte og jamleg dialog med NRK undervegs i arbeidet. Analysar frå uavhengige medieforskarar og ekspertmiljø utgjorde også ein vesentleg del av vurderingsgrunnlaget. Helle Sjøvaag analyserte innhaldet, mens Hallvard Moe analyserte bruksmangfaldet. Dei er knytte til forskingsgrupper for mediemangfald, mediebruk og publikumsstudium ved Universitetet i Bergen. Menon Economics gjennomførte ein empirisk basert konkurranseanalyse, og Hallvard Moe analyserte samanhengen mellom bruken av det digitale nyheitstilbodet til NRK og betalingsviljen for digitale nyheiter.

Dei sentrale konklusjonane i rapporten var at NRK bidrar positivt til mediemangfaldet gjennom å oppfylle allmennkringkastingsoppdraget sitt. Nyheits- og aktualitetstilbodet til NRK på nett har ein positiv innverknad på det samla tilbodet til publikum. Det er særleg distriktstilbodet som gjer NRKs bidrag til innhaldsmangfaldet tydeleg. Innhaldsanalysen viste at NRK utgjer «midten» av det samla norske journalistiske landskapet ved at NRK innhaldsmessig ikkje legg seg nær nisjemedierna, ikkje prioriterer sports-, forbrukar- og økonomistoff i like stor grad som dei kommersielle media og ikkje konkurrerer med lokalavisene om å dekke dei mest lokale emna. Innhaldsmessig er det større fellestrekk mellom dei nasjonale «populærmedia» enn mellom NRK og desse media.

Konkurranseanalysen støtta opp om at dei nasjonale kommersielle «populærmedia» er dei nærmaste konkurrentane til kvarandre. Unnataket er Aftenposten, som har både VG og NRK som nære



Medietilsynet skal bidra til å fremme (...) ytringsfridom og demokrati gjennom ein open og opplyst samtale

konkurrentar. Konkurransesanalysen viste at NRK utøver eit avgrensa konkurransepress på dei kommersielle nyheitsaktørane på nett. Ein analyse viste at det ikkje var nokon samanheng mellom bruken av nyheitstilbodet til NRK på nett og den låge betalingsviljen for direkte betaling for digitale nyheiter. Bruksmangfaldsanalysen viste at NRK bidrar til bruksmangfald ved at tilbodet er ein del av nesten heile mediekvardagen til befolkninga, og fordi NRK fungerer som ein fellesarena for grupper som elles er svært ulike.

Vurderinga av om NRK bidrar til mediemangfald gjennom å samarbeide med kommersielle aktørar, konkluderte med at dette samarbeidet har utvikla seg positivt dei siste tre åra. Samtidig blei det peikt på at NRK i større grad bør lenke til andre redaktørstyrte medium.

I rapporten konkluderte Medietilsynet med at konkurranse-situasjonen i nyheits- og aktualitetsmarknaden på nett samla sett ikkje gir grunnlag for å innskrenke verksemda til NRK i denne marknaden. Medietilsynet henta også inn framskrivingar frå MBL av annonse- og brukarinntektene til avisene, som viste at avisene vil få driftsunderskott frå 2019 dersom dei ikkje reduserer kostnadene sine ytterlegare. Medietilsynet støtta derfor forslaget frå Mediemangfaldsutvalet om å styrke den samfunnsviktige journalistikken gjennom å sette i verk mediepoltiske tiltak får å sikre den framtidige lønnsmda og eksistensen til avisene.

### Mediemangfaldsrekneskap

Ifølge den strategiske planen til Medietilsynet skal tilsynet bidra til å fremme dei overordna mediepoltiske måla som staten har om

ytringsfridom og demokrati gjennom ein open og opplyst samtale. Dette skal vi gjere ved å legge til rette for mediemangfald og kritisk medieforståing i befolkninga.

Departementet ønsker at tilstanden for mediemangfaldet skal vurderast meir jamleg og vil sikre eit godt faktabasert grunnlag for utforminga av mediepolitikken og dei regulatoriske verkemidla på mediefeltet. Dette er blant anna viktig i samband med utarbeiding av fireårig styringssignal for NRK og utforminga av ulike mediestøtteordningar. Også Mediemangfaldsutvalet meinte at mål og verkemiddel på medieområdet bør gåast gjennom regelmessig og foreslo at regjeringa kvart fjerde år legg fram ei brei stortingsmelding som skildrar medieutviklinga. Mediemangfaldsutvalet foreslo også at éi verksemd skulle få ansvaret for å legge fram kunnskap og statistikk om medieutvikling, mediebruk og mangfald etter modell frå Kulturstyrelsen i Danmark.

Medietilsynet ønsker å ha ei aktiv rolle for å skaffe systematisk kunnskap og innsikt om utviklinga i mediemangfaldet, og har sett i gang eit arbeid for å utvikle ein mediemangfaldsrekneskap. Ambisjonen er å etablere ei felles forståing av kva faktorar som er relevante mål på mediemangfaldet og som bør følgast over tid. Medietilsynet vil stille saman og presentere relevante data for både avsender-, innhalds- og bruksdimensjonen for å gi ei open, tilgjengeleg og samla oversikt over utviklinga og statusen for mediemangfaldet. Medietilsynet skal også gjere eigne analysar og hente inn eksterne empiriske undersøkingar av ulike sider ved mediemangfaldet.

Mediemangfaldsrekneskaper skal bidra til å auke innsikta i relevante sider ved mediemarknaden. Tiltaket er også eit svar på Kulturdepartementet sitt ønske om at status for mediemangfaldet skal vurderast meir jamleg for å få eit oppdatert og godt faktagrunnlag for mediepolitikken.



Foto: Søren David

Planen er at første versjon av den nye mediemangfaldsrekneskaper skal vere klar mot slutten av 2019. Medietilsynet er opptatt av at arbeidet skal vere breitt forankra i relevante fagmiljø og i bransjen og vil derfor knytte til seg ei ekstern referansegruppe i arbeidet.

### Støtteordningar

#### Produksjonstilskott

Produksjonstilskottet skal bidra til eit mangfald av nyheits- og aktualitetsmedium over heile landet og er retta mot økonomisk vanskelegstilte medium og medium med små opplag. Tilskottsordninga er plattformnøytral og likestiller papiropplag og digitalt opplag.

158 aviser fekk produksjonstilskott på til saman 313 millionar kroner i 2018. Endringar i opplagsutviklinga er hovudårsaka til at produksjonstilskottet til dei

ulike avisene endrar seg frå år til år. Av dei 313 millionar kronene som blei fordelte i 2018, gjekk over 207,5 millionar kroner til dei ti største tilskottsmottakarane. Klassekampen fekk auka tilskottet med to millionar kroner frå året før og var med eit tilskott på nær 43 millionar kroner den avisa som fekk mest støtte i 2018, etterfølgt av Vårt Land og Dagsavisen.

Lokalavisene Sortlandsavisa og Yderst la ned drifta i 2018 og er dermed ute av støtteordninga.

Avisene Vestlandsnytt og Setesdølen har fått tilskott tidlegare, og etter å ha vore ute av ordninga nokre år, kvalifiserte dei på nytt til støtte i 2018.

Tre aviser fekk støtte for første gong i 2018: Minerva, Vol.no (Vesterålen Online) og Bladet Vesterålen.

#### Bruksretta medieforskning (RAM)

I tillegg til den ordinære støtta på 3 700 000 kroner til bruksretta medieforskning blei det i 2018 også øyremerkt 250 000 kroner til forskning på dataspel gjennom regjeringa sin handlingsplan mot speleproblem 2016–2018. Formålet med midlane er å bidra til å førebygge speleproblem gjennom auka kunnskap om dataspel.

I tillegg til ulike forskingsprosjekt og forprosjekt fekk Norsk medietidsskrift og Norsk mediekonferanse midlar frå RAM. Ingen mastergradstudentar fekk midlar i 2018.

### Tilskott til lyd- og bildemedium

Målgruppa for tilskott til lyd- og bildemedium er lokalkringkastingskonsesjonærar og registrerte kringkastarar som hovudsakleg tilbyr innhald retta mot eit lokalt publikum. Lokalkringkastingskonsesjonærar og anleggskonsesjonærar kan søke om investeringstilskott til digitalisering av lokalradio og nettutbygging.

I 2018 kom det inn 370 søknader, og til saman blei det søkt om over 60 millionar kroner. Medietilsynet fordelte 19,5 millionar kroner til 90 mottakarar. Om lag halvparten av tilskottsmidlane var støtte til digitalisering av lokalradio. I 2018 var det fleire enn tidlegare som ikkje fekk støtte på grunn av reglane for tildeling av [bagatellmessig støtte](#). Desse reglane inneber at ein ikkje kan få meir enn 200 000 euro over ein periode på tre år. Dette gjaldt særleg utbyggarar av lokale digitale nett. Det er sett i gang eit arbeid med å notifikere tilskottsordninga slik at det skal bli mogleg å gi meir i tilskott til dei ulike mottakarane.

### Innovasjonstilskott

Som ei oppfølging av forslag frå Mediemangfaldsutvalet bestemte regjeringa å innføre ei ny tilskottsordning for nyheits- og aktualitetsmedium. Tilskottsordninga tredde i kraft 1. juli 2018, og Medietilsynet forvaltar ordninga.

Målet med innovasjonstilskottet er å fremme mediemangfald og ein opplyst offentlig samtale gjennom å stimulere til redaksjonell, innhaldsretta innovasjon og utvikling i nyheits- og aktualitetsmedium.

I 2018 fordelte Medietilsynet sju millionar kroner på 18 prosjekt. Mange og gode søknader vitna om stor interesse og behov for ei slik støtteordning. Medietilsynet fekk inn 71 søknader, og det blei søkt om over 32 millionar kroner.

Blant prosjekta som fekk støtte, var medium som ønsker å fornye den lokale journalistikken. Blant anna fekk Bladet Sunnhordland midlar til å lage ei interaktiv og klikkbar oversikt med innhald avisa lagar i nedslagsfeltet sitt gjennom å bruke dronar, mens Porten.no i Indre Sogn fekk midlar til å utvikle ei ultralokal nettavis der kvar



Fagutvalet for innovasjons- og utviklingsstøtte.  
Frå venstre: Geir Håbesland, Marika Lüders, Jens Baland (leiar), Ingeborg Volan og Hilde Dypaune

kommune skulle få si eiga framside. Lokalavisa Stjørdalens Blad og Malvik-Bladet fekk midlar til å utvikle dekninga si av e-sport, og Sunnmørsposten fekk midlar til å teste ut ei ny arena for å tiltrekke seg youtubarar.

Midlane gjekk også til prosjekt som testar ut datateknologi i journalistikken og fellesprosjekt initiert av bransjeorganisasjonane Landslaget for lokalaviser (LLA) og Mediebedriftenes Landsforening (MBL).

#### Andre tilskottsordningar

Medietilsynet administrerer også tilskott til samiske aviser, driftstilskott til avisene i Finnmark og tilskott til etterutdanning.

Tilskottet til samiske aviser og samiskspråklege avissider skal legge til rette for demokratisk debatt, meiningsdanning og språkutvikling i det samiske samfunnet. Det meste av tilskottet blir fordelt mellom avisene Ságat og Avvir. I tillegg gir vi støtte til lulesamiske og sørsamiske innstikk.

Topografi, spreidd busetnad og klima gjer avisdistribusjon utfordrande i Finnmark. For å støtte distribusjonen av aviser i fylket fordelar Medietilsynet eit eige distribusjonstilskott til aviser i Finnmark. Støtta blir fastsett ut frå mengda av dokumenterte distribuerte eksemplar.

Det blir også gitt tilskott til etterutdanning i mediebransjen. Dette tilskottet går til tiltak som er omtalte i statsbudsjettet, blant anna til

Institutt for journalistikk og kurs- og seminarverksemd i Landslaget for lokalaviser.

I tillegg administrerer Medietilsynet tilskott til [Norsk Mediebarometer](#), som er ei undersøking om medievanane i befolkninga. Undersøkinga blir gjennomført av Statistisk sentralbyrå.

#### Eigarskap i norske medium

Dei største rørslene i den norske mediemarknaden i 2018 var at Amedia kjøpte Nettavisen og Bonnier la ned verksemda i Noreg. Framleis eig konserna majoriteten av dei norske medieverksemdene, og dei to største er Schibsted og Amedia.

Den norske mediemarknaden har framleis stabile eigarforhold trass i nokre kjøp og nedleggingar i 2018.

Medietilsynet skal bidra til større openheit, merksemd og kunnskap om eigarforholda i norske medium. Tilsynet skal hente inn og systematisere informasjon om eigarforholda, og informasjonen skal gjerast tilgjengeleg for allmenta, jf. *lov om åpenhet om eierskap i medier*.

I 2018 har Medietilsynet kartlagt informasjon om eigarskapen i norske medium per utgangen av 2017. Informasjonen er samla i ei oversikt over eigarskap i norske aviser og kringkastarar som er tilgjengeleg på nettsidene våre. Medietilsynet jobbar med nye digitale løysingar for søk og presentasjon av eigarskapsdata.



Medietilsynet skal gi Konkurransetilsynet relevant informasjon og vurderingar som har konsekvensar for mediemangfaldet i saker som gjeld eigarskap. Det var ingen slike saker i 2018.

### Økonomien til norske medieverksemdar

Medietilsynet skal sørge for at styresmakter og samfunnsaktørar har tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om medieøkonomien i Noreg. Tilsynet utarbeider årleg ein rapport om økonomien i norske aviser og kringkastarar dei siste fem åra. [Den siste rapporten viser utviklinga i økonomien til norske medium frå 2013 til 2017.](#)

Medietilsynet arbeider for å kunne publisere kvartalsvise rapportar om driftsøkonomien til medieverksemdene i 2019. Målet er å gi oftare oppdatert kunnskap om den økonomiske utviklinga i mediebransjen.

Dei årlege driftsinntektene til media har vore stabile på i overkant av 26 milliardar kroner i perioden og står for knapt éin prosent av BNP til Fastlands-Noreg. Avisene sin del av den samla omsetninga i mediebransjen gjekk ned også i 2017. Mens avisene mista nær 300 millionar kroner av driftsinntektene sine, auka kringkastarane inntektene sine med vel 800 millionar kroner.

Inntektene til dei kommersielle kringkastarane auka meir enn inntektene til NRK og var vel 2,5 milliardar kroner høgare enn inntektene til NRK i 2017. Kringkastingsavgifta utgjorde nær 5,6 milliardar kroner – 39 prosent av dei samla driftsinntektene til kringkastarane.

Ein reduksjon i avisene sine kostnader forbetra lønnsemma kraftig i 2017. Driftsmarginen til avisene var i 2017 på 10,4 prosent. Radioane hadde ein driftsmargin på 9,7 prosent, mens driftsmarginen for fjernsyn var 4,5 prosent.



### 3.2 KRITISK MEDIEFORSTÅING

#### Barn og medium-undersøkinga

Sidan 2006 har Medietilsynet annakvart år gjort ei stor undersøking om medievanane til barn og unge. [Barn og medium-undersøkinga](#) blei sist gjennomført i 2018. Undersøkinga hadde det største utvalet av respondentar nokon gong med 5 000 barn og unge og 2 100 foreldre. Nytt i 2018 var at vi inkluderte unge frå ni og heilt opp til 18 år, mot 16 år i tidlegare undersøkingar. Endringa gav meir innsikt i mediebruken til den eldste gruppa.



Foto: Medietilsynet

#### Hovudfunn frå undersøkinga

**Ved tiårsalderen har 90 prosent ein smarttelefon**, og halvparten av 9–18-åringane bruker telefonen to timer eller meir kvar dag.

#### Sosiale medium og dataspel toppar bruken av digitale verktøy:

Ni av ti bruker sosiale medium dagleg, og bruken aukar med alderen. Jentene bruker sosiale medium mest, mens gutar spelar mest dataspel.

#### Forskjellane i bruksmønster mellom kjønna aukar med alderen.

Over 90 prosent av gutane spelar dataspel uavhengig av alder, mot 65 prosent av jentene.

**Berre halvparten fortel det til ein vaksen** om dei opplever noko ubehageleg eller vondt på nettet. Jo eldre barna blir, jo færre fortel noko.

**Ein av tre har sendt meldingar, bilde eller video dei angrar på** i etterkant. Det er fleire av dei eldre ungdommane som har gjort dette, og langt fleire jenter enn gutar.

**18 prosent mellom 13 og 18 år har fått seksuelle kommentarar** via nett eller mobil som dei opplevde som sårande, ubehagelege eller truande det siste året.



## Samarbeid med andre om informasjonsspreiing og tiltak

Funna frå Barn og medium-undersøkinga 2018 blei offentleggjorde på ulike tidspunkt og i ulike samanhengar gjennom året for å maksimere merksemda og effekten. Medietilsynet samarbeidde med andre aktørar for å få størst mogleg merksemd om sentrale funn og for å utarbeide informasjons- og aktivitetstiltak som kan ha positiv effekt på mediekvardagen til barn og unge.

I 2018 har Medietilsynet mellom anna arrangert eller deltatt på desse konferansane og tiltaka:

[Safer Internet Day 2018: Hvordan kan vi hjelpe barn og unge på nett? i samarbeid med IKT-Norge, Redd Barna, Unicef, Kors på halsen og Dubestemmer.no](#)

[Frukostseminar: Barn, medier og seksualitet på nett, i samarbeid med Kripos og Barneombodet](#)

[Paneldebattar og «Date et tilsyn» på Arendalsuka 2018 om GDPR, barn og personvern – i samarbeid med Datatilsynet og Forbrukartilsynet](#)

[Fakta, meninger eller falske nyheter? – konferanse og læringsressurs i samarbeid med Faktisk.no og Utdanningsdirektoratet](#)

[Dataspelkonferansen 2018: spelkultur og reglar i familien – og om pengespelmekanismer i dataspel](#)

Til saman deltok om lag 650 personar på desse arrangementa, i tillegg er videoar frå arrangementa sett rundt 9 000 gonger. Alle konferansane som Medietilsynet arrangerte, blei strøymde direkte og seinare [publiserte på YouTube-kanalen vår.](#)

Medietilsynet har også skrive fleire kronikkar og debattinnlegg med utgangspunkt i Barn og medium-undersøkinga, både åleine og i samarbeid med Datatilsynet, Forbrukartilsynet og Barneombodet. Funn frå Barn og medium-undersøkinga har generert eller vore ein del av over 400 nyheitssaker i løpet av 2018, ein auke på 65 prosent frå den førre undersøkinga (2016).

## Befolkningsundersøking om kritisk medieforståing

Kritisk medieforståing er løfta fram som eitt av dei to viktigaste hovudmåla i den strategiske planen for Medietilsynet. Medietilsynet treng meir innsikt i og kunnskap om nivået på den kritiske medieforståinga i ulike delar av befolkninga. Først då kan vi gi råd om og eventuelt sjølv sette i gang målretta og tenlege tiltak. På denne bakgrunnen har tilsynet starta arbeidet med å førebu ei stor undersøking om kritisk medieforståing i befolkninga.

Undersøkinga skal etablere eit rammeverk for kritisk medieforståing med gode måleparametrar som gjer det mogleg å seie noko om den kritiske medieforståinga i befolkninga. På den måten får vi eit godt faktagrunnlag for å etablere kritisk medieforståing som eit omgrep og utvikle relevante tiltak.

Tilsynet ønsker å definere eit rammeverk og eit sett måleparametrar som er varige over tid, men dynamiske nok til å følge medieutviklinga. Medietilsynet samarbeider med Kantar Media og Universitetet i Bergen om å gjennomføre undersøkinga. Undersøkinga skal etter planen gjennomførast våren 2019.

## Verktøy: Dialogduk og undervisningsopplegg

### Samtaleverktøy for foreldre

Foreldre er ei viktig målgruppe for Medietilsynet i arbeidet med å trygge den digitale kvardagen til barn og unge og styrke den kritiske medieforståinga deira. I 2018 samarbeidde tilsynet med mobbeombodet i Buskerud om å vidareutvikle og lansere eit samtaleverktøy – såkalla dialogdukar – for foreldre. Formålet med ressursen er å fremme dialog og involvering rundt temaet digital dømmekraft og foreldre som rettleiarar og rollemodellar for barna. Opplaget er laga for foreldre med barn i 2.–3. klasse og består av to «dialogdukar» med ulike tema og problemstillingar knytte til det digitale livet til barnet. Samtaleverktøyet blei lansert hausten 2018 og er tilgjengeleg via ei eiga nettside: [dialogduk.no](http://dialogduk.no). I tillegg er informasjon om opplegget tilgjengeleg på nettsida til Medietilsynet om barn og medium og gjort kjend via mobbeomboda på seminar og arbeidsmøte for lærarar og ressurspersonar i utvalde kommunar.

### Undervisningsopplegg om falske nyheiter og kritisk medieforståing

Saman med Faktisk.no og Utdanningsdirektoratet utvikla og lanserte Medietilsynet i 2018 eit undervisningsopplegg om kjeldekritikk til bruk i skole- og konfirmasjonsundervisning. Opplaget *Falske nyheter – kritisk medieforståelse* er berekna på ungdom

mellom 13 og 16 år og består av ein rettleiingsguide og ein powerpoint-presentasjon for lærarar. Undervisningsopplegget blei lansert i samband med frukostseminaret *Fakta, meninger eller falske nyheter* 6. september 2018, og er tilgjengeleg på nettressursen [Dubestemmer.no](http://Dubestemmer.no) og på [nettsidene våre om barn og medium](http://nettsidene.vare.om.barn.og.medium).

## Ungdomspanel og anna satsing på ungdom

[FNs barnekonvensjon](http://FNs.barnekonvensjon) ligg i botnen for arbeidet som Medietilsynet gjer for å gi barn og unge ein trygg og god digital kvardag. Retten barna har til medraderett og til å bli høyrde i saker som gjeld dei (artikkel 12), har vore solid forankra i tilsynet gjennom mange år, og jamleg kontakt med målgruppa har vore ei prioritert oppgåve.



Foto: Tore Bergsaker

«Fakta, meninger eller falske nyheter?» - konferanse i samarbeid med Faktisk.no og Utdanningsdirektoratet. På bildet frå venstre: statssekretær Rikke Høistad Sjøberg frå Kunnskapsdepartementet, Hege Nilssen, direktør i Utdanningsdirektoratet, Kristoffer Egeberg, ansvarleg redaktør i Faktisk.no og Mari Velsand.



Foto: Medietilsynet

Nettverksmøte – Trygg bruk-nettverket. Frå venstre Tuva Ahlsen, ungdomsrepresentant og medlem av Advisory Board, Karoline Tømte frå Utdanningsdirektoratet, Thomas Haugan-Hepsø frå Medietilsynet og Maria Løvik frå Ung.no.



Foto: Medietilsynet

Nettverksmøte – Trygg bruk-nettverket. På bildet frå venstre: Bjørn Erik Thon, direktør i Datatilsynet, Stine Nygård, leder i SNU (Seksualpolitisk Nettverk for Ungdom) og Thomas Haugan-Hepsø, prosjektleiar for Trygg bruk i Medietilsynet.

For å kunne ta med synspunkta til dei unge i [Trygg bruk-arbeidet](#) har Medietilsynet i 2018 hatt eit ungdomspanel med tolv ungdommar i alderen 15 til 17 år. I tillegg har vi samarbeidd med ekspertpanelet til Raudekrossen si hjelpelinje Kors på halsen, der det sit ungdommar i alderen 13 til 18 år. Panela har eigne Facebook-grupper for kommunikasjon og diskusjon.

Medietilsynet bidrog også med å svare på direkte spørsmål frå ungdom på nett-tenesta til Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, [Ung.no](#). I 2018 svarte Medietilsynet på 84 spørsmål blant anna om ulike forhold knytte til spel, aldersgrenser og anna

Ungdomsrepresentantane har deltatt i ulike videoprojekt, blant anna kampanjefilmar i samband med Safer Internet Day 2018 og innføringa av nye personvernreglar (GDPR) sommaren 2018. Ekspertpanelet har vidare hatt samling om kroppspress og sosiale medium i samband med arbeidet vårt med [etiske retningslinjer mot kroppspress](#). Ein av ungdomsrepresentantane har sete i fagrådet for det norske Safer Internet-senteret (NSIC) og blant anna halde innlegg på [Lucy Smiths Barnerettighetsdag 2018: Barns rett til privatliv og personlig integritet](#). Ein annan ungdom har representert NSIC på [European Youth Panel \(YEP\)](#) og [Safer Internet Forum \(SIF\)](#) i Brussel i november 2018.

## Samarbeidsnettverk

### Trygg bruk-nettverket

Det norske Safer Internet Centre (Trygg bruk) arrangerer to nettverksmøte i året for alle aktørar som jobbar med ulike problemstil-

lingar knytte til barn og medium. Om lag 40 ulike organisasjonar er representerte i dette nettverket.

Målet med nettverket er å utveksle erfaringar, informasjon og ressursar på tvers av sektorar og saman vere pådrivarar for ein betre digital kvardag for barn og unge. I tillegg inviterer vi eksterne foredragshaldarar for å bidra med ny innsikt og kunnskap på ulike saksområde. I fjor deltok blant andre tidlegare prosjektleiar for det danske Safer Internet Centre, prosjektleiar for EU Kids Online / UiO og direktør i Datatilsynet med innlegg.

### Samarbeidsnettverk om kritisk medieforståing

I 2018 starta Medietilsynet eit arbeid med å evaluere samarbeidsnettverket for kritisk medieforståing (tidlegare mediekompetanse-nettverket). Føremålet er å sjå på korleis nettverket kan få eit mandat som er tettare knytt opp mot satsinga vår på kritisk medieforståing, samtidig som nettverket bidrar til å styrke samarbeid på tvers. Tilsynet ønsker med denne evalueringa å skape ei felles oppfatning av forventningar og plikter i nettverket i det vidare arbeidet. Det «nye» nasjonale nettverket for kritisk medieforståing blir etablert i 2019.

Under Arendalsuka i 2018 samarbeidde Medietilsynet med fleire organisasjonar i nettverket: Seniornett, NRK og Norsk Bibliotekforening, om arrangementet *Digitale klasseskjeller – en utfordring for den offentlige samtalen og demokratiet*.

### Det norske Safer Internet Centre (NSIC)

Medietilsynet er nasjonal koordinator for EU-prosjektet Connected Europe Facility (CEF), som sidan 2003 har jobba for at barn og unge skal ha ein trygg digital kvardag. Prosjektet (NSIC) får økonomisk støtte frå EU og gir Medietilsynet tilgang til eit fagleg nettverk i EU. Overordna visjon for prosjektet er at norske barn og unge skal bruke digitale medium på ein trygg og god måte, ta fornuftige val og meistre ulike risikoar dei møter i den digitale kvardagen sin. Prosjektet skal vidare auke den offentlege kunnskapen om korleis barn og unge bruker digitale medium, balansert med kunnskap om potensielle farar og skader som barn og ungdom kan bli utsette for på nett.

[Kors på halsen](#), dialogtilbodet til Raudekrossen for barn og unge, er knytt til prosjektet som ei hjelpelinje for digitale problemstillingar. Kors på halsen er delvis finansiert av EU-programmet *Connecting Europe Facility (CEF)*, og prosjektperioden varte frå juli 2016 til desember 2018.

I 2018 har Medietilsynet gjennom det vi på norsk kallar Trygg bruk-arbeidet utvikla blant anna eit samtaleverktøy for foreldre og ein rettleiar om falske nyheiter og kjeldekritikk. Vi har gjennomført fire fagseminar, to nettverksmøte og vore aktive i fleire debattar. I tillegg arrangerte tilsynet den årlege internasjonale markeringa av *Safer Internet Day* saman med fleire samarbeidspartnarar frå Trygg bruk-nettverket. Der retta vi merksemda mot korleis hjelpeapparat og profesjonelle kan møte unge i ein digital kvardag.



### Arbeidet knytt til rolla som nasjonal koordinator for EU-prosjektet har fire hovudpilarar:

- eit effektivt nettverk av relevante aktørar (*Advisory Board* og Trygg bruk-nettverket)
- initiativ og tiltak baserte på grundig kunnskap om korleis barn og unge bruker digitale medium – inkludert fordelar, risikoar og mogleg skade
- FN's barnekonvensjon, særleg dei artikkelane som gjeld retten til informasjon, medverknad, tryggleik og vern
- internasjonalt samarbeid gjennom *Insafe*, det europeiske nettverket av Safer Internet Centres og med dei andre nordiske medieråda

Besøk av kollegaer frå Lotteritilsynet og Helsedirektoratet i samband med ny handlingsplan mot speleproblem for perioden 2019 til 2021. På bildet frå venstre: Lars Petter Degnepoll frå Lotteritilsynet, Kristine Meek, Mari Velsand og Khalid Ezam frå Medietilsynet og Stian Haugen frå Helsedirektoratet.



Frå Dataspelkonferansen 2018 – Dennis Vareide og Victor Sotberg frå FlippKlipp snakka om NRKs innhald på YouTube.



## Dataspel

Dataspel er ein viktig hobby for mange barn og unge, men er også ein aktivitet som skaper mykje diskusjon og vekker sterke meininger. Medietilsynet bidrar saman med mellom andre Lotteritilsynet i arbeidet med regjeringa sin handlingsplan mot speleproblem, og gjennomfører konkrete tiltak. Tilsynet arbeider også med innsikt og rådgiving på feltet. Tidsbruk, aldersgrenser og pengebruk er viktige tema, og i 2018 gjennomførte Medietilsynet fleire tiltak knytte til desse områda.

### Dataspelkonferansen 2018

For fjerde gong arrangerte Medietilsynet i 2018 Dataspelkonferansen som eit tiltak i [handlingsplanen mot speleproblem for 2016–2018](#). Hovudmålgruppa for konferansen var vaksne og foreldre som arbeider med barn og unge. Tema for konferansen var dagsaktuelle speltrendar, dataspel blant minoritetsungdom og minoritetsfamiliar og pengebruk og pengeproblematikk i dataspel. Under konferansen blei filmen *Dataspill og familieliv* lansert. Hovudbodskapen i filmen er: Snakk med barna, engasjer deg og set grenser. Dataspelkonferansen blei gjennomført i Oslo i november og hadde 120 deltakarar.

### «Snakk om spill»

[Snakk om spill](#) er ein informasjonskampanje om data- og penge-spel som blir drifta av Medietilsynet og Lotteritilsynet som eit tiltak i regi av regjeringa sin handlingsplan mot speleproblem for 2016–2018. I 2018 lanserte kampanjen [ei rekke korte videoar som illustrerer kor viktig det er å snakke med kvarandre om spel og speling.](#)



Etter oppdrag frå Barne- og likestillingsdepartementet la Medietilsynet i samarbeid med Forbrukartilsynet hausten 2018 fram ei skisse til etiske retningslinjer mot kroppspress i sosiale medium. På bildet frå venstre: Elisabeth Lier Haugseth, direktør i Forbrukartilsynet, barne- og likestillingsminister Linda Hofstad Helleland, eldre- og helseminister Åse Michaelsen og Mari Velsand frå Medietilsynet.

#### «Forum for spilltrender»

[Forum for spilltrender](#) er eit tverrfagleg forum som blei oppretta av Lotteritilsynet på oppdrag frå Kulturdepartementet i 2017. Gruppa har medlemmer frå Lotteritilsynet, Forbrukartilsynet, Medietilsynet og representantar for forskning, bransje og teknologi. I 2018 bidrog Medietilsynet til arbeidet med ein rapport om «loot boxer», som er ein spelmekanisme i gråsona mellom penge- og dataspel. Rapporten om gråsonespel blei overlevert til Kulturdepartementet 1. november 2018.

#### Forskning på dataspel

Øyremerkte midlar til forskning på dataspel blei fordelte gjennom Rådet for anvendt medieforskning. Midlane gjekk til Carol Azungi Dralega, til eit prosjekt om ikkje-vestleg ungdom i Noreg og dataspel med særleg vekt på korleis spelinga blir regulert i familien.

#### Foreldreråd på fleire språk

Medietilsynet lanserte i 2018 guiden

#### [Snakker du med barna dine om spill?](#)

på dei fem mest omsette språka i Noreg – engelsk, arabisk, polsk, somali og tigrinja. Guiden skal gjere det lettare for foreldre å snakke om dataspel med barna sine – også for dei foreldra som har eit anna morsmål enn norsk. Guiden er ein komprimert versjon av innhaldet i *Snakk om spill*.

#### Skisse til etiske retningslinjer mot kroppspress i sosiale medium

Etter oppdrag frå Barne- og likestillingsdepartementet (BLD) la Medietilsynet i samarbeid med Forbrukartilsynet hausten 2018 fram ei [skisse til etiske retningslinjer mot kroppspress i sosiale medium](#). Retningslinjene er mynta på påverkarar, nettverk og annonsørar og har som formål å motverke uheldig kroppspress som barn og unge blir utsette for i sosiale medium.

Saman med skissa til retningslinjer leverte tilsyna eit bakgrunnsnotat der det blei gjort greie for arbeidet med skissa og gitt tilrådingar om det vidare arbeidet. I notatet foreslår tilsyna at BLD jobbar vidare med skissa til retningslinjer i samarbeid med bransjen, og at det blir sett ned eit fagleg utval for «påverkar-marknadsføring» som får ansvaret for å administrere og handheve retningslinjene. Dette arbeidet er no i gang.

I samband med arbeidet kartla tilsyna gjeldande regelverk og henta inn oversikt over forskingsgrunnlag og annan relevant informasjon. Ei oppsummering av kunnskapsgrunnlaget er framstilt i bakgrunnsnotatet til BLD. I tillegg laga Forbrukartilsynet ei lettfatteleg oversikt over regelverket knytt til «skjønneheitsbransjen» og eit notat om regulering og tilsyn med marknadsføring av kosmetiske inngrep, legemiddel, medisinsk utstyr, næringsmiddel, hudpleie og kosmetikk.

### 3.3 RETTLEIING OG TILSYN

Medietilsynet fører tilsyn etter *kringkastingslova*, *bildeprogramlova*, *film- og videogramlova* og *vallova*. I tilsynsarbeidet tar Medietilsynet utgangspunkt i årlege og treårige tilsynsplanar. Planane omfattar også evaluering av utvalde tilsynsaktiviteter.

#### Reklame, sponing og produktplassering

I 2018 gjennomførte Medietilsynet fleire tilsynsaktivitetar innanfor feltet reklame, sponing og produktplassering. I februar hadde vi tilsyn med sendingane til Discovery under vinter-OL. Formålet var

å kontrollere at reglane om plassering av reklameavbrot og reklame på delt skjerm blei følgde. Kontrollen viste at Discovery i hovudsak følgde regelverket. Unnataket var eit mindre brot på reglane om reklame på delt skjerm under sendinga av skiskyting for kvinner. Dette tok Medietilsynet opp med Discovery.

Vidare har Medietilsynet hatt tilsyn med merking av kommersielt innhald i videoar på YouTube. Tiltaket var ei oppfølging av tidlegare arbeid med informasjon og rettleiing til youtubarar. Kontrollen viste



at dei fleste aktørane som blei kontrollerte, merkte videoane sine på rett måte. Berre eit fåtal hadde videoar med mangelfull merking. Medietilsynet følgde opp desse med informasjon og rettleiing om rett merking. Meir om dette under punktet *Tilsynsmetodikk og evaluering*.

Medietilsynet har også revidert rettleiarane om sponsering og produktplassering. Sponserettleiaren er tilgjengeleg på nettsidene våre. I samband med revisjon av rettleiaren for produktplassering har bransjen fått høve til å kome med innspel. Rettleiaren blir ferdig i løpet av våren 2019.

Medietilsynet hadde i 2018 ei større enkeltsak som gjaldt produktplassering i programmet *Været* på TV 2. Medietilsynet kom fram til at det ikkje var tillate med produktplassering i *Været* ettersom programmet ikkje var eit lett underhaldningsprogram. TV 2 fekk sanksjon i form av ei åtvaring for brotet.

I 2018 kontrollerte Medietilsynet systema og rutinane kringkastarane har for å sikre at dei ikkje sender meir reklame enn det som er tillate. Fristen for å sende inn utgreiing av system og rutinar var i januar 2019. Tilsynskontrollen blir avslutta våren 2019.





## Allmennkringkasting

Medietilsynet utarbeider årleg ein rapport om allmennkringkastings-tilbodet i Noreg. Den siste rapporten viser korleis NRK, P4 og Radio Norge oppfylte pliktene sine i 2017. Dette var det siste året dei kommersielle radioaktørane hadde allmennkringkastingsforpliktingar. Vurderinga for programåret 2017 viste at alle allmennkringkastarane i det store og heile oppfylte samfunnsoppdraga sine, men at programtilbodet har enkelte svakheiter.

Medietilsynet konkluderte med at NRK hadde brote to av krava til programverksemda. Dette gjaldt kravet om jamlege program for unge på samisk og kravet om 25 prosent nynorsk på radio, tv og nett.

Gjennom eit breitt nyheits- og aktualitetstilbod skildra NRK ulike sider ved samfunnet og gav utfyllande bakgrunnsstoff. Nyheitstilbodet var også retta mot ulike aldersgrupper. NRK oppfylte vidare kravet til lokalt nærvær og innhaldsproduksjon. NRK veksla mellom program for breie og smale grupper og sende program for nasjonale og språklege minoritetar. NRK hadde daglege program for den samiske befolkninga. Ei rekke tilbod til syns- og høyrselshemma viste at innhaldstilbodet til NRK er meir tilgjengeleg. NRK hadde elles høg kvalitet, god tematisk og sjangermessig breidde på innhaldstilbodet og innfridde kravet til nyskaping.

Begge dei to kommersielle allmennkringkastarane på radio hadde i 2017 ein programprofil av allmenn karakter og interesse og leverte innhald med tematisk og sjangermessig breidde. Både P4 og Radio

Norge hadde eigen nyheitsredaksjon og tilbydde eigenproduserte nyheitsbulletinar gjennom heile dagen. Den fordjupande nyheits- og aktualitetsdekninga i dei to radiokanalane var heilt i nedre sjikt for det som etter Medietilsynet si vurdering må til for å oppfylle kravet. Begge kanalane oppfylte krava om å ha program for både breie og smale grupper og om å spele minst 35 prosent norsk musikk.

## Lokalradio

2018 var det første heile driftsåret etter FM-sløkkinga, og bransjen har framleis vist interesse for å sende lokalradio på FM. Medietilsynet har jamleg mottatt søknader om konsesjon på FM, og årsaka er nok dei liberale rammevilkåra i gjeldande konsesjonsperiode (2017–2021).

## Tilsyn med konsesjonsvilkår – nisjeradio

I område der dei kommersielle lokalradioane har sløkt sendingane sine (Oslo, Stavanger, Bergen og Trondheim), kan nisjeradio-konsesjonærar framleis sende på FM. Eit vilkår er at nisjeradioane ikkje kan drive sam- eller vidareending med andre radioaktørar. Dei kan heller ikkje ha større inntekter enn 135 000 kroner i året.

Medietilsynet starta hausten 2018 tilsyn med om desse vilkåra blir følgde, og tre konsesjonærar er varsla om sanksjon for brot på vilkåra. Endeleg avgjerd i saka blir tatt første del av 2019.

## Film- og videogramlova

Film- og videogramlova regulerer blant anna omsetninga av videogram i næring. Den som vil ha eit videogram registrert for

omsetning i næring, skal betale ei avgift på kr 3,50 til staten per videogram. Alle videogram som skal omsetast i næring, må også vere registrerte i eit videogramregister som Medietilsynet administrerer. Aktørane må betale eit gebyr på kr 0,60 per eining for denne registreringa. I tillegg til å administrere videogramregisteret avklarar Medietilsynet om aktørar er omfatta av regelverket, og om dei dermed pliktar å innrapportere omsetning og betale gebyr og avgift. Tilsynet må regelmessig purre på aktørane for å få inn rapportane om omsetning, og opplever at dei aller fleste aktørane rettar seg etter regelverket etter å ha blitt purra. Enkeltaktørar som ikkje etterlever pliktene sine, blir av likebehandlingsomsyn følgde opp av Medietilsynet gjennom ytterlegare saksbehandlingssteg. Medietilsynet vurderer å politimelde distributørar som ikkje betaler det dei pliktar etter å ha blitt purra fleire gonger.

Videogrammarknaden har endra seg dramatisk frå den gongen lova blei vedtatt. Blant anna er omsetninga av elektroniske videogram mykje høgare enn omsetninga av fysiske videogram. Strøymetenestene medfører at elektroniske videogram som blir tilbodne via ulike plattformer, ikkje er likeins regulerte, og distribusjonsnettet har endra seg vesentleg ettersom dei fleste distributørane no er etablerte i utlandet. Medietilsynet opplever derfor stadig større utfordringar med å handheve regelverket i film- og videogramlova og vil i løpet av 2019 ta initiativ overfor Kulturdepartementet med tanke på å revidere lova.



### Tiltak for å verne mindreårige mot skadelege bildeprogram

For å sikre at reglane i bildeprogramlova blir følgde, er dialog, opplæring, informasjon og rettleiing viktige verkemiddel. Medietilsynet opplever ein stor vilje blant medieaktørane på alle plattformer til å etterleve krava i lova. Når Medietilsynet gjer merksam på feil eller manglar som er avdekte gjennom kontrollar, korrigerer bransjeaktørane som regel i tråd med innspela til tilsynet. Det har derfor ikkje vore nødvendig å sette i verk tilsynssaker med heimel i bildeprogramlova i løpet av dei 3,5 åra lova har eksistert.

I 2018 er det ført tilsyn med korleis norske youtubarar, skolar, SFO, barnehagar og videogramdistributørar følger reglane i bildeprogramlova. Vi har også hatt dialogmøte med norsk etablerte kringkastarar og fleire av nettverka for youtubarar. I tillegg har Medietilsynet arrangert kurs i aldersklassifisering spesielt retta mot youtubarar og kurs for nye kinosjefar. YouTube-kurset blei strøymt via YouTube.



Kontrollane viste at skolar, SFO, barnehagar og videogramdistributørar i stor grad følgde reglane. Kjennskapen til regelverket var låg hos norske youtubarar, noko som var forventa då kontrollane blei gjennomførte før Medietilsynet sette i gang kompetansehevings tiltak retta mot norske youtubarar hausten 2018. Kompetansehevingsarbeidet mot youtubarane held fram i 2019.

Bransjeaktørane pliktar å følge retningslinjene til Medietilsynet når dei set aldersgrenser. Retningslinjene er dermed eit viktig hjelpemiddel både for tilsynet og bransjeaktørane. Medietilsynet har i 2018 revidert retningslinjene. I dette arbeidet har vi tatt omsyn til innspel vi har fått frå bransjen gjennom dialogmøte.

### Aldersgrenser på kinofilm

Medietilsynet har ansvaret for å aldersklassifisere filmar som skal visast på kino i Noreg. I 2018 vurderte og aldersklassifiserte tilsynet 274 kinofilm, mot 294 året før. Hovudvekta av kinofilmene fekk aldersgrensa tolv år (83 filmar).

Fire filmar fekk aldersgrense 18 år i 2018. Ingen av desse filmene blei vurderte av Medietilsynet. Årsaka til 18-årsgrensa er at distributørane sjølve registrerte filmene med denne aldersgrensa, og då treng ikkje tilsynet å aldersklassifisere dei.

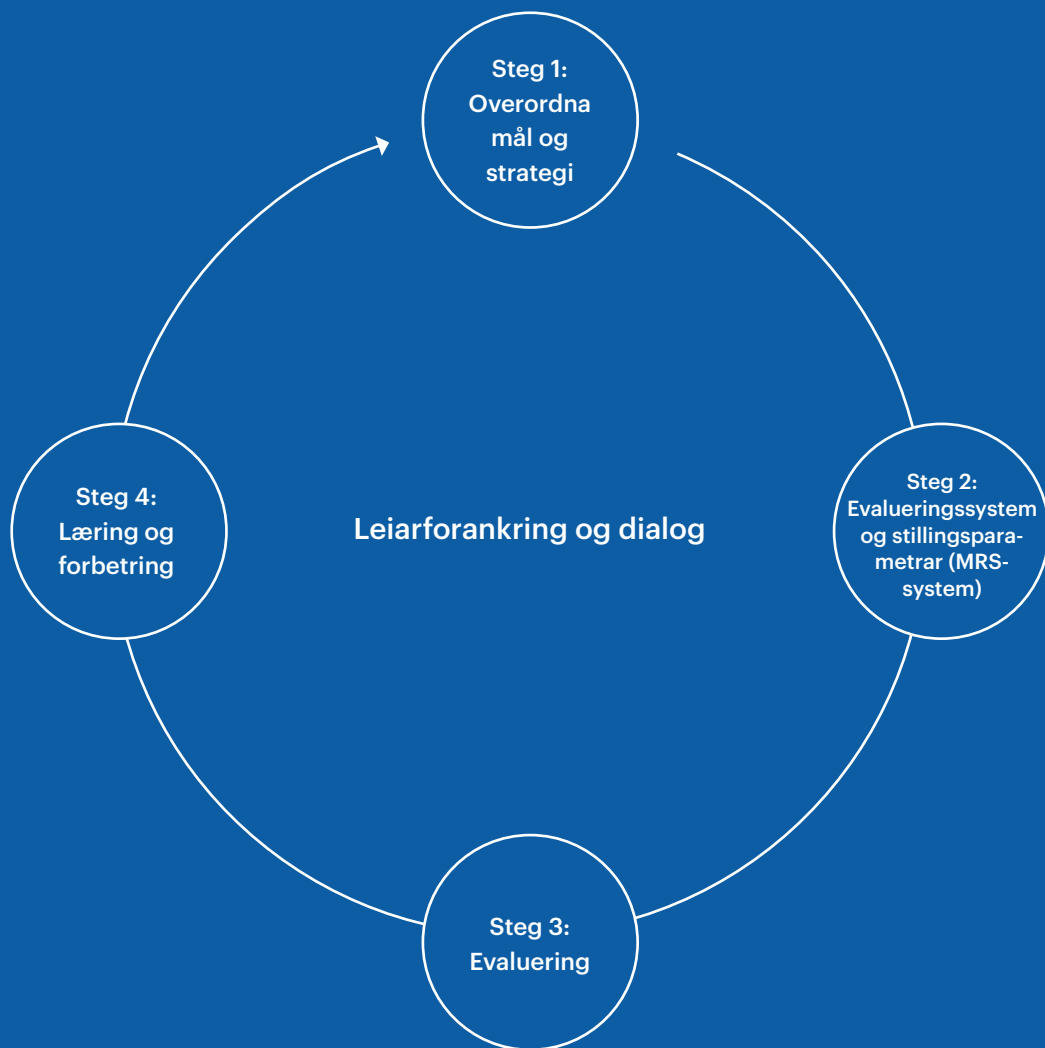
### Klager

Medieklagenemnda er klageinstans for enkeltvedtak i Medietilsynet. Nemnda behandlar klager på vedtak etter *kringkastingslova § 2-14*, *bildeprogramlova*, *lov om åpenhet om eierskap i medier*, *forskrift om tilskudd til lokale lyd- og bildemedier* og *forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier*.

Radio Metro og Radio Rox klaga på Medietilsynet sitt vedtak om gebyr for brot på kringkastingsregelverket. Klaga blei behandla i Medieklagenemnda, som gav tilsynet medhald i saka.

Vidare klaga Radio Bø på tildeling av to nisjekonsesjonar til Jitse Buitink. Klaga er til behandling i Medieklagenemnda.

I 2018 kom det éi klage på tilskott til lokale lyd- og bildemedium. Klaga er til behandling i Medieklagenemnda.



Medieklagenemnda behandla i 2018 éi klage på produksjonstilskott for 2017, der det blei halde på vedtaket i Medietilsynet. Det kom også ei klage på produksjonstilskott for 2018. Klaga er til behandling i Medietilsynet.

Medietilsynet fekk ingen klager på aldersgrense på kinofilm i 2018.

Medietilsynet er klageinstans for vedtak gjorde av NRK Lisensavdelinga. I 2018 behandla vi 14 klager på kringkastingsavgifta mot 40 i 2017. Ingen vedtak blei gjorde om.

### Tilsynsmetodikk og evaluering

Medietilsynet utarbeidde i 2018 ein metodikk for å evaluere kva effekt tilsynsaktiviteten har. Det blei også laga ein plan for korleis tilsynet skal arbeide med evaluering på dette feltet.

Formålet med evalueringsplanen er todelt: Evalueringane skal gjere det enklare å vurdere måloppnåing og skal også bidra til å vidareutvikle verkemidla som blir nytta. Resultatet av evalueringane skal nyttast aktivt i arbeidet med risikovurdering og planlegging. Prosessen for evaluering er illustrert i figuren til venstre.

Tilsynet vil prioritere å evaluere tiltak på område der måloppnåinga er låg, eller der tilsynet har liten kunnskap om målgruppa eller måloppnåinga. Vi legg opp til å evaluere eitt til to tilsynstiltak kvart år.

### Evaluering i 2018

Bestillingstenester på YouTube er eit relativt nytt område for Medietilsynet, og vi har hatt liten kunnskap om korleis aktørar på dette området følger regelverket. Tilsynet har dei siste par åra jobba målbevisst med dialog og informasjon om korleis youtubarar skal merke kommersielt innhald. Vi evaluerte tiltaka våre på området i 2018 for å måle kva for effekt dei hadde på etterlevinga av regelverket.

I 2018 gjennomførte vi to tilsyn med reglane for merking av produktplassering, sponing og reklame i bestillingstenester på YouTube. Tilsynet i starten av året fungerte som eit nullpunkt for den evalueringa som kom etter.

Vi prioriterte å nytte «mjuke verkemiddel» som dialog og rettleiing for å spreie kunnskap om merkereglane. Medietilsynet har laga ein rettleiar om merking av kommersielt innhald på YouTube-kanalar, og rettleiaren blei send ut til bestillingstenestene som var med i kontrollen, og til bransjenettverka. Eit nytt tilsyn mot slutten av året viste ei markant forbetring i merkinga. Før kontrollen var det 21 prosent som ikkje merkte det kommersielle innhaldet i det heile tatt. Etter rettleiinga viste ein ny kontroll at alle hadde ei form for merking av det kommersielle innhaldet. Før kontrollen var det 60 prosent som hadde merkt på korrekt måte, mens 83 prosent hadde rett merking etter rettleiinga.

Det blei også gjennomført ei kvalitativ undersøking blant aktørar som var omfatta av kontrollen om effektane av informasjonstiltaka. Svare viste at informasjonstiltaka frå Medietilsynet truleg har bidratt til betre merking. Arbeidet med å spreie informasjon gjennom nettverka har også vore viktig.



[Se veielederen på nett](#)

### 3.4 KOMMUNIKASJON OG FORMIDLING

#### Tett kontakt for auka innsikt

Medietilsynet ønsker å ha god kontakt og dialog med bransjen, både for å få innsikt i marknadsutvikling og utfordringar, og for å informere om eigne aktivitetar og prioriteringar. Det er også viktig for tilsynet å ha regelmessig dialog med andre relevante verksemdar og samarbeidspartnarar. I 2018 utarbeidde Medietilsynet derfor ein plan for faste kontaktmøte med eksterne aktørar. I 2018 hadde vi mellom anna kontaktmøte med Landslaget for lokalaviser (LLA), Mediebedriftenes Landsforening (MBL), Norsk Lokalradioforbund (NLR), NRK, Schibsted, TV 2, Polaris, Amedia, P4 og Bauer. Vidare var det møte med Barneombodet, Nkom, Datatilsynet og Barnevakten. For 2019 er det planlagt kontaktmøte med cirka 30 ulike aktørar.



Kontaktmøte med Nkom i Lillesand. Direktør Elisabeth Aarsæther og Mari Velsand signerer revidert samarbeidsavtale mellom dei to etatane.

## Deltaking på konferansar og andre arrangement

Medietilsynet har som mål å vere ein synleg og tydeleg samfunnsaktør. Her er nokre eksempel på arrangement og konferansar vi har deltatt på i 2018:

### European Radio Show

25. januar, Paris

### Safer Internet Day

i regi av Medietilsynet, 6. februar, Oslo

### Safeguarding European Core Values Online

11. februar, Brussel

### Radiodays Europe 2018: *The World is Listening*

18.–20. mars, Wien

### Teknologikonferansen 2018: *Den kompetente mediebruker*

9. mai, Tønsberg

### EPRA, *Public service & Public interest content in the digital age* og *Political communication and the Challenges of social media*

23. og 24. mai, Luxembourg

### Medietrender UNG

i regi av Kantar, 14. juni, Oslo

### Arendalsuka

debattar om barn og medium og kritisk medieforståing, 12.–18. august, Arendal



Medietilsynet på EPRA-møte i Bratislava i oktober 2018. Frå venstre Mari Velsand, Hanne Sekkelsten og Marie Therese Lilleborge

### Fakta, meninger eller falske nyheter?

– konferanse i samarbeid med Faktisk.no og Utdanningsdirektoratet, 6. september, Oslo

### Rundebordskonferanse

der det blei lagd ei skisse til etiske retningslinjer mot kroppspress i sosiale medium i regi av Barne- og likestillingsdepartementet, 18. oktober, Oslo

### EPRA, *Public service & Public interest content in the digital age* og *Political communication and the Challenges of social media*

10.–11. oktober, Bratislava

### Radiomøte

i regi av Kulturdepartementet, 16. oktober, Oslo

### ERGA 10TH Plenary Meeting

i regi av European Regulators Group for Audiovisual Media Services 6. november, Brussel

### Dataspillkonferansen 2018

i regi av Medietilsynet, 9. november, Oslo

### Council of Europe and the Croatian Agency for Electronic Media: *Hate speech in the media: the role of regulatory authorities and the judiciary*

6.–7. november, Zagreb



Frå rundebordskonferanse i regi av Barne- og likestillingsdepartementet om kroppspress i sosiale medium. På bildet frå venstre: Mari Velsand, Vita Mashandi, Wanda Mashandi, Elisabeth Lier Haugseth og Marna Haugen Burøe

## Meir synleg i media

Medietilsynet utarbeidde i 2018 ein strategisk kommunikasjonsplan og har gjennom året arbeidd målretta for å gjere tilsynet meir synleg i media. I 2018 blei det publisert 608 fleire saker om Medietilsynet i media enn i 2017, ein auke på 27,5 prosent. Tal på saker på radio og fjernsyn auka med 43 prosent samanlikna med året før. Frå januar til august 2018 auka medieomtalen med 60 prosent frå same perioden året før. Mediedekninga var òg jamnare fordelt gjennom året enn tidlegare. Dei mest omtalte sakene i 2018 var rapporten om NRK sitt bidrag til mediemangfaldet, Barn og mediumundersøkinga og skissa til etiske retningslinjer mot kroppspress i sosiale medium. Også pengespel i dataspel, aldersgrenser og personvern i sosiale medium, nytt undervisningsopplegg om kjeldekritikk og den nye innovasjonsstøtta fekk mykje merksemd.

Medietilsynet fekk også større gjennomslag i sosiale medium i 2018. Tilsynet blei nemnt 3 045 gonger av andre på sosiale medium i 2018 mot 1 966 gonger i 2017, ein auke på 55 prosent. Medietilsynet hadde ein auke på 30 prosent i reaksjonar og delingar på postar på Facebook i 2018, og ein auke på 30 prosent i tal på følgjarar på Facebook. Tilsynet publiserte 80 pressemeldingar i 2018 mot 49 pressemeldingar i 2017, ein auke på over 60 prosent. For å nå betre ut med sakene våre etablerte vi eit nyheitsbrev i 2018. Nyheitsbrevet går ut ein gong i veka, og inneheld aktuelle nyheitssaker. Vi sende ut totalt 41 nyheitsbrev i fjor. 658 abonnere på brevet, og i gjennomsnitt 35 prosent av abonnentane opnar nyheitsbrevet kvar gong.



# Tilsynet i tal



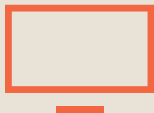
## Kringkasting\*

### 195 lokalradiokonsesjonar på FM

- 18 24/7-konsesjonar
- 77 allmennradiokonsesjonar
- 100 nisjeradiokonsesjonar

### DAB

- 147 innhaldskonsesjonar i Lokalradioblokka
- 35 anleggskonsesjonar i Lokalradioblokka
- 17 innhaldskonsesjonar i Riksblokka
- 13 innhaldskonsesjonar i Riksblokk II



## Film

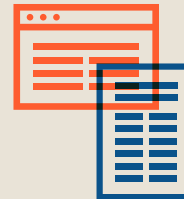
### 274 vurderte kinofilmar

- 50 blei tillatne for alle
- 33 fekk 6-årsgrense
- 33 fekk 9-årsgrense
- 83 fekk 12-årsgrense
- 71 fekk 15-årsgrense
- 4 fekk 18-årsgrense

### 2 601 registrerte filmar/program for sal

- 1 889 VoD (Video on Demand)
- 452 sexfilmar

(Dei fire kinofilmene som fekk 18-årsgrense, blei ikkje vurderte av Medietilsynet, berre registrerte.)



## Støtteordningar\*\*

### Produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium

#### 158 aviser fekk til saman 313 millionar kroner

- 113 åleineaviser fekk totalt 60,1 millionar kroner
- 33 nr. 2-aviser fekk totalt 243,3 millionar kroner
- 12 nr. ein-aviser fekk totalt 9,6 millionar kroner

### Distribusjonstilskott for aviser i Finnmark

#### 12 aviser fekk til saman 2 135 000 kroner

### Tilskott til samiske aviser

#### 4 aviser fekk til saman 28,1millionar kroner

### Tilskott til lokale lyd- og bildemedium

#### 90 tildelingar på til saman 19,5 millionar kroner:

- 9 943 000 kroner i investeringstilskott til digitalisering av lokalradio
- 1 350 000 kroner i driftstilskott til nasjonale samanslutningar for lokale lyd og bildemedium
- 375 000 kroner i driftstilskott til lokalradioar for etniske og språklege minoritetsgrupper
- 6 820 000 kroner i lokale programproduksjonar
- 646 000 kroner i kompetansehevande tiltak
- 380 000 kroner i utviklingsprosjekt

### Medieforskning og etterutdanning

#### Samla tilskott 11 330 000 kroner:

- Bruksretta medieforskning (RAM) 3 950 000 kroner
  - 16 forskingsprosjekt på til saman 3 950 000 kroner
- Norsk Mediebarometer (SSB) 2 100 000 kroner
- Institutt for Journalistikk 5 100 000 kroner
- Landslaget for lokalaviser 610 000 kroner

### Innovasjons- og utviklingsstøtte

#### 18 tildelingar på til saman 6 997 500 kroner



### Kommunikasjon

#### 2817 artiklar eller saker i media med eller

##### om Medietilsynet

- 66 prosent på nett
- 31 prosent på papir
- 3 prosent på tv/radio

#### 3045 omtaler/«mentions» i sosiale medium

- 65 prosent på Twitter
- 30 prosent på Facebook
- 5 prosent på bloggar, Instagram, forum og anna

### \* Type radio

24/7-radio: ein radio som disponerer all sendetid på eit sendarnett.

Allmennradio: ein radio som deler sendaranlegg med ein eller fleire nisjeradioar, men som alltid vil vere den einaste allmennradioen. Ein allmennradio har rett til minst tolv timar samanhengande sendetid på kvardagar.

Nisjeradio: ein radio som deler sendaranlegg med fleire lokalradioar, anten med ein allmennradio eller med ein eller fleire nisjeradioar. Nisjeradioar har ingen førehandsdefinerte rettar til sendetid. Sendetida blir fordelt ved forhandlingar med dei andre lokalradioane på sendar-anlegget.

### Radioblokker

Lokalradioblokka består av 37 lokalregionar som til saman dekker heile Fastlands-Noreg.

Riksblokk 1 og 2 er kommersielle radioblokkar, Norkring eig frekvensløyva.

### \*\* Type avis

Åleinemedium: eit nyheits- og aktualitetsmedium som er åleine på utgivarstaden.

Nr. 1-medium: eit nyheits- og aktualitetsmedium som har det største opplaget på utgivarstaden.

Nr. 2-medium: eit nyheits- og aktualitetsmedium som har en konkurrent med større opplag på utgivarstaden.

### 3.5 MÅL OG MÅLOPPNÅING

**MÅL 1:** **Befolkninga har tilgang til eit breitt spekter av redaksjonelle medium.**

#### Måloppnåing:

I april 2018 leverte Medietilsynet ein rapport om korleis NRK bidrar til mediemangfaldet. Dei sentrale konklusjonane i rapporten var at NRK bidrar positivt til mediemangfaldet gjennom å oppfylle allmennkringkastingsoppdraget sitt, jf. pkt. 3.1.

Medietilsynet utarbeider kvart år ein rapport som vurderer korleis allmennkringkastarane leverer ut frå krava. Vurderinga vår var at allmennkringkastarane leverte i tråd med krava i 2018, med nokre få unntak. NRK fylte ikkje krava om jamlege program for unge på samisk og 25 prosent nynorsk på radio, fjernsyn og nett, jf. pkt. 3.3.

Medietilsynet forvaltar dei ulike støtteordningane på mediefeltet, og desse er viktige bidrag til mediemangfaldet. Ordninga som er størst rekna i kroner er produksjonsstøtta, der vi i 2018 fordelte 313 millionar kroner til 158 aviser. I tillegg forvaltar tilsynet tilskott til samiske aviser, distribusjonstilskott til aviser i Finnmark, tilskott til lokale lyd- og bildemedium og støtte til bruksretta medieforskning og etterutdanning. I 2018 blei det innført ei ny støtteordning for nyheits- og aktualitetsmedium. Målet med støtteordninga er å fremme mediemangfald og ein opplyst offentleg samtale gjennom å stimulere til redaksjonell, innhaldsretta innovasjon og utvikling, jf. pkt. 3.1.

I 2018 blei det gitt 21 konsesjonar og godkjent 13 konsesjonsoverføringar for lokalradio på FM. Det blei gitt 90 DAB-konsesjonar og godkjent fire overføringar av anleggskonsesjonar på DAB. Det blei gitt ni konsesjonar i det digitale bakkenettet for tv, og 29 nye registreringspliktige kringkastarar blei registrerte. At Medietilsynet gir konsesjonar og registrerer kringkastarar bidrar til at det blir lagt til rette for meir mediemangfald – både nasjonalt, regionalt og lokalt, jf. pkt. 3.4.

Medietilsynet har sett i gang arbeidet med å utvikle ein mediemangfaldsrekneskap. Ein slik rekneskap vil òg gjere det enklare å vurdere måloppnåinga når det gjeld tilgangen befolkninga har til eit breitt spekter av redaksjonelle medium. Planen er å presentere første versjon av mediemangfaldsrekneskapen i 4. kvartal 2019, jf. pkt. 3.1.

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert godt i tråd med målet i 2018.*

#### Utfordringar:

Store og kontinuerlege endringar i mediemarknaden gjer det nødvendig å følge utviklinga i mediemangfaldet tettare og meir systematisk framover. Derfor er det viktig for Medietilsynet å få på plass ein modell for ein årleg mediemangfaldsrekneskap. Medietilsynet meiner også at regelverket for produksjonstilskott ikkje er i takt med medieutviklinga. Etter at mediestøttemeldinga er lagd fram, vil tilsynet ta initiativ til ein dialog med Kulturdepartementet om modernisering av regelverket.



Medietilsynet vurderer å samla sett ha god resultatoppnåing i 2018.

**MÅL 2: Befolkninga bruker medium på ein bevisst måte og gjer val baserte på kunnskap og kompetanse.**

**Måloppnåing:**

Medietilsynet arbeider mykje med trygg mediebruk for barn og unge, blant anna som nasjonal koordinator for det norske Safer Internet Centre. Sidan 2006 har Barn- og medium-undersøkinga gitt kunnskap om medievanane til norske barn og unge, og 2018-undersøkinga hadde det største talet på respondentar nokon gong. Medietilsynet har formidla resultatane før undersøkinga gjennom konferansar, andre møte, kronikkar og saker i både tradisjonelle medium og sosiale medium, jf. pkt. 3.2. Tilsynet har på den måten bidratt til å gi både ungdom, foreldre og andre vaksne som arbeider med barn og unge, større innsikt i positive og negative sider ved den digitale mediebruken til ungdom.

I 2018 vidareførte Medietilsynet samarbeidet med mobbeombodet i Buskerud om eit samtaleverktøy for foreldre. Formålet er å fremme dialog og involvering rundt digital dømmekraft og å styrke rolla foreldra har som rettleiarar og rollemodellar for barna, jf. pkt. 3.2.

I 2018 lanserte Medietilsynet eit undervisningsopplegg for ungdomsskolen kalla *Falske nyheter og kildekritikk* for å styrke evna dei unge har til å stille kritiske spørsmål og skilje rett frå gale, jf. pkt. 3.2.

Medietilsynet ønsker å styrke arbeidet for kritisk medieforståing også i fleire grupper enn barn og unge. Mediebrukarane skal

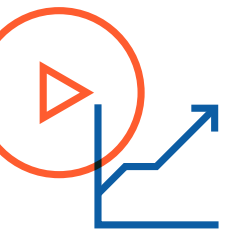
orientere seg i eit enormt innhaldstilbod frå ulike aktørar, og det stiller store krav til den enkelte. For at Medietilsynet skal ha dei beste føresetnadene for å bidra til ei kritisk medieforståing, treng vi ha meir kunnskap og innsikt. Medietilsynet starta derfor hausten 2018 arbeidet med ei stor undersøking om kritisk medieforståing i befolkninga. Undersøkinga blir gjennomført våren 2019. jf. pkt. 3.2, og resultatane kjem til å danne grunnlag for vidare arbeid med målretta tiltak.

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert godt i tråd med målet i 2018.*

**Utfordringar:**

På området barn og medium er det mange ulike aktørar som jobbar for å betre tryggleiken og meistringskjensla hos barn og unge. Dette er bra, men tiltaka kan opplevast som fragmenterte, og det er ei utfordring å koordinere aktivitetar og tiltak godt nok. Medietilsynet har derfor etterlyst ein samla nasjonal strategi på området barn og medium. Barneombodet kom i 2018 med eit liknande utspel, og vi håper det kan kome noko konkret ut av dette i 2019.





**MÅL 3: Styringsorgan og andre samfunnsaktørar har tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om mediemangfald og medieøkonomi.**

**Måloppnåing:**

I april 2018 leverte Medietilsynet ein rapport om korleis NRK bidrar til mediemangfaldet. Dei sentrale konklusjonane i rapporten var at NRK bidrar positivt til mediemangfaldet gjennom å oppfylle allmennkringkastingsoppdraget sitt. Vi gjorde rapporten tilgjengeleg på nettsidene våre og gjennom pressemelding, kronikkar og i debattar.

Tilsynet fordeler kvart år midlar til media gjennom støtteordningane produksjonstilskott, tilskott til lyd- og bildemedium, bruksretta medieforskning og innovasjonsstøtte. Vi gjorde støtteordningane offentlege gjennom pressemeldingar, og informasjon om ordningane ligg på nettsidene våre.

Medietilsynet har også i 2018 levert ein rapport om økonomien i den norske mediebransjen. Rapporten omhandla tala for 2017 og viste at norske medieverksemdar for første gong hadde større brukarinntekter enn annonseinntekter. Samla sett betra bransjen lønnsmda si i 2017. Det var framleis eit kraftig fall i annonseinntektene i avismarknaden, men kostnadsreduksjonar gjorde at avisene likevel var meir lønnsame enn andre typar medieverksemdar. Vi offentleggjorde rapporten gjennom to pressemeldingar, ein om våren som handla om resultatata til avisene, og ein endeleg rapport om heile bransjen på hausten. Den endelege rapporten ligg også på nettsida vår saman med rapportar frå tidlegare år.

Medietilsynet ønsker å gjere data og kunnskap om mediemangfald og medieøkonomi lettare tilgjengeleg. Gjennom prosjektet *Digital kvardag* blir det utvikla ein søkbar database som skal gjere relevant innsikt meir tilgjengeleg. Vi starta arbeidet i 2018, og planen er å ha dei nye verktøya på plass i løpet av 2019, jf. pkt. 3.1

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert godt i tråd med målet i 2018.*

**Utfordringar:**

Sjølv om det ikkje er tvil om at Noreg har eit stort mediemangfald, både geografisk og innholdsmessig, finst det inga totaloversikt som viser det norske avsendarmangfaldet, bruksmangfaldet og innholdsmangfaldet. Det gjer det mellom anna vanskeleg å følge med på kor påverka dei tradisjonelle medieaktørane er av dei store internasjonale aktørane som Facebook og Google. Det som er klart, er at ein stadig større del av medieøkonomien er prega av at dei internasjonale aktørane har eit stort gjennomslag i den norske marknaden.

Det er utfordrande for Medietilsynet å sjå på korleis desse aktørane påverkar den nasjonale marknaden fordi dei ikkje rapporterer eller gjer tal tilgjengelege på linje med norske aktørar. Medietilsynet vil jobbe for å få større innsikt i kor stor del av den norske medieøkonomien som går til internasjonale aktørar, mellom anna gjennom arbeid i internasjonale forum saman med styringsorgan på medieområdet i andre land.



**MÅL 4:** Befolkninga har tilgang på informasjon om eigarforhold i norske medium, jf. lov om åpenhet i medier.

#### Måloppnåing:

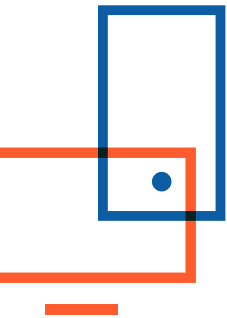
Medietilsynet skal bidra til å skape større openheit, merksemd og kunnskap om eigarforholda i norske medium. Tilsynet skal hente inn og systematisere informasjon om eigarforholda, og informasjonen skal gjerast tilgjengeleg for allmenta, jf. *lov om åpenhet om eierskap i medier*.

I 2018 har Medietilsynet kartlagt eigarskapsinformasjonen om norske medium per utgangen av 2017. Informasjonen er samla i ei oversikt over eigarskap i norske aviser og kringkastarar som blei publisert på nettsidene våre i januar 2019. Vi jobbar no med nye digitale løysingar for søk og presentasjon av eigarskapsdata, jf. pkt. 3.1.

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert akseptabelt i tråd med målet. I 2019 vil vi gjere eigarskapsdata meir tilgjengeleg og auke kommunikasjonen om eigarforholda.*

#### Utfordringar:

Medietilsynet har fram til no samla informasjon om eigarforhold i media årleg og presentert resultatet i ein statisk rapport. Vi har sett at informasjonen ofte er utdatert når han blir presentert, og at dei teknologiske moglegheitene for presentasjon ikkje er godt nok utnytta. I digitaliseringsprosjektet som er i gang no, er det planlagt å gjere informasjon om eigarforhold i media tilgjengeleg på ein meir relevant og brukarvennleg måte.



**MÅL 5:** Media rettar seg etter dei særskilde reglane som styresmakterne har fastsett for medieverksemda i Noreg i kringkastingslova, bildeprogramlova, film- og videogramlova og lov om åpenhet om eierskap i medier.

### Måloppnåing:

Tilsyn er gjennomført i tråd med planane gjennom 2018, sjå pkt. 3.3 for ei samla oversikt.

Medietilsynet gjennomførte tre planlagde kontrollar på kringkastingsfeltet og tre planlagde kontrollar etter bildeprogramlova. I tillegg gjennomførte tilsynet fleire tilsynsaktivitetar på bakgrunn av tips og forhold Medietilsynet sjølv har avdekt gjennom arbeidet.

Medietilsynet hadde vidare tilsyn med merking av reklame i videoinnhald på YouTube. Kontrollen viste at berre eit fåtal hadde videoar med mangelfull merking. Medietilsynet følgde opp desse med informasjon og rettleiing om korleis ein skal merke på rett måte.

TV 2 fekk sanksjon i form av åtvaring for å ha produktplassering i programmet Været, ettersom vi ikkje kunne sjå at programmet var eit lett underhaldningsprogram.

Medietilsynet har også varsla tre nisjeradioar om sanksjonar for brot på reglane om sam- og vidaresendingar og reglane om at nisjeradioar i sløkkeområda ikkje kan ha større inntekter enn 135 000 i året. Endeleg avgjerd blir tatt i 2019.

Medietilsynet vurderer at aktørane i stor grad følger regelverket. Dei brota som blei avdekte i 2018, viser likevel at det er viktig å prioritere tilsynsverksemda. Medietilsynet evaluerte ein av dei planlagde tilsynsaktivitetane i 2018. Evalueringa viste at tilsynsarbeidet har effekt, jf. pkt. 3.3.

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert godt i tråd med målet i 2018.*

### Utfordringar:

Medietilsynet meiner at ordningane med førehandskontroll av kinofilm og registrering av videogram slik det er i dag, ikkje er i takt med medieutviklinga, og ein bør vurdere å endre ordningane. Medietilsynet har innleidd dialog med Kulturdepartementet om begge ordningane.

Det er ein framvekst av nye audiovisuelle medietenester i ulike typar sosiale medium. Det kan vere utfordrande å identifisere og få ei oversikt over kva aktørar som fell inn under kringkastingsregelverket.

# 4

## Styring og kontroll i verksemda

Medietilsynet har store og viktige oppgåver på mediefeltet og forvalta i 2018 tilskottsordningar på til saman 376 millionar kroner. God internkontroll er derfor viktig. Verksemda fekk ingen merknader i revisjonsmeldinga frå Riksrevisjonen i 2018.







Tettare  
oppfølging av  
medarbeidarane  
er prioritert

Medietilsynet nyttar mål- og resultatstyring som grunnleggande styringsprinsipp. Gjennom styringsdialogen med Kulturdepartementet blir risiko og måloppnåing vurdert. Tilsynet vurderer dialogen med departementet som open og konstruktiv.

Som omtalt i årsrapporten for 2017 meinte Medietilsynet at det var behov for følgande forbetringstiltak:

- tydeleg definert ansvar og tydeleg definerte roller og oppgåver
- betre dokumentasjon av prosessar og rutinar, spesielt med tanke på internkontroll
- tryggare backup-løysingar, oppdaterte fagsystem og betre dokumentasjon på IT-området

I 2018 har Medietilsynet sett i verk mange tiltak for å forbetre styringa og kontrollen i verksemda, og arbeidet held fram i 2019. Dette er dei viktigaste tiltaka som er gjennomførte i 2018:

### Verksemdsstyring

Med utgangspunkt i strategiplanen og tildelingsbrevet har Medietilsynet utarbeidd ein ny og tydelegare modell for verksemdsplanlegging. Vi operasjonaliserer alle mål i delmål og tiltak med klar ansvarsfordeling både hos leiarar og medarbeidarar. Vi tidfestar aktivitetar og tiltak, og følger regelmessig opp status, gjennomføring og resultat både i leiar møte, allmøte, avdelingsmøte og ein til ein-samtalar. Vi utarbeider risikovurderingar som blir oppdaterte to gonger i året, og desse vurderingane går vi gjennom i styringsdialogen med departementet.

### Ansvar, roller og oppgåver

Den nye organisasjons- og leiarstrukturen som blei innført i april 2018, tydeleggjer ansvar og myndigheit i verksemda. Dei viktigaste måla med endringane var å styrke leiarskapet, forbetre samarbeidet på tvers og auke gjennomføringskrafta i organisasjonen.

I samband med omorganiseringa som blei gjennomført frå april 2018, utarbeidde vi ein ny bemanningsplan som tydeleg skildrar alle funksjonane. Ansvar, roller, oppgåver, leveransar, KPI-ar og kompetansekrav er dokumenterte i stillingsprofilar for den ein-skilde funksjonen.

Med færre avdelingar er leiarfunksjonane tydeleggjorde og profesjonaliserte. Tettare oppfølging av medarbeidarane er prioritert, mellom anna er faste, månadlege ein til ein-samtalar mellom leiar og medarbeidar innført.

Medietilsynet har i løpet av 2018 innført teamarbeid som arbeidsform der det er hensiktsmessig for å få til samarbeid på tvers av organisasjonen. Til dette er det innført ein styringsmodell der gjennomføring, tydelege mandat, oppfølging, måloppnåing og effekt er sentrale element.

### IT

I løpet av 2018 har Medietilsynet jobba med å forbetre IT-tryggleiken. Ei ny skybasert backup-løysing er implementert, og alle prosessar og prosedyrar er dokumenterte. Gjennom digitaliseringsprosjektet *Digital kvardag* er vi i ferd med å avvikle alle gamle

fagsystem og erstatte dei med det skybaserte systemet Salesforce. Salesforce blir også plattformen for den nye *Mi side*-løysinga vår, som blir kommunikasjonsflata overfor eksterne brukarar. Medietilsynet skal også ta i bruk eit nytt analyse- og presentasjonsverktøy, Power BI, som blir integrert med Salesforce. I kombinasjon med andre interne og eksterne databasar gjer dette oss i stand til å vise innsikta og kunnskapen til Medietilsynet på ein meir relevant og brukarorientert måte.

Medietilsynet er ei relativ lita verksemd, og gjennom strategiprosessen blei det stilt spørsmålsteikn ved behovet for ei eiga IT-avdeling. I løpet av 2018 blei det avgjort å konkurranseutsette IT-drifta, og i løpet av første halvår av 2019 blir det inngått avtale med ein ekstern aktør. Dette er eit viktig og rett tiltak for ei verksemd som Medietilsynet.

### Dokumentasjon av prosessar og rutinar

Medietilsynet starta i 2017 arbeidet med å gå gjennom, revidere og dokumentere prosessar og rutinar på vesentlege område, og dette er ført vidare i 2018. Alle sentrale administrative rutinar og prosessar er dokumenterte gjennom skriftlege rutinar og prosesskart. Vi har særleg gått gjennom og forbetra prosessane på områda økonomi, personalarbeid/HR og tilskott, mellom anna med tanke på internkontroll. Dette vil redusere risikoen for feilutbetalingar av fakturaer eller tilskott.

Det er starta eit arbeid med å revidere instruksjonen frå Kulturdepartementet og den interne verksemds- og økonomiinstruksjonen til Medietilsynet. Dette arbeidet blir fullført i 2019.

### IA og HMS

Hovudmålet for HMS-arbeidet i Medietilsynet er å sikre eit godt og forsvarleg arbeidsmiljø som bidrar til at Medietilsynet er ein trygg og attraktiv arbeidsplass, både for noverande og framtidige arbeidstakarar. HMS-arbeidet skal redusere risiko for skade, sjukdom og mistriivsel på jobben.

HMS-arbeidet i Medietilsynet skal bidra til:

- trivsel på arbeidsplassen
- ein open og inkluderande kultur, med takhøgde for tydelege tilbakemeldingar
- god fysisk tilrettelegging (arbeidsplassar, fellesområde, møterom osv.)
- å førebygge yrkesrelatert sjukdom/skader, god oppfølging dersom dette likevel skjer
- at avtalen om eit inkluderande arbeidsliv (IA-avtalen) blir etterlevd
- å førebygge trakassering og mobbing på arbeidsplassen

Medietilsynet er IA-verksemd og arbeider systematisk med helse, miljø og tryggleik for å sikre trygge arbeidsforhold og likebehandling. Gode resultat på HMS-området krev eit sterkt engasjement frå leiarar og godt samarbeid med tillitsvalde, verneombod og bedriftshelsetenesta. Tilsynet legg vekt på at arbeidsmiljøet skal fremme god helse og vere prega av tryggleik, openheit og respekt. Medietilsynet har eit eige arbeidsmiljøutval med representantar frå arbeidsgjevar og arbeidstakarar, og der også bedriftshelsetenesta deltar.

Som nemnt tidlegare i rapporten innførte Medietilsynet ny organisering i 2018. I samband med omorganiseringa blei det gjennomført ei eiga risikovurdering som blei behandla av arbeidsmiljøutvalet.

I etterkant av endringsprosessane er det sett i verk eit kultur-utviklingsprogram som har til formål å styrke samhandlinga og arbeidsmiljøet. I 2018 arrangerte vi to samlingar for alle medarbeidarane og to samlingar for leiargruppa. Samlingane fekk god evaluering. Programmet blir vidareført i 2019.

Medietilsynet gjennomførte ein vernerunde hausten 2018 og utarbeidde ein oppfølgingsplan i etterkant.

I 2018 var sjukefråværet i Medietilsynet på 6,6 prosent, mot 4,8 prosent i 2017. Oppgangen i sjukefråværet gjeld i hovudsak langtidssjukefråvær. Korttidssjukefråværet er framleis lågt og utgjorde 2,5 prosent i 2018 mot 2,3 prosent i 2017.

### Fellesføringar

I Fellesføringane for 2018 står det: «Anskaffelser skal gjennomføres og følges opp på en slik måte at det motvirker arbeidslivskriminalitet». Som ein del av innkjøpsrutinane har Medietilsynet lagt inn som avvisingsgrunn at vi ekskluderer tilbydarar som har utført arbeidslivskriminalitet.

I innkjøpsrutinane er det innarbeidd krav om å ta stikkprøvar av arbeidskontraktar hos leverandørar. Det blei ikkje gjennomført

stikkprøvar i 2018, men dette blir lagt inn i planane for 2019.

Vi viser til supplerande tildelingsbrev for 2018 av 28. juni 2018 om inkluderingsdugnaden til regjeringa og 5 %-målet.

### Mål

Målet er at Medietilsynet skal arbeide systematisk for å realisere inkluderingsdugnaden til regjeringa (5 %-målet) og utvikle rutinar og arbeidsformer i personalarbeidet med sikte på å nå måla for dugnaden.

### Resultat

For ønskt måleperiode (1. juli 2018 og ut året) har det ikkje vore nytilsettingar i Medietilsynet, og tilsynet har dermed i perioden ikkje



tilsett nokon med nedsett funksjonsevne eller «hol i cv-en».

### Tiltak

- Mål om at Medietilsynet skal bidra til inkluderingsdugnaden blir tatt inn i retningslinjer for HMS-arbeid og retningslinjer for tilsettingar, og status blir jamleg rapportert til leiargruppa
- Det er utforma standard tekst som skal nyttast i alle utlysings-tekstar som informerer om at Medietilsynet skal bidra til inkluderingsdugnaden, og at kandidatar med nedsett funksjonsevne og «hol i cv-en» blir oppfordra til å søke (gitt at dei fyller kvalifikasjonskrava til stillinga)
- Det er lagt inn som rutine å informere rekrutteringsbyrå, i rekrutteringsprosessar der slike blir nytta, om at Medietilsynet ønsker å vurdere kandidatar med nedsett funksjonsevne og «hol i cv-en»

### Utfordringar

- Medietilsynet har det siste halvtanna året vore gjennom ein større omstillingsprosess med ei omfattande nedbemanning. Gjennom prosessen blei det kartlagt at tilsynet manglar kompetanse på fleire viktige område, og i framtidige rekrutteringar blir det derfor avgjerande å få inn riktig og framtidsretta kompetanse. Vi er derfor avhengige av at eventuelle kandidatar med nedsett funksjonsevne eller «hol i cv-en» fyller kvalifikasjonskrava til stillinga.
- Medietilsynet er ein liten organisasjon (den nye bemanningsplanen er på 36 årsverk). Av erfaring er det lita utskifting i tilsynet, og vi vurderer det som vanskeleg for ei verksemd av Medietilsynets storleik og innretning å nå 5 %-målet i eit kort

perspektiv. Det er heller ikkje sannsynleg at Medietilsynet vil ha nyttilsettingar kvart år. Tilsynet vil likevel sjølvstøtt gjere sitt beste for å bidra til inkluderingsdugnaden.

### Digitalisering av tenester

Gjennom IT-prosjektet *Digital kvardag* er alle fagprosessane i Medietilsynet forma og dokumenterte på nytt. Hausten 2018 starta implementeringa av prosessane i Salesforce, systemet som framover skal handtere alle fagprosessane i verksemda. Arbeidet med å flytte alle fagprosessane over i Salesforce held fram i 2019. Prosjektet har også designa ei *Mi side*-løysing som skal vere interaksjonsflata med dei eksterne brukarane til Medietilsynet. Løysinga erstattar tidlegare skjema-løysingar og gjer samhandlinga mellom eksterne aktørar og Medietilsynet enklare. Endringa bidrar også til å effektivisere interne prosessar ved at dei interne oppgåvene med å overføre data frå skjema til databasane blir overflødige. All informasjon som brukarane treng for til dømes å søke om tilskott og/eller konsesjon, skal leggjast på *Mi side*, slik at vi reduserer behovet for direkte kommunikasjon med saksbehandlarar og såleis frigjer saksbehandlingstid. *Mi side*-løysinga blir sett i verk i løpet av våren 2019.

Vidare skal prosjektet etablere ei publiseringsplattform som set oss i stand til å vise fram data og faginnsikta vår på ein meir relevant og interaktiv måte.

Ei eiga prosessgruppe med medlemmer frå alle avdelingane er sett ned for å arbeide med digitaliseringsprosjektet, og mange

medarbeidarar er involverte i ulike delar av prosjektet. Medietilsynet nyttar også ekstern bistand i dette arbeidet for å få inn nødvendig spisskompetanse.

Prosjektet *Digital kvardag* er delvis finansiert av midlar frå Difi.

### Revisjon

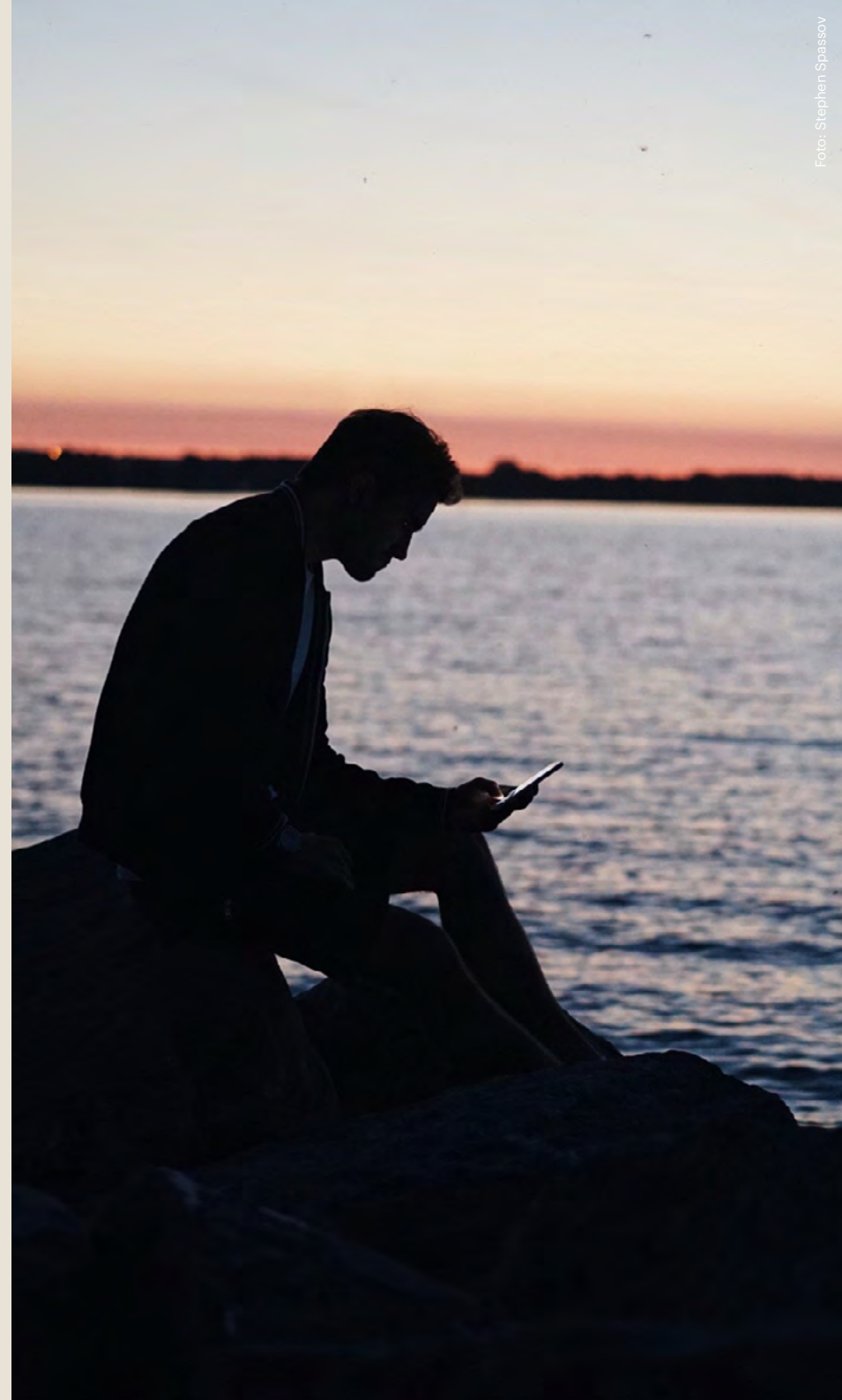
Riksrevisjonen kontrollerer rekneskapen og disposisjonane gjennom året. Medietilsynet opplever samarbeidet med Riksrevisjonen som positivt og lærande for organisasjonen. Det har ikkje vore merknader frå Riksrevisjonen i 2018.

Når det gjeld samfunnstryggleik og beredskap er dette omtalt i eit eige vedlegg som er sendt Kulturdepartementet.

# 5

## Vurdering av framtidssutsikter

For ein medieregulator er ikkje svara lenger berre tradisjonelle kontrollmekanismer. Medietilsynet må derfor kontinuerleg jobbe for å finne nye verkemiddel og arbeidsformer som kan bidra både til å vareta mediemangfaldet og til å auke den kritiske medieforståinga i befolkninga.



Medietilsynet skal bidra til å nå staten sine mediepolitiske mål som overordna sett er å fremme ytringsfridom og demokrati ved å legge forholda til rette for ein open og opplyst samtale.

Mediemarknaden er framleis prega av store og raske endringar. I løpet av våren 2019 er det venta ei ny stortingsmelding om medie-støtte. For Medietilsynet blir det viktig å kontinuerleg tilpasse både prioriteringar, organisering og arbeidsmetodar til dei utfordringane vi skal bidra til å løyse – for å fylle rolla som ein tydeleg og relevant samfunnsaktør.

Dei mediepolitiske måla for staten handlar om å fremme ytrings-fridom og demokrati ved å legge forholda til rette for ein open og opplyst offentleg samtale. Samfunnsoppdraget til Medietilsynet er å bidra til å oppfylle desse måla. Sentrale ansvarsområde for tilsynet er å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet og å bidra til aktive og informerte mediebrukarar som tar bevisste val. Dette er viktige oppgåver i ei tid der mediemangfaldet er under press og informasjonsflaumen er større enn nokon gong.

### Nye leveransar

Medietilsynet skal blant anna sørge for relevante data, analysar og innsikt om utviklinga i mediemarknaden – og at denne informasjonen når ut til relevante målgrupper.

Eit sentralt prosjekt for tilsynet i året som kjem, er å utvikle og lansere den første versjonen av ein mediemangfaldsrekneskap.

Målet er å følge utviklinga i det norske mediemangfaldet på ein strukturert og regelmessig måte og kunne peike på utfordringar og aktuelle tiltak.

Medietilsynet meiner vidare at det er behov for meir kunnskap om den kritiske medieforståinga til folk i Noreg. I ein stadig meir fragmentert mediemarknad er det viktigare enn nokon gong at mediebrukarane har kunnskap om korleis dei skal hanskast med enorme mengder av tilbydarar og innhald på tvers av landegrensene. Medietilsynet har derfor sett i gang arbeidet med ei stor befolkningsundersøking om kritisk medieforståing, der resultatata skal ligge føre i løpet av 2019. Innsikta vi får frå undersøkinga, kan venteleg gjere det enklare både for Medietilsynet og andre aktørar å målrette tiltak for å styrke den kritiske medieforståinga i befolkninga.

### Digitalisering

I 2018 sette Medietilsynet i gang eit stort prosjekt for å digitalisere både tenester og arbeidsprosessar. Formålet er todelt: å forbetre tilbodet til og samhandlinga med eksterne aktørar, og å effektivisere intern drift. I løpet av 2019 er planen å lansere ei *Mi side*-løysing, ein søkbar database og nye presentasjonsverktøy.

Våren 2018 innførte Medietilsynet ein ny organisasjonsstruktur som skal legge til rette for auka heilskapstenking, samarbeid og meir rasjonell drift. Ved å redusere talet på årsverk og faste kostnader har tilsynet frigjort midlar til å styrke kjerneverksemda. Vi styrker

arbeidet både med analyse og kommunikasjon innanfor eksisterande rammer, og allereie i 2019 gir dette arbeidet konkrete resultat. For å løyse samfunnsoppdraget på ein god måte er det viktig at vi lykkast med kontinuerleg omstilling og modernisering.

### Viktige oppgåver i 2019

2019 blir eit spennande mediepolitisk år. Som nemnt kjem ei ny mediestøttemelding, og det er inngått ein ny avtale mellom staten og TV 2 om kommersiell kringkasting, der Medietilsynet har tilsynsansvar. Kringkastingsregelverket skal reviderast, blant anna for å implementere endringar som følge av nytt AMT-direktiv. Vidare skal Medietilsynet på oppdrag frå Kulturdepartementet greie ut fleire

viktige spørsmål som gjeld radio: Både framtidig bruk av Riksblokk II og distribusjon av lokalradio for FM i framtida.

### Moglegheiter og utfordringar

Den digitale medieverkelegheita gir både nye moglegheiter og utfordringar. Korleis sikre mediemangfald og redaksjonell kvalitet? Korleis legge til rette for ein innovativ og konkurransedyktig medieindustri og ein sterk allmennkringkastar, samtidig som ein nødvendig balanse blir halden ved lag? Korleis møte det aukande presset mot skiljet mellom kommersielt og redaksjonelt innhald?

Evna Medietilsynet har til å løyse samfunnsoppdraget sitt på ein tilfredsstillande måte, avheng blant anna av at tilsynet til kvar tid har god innsikt i bransjeutfordringane og marknadsutviklinga og er i tett dialog med aktørar og andre relevante samarbeidspartnarar. Vidare må vi lykkast med å tilpasse verkemiddel, organisering, tenester og arbeidsmetodar. Her er effektivisering og digitalisering viktige stikkord. Tilsynet har lagt eit godt grunnlag gjennom det omstillingsarbeidet som er gjennomført i året som har gått, og som blir ført vidare i 2019.

Endringar i mediemarknaden og det faktum at mediemangfaldet er under press, kan også påverke Medietilsynets evne til å oppfylle måla til verksemda på lengre sikt. Akkurat korleis er det per i dag vanskeleg å spå noko sikkert om, men det er viktig at Medietilsynet har ein løpande dialog med Kulturdepartementet om forståinga av samfunnsoppdraget vårt og korleis det bør utøvast. Medietilsynet må også kontinuerleg vurdere både verkemidla og tiltaka sine, og søker å gjere tilpassingar der det er nødvendig.

Kulturminister Trine Skei Grande og sjefsredaktør i TV 2, Olav Sandnes, underteiknar den nye avtalen mellom staten og TV 2.





# 6

## Årsrekneskap

Medietilsynets årsrekneskap omfattar driftsutgifter og inntekter, utbetalte pressestøtte og avgifter som vi krev inn for arbeidet med film og video. Årsrekneskapen viser korleis midlane er disponerte i 2018.



## 6.1 KOMMENTARAR TIL ÅRSREKNESKAPEN FRÅ LEIINGA

### Formål

Medietilsynet er underlagt Kulturdepartementet og er forvaltningsorgan for staten på mediesektoren. Tilsynet skal bidra til å oppfylle regjeringa sine mål om å sikre ytringsfridom, rettsvern og eit levande demokrati. Dette gjer vi mellom anna gjennom å drive tilsyn med at dei ulike lovene på mediefeltet blir følgde, gjennom innsikts- og analysearbeid og rettleiing og informasjon til mediebransjen og befolkninga. Medietilsynet forvaltar også statlege ordningar på medieområdet.

### Stadfesting

Årsrekneskapen for 2018 er lagd fram etter *Bestemmelser om økonomistyring i staten*, rundskriv R-115 frå Finansdepartementet og krav frå overordna departement. Årsrekneskapen gir eit dekkande bilde av dei disponible løyvingane til verksemda og av rekneskapsførte utgifter, inntekter, eignedelar og gjeld.

### Vesentlege forhold

Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet.

Den samla tildelinga i 2018 var på 54 318 000 kroner. Av denne summen var 1 178 000 kroner overført mindreforbruk frå 2017. I tillegg fekk verksemda tilført 2 millionar kroner med bakgrunn i ein omfattande omstillingsprosess som er gjennomført i 2018. Tilsynet disponerte lønnsrefusjonar på til saman 697 120 kroner. Rekneskapsførte driftsutgifter var på 54 820 688 kroner, noko som resulterte i eit mindreforbruk på 194 780 kroner.

Lønn og sosiale utgifter utgjorde 35 763 851 kroner i 2018 mot 35 759 392 kroner i 2017, jf. note 2 i artskontorekneskapen. Lønnsdelen av driftsutgiftene var på 66 prosent i 2018, mot 67 prosent i 2017.

Samla løyving til eksternt finansierte prosjekt var på 4 387 000 kroner i 2018, medrekna Trygg bruk, som er delfinansiert med midlar frå EU.

Medietilsynet betalte ut 376 395 800 kroner i tilskottsmidlar i 2018. 313 157 275 kroner av tilskottsmidlane gjaldt ordninga for produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Andre tilskottsordningar omfattar tilskott til medieforskning og etterutdanning, tilskott til lokale lyd- og bildemedium, tilskott til samiske aviser og distribusjonstilskott til avisene i Finnmark. Ei ny tilskottsordning i 2018 var tilskott til innovasjon og utvikling. Ordninga fekk i 2018 tildelt 7 000 000 kroner over statsbudsjettet.

Medietilsynet gjennomførte ei omfattande omstilling i 2018, som innebar omstrukturering av organisasjonen, nedbemanning og digitalisering. Særleg er administrative funksjonar og tenester effektiviserte, slik at ressursane i størst mogleg grad kan brukast på kjerneverksemd.

Medietilsynet eig saman med Mediebedriftenes Landsforening og Landslaget for lokalaviser Norsk Opplagskontroll AS. Aksjane er registrerte med ein post i kapitalrekneskapen til staten og går fram av note 8 i artskontorekneskapen.

### Tilleggsopplysningar

Riksrevisjonen reviderer årsrekneskapen for Medietilsynet.  
Revisjonsmeldinga blir lagd ut på nettsidene til tilsynet saman  
med årsrapporten.

Fredrikstad, 15. mars 2019



Mari Velsand  
direktør

## 6.2 PRINSIPPNOTE TIL ÅRSREKNESKAPEN

Årsrekneskapen til Medietilsynet er utarbeidd og lagd fram etter retningslinjene i *Bestemmelser om økonomistyring i staten* (føresegnene), fastsette 12. desember 2003 med endringar, seinast 5. november 2015. Årsrekneskapen er i samsvar med krav i føresegnene punkt 3.4.1 og føresegner i Finansdepartementets rundskriv R-115.

Oppstillinga av løyvingsrapportering med notar viser løyvingar som verksemda har hatt til disposisjon, og alle opplysningane som er rapporterte til statsrekneskapen etter staten sin kontoplan. Løyvingsrapporteringa viser også dei finansielle egedelane og pliktene verksemda har i kapitalrekneskapen. Oppstillinga av artskontorrapporteringa med notar viser kva som er rapportert til statsrekneskapen etter staten sin kontoplan. Artskontorrapporteringa viser også mellomværet med statskassa fordelt på grupper av kontoar.

Oppstillinga av løyvingsrapportering og artskontorrapportering er utarbeidd med utgangspunkt i føresegnene punkt 3.4.2, grunnleggande prinsipp for årsrekneskapen:

1. Rekneskapen følger kalenderåret.
2. Rekneskapen inneheld alle rapporterte utgifter og inntekter for rekneskapsåret.
3. Utgifter er førte i rekneskapen med netto beløp, inntekter er førte med brutto beløp (ref. nettoordninga for meirverdiavgift).
4. Rekneskapen er utarbeidd i tråd med kontantprinsippet.

Oppstillinga av løyvings- og artskontorrapporteringa er utarbeidd etter same prinsippa, men gruppert etter ulike kontoplanar. Prinsippa samsvarer med krav i føresegnene punkt 3.5 om korleis verksemdene skal rapportere til statsrekneskapen. Sumlinja «netto rapportert» til løyvingsrekneskapen er lik i begge oppstillingane.

Alle statlege verksemder er knytte til konsernkontoordninga til staten i Noregs Bank i samsvar med krav i føresegnene punkt 3.8.1. Ordinære forvaltningsorgan (bruttobudsjetterte verksemder) får ikkje tilført likviditet gjennom året. Ved slutten av året blir saldoen nullstilt på den einstilte oppgjerskontoen ved overgangen til nytt år.

### Løyvingsrapportering

Løyvingsrapporteringa viser rekneskapstal som Medietilsynet har rapportert til statsrekneskapen. Rekneskapstala blir stilte opp etter kapittel og postar i løyvingsrekneskapen som Medietilsynet har fullmakt til å disponere. Oppstillinga viser alle finansielle egedelar og plikter Medietilsynet står oppførte med i kapitalrekneskapen til staten. Kolonnen «Samla tildeling» viser kva verksemda har fått stilt til disposisjon i tildelingsbrev frå Kulturdepartementet, på kapittel og post i statsrekneskapen.

### Artskontorapportering

Oppstillinga av artskontorapporteringa har ein øvre del som viser kva som er rapportert til statsrekneskapen etter standard kontoplan for statlege verksemder, og ein nedre del som viser eigedelar og gjeld som inngår i mellomværet med statskassa. Artskontorapporteringa viser rekneskapstala Medietilsynet har rapportert til statsrekneskapen etter standard kontoplan for statlege verksemder. Medietilsynet har ein trekkrett for disponible løyvingar gjennom konsernkonto i Noregs Bank. Løyvinga er ikkje inntektsført og derfor ikkje vist som inntekt i oppstillinga.

6.3 ÅRSREKNESKAP 2018

LØYVINGSRAPPORT FOR 2018

Utgiftskapittel	Kapittelnamn	Post	Samla løyving*	Rekneskap 2018	Meirutgift (-) og mindreutgift
0334	Driftsutgifter	01	54 318 000	54 123 220	194 780
0334	Spesielle driftsutgifter	21	4 387 000	2 918 852	1 468 148
0335	Tilskott til lokale lyd- og bildemedium	74	25 351 000	14 580 036	10 770 964
0335	Produksjonstilskott	71	313 000 000	313 157 275	
0335	Innovasjon og utvikling	72	7 000 000	6 997 500	
0335	Medieforskning og etterutdanning	73	11 510 000	11 426 000	
0335	Tilskott til samiske aviser	75	28 100 000	28 099 989	
0335	Distribusjonstilskott til avisene i Finnmark	77	2 135 000	2 135 001	
0540	Digitalisering	25	2 919 100	1 800 000	
0846	Utvikling av skisse til etiske retningslinjer	21	200 000	158 474	
1633	Nettoordning for mva. i staten	01	0	4 185 117	
<b>Sum utgiftsført</b>			<b>448 920 100</b>	<b>439 581 464</b>	

Inntektskapittel	Kapittelnamn	Post	Samla løyving*	Rekneskap 2018	Meirinntekt og mindreinntekt (-)
3334	Inntekter ved oppdrag	02	2 758 000	1 040 000	-1 718 000
3334	Gebyrinntekter	70	1 900 000	1 318 235	-581 765
5568	Sektoravgift – førehandskontroll av kinofilm	74	5 500 000	4 911 959	-588 041
5568	Sektoravgift – videogram	75	10 000 000	7 030 394	-2 969 606
5309	Gruppelivsforsikring	29	0	57 164	
5700	Arbeidsgivaravgift	72	0	4 357 589	
<b>Sum inntektsført</b>			<b>20 158 000</b>	<b>18 715 342</b>	

\* Sjå note A for nærmare forklaring.

<b>Netto rapportert til løyvingerekneskapen</b>		<b>420 866 123</b>
<b>Kapitalkontoar</b>		
60063901	Noregs Bank KK / innbetalingar	15 706 279
60063902	Noregs Bank KK / utbetalingar	-436 444 898
703808	Endring i mellomrekninga med statskassa	-127 504
<b>Sum rapportert</b>		<b>0</b>

<b>Behaldningar rapporterte til kapitalrekneskapen (31.12.2018)</b>				
		<b>31.12.2018</b>	<b>31.12.2017</b>	<b>Endring</b>
703808	Mellomvære med statskassa	-1 357 939	-1 230 435	-127 504

**NOTE A: FORKLARING AV SAMLA LØYVING**

<b>Kapittel og post</b>	<b>Overført frå 2017</b>	<b>Løyvingar 2018</b>	<b>Samla løyvingar</b>
033401	1 178 000	53 140 000	54 318 000
033421	1 757 000	2 630 000	4 387 000
033571	0	313 000 000	313 000 000
033573	0	11 510 000	11 510 000
033574	5 941 000	19 410 000	25 351 000
033575	0	28 100 000	28 100 000
033577	0	2 135 000	2 135 000

**NOTE B: FORKLARING TIL BRUKTE FULLMAKTER OG BEREKNING AV MOGLEG SUM SOM KAN BLI OVERFØRT TIL NESTE ÅR**

Kapittel og post	Stikkord	Meir-/ mindre- utgift	Utgiftsført av andre jamført med gitte belastnings- fullmakter	Meir-/ mindreutgift jamført med gitte belastnings- fullmakter	Meir-/ mindre- inntekter jamført med meirinntekts- fullmakt	Omdisponering frå post 01 til 45 eller til post 01/21 frå neste års løyving	Inn- spa- ringar	Sum grunn- lag for over- føring	Maks beløp som kan overførast	Mogleg beløp som kan over- førast, berekna av verksemda
0334 01	Kan overførast	194 780		194 780				194 780		194 780
0335 74	Kan overførast	10 770 964		10 770 964				10 770 964		10 770 964

**Forklaring til bruk av budsjettfullmakter**

- Beløp på kapittel/post 033401 gjeld ubrukne ordinære driftsmiddel
- Beløp på kapittel/post 033574 gjeld ubrukt tilskott til lokale lyd- og bildemedium



## ARTSKONTORRAPPORTERINGA 2018

	Note	2018	2017
<b>Driftsinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen</b>			
Innbetalinger frå gebyr	1	1 318 235	1 527 240
Innbetalinger frå sektoravgift	6	0	13 828 200
Innbetalinger frå tilskott og overføringar	1	1 040 000	1 737 776
<b>Sum innbetalinger frå drift</b>		<b>2 358 235</b>	<b>17 093 216</b>
<b>Driftsutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen</b>			
Utbetalinger til lønn	2	35 763 851	35 759 392
Andre utbetalinger til drift	3	23 197 696	18 304 597
<b>Sum utbetalinger til drift</b>		<b>58 961 547</b>	<b>54 063 989</b>
<b>Netto rapporterte driftsutgifter</b>		<b>56 603 311</b>	<b>36 970 773</b>
<b>Investerings- og finansutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen</b>			
Utbetaling til investeringar	5	39 000	321 370
Utbetaling av finansutgifter	4	0	200
<b>Sum investerings- og finansutgifter</b>		<b>39 000</b>	<b>321 570</b>
<b>Netto rapporterte investerings- og finansutgifter</b>		<b>39 000</b>	<b>321 570</b>
<b>Innkrevjingsverksemd og andre overføringar til staten</b>			
Innbetaling av skattar, avgifter, gebyr m.m.	6	11 942 353	0
<b>Sum innkrevjingsverksemd og andre overføringar til staten</b>		<b>11 942 353</b>	<b>0</b>

	Note	2018	2017
<b>Tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten</b>			
Utbetalingar av tilskott	7	376 395 801	371 386 318
<b>Sum tilskottsforvaltning</b>		<b>376 395 801</b>	<b>371 386 318</b>
<b>Inntekter og utgifter rapporterte på felleskapittel</b>			
Gruppelivsforsikring konto 1985 (ref. kap. 5309, inntekt)		57 164	61 825
Arbeidsgivaravgift konto 1986 (ref. kap. 5700, inntekt)		4 357 589	4 371 536
Nettoføringsordning for meirverdiavgift konto 1987 (ref. kap. 1633, utgift)		4 185 117	3 199 568
<b>Netto rapporterte utgifter på felleskapittel</b>		<b>-229 636</b>	<b>-1 233 793</b>
<b>Netto rapportert til løyvingsrekneskapen</b>		<b>420 866 123</b>	<b>407 444 868</b>
<b>Oversikt over mellomvære med statskassa</b>			
<b>Eigedelar og gjeld</b>		<b>2018</b>	<b>2017</b>
Skyldig skattetrekk		-1 340 773	-1 247 682
Skyldige offentlege avgifter		-17 149	3
Anna gjeld		-16	17 244
<b>Sum mellomvære med statskassa</b>	<b>8</b>	<b>-1 357 939</b>	<b>-1 230 435</b>

**NOTE 1 INNBETALINGAR FRÅ DRIFT**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Innbetalingar frå gebyr</b>		
Kontrollgebyr, film	4 911 959	5 162 488
Kontrollgebyr, video	7 030 394	8 665 712
Kontrollgebyr, klistremerke	1 823	4 130
Kontrollgebyr, trykte merke	1 248 662	1 523 110
Gebyr kringkasting	67 750	0
<b>Sum innbetalningar frå gebyr</b>	<b>13 260 588</b>	<b>15 355 440</b>
<b>Innbetalingar frå tilskott og overføringar</b>		
Tilskott frå EU	0	387 776
Tilskott frå organisasjonar og stiftingar	0	250 000
Tilskott frå andre departement	1 040 000	1 100 000
<b>Sum innbetalningar frå tilskott og overføringar</b>	<b>1 040 000</b>	<b>1 737 776</b>
<b>Sals- og leigeinnbetalningar</b>		
Tilfeldige inntekter	0	10
<b>Sum sals- og leigeinnbetalningar</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
<b>Sum innbetalningar frå drift</b>	<b>14 300 588</b>	<b>17 093 226</b>

**NOTE 2 UTBETALINGAR TIL LØNN**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Lønn	26 833 453	27 795 487
Arbeidsgivaravgift	4 357 589	4 371 536
Pensjonsutgifter*	3 041 464	3 238 542
Sjukepengar og andre refusjonar (-)	-697 120	-712 436
Andre ytingar	2 228 465	1 066 263
<b>Sum utbetalningar til lønn</b>	<b>35 763 851</b>	<b>35 759 392</b>
<b>Tal på årsverk</b>	<b>38</b>	<b>44</b>

\* I resultatrekneskapen blir pensjonar kostnadsførte basert på faktisk samla premie for rekneskapsåret.

**NOTE 3 ANDRE UTBETALINGAR TIL DRIFT**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Husleige	4 069 569	3 954 701
Andre utgifter til drift av eigedom og lokale	471 386	480 951
Reparasjon og vedlikehald av maskiner, utstyr mv.	1 630	7 481
Mindre utstyrskjøp	-39 393	623 768
Leige av maskiner, inventar og liknande	1 531 671	1 258 100
Kjøp av framande tenester	13 756 601	8 474 239
Reiser og diett	1 034 424	1 181 422
Andre driftsutgifter	2 371 808	2 323 935
<b>Sum andre utbetalningar til drift</b>	<b>23 197 696</b>	<b>18 304 597</b>

**NOTE 4 FINANSINTEKTER OG FINANSUTGIFTER**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Innbetaling av finansinntekter</b>		
Renteinntekter	0	0
Valutagevinst	0	0
Anna finansinntekt	0	0
<b>Sum innbetaling av finansinntekter</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Utbetaling av finansutgifter</b>		
Renteutgifter	0	200
Valutatap	0	0
Anna finansutgift	0	0
<b>Sum utbetaling av finansutgifter</b>	<b>0</b>	<b>200</b>

**NOTE 5 UTBETALING TIL INVESTERINGAR OG KJØP AV AKSJAR**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Utbetaling til investeringar</b>		
Immaterielle egedelar og liknande	39 000	0
Driftslausøyre, inventar, verktøy og liknande	0	321 370
<b>Sum utbetaling til investeringar</b>	<b>39 000</b>	<b>321 370</b>

**NOTE 6 INNKREVJINGSVERKSEMD OG ANDRE OVERFØRINGAR TIL STATEN**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Sektoravgift	11 942 353	0
<b>Sum innkrevjingsverksemd og andre overføringar til staten</b>	<b>11 942 353</b>	<b>0</b>

**NOTE 7 TILSKOTTSFORVALTNING OG ANDRE OVERFØRINGAR FRÅ STATEN**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Tilskott til ikkje-finansielle føretak	376 395 801	371 386 318
<b>Sum tilskottsforvaltning og andre overføringar frå staten</b>	<b>376 395 801</b>	<b>371 386 318</b>

## NOTE 8 SAMANHENG MELLOM AVREKNING MED STATSKASSA OG MELLOMVÆRE MED STATSKASSA

Del A Forskjellen mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa			
	30.12.2018	30.12.2018	
	Spesifisering av bokført avrekning med statskassa	Spesifisering av rapportert mellomvære med statskassa	Forskjell
<b>Omløpsmidlar</b>			
Kundefordringar	1 231 473	0	1 231 473
<b>Sum</b>	<b>1 231 473</b>	<b>0</b>	<b>1 231 473</b>
<b>Kortsiktig gjeld</b>			
Leverandørgjeld	-456 629	0	-456 629
Skyldig skattetrekk	-1 340 773	-1 340 773	0
Skyldige offentlege avgifter	-17 152	-17 149	-3
Anna kortsiktig gjeld	-16	-16	0
<b>Sum</b>	<b>-1 814 571</b>	<b>-1 357 939</b>	<b>-456 632</b>
<b>Sum</b>	<b>-583 098</b>	<b>-1 357 939</b>	<b>774 841</b>

Del B Spesifisering av investeringar i aksjar og selskapsdelar							
	Ervervsdato	Tal på aksjar	Eigardel	Stemmedel	Resultat for 2018	Balanseført eigenkapital i selskapet	Balanseført verdi i rekneskapen*
Aksjar							
Opplagskontrollen	01.05.2001	102	33,3	33,3	25 196	167 700	34 000
<b>Balanseført verdi 30.12.2018</b>							<b>34 000</b>

\* Investeringar i aksjar er bokførte til innkjøpskost. Balanseført verdi er den same i både kontospesifikasjonen og kapitalrekneskapen til verksemda.



ISBN: 978-82-91977-76-8

Ansvarlig utgiver / published by: Medietilsynet

Grafisk utforming / graphics: Bly.as

Kontakt/contact: [post@medietilsynet.no](mailto:post@medietilsynet.no)

[www.medietilsynet.no](http://www.medietilsynet.no)