



ÅRSRAPPORT



Medietilsynet  
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY



**Medietilsynet**

NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

---

Materialet i denne publikasjonen er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Materialet i denne publikasjonene er videre tilgjengelig under følgende Creative Commons lisens:

Navngivelse-Ikkekommersiell-Del På Samme Vilkår 3.0 Norge, jf:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/no/>

Det innebærer at du har lov til å dele, kopiere og spre verket, samt å bearbeide (remikse) verket, så fremt følgende tre vilkår er oppfylt:

---

#### NAVNGIVELSE

Du må navngi lisensgiver, oppgi en lenke til lisensen, og indikere om det er gjort endringer. Du kan gjøre dette på en rimelig måte, men ikke på en måte som på noe vis indikerer at lisensgiver bifaller deg eller din bruk.

---

#### IKKEKOMMERSIELL

Du kan ikke benytte materialet til kommersielle formål.

#### DEL PÅ SAMME VILKÅR

Dersom du remixer, bearbeider eller bygger på materialet, må du distribuere dine bidrag under samme lisens som originalen.



---

ÅRSAPPORT 2014

Ansvarlig utgiver: Medietilsynet

Grafisk formgivning: Page Black

ISBN: 978-82-91977-36-2

# INNHALD

DEL I	<b>LEDERS BERETNING</b>	<b>4</b>
DEL II	<b>INTRODUKSJON TIL VERKSEMDA OG NØKKELTALL</b>	<b>6</b>
	200 ÅR MED GRUNNLOV OG YTRINGSFRIHET	9
DEL III	<b>ÅRETS AKTIVITETAR OG RESULTAT</b>	<b>12</b>
	TILSYN, OVERVAKING OG KONSESJONAR	13
	Allmennkringkasting	13
	Skadeleg innhald	14
	Reklame	16
	Sponsing	16
	Produktplassering	17
	Lokalradio	18
	AMT-direktivet	18
	Viktige hendingar på tv	19
	Teksting	19
	VEILEDNINGS- OG INFORMASJONSARBEID	20
	Beskyttelseslov med styrket barneperspektiv	21
	Hva vet vi om mediekompetanse i Norge?	23
	BARN OG MEDIER: 2014 - MÅL, MENING OG FREMTID	24
	De viktigste funnene i Barn og medier 2014	25
	Hva har vi gjort for å beskytte barn og unge?	26
	DIGITALRADIOOPPLYSNING TIL FOLK OG BRANSJE	28
	DEN ØKONOMISKE SITUASJONEN TIL MEDIA	29
	MEDIESTØNAD	31
	VERKEMIDDEL OG RESSURSBRUK	33
DEL IV	<b>STYRING OG KONTROLL</b>	<b>36</b>
DEL V	<b>VURDERING AV FRAMTIDSUTSIKTER</b>	<b>38</b>
DEL VI	<b>ÅRSREGNSKAP</b>	<b>40</b>



# DEL I LEDERS BERETNING

Året 2014 var preget av mange endringer innenfor Medietilsynets ansvarsområde. Mye av det dreide seg om den praktiske oppfølgingen av vedtak som var fattet tidligere og som nå ble satt ut i livet, mens andre oppgaver gjaldt forarbeid og innspill til ny lovgivning. I begge tilfeller er det den teknologiske utviklingen som er driveren. I begge tilfeller fører det til at foruten Medietilsynets økonomiske virkemidler dreies virksomheten sakte men sikkert fra tradisjonelt tilsyn til utredning, rådgivning, informasjon og bransjekontakt.

Et eksempel på det første er norsk tilslutning til det europeiske AMT-direktivet og påfølgende endringer i kringkastingsregelverket. Dette har ført til at det nå blir flere aktører å forholde seg til. Det er ikke lenger bare kringkasterne som skal følge loven, men også dem som tilbyr såkalte audiovisuelle bestillingstjenester. Altså det vi selv kan bestille, når vi ønsker det, på skjerm, telefon eller brett. Disse nye aktørene måtte identifiseres og informeres, slik at de kunne være rustet til å oppfylle regelverket på sine felt. Og de kan omfatte alt fra reklame til sponning og produktplassing. Samtidig får de nå også forpliktelser i forhold til for eksempel europeiske programandeler.

Et eksempel er at det nye plattformnøytrale produksjonstilskuddet ble innført i 2014. Det er en følge av at papiroplagene synker og stadig flere aviser blir nettbaserte. Her tok tilsynet i bruk et nytt system for beregning av tilskuddet. Selv om dette systemet ga klare fordeler både i forhold til presisjon og tidsbruk, gikk det likevel med store ressurser til kjøp og implementering. For første gang fikk en ren digital nyhetspublikasjon produksjonstilskudd som følge av omleggingen.

En illustrasjon på virksomheten i 2014 er det betydelige arbeidet som ble nedlagt overfor Kulturdepartementet i forbindelse med å utforme og fremme en ny lov om beskyttelse av barn og unge mot skadelig påvirkning fra billedmediene. Hensikten her er å ha et enhetlig regelverk for beskyttelse uansett hvilken plattform de unge møter inntrykkene på. Igjen er det teknologien som er driveren, og igjen er mye av tilsynets arbeid knyttet til informasjon og bransjekontakt.

I en situasjon hvor mye av regelverket på mediesektoren er under endring, skaper dette også føringer for hvordan selve tilsynsaktiviteten brukes. Etter at produktplassing ble tillatt i 2013 var det både viktig å få undersøkt om publikum oppfattet merkingen av dette og at kringkasterne ble kontrollert for om de fulgte regelverket. Medietilsynet gjorde begge deler i 2014, og erfaringene viste at det er rom for forbedringer på begge områder. I og med at den nye beskyttelsesloven skal omfatte alle plattformer, og at aldersgrensene endres, undersøkte tilsynet både hvordan vannskillet ble praktisert for tv-programmer. Konklusjonen synes å være at vannskillet blir godt praktisert av kringkasterne.

I tillegg til dette har Medietilsynet et ganske omfattende informasjonsansvar. Det gjelder for eksempel på spesielle områder, som når tilsynet informerer publikum og bransjer om den forestående digitalovergangen på radio. 2014 var et viktig år her, i og med at det våren 2015 skal foreligge grunnlag for den endelige politiske beslutningen om når FM-nettet skal avvikles for riksdekkende sendinger.

Blant de mer faste informasjonsoppgavene avslørte årets allmennkringkastingsrapport et varsel om hva som vil skje når forpliktelsene faller bort. En av de riksdekkende

radiokanalene hadde allerede kuttet ut de fleste forpliktelsene, og ble ilagt et kraftig gebyr for det. Årets økonomirapport viste at medievirksomhetenes omsetning økte med 8,9 prosent fra 2009 til 2013. Det er også verdt å merke seg at NRKs andel av kringkasternes driftsinntekter har gått kraftig ned de siste ti årene. Dette forsterkes ytterligere ved at premium-tv-inntekter og strømmetjenester som Netflix og HBO ikke er inkludert i tallmaterialet.

Medietilsynet arbeider på bred front med å styrke mediekompetansen i befolkning og ikke minst trygge barn og unges mediehverdag på alle plattformer. Her gir Barn og medierundersøkelsen et viktig bidrag til videre forståelse og handling. Denne undersøkelsen ble finansiert av flere departementer og blir utført hvert annet år. Det er også gjennomført en omnibusundersøkelse for å kartlegge den voksne befolkningens kjennskap til medieregulering.

Medietilsynets virksomhet har stor nytte av en internasjonal kontaktflate. På kringkastingssiden har vi i mange år vært medlemmer av den europeiske plattformen for reguleringsmyndigheter, EPRA. I 2014 ble vi også invitert til å delta som observatør i ERGA, den nye medietilsynsorganisasjonen i EU. Tilsynet var også vertskap for «International Film Classifiers Conference» som i år var lagt til Norge. Disse – og annen internasjonal deltakelse – gir viktige impulser for vårt hjemlige arbeid. Ikke minst skaper det nettverk som er av uvurderlig betydning.

I en periode med mye lovgivnings- og utviklingsarbeid er Medietilsynets utredninger og assistanse til Kulturdepartementet sterkt økende. For 2014 er det beregnet til tre årsverk, forsiktig anslått. Dette faller klart innenfor Medietilsynets arbeidsområde og styrende dokumenter. Imidlertid kan bestillinger, omfang og hyppighet utgjøre en utfordring i forhold til den planleggingsvirksomhet tilsynet må ha i forhold til risiko og vesentlighet. Uansett har Medietilsynet i 2014 gjort organisasjonsendringer for å bli mer robust. Blant annet er det opprettet en stabsløsning for å styrke informasjon og planlegging.



**Tom Thoresen**

*direktør*

# DEL II INTRODUKSJON TIL VERKSEMDA

## Formål

Medietilsynet blei etablert 1. januar 2005 etter samanslåing av tre tidlegare verksemdar innanfor medieområdet. Tilsynet ligg under Kulturdepartementet sitt ansvarsområde og er staten sitt fagorgan på medieområdet.

Regjeringa si overordna målsetjing på medieområdet er å sikre ytringsfridom, eit levande demokrati og rettstryggleik i samfunnet. Medietilsynet skal gjennom arbeidet sitt bidra til:

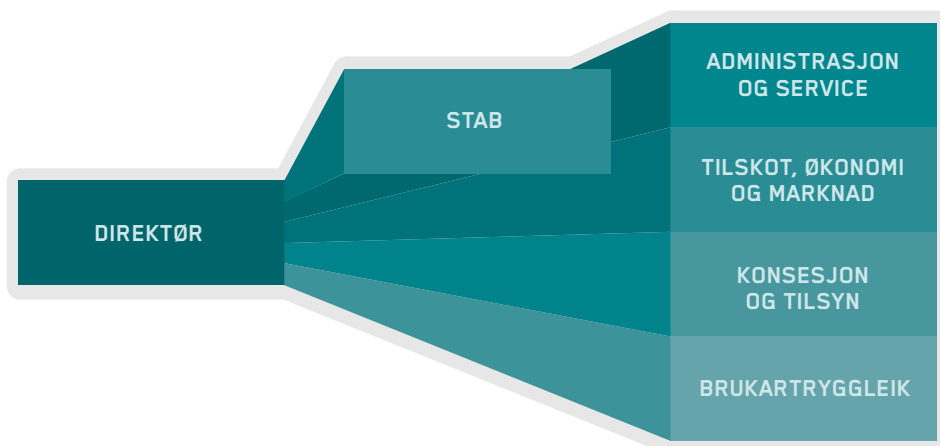
- mangfald og kvalitet i norske medium
- ei sterk allmennkringkasting
- mangfald i medieeigarskap
- trygg bruk av medium blant barn og unge
- auka mediekompetanse i befolkninga

Medietilsynets verkemiddel og oppgåver spenner over eit vidt område, frå tilsynsverksemd etter reglar for tv- og radiosendingar, aldersgrensesetjing for kinofilm, løyving og forvaltning av kringkastingskonsesjonar, administrasjon av mediestønad til blant anna avisar, rettleiingsverksemd overfor barn og unge, til fagleg støtte for Kulturdepartementet. Verksemda fører også tilsyn med marknads- og eigarforhold i dagspresse og kringkasting.

Vårt arbeid rettar seg mot heile befolkninga, ein samla mediebransje samt offentlege og private verksemdar som er i kontakt med ansvarsområda våre. Tilsynet deltar også i internasjonalt samarbeid på mediefeltet, eksempelvis innanfor kringkastingssektoren, filmområdet og unge sin bruk av digitale medium og dataspel.

## Organisering

Medietilsynet blir leidd av direktør Tom Thoresen og held til i Fredrikstad. Verksemda er delt inn i fire fagområde med ein eigen stabs- og informasjonseining tilknytt direktøren. Stabsfunksjonen blei etablert i 2014 for å styrkje og vidareutvikle planleggingsarbeidet i tilsynet.

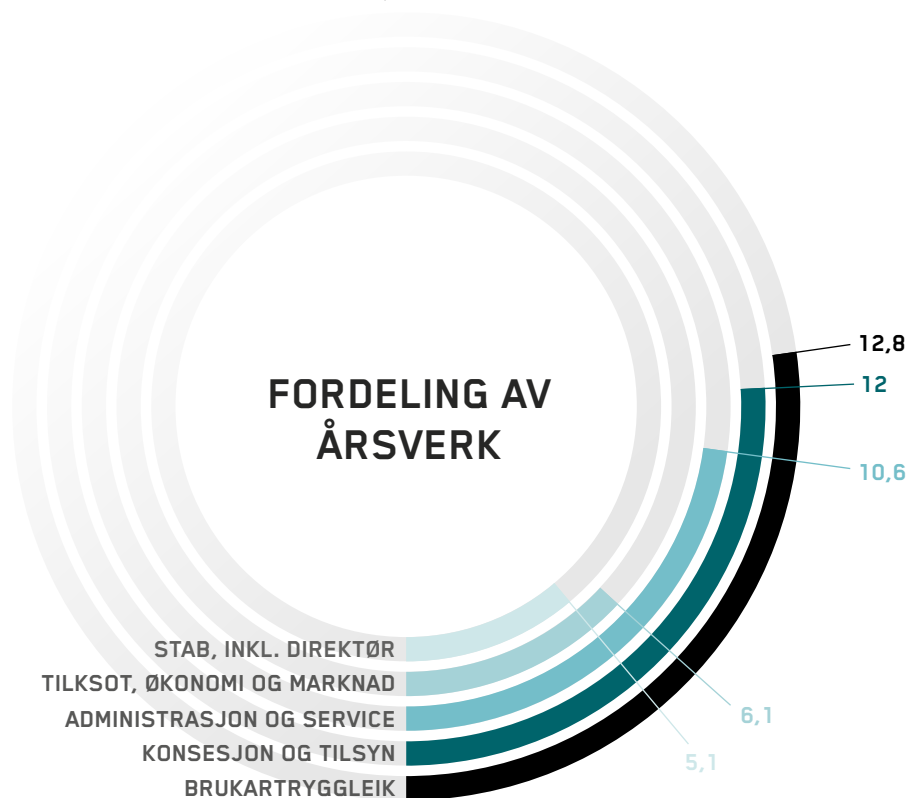


Verksemda sysselsette nærmare 47 årsverk i 2014. Gudmund Gjølstad tiltredde som ny administrasjonssjef hausten 2014, mens tidlegare leiar av administrasjonsområdet, Aase-Gunn Engø, gjekk inn i nyoppretta stilling som stabsdirektør.

Leiinga i Medietilsynet:



Frå venstre: **Gudmund Gjølstad**, administrasjonssjef, **Gudbrand Guthus**, direktør for området konsesjon og tilsyn, **Aase-Gunn Engø**, direktør stab, **Tom Thoresen**, direktør, **Tor Erik Engebretsen**, direktør for området tilskot, økonomi og marknad, **Eva Liestøl**, direktør for området brukartryggleik.



Medietilsynet blir finansiert over statsbudsjettet med midlar som Kulturdepartementet stiller til disposisjon gjennom årleg tildelingsbrev. Tilsynet sin rekneskap blir ført etter kontantprinsippet. Fullstendig årsrekneskap med kommentarar kjem fram av del VI.

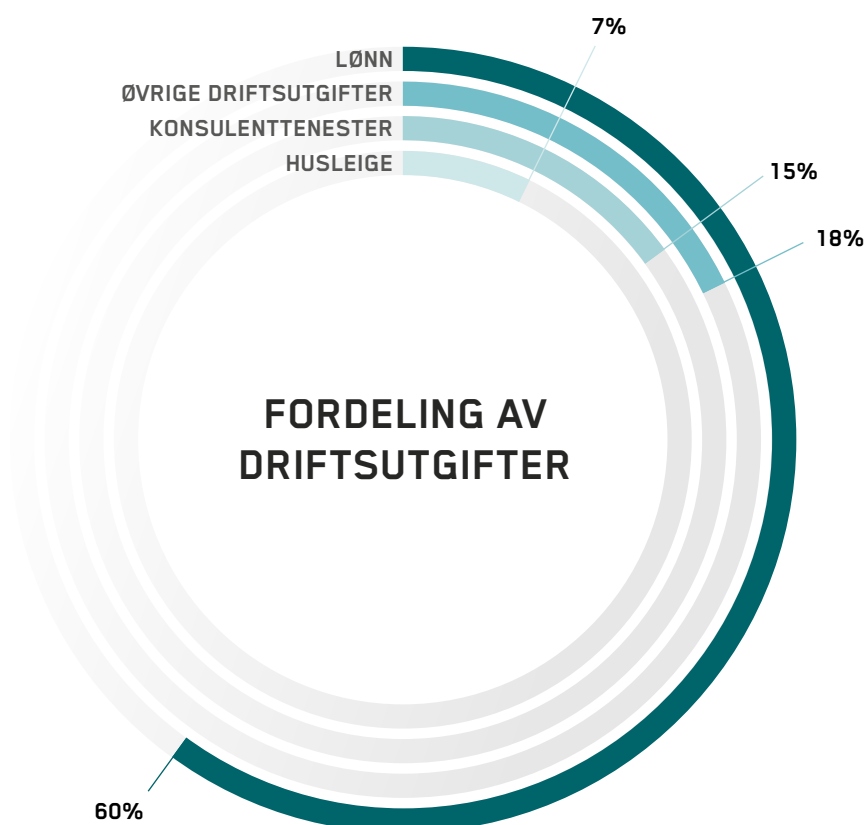
### Nøkkeltal

Nøkkeltala er baserte på informasjon frå årsrekneskapen i del VI. Tala blir forklarte og utdjupa nærmare under ressursbruk i del III

## NØKKELTAL FRA ÅRSREKNESKAPEN

TAL PÅ ÅRSVERK	42	47
SAMLA TILDELING POST 01-99	51 564 000 KR	52 292 000 KR
UTNYTTINGSGRAD POST 01-29	93,4 PST.	100 PST.
DRIFTSUTGIFTER	49 184 339 KR	53 139 017 KR
LØNNSDEL AV DRIFTSUTGIFTER	60 PST.	60 PST.
LØNNSUTGIFT PER ÅRSVERK	699 974 KR	688 678 KR

■ 2014 ■ 2013





# 200 ÅR MED GRUNNLOV OG YTRINGSFRIHET



**Tom Thoresen**

*direktør*

I januar 1814 endte den vel 400 år lange foreningen mellom Danmark og Norge. Kieltraktaten slo fast at Norge skulle være i union med Sverige. Som kjent grep nordmennene sjansen, og fikk allerede 17. mai samme år sin egen grunnlov ferdig. Dermed forlot Norge også et enevelde hvor det var selvsagt med sensur og ble etter tidens mål et moderne demokrati, der konstitusjonen slo fast i sin paragraf 100 at «Trykkefrihed bør finde Sted».

Riktignok var unntakene fra denne friheten mer omfattende i 1814 enn i dag. Eksempelvis gir ikke lenger Grunnloven vern mot «Ringeagt mod Religionen, Sædelighed eller de konstitutionelle Magter». Likevel var spranget langt fra en eneveldig sensurstat til et demokrati der «Frimodige Ytringer, om Statsstyrelsen og hvilkensomhelst anden Gjenstand, ere Enhver tilladte.»

Den beskyttelse mot sensur som Eidsvollsfedrene ville ha for aviser og bøker gjelder nå også for radio, film, tv, internett og sosiale medier.

## Endringer og forpliktelser

I løpet av disse 200 årene har paragraf 100 blitt endret en rekke ganger, både som følge av den tekniske utviklingen, og fordi samfunnets normer og verdier endrer seg. «Trykkefrihed» er blitt til ytringsfrihet. Den beskyttelse mot sensur som Eidsvollsfedrene ville ha for aviser og bøker gjelder nå også for radio, film, tv, internett og sosiale medier. Mens vi altså ikke lenger ser fullt så alvorlig på blasfemi eller majestetsfornærmelse. Ut over beskyttelsen av ytringsfriheten har staten også fått andre forpliktelser: «Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale.»

## Regulering for mangfold

Dette er blitt kalt infrastrukturkravet i Grunnloven. Det danner grunnlaget for så vel støtte til som regulering av mediene. For å motvirke pressedød og opprettholde en differensiert dagspresse ble pressestøtten innført i 1969. Den har steget jevnt og trutt fra en beskjeden start på 3,7 millioner til nær 365 millioner for 2015. Tankegangen er at et variert pressemønster er en viktig forutsetning for demokratiet, for informasjon og samfunnsdebatt. For å sikre en fri og uavhengig presse tildeles derfor også støtten til de berettigede etter objektive kriterier som opplag og utgivelseshyppighet. Ikke alle er berettiget. Men momsfrirket nyter alle godt av. Det støtter derfor også opp under den varierte pressefloraen.

## Endret bruk og teknologi får følger for pressestøtten

Som kjent faller papiroplagene for avisene, selv om Norge fortsatt er et av de mest avislesende land i verden. Samtidig øker overgangen til nettutgaver sterkt. I 2014 ble det derfor åpnet for at også nettaviser kan få del i pressestøtten, som ble omdøpt til mediestøtten. I tillegg vedtok flertallet på Stortinget at nullmoms for både papiraviser og elektroniske utgaver skulle utredes som et av alternativene for moms på mediene.

### Frykt for eierskapsmonopol

Det er ikke bare markedskreftene i snever forstand som kan true bredde og mangfold i mediene. Stortinget vedtok i 1997 en egen lov om eierskap i media. Frykten var at en eller få dominerende medieiere i seg selv kunne være truende for ytringsmangfoldet. Det ble derfor satt grenser for hvor store andeler som hver enkelt eier kunne sitte på. Men også her skaper den tekniske utviklingen nye utfordringer. Regjeringen har nå bestemt at lovverket skal revideres og at ansvaret for inngrep blir flyttet fra Medietilsynet til Konkurransetilsynet.

### Allmennkringkasting – fra enerett til åpning for flere

En tredje vei å møte infrastrukturkravet på er å opprettholde allmennkringkasting i Norge. Det betyr at radio og tv skal by på varierte programmer, informasjonsmangfold, kultur og underholdning. Allmennkringkastingen skal «inform, educate and entertain», som det heter hos BBC, og den skal nå hele befolkningen. Gjennom 1980-årene forsvant NRKs enerett til dette. Fra 1992 fikk vi også riksdekkende privat radio og tv gjennom P4 og TV 2. De tekniske sendemulighetene var slik at myndighetene kunne stille krav til innhold, det vil si allmennkringkasting som gjenytelse for konsesjonene til å sende. NRK har disse kravene gjennom vedtektene sine.

### Digitalisering øker mangfold og konkurranse

Etter hvert som digital distribusjon blir vanlig for kringkasting blir imidlertid ikke sendemulighet lenger en knapp ressurs. Dermed reduseres også muligheten til å stille innholds krav til kommersiell kringkasting. Samtidig møter tradisjonell kringkasting skarpere konkurranse fra nettbaserte tilbud som er mer ensidig orientert mot underholdning. I en slik situasjon vil det være viktig å styrke allmennkringkastingen også innen nye teknologier. Det vil gjelde NRK, men kanskje også andre. Også her vil det være demokratiske behov for allsidig informasjon og kunnskap.

Medietilsynet har også viktige oppgaver med tanke på en av de få innskrenkningene i ytringsfriheten som Grunnloven nevner direkte: «Forhåndssensur og andre forebyggende forholdsregler kan ikke benyttes med mindre det er nødvendig for å beskytte barn og unge mot skadelig påvirkning fra levende bilder.»

### Frihet til ytring, men ikke uten beskyttelse

Infrastrukturkravet i Grunnlovens paragraf 100 må forstås som myndighetenes forpliktelse til å ivareta mediemangfold og alternative veier til kunnskap, informasjon og debatt. Det er selve grunnlaget for demokratiet. Medietilsynet har også viktige oppgaver med tanke på en av de få innskrenkningene i ytringsfriheten som Grunnloven nevner direkte: «Forhåndssensur og andre forebyggende forholdsregler kan ikke benyttes med mindre det er nødvendig for å beskytte barn og unge mot skadelig påvirkning fra levende bilder.»

I halvparten av de to hundre årene vi har hatt Grunnloven, har vi hatt tilsyn med kinofilm, det vil si så lenge filmen har eksistert i Norge. I 1913 fikk vi Filmloven og Statens filmkontroll. Mye har endret seg siden da. Nå kaller vi det tilsyn og ikke kontroll, og det er skadelighet og ikke egnethet som står sentralt. Grunnloven setter strenge grenser for kontrollen, noe som også støttes opp gjennom annen lovgivning.

### Tilsyn med «levende bilder»

Medietilsynet har tilsynsansvar også for andre «levende bilder» enn dem vi møter på kinoen. Det kan for eksempel tas stikkprøvekontroll av DVD og Blu-ray som er registreringspliktige for omsetning i Norge. Dette for eventuelt å fjerne materiale som er i strid med straffeloven. Også for kringkasting er det et tilsynsansvar på innholdssiden. Det kan eksempelvis

gjelde i forhold til regelverket for reklame, sponsorvirksomhet eller produktplassering. Men også her kan det gjelde beskyttelse av barn og unge. I praksis anviser kringkastingsloven et noe strengere regime, særlig for grov vold og pornografi, enn straffelovens bestemmelser. Noe innhold er derfor ulovlig, men svært mye reguleres etter det såkalte «vannskilleprinsippet». Det vil si at noe innhold skal sendes etter visse tidspunkter på døgnet. Felles for dette tilsynet med kringkasting er at det ikke kan foretas forhåndskontroll. Det skjer ved kommunikasjon av regler og retningslinjer, og kan eventuelt føre til tilsyn i ettertid. Etter at Norge for et par år siden sluttet seg til EUs direktiv for audiovisuelle tjenester, har grunnlaget for slikt tilsyn blitt kraftig utvidet. Nå skal tilsvarende regler og tilsyn også gjelde for kringkastingslignende tjenester på nett.

### Aldersgrensene går inn i alle formater

Allerede i 1921 ble det innført aldersgrenser for kinofilm. Da ble det skjelnet mellom film for voksne og film for barn. Disse aldersgrensene er blitt mer finmaskede etter hvert, men etter endringen av Grunnloven i 2004 er det ikke lenger forhåndskontroll av film for voksne. Det vil si at Medietilsynet kan sette aldersgrense opp til 15 år, mens voksenfilm, altså film med en 18-års aldersgrense må ikke forhåndskontrolleres.

Barn og unge møter i dag film og «levende bilder» mange andre steder enn på kino, foran tv-skjermen eller en avspillingsmaskin. Ikke minst er internett en kilde til informasjon og underholdning. Gjennom smarttelefoner og nettbrett er dette svært nærværende og svært tilgjengelig. Tilsynsåret 2014 ble derfor avsluttet med at Stortinget vedtok en ny «Lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelige bildeprogram mv.» Hensikten med denne loven er få en mer plattformnøytral lovgivning rundt beskyttelsen av barn og unge. Foruten kinofilm, tv, DVD og Blu-ray vil loven også omfatte audiovisuelle bestillingstjenester som for eksempel Video on Demand og klikkefilm. Tanken er at de unge skal møte de samme aldersgrenser og andre beskyttelsestiltak uansett på hvilken plattform de møter filmen. Mye her vil avhenge av at bransjen selv får et større ansvar og at Medietilsynet skal informere og fastsette retningslinjer.

### Rettigheter trumfer innskrenkninger

Grunnloven stiller strenge krav til inngrep mot ytringsfriheten, både i begrunnelse og med hensyn til lovfesting. I mediesammenheng er forhåndskontroll bare tillatt overfor levende bilder og bare i forhold til mindreårige. Det er rettighetene som er hovedregel og innskrenkninger som er unntaket. Slik er det også i FNs barnekonvensjon, der barn har rett til informasjon og opplevelser på sine egne premisser, men også beskyttelse.

Et av våre viktigste arbeidsområder er derfor det vi kaller mediekompetanse. Forståelsen av medienes være og virkemåte, aktsomhet og kritisk bruk, kildeforståelse og innsikt i årsak og virkning er alfa og omega i dette.

### Mediekompetanse fører oss videre

Grunnlovens ånd må være styrende for alt Medietilsynet gjør. Det betyr at informasjon, kunnskapsutvikling, rådgivning og samspill med brukerne blir stadig viktigere i moderne medielovgivning- og tilsyn. Et av våre viktigste arbeidsområder er derfor det vi kaller mediekompetanse. Forståelsen av medienes være og virkemåte, aktsomhet og kritisk bruk, kildeforståelse og innsikt i årsak og virkning er alfa og omega i dette. Dette betyr at vi får store og krevende oppgaver. Økt mediekompetanse er tvingende nødvendig om vi skal oppfylle Grunnlovens forutsetning om et levende demokrati og en tilstrekkelig beskyttelse av våre yngste.

De 112 Eidsvollsmennene hadde ikke forstått stort av dagens medievirkelighet om de hadde tatt en tidsreise 200 år fram i tid, men forhåpentligvis hadde de nikkert anerkjennende til måten vi ivaretar ytringsfriheten på.

# DEL III ÅRETS AKTIVITETAR OG RESULTAT

# TILSYN, OVERVAKING OG KONSESJONAR

Det som har gjennomsyrt 2014 er endringar i regelverk og lovgiving. Dette er ei naturleg følgje av at media blir endra, men også folk sine medievanar. Det blei innført fleire nye reglar i kringkastingsregelverket, noko som førte til at fleire aktørar kom inn under medieregulering, nemleg dei som tilbyr audiovisuelle bestillingstenester. Ei ny lov for levande bilete har også vore under utarbeiding, og for Medietilsynet har året vore prega av praktisk gjennomføring av nytt regelverk og arbeid med det nye som skal kome. Vi har arbeidd tett saman med Kulturdepartementet med utgreiingar og rapportar, og tett på medieaktørane for å sikre at dei er rusta til å oppfylle regelverket på feltet sitt. Tilsyna vi har gjort har dermed blitt prega av både gammalt og nytt eller komande regelverk, og vi har forsøkt å leggje til rette for at både bransje og publikum skal vere klare for det som kjem.



- NRK, TV 2, P4 og Radio Norge er allmennkringkastarar i Noreg i dag
- Å vere ein allmennkringkastar inneber føringar for innhaldet dei skal tilby til publikum. Det er ein samfunnskontrakt mellom kringkastar og staten
- Det er kringkastarane sjølve som foreslår og søker om forpliktingane dei må overhalde dersom dei vil bli allmennkringkastarar
- Ved brot på krava kan dei kommersielle allmennkringkastarane få sanksjon i form av åtvaring, gebyr eller tvangsmulkt frå Medietilsynet. Det er Kulturdepartementet som er NRK si generalforsamling og følgjer opp eventuelle brot hos NRK
- Medietilsynet har etter kringkastingslova tilsyn med allmennkringkastingsforpliktingane og gir årleg ut Allmennkringkastingsrapporten

## ALLMENNKRINGKASTING

Allmennkringkasting er rekna som eit viktig samfunnsoppdrag både i norsk og europeisk tradisjon. Kjernen i dette oppdraget er nettopp å gi eit variert innhald og relevant informasjon om aktuelle saker til alle grupper i samfunnet. I eit allmennkringkastingsperspektiv er det både teoretisk og empirisk grunnlag for å reise spørsmål om marknaden aleine vil gi den variasjonen og breidda i innhaldstilbodet vi som samfunn ønskjer ut frå eit sosialt, demokratisk og kulturelt perspektiv.

Slutten på ein æra – frå knapp til rikeleg tilgang for kringkastarane

Allmennkringkastingsrapporten for 2013 var vår tiande evaluering av allmennkringkastingstilbodet. Det var også det siste året i den tiårige konsesjonen til dei kommersielle kringkastarane på FM-nettet. Frå 2014 til 2017 har Radio Norge og P4 fått forlengt konsesjonane sine, men det blir stilt langt færre krav til allmennkringkastingstilbodet dei skal levere. Dette illustrerer at digitaliseringa av radio representerer eit vegskilje for allmennkringkastinga. Når digitaliseringa av radio er gjennomført, vil det ikkje lenger vere behov for å påleggje radioane programforpliktingar. På same måte gjekk TV 2 sin allmennkringkastingskonsesjon ut samtidig med at fjernsynsnettet blei digitalisert i 2009. Men etter eit år utan ein kommersiell allmennkringkastar på tv i 2010, fekk TV 2 frå 2011 ein avtale med staten som inneber at TV 2 sin hovudkanal er forplikta til å ha eit visst allmennkringkastingstilbod. Avtalen varer ut 2015.

Samfunnsoppdraget møter marknaden

Det kan vere god grunn til å forvente at digitaliseringa av media vil gi ei rekkje nye innhaldstilbod. Erfaringa frå allmennkringkastingstilsynet så langt har vist at det er dei innhaldstilboda som kan kallast smale, anten ut frå tema eller målgruppe, som er under press. Dette gjeld blant anna tilbodet til barn og unge, tilbodet til minoritetsgrupper, tilbod innan livssyn, natur og vitskap og smale kulturtilbod. Det same gjeld programsjangrar som er redaksjonelt og økonomisk ressurskrevjande, nærmare bestemt programtypar som krev fordjuping og analytisk tilnærming.

Den gode trenden blei broten i 2014

Det årlege allmennkringkastingstilsynet hjelper til å vise dei samfunnsoppdraga som desse fire medieaktørane har og kva innhald publikum kan forvente av allmennkringkastarane. Samtidig viser erfaringa at det årlege tilsynet bidrar til å sikre at forpliktingane blir etterlevde.

I Allmennkringkastingsrapporten for 2013 var vurderinga at NRK, TV 2

og P4 i dei store og det heile oppfylte krava til allmennkringkastingstilboda sine. Radio Norge avvikla dei fleste konsesjonsbetinga programma allereie i juni dette året, noko som var eit brot på allmennkringkastingskrava. Trenden med at allmennkringkastingstilbodet samla sett stadig blei styrkt år for år, blei dermed broten i 2014.

### For mange og for drastiske kutt

I 2013 kutta Radio Norge tilbodet innan fleirkultur, barn, unge, dei nye eldre, samisk, natur og vitenskap, livssyn og forbrukarstoff frå og med juni. Medietilsynet vurderte at dei gjennomgåande og markante brota på dei forpliktande programleveransane gjorde at dei overordna krava til tematisk og sjangermessig breidde ikkje var oppfylte. Som følgje av at så mange program blei tekne av lufta, blei det også ein markant nedgang i verbandelen i Radio Norge sine sendingar. I 2013 var den berre på ein knapp fjerdedel av sendetida. Radio Norge forklarte manglande oppfylling med at krava til allmennkringkastingstilbodet ville bli endra frå 2014. Medietilsynet vurderte at manglande leveranse av eit høgt tal på programtilbod i heile sju av tolv månader, var eit alvorleg brot. Av omsyn til likebehandling av Radio Norge og P4 blei det varsla at det ville bli reist tilsynssak.

Radio Norge blei ilagt eit gebyr for brot på krava til tematisk og sjangermessig breidde, tilbod til både breie og smale grupper og kravet til rikeleg verbandel. Gebyret blei sett til 700 000 kroner.

### Faktagrunnlag for framtidens allmennkringkasting

Allmennkringkastingsbiletet slik vi har lært det å kjenne, er no i endring. Dagens situasjon er at dei kommersielle allmennkringkastarane får færre innhaldsforpliktingar og at dei til slutt ikkje vil bli pålagt krav om eit bestemt innhaldstilbod. Dersom NRK blir ståande aleine som allmennkringkastar, blir krava og forventningane som blir stilte til NRK sitt allmennkringkastingsoppdrag, enda viktigare for å vareta målet om eit godt riksdekkjande allmennkringkastingstilbod. Vi meiner derfor at det årlege allmennkringkastingstilsynet vil vere eit viktig faktagrunnlag for den komande allmennkringkastingsmeldinga frå Kulturdepartementet.



## SKADELEG INNHOLD

### Tv-program

Våren 2014 kontrollerte vi program som blei sende mellom 19 og 21, det såkalla «minivasskiljet», der aldersgrensa er sett til 11 år. Vi kontrollerte 80 timar med tv-sendingar frå totalt ti ulike kanalar. Utvalet tv-program som blei valde baserte seg på sjåardelar for 9 - 15-åringar frå SSB sitt Mediebarometer 2012 og eigenrapporterte kanal- og programval frå ungdom mellom 9 og 16 år i Medietilsynets Barn og medier 2014. Kontrollen avdekte ingen brot.

### Haustkontroll med tanke på nye aldersgrenser

Tema for kontrollen hausten 2014 var knytt opp til arbeidet med å utforme nye retningslinjer for aldersklassifisering av biletprogram etter den nye «beskyttelsesloven». I tillegg til å undersøkje brot på vasskiljereglane, var det eit poeng å sjå gjennom flest mogeleg ulike programformat og programsjangrar både på tv og hos bestillingstenester, for så å klassifisere programma med tanke på framtidige nye aldersgrenser. Totalt blei 73 timar tv-sendingar hos sju utvalde kanalar kontrollerte, og 21 program frå ni ulike bestillingstenester. Kontrollen avdekte ikkje noko graverande brot. Kontrollen var svært viktig i arbeidet vårt med å utarbeide dei nye retningslinjene for aldersklassifisering.

### Programbladkontroll

Medietilsynet gjennomførte også to såkalla «programbladkontrollar» i 2014. Dette er kontrollar der informasjon om aldersgrensene i programoversiktene frå tv-kanalane blir sjekka. Tema for programbladkontrollane var programsetjing av spelefilmar i påska og jula 2014 (t.o.m. 1. januar 2015). Ingen av desse kontrollane avdekte forhold som førte til oppfølging.

I tillegg til ovannemnde kontrollar har vi gjennomført enkelte stikkprøvekontrollar og også følgt opp tips frå publikum. Det er Medietilsynet si vurdering at norske kringkastarar i stor grad overheld vasskiljereglane.

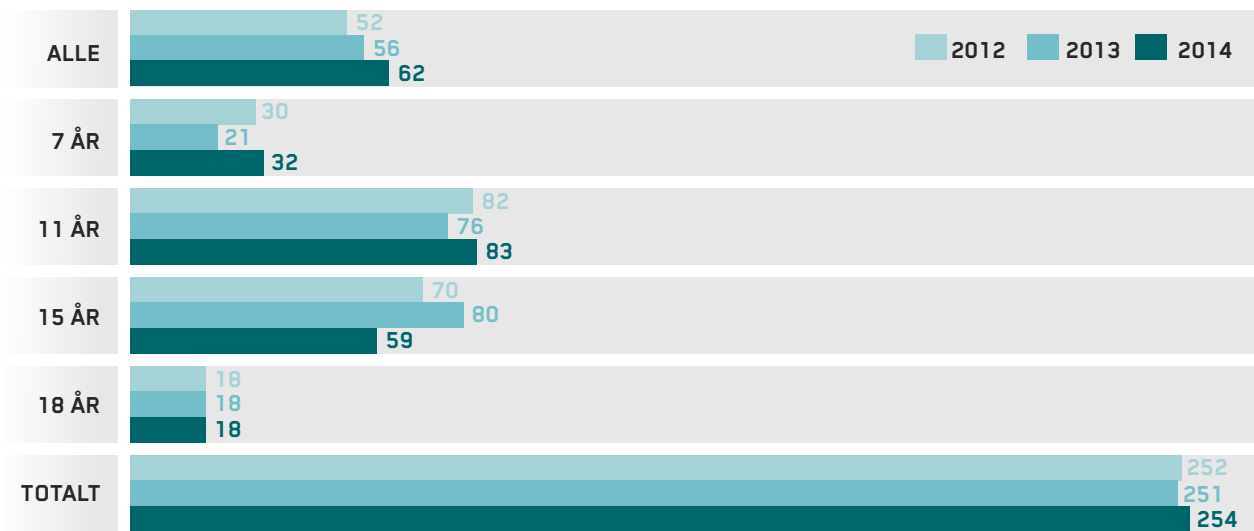
- Barn og unge skal bli verna mot skadeleg innhald på tv og i kinofilm
- Medietilsynet skal førehandsvurdere all kinofilm og alle kinotrailerar, og har tilsyn med det såkalla vasskiljet på tv etter film- og videogramlova og kringkastingslova
- Medietilsynet skal ikkje vurdere kva som er passande, men jobbe ut frå kva som er skadeleg for barn og unge. Dette blir gjort av barne- og mediefaglege sakkunnige, og vi bruker barne- og ungdomspanel aktivt i arbeidet
- Medietilsynet har som oppgåve å registrere alle videoar som skal omsetjast i næring, altså utleige og sal av DVD/ Blu-Ray og klikkefilm (Video on Demand). Formålet med registreringsordninga er å motverke spreing av ulovleg vald og porno

## Kinofilm

I 2014 blei 237 filmar, 13 kortfilmar og 258 trailerar registrerte og vurderte hos Medietilsynet. Figuren under viser tal på vurderte og registrerte spelefilmar for perioden 2010 til 2014.

Potensielt innskrenka tilgjenge for barn og unge  
Ein film, *The Raid 2 – Berandal*, blei vurdert av Medietilsynet til å måtte visast med 18-årsgrense på grunn av store mengder svært brutale, detaljerte og blodige draps- og valdsskildringar. Dei resterande sytten spelefilmane med 18-årsgrense blei registrerte av distributør utan førehandskontroll. Ser vi på denne gruppa filmar er det grunn til å tru at fleirtalet av desse filmane ikkje har eit innhald som tilseier ei 18-årsgrense. Ein konsekvens

### SPELEFILMAR FORDELTE ETTER ALDERSGRENSE I PERIODEN 2010-2014



av dette er at barn og unge har ein innskrenka rett på tilgang til filmar på kino dei elles ikkje nødvendigvis vil ta skade av å sjå. Distributørane gjer ofte opp tidspress, lite marknadspotensial og økonomiske omsyn som årsak til at dei ikkje ønskjer å førehandskontrollere desse filmane.

### To klagesaker på aldersgrense

I 2014 fekk Klagenemnda for film og videogram to klagesaker på aldersvedtak - filmane *Divergent* og *Kråkeungen*. Medietilsynet gav *Divergent* 15-årsgrense i mars. Etter klage frå distributøren, Norsk Film distribusjon AS, blei saka send til Klagenemnda som endra vedtaket og gav filmen 11-årsgrense. Europafilm AS si klage på Medietilsynet sitt vedtak i september om 11-årsgrense på filmen *Kråkeungen* blei derimot ikkje teken til følge av nemnda.

### Registreringsordninga for videogram har liten effekt

Nedgangen i omsetning av videogram blir synleg i talet på registreringar gjorde hos Medietilsynet. Talet har vore fallande sidan 2007. Til saman 3 387 videoar blei registrerte i 2014. Dette er ein nedgang på 18 prosent samanlikna med 2013, og på over 50 prosent sidan 2010.

Medietilsynet meiner at denne ordninga har ein avgrensa effekt. Det er rimeleg å tru at innhald som er forbode etter straffelova, ikkje blir forsøkt registrert av distributørar i det heile tatt, men at innhaldet blir spreitt gjennom andre kanalar enn tradisjonelle videoforhandlarar - som for eksempel global distribusjon direkte til norske forbrukarar.

Sal og utleige av fysiske videogram, hovudsakleg i form av DVD og Blu-ray, er sterkt redusert, samtidig som nettbaserte filmtjenester aukar. Etter estimerte tal frå Film & Kino ville verdien av strøymetjenester og andre filmtjenester på nett eller tv for fyrste gong passere den tradisjonelle DVD-marknaden i 2014.



- Annonserne kjøper sendetid av kringkasterne for å selje produkta sine. Dette skjer blant anna gjennom reklameinnslag. Dette er regulert av kringkastingslova
- Medietilsynet skal føre tilsyn med at det ikkje blir sendt meir enn totalt 12 minutt reklame i timen på tv og radio



- Kommersiell kringkasting kan motta sponsorbidrag, forutsett at dette ikkje går på bekostning av den redaksjonelle integriteten
- Hovudformålet med reglane om sponsoridentifisering er å ha eit skarpt skilje mellom reklame og sponning
- NRK kan også motta sponsorbidrag, men med enkelte atterhald
- Sponsorplakatane må visast ved inn- og utfasing av programmet og kan ikkje ha ei lengde på over ti sekund per sponsor, og totalt 30 sekund
- Medietilsynet fører tilsyn med sponning på tv og radio gjennom kontrollar og publikumstips

## Erotikk og ulovleg innhald

Totalt 1 193 videoar blei i 2014 registrerte med tilrådd aldersgrense 18 år. Over 90 prosent av desse er videoar med erotisk innhald. Erotikk utgjør om lag ein tredjedel av alle registrerte videoar. Til saman 1 084 registreringar var innanfor denne sjangeren i 2014.

I 2014 vurderte Medietilsynet totalt ti videoar, ni av dei var i sjangeren erotikk. Den siste filmen var i sjangeren skrekkfilm. Ingen av dei vurderte videoane blei funne i strid med straffelova.

## REKLAME

### Nytt for publikum i 2014

OL i Sotsji blei sendt på reklamefinansierte TV 2. Dette representerte noko nytt for publikum. Det var uvant at OL-sendingane blei avbrotne av reklameinnslag, og samtidig kom dei nye reglane om plassering av reklame. Dei nye reglane gir kringkastaren høve til sjølv å fastsetje når sportssendingar utan fastsette pausar skal avbrytast med reklame, innanfor ramma på 12 minutt per time.

### Dialog og tilsyn med TV 2 gjennom heile OL

Medietilsynet hadde sett inn mange ressursar under OL, og førte tilsyn med at reglane om reklamevolum, reklameavbrot, sponsorplakat og produktplassing blei overhaldne. Tilsynet hadde tidleg dialog med TV 2 der vi orienterte om dei nye reglane samtidig som vi opplyste at vi ville følgje med på korleis reglane blei praktiserte under hendinga. Vi etablerte effektive kommunikasjonskanalar inn mot TV 2, slik at problematiske forhold raskt blei tekne opp og løyst.

Tilsynet hadde løpande loggføring av reklamevolum på TV 2 sin hovudkanal gjennom heile OL. Denne viste at TV 2 gjennomgåande låg godt under det tillatne maksimumet for sending av reklame, og monaleg lågare enn kanalen gjer i ei «normal» veke.

## SPONSING

### Åtvaringar gav ønskt effekt

OL-kontrollen avdekte to sponsoridentifiseringar på TV 2 som ikkje var i tråd med regelverket. Dette gjaldt sponseplakat for 180.no og Tine. I sponsorplakaten for 180.no konkluderte Medietilsynet med at tilleggsinformasjonen «lett å bruke – lett å huske» var lovstridig. Når det gjaldt sponsorplakaten for Tine, fann Medietilsynet at det var brukt element frå Tines reklamekampanje, noko som ikkje er tillate. TV 2 fekk åtvaring for forholda.

I svaret sitt understreka TV 2 at dei i framtida vil ha meir merksemd knytt til sponning i kontakten sin med byrå og bindeledd, og at dei generelt vil forsterke fokus på dette i sin kommunikasjon direkte med sponsorane. På bakgrunn av dette konkluderer vi med at kontrollen har hatt positiv effekt.

### To brot våren 2014

I april blei det gjennomført kontroll med eit utval sponsorplakat. Kontrollen avdekte eitt brot på reglane om sponsoridentifisering. Det gjaldt sponsorplakaten for Arla på TVNorge i samband med programmet *Fire stjerners middag*. Gjennomgangen av same program avdekte også manglande merking av produktplassing. Medietilsynet gav TVNorge ei åtvaring for forholda. I mai blei det på nytt avdekt ei sponsoridentifisering som hadde element frå ein reklamekampanje, denne gongen for Djuice på TVNorge. TVNorge blei gitt ei åtvaring for dette forholdet, og TVNorge opplyste at dei hadde teke innslaget bort frå sponsorplakaten.





- Produktplassering skjer ved at ein produsent betaler for at ei bestemt vare eller teneste skal opplevast som ein naturleg del av programmet eller filmen
- Kringkastaren er forplikta til å opplyse deg som sjåar om at du blir utsett for produktplassering
- Medietilsynet oppmodar kringkastarane til tydeleg merking av slike program

## PRODUKTPLASSERING

Framleis nytt for det norske publikumet

Produktplassering på tv blei lovleg i Noreg i 2013 og er framleis relativt nytt for det norske publikumet. I 2014 gjennomførte Medietilsynet ei undersøking om folk sin kjennskap til produktplassering som viste at stadig fleire kjenner til kva merkinga av produktplassering i tv-program betyr. Dei som kjente til merkinga auka frå seks prosent i 2013 til 26 prosent i 2014. Dei som har sett merkinga av produktplassering auka frå 13 prosent i 2013 til 33 prosent i 2014.

Publikum treng god merking

Den auka kjennskapen er eit resultat av ein god praksis som er jobba fram både hos kringkastarane og Medietilsynet. Det er framleis mykje å gå på – og tilsynet fortset dette arbeidet vidare.

I mai blei det avdekt manglande merking av produktplassering i programmet *Fire stjerners middag*. Dette gav vi TVNorge åtvaring for. Etter dette opplyste TVNorge at dei no har etablert nye rutinar for ytterlegare å sikre at merkinga av produktplassering ikkje fell ut.

Våren 2014 gjennomførte Medietilsynet ein kontroll med reglane om produktplassering. Følgjande kanalar og program blei kontrollerte:

TVNorge: *Neste sommer, Helt perfekt*

TV 2: *Samurai sikkerhet, Toget – på sporet av en morder*

Totalt blei 14 episodar kontrollerte.

I serien *Samurai sikkerhet* på TV 2 blei det avdekt manglande merking av produktplassering etter reklameinnslag. TV 2 fekk åtvaring for dette forholdet.

Rettleiing og oppfølging gir godt samarbeid med kringkastarane

Hausten 2014 gjennomførte Medietilsynet ein ny kontroll med produktplasseringsreglane. Følgjande kanalar og program blei kontrollerte:

TV 2: *Farmen, Best av de beste, Dritseint med Edel*

TV 2 Bliss: *Bloggerne*

TVNorge: *I kveld med Ylvis Live, Sinnasnekker 'n*

NRK: *Drømmeturen*

Totalt blei 17 episoder kontrollerte.

Medietilsynet avdekte at merkinga av produktplassering i *Sinnasnekker 'n*. (TVNorge), *Farmen* og *Best av de beste* (TV 2) var utydeleg slik at den var vanskeleg å oppfatte for sjåarane. Tilsynet orienterte TV 2 og TVNorge om funna med oppfordring om å merke tydelegare.

To episodar av serien *Drømmeturen* på NRK blei kontrollerte på bakgrunn av tips frå publikum om at produktplasseringa var i strid med kva som er tillate i NRK sine program. Medietilsynet konkluderte med at innhaldet ikkje var av ein slik art at det var grunnlag for å reise tilsynssak. Medietilsynet ferdigstilte ein rettleiar om produktplassering våren 2014 som har fått god mottaking, særleg hos tilbydarar som tidlegare ikkje har vore underlagt kringkastingsregelverket.



- Det er tre typar lokalradio; 24/7-radio, allmennradio og nisjeradio
- Medietilsynet vurderer søknader og gir konsesjonar for dei som vil drive lokalradio. Vi fører også tilsyn med konsesjonærene
- I ein konsesjonsperiode forpliktar radiokanalane seg til å oppfylle krava dei sjølve har erklært og fått tilslag på

## LOKALRADIO

### Liten nedgang i analoge lokalradioar

Per 31. desember 2014 var det 238 lokalradiokonsesjonar i Noreg. 30 av desse var 24/7-konsesjonar, 79 allmennradiokonsesjonar og 129 nisjeradiokonsesjonar. Dette er ein liten nedgang frå dei tre føregåande åra, og det er nisjeradiokonsesjonane som blir færre. Nedgangen i talet kan delvis forklarast ved at fleire har gått over til netradio og digital distribusjon.

### Stabilt konsesjonsår

Noverande konsesjonsperiode for lokalradio starta opp 1. januar 2010 og varer fram til 2017. Vi har innvilga fem nye konsesjonsøknader, avslått ein og har hatt tre søknader til behandling i 2014. I tillegg har vi gjort tolv vedtak om overføring av konsesjonar. Sett i forhold til 2013 er dette talet relativt stabilt. Det er ikkje gjennomført tilsyn av lokalradio i 2014. Alle spørsmål frå publikum er følgde opp utan behov for tilsynssaker.

### Ingen nye konsesjonar

Medietilsynet har innført ei praksisendring der hovudregelen er at det ikkje blir gitt nye konsesjonar og at søknader om konsesjonsoverføring med visse unntak ikkje blir behandla. Dette gjer vi for å gi stabilitet for lokalradiobransjen i resten av konsesjonsperioden. Denne praksisendringa har blitt godt mottatt av bransjen.

### Nye rammevilkår for lokalradio

Kulturdepartementet er no i gang med å undersøkje og planleggje framtidige rammevilkår for lokalradiobransjen i samband med digitaliseringa av radiomediet. Det er forventast at departementet kjem med ei stortingsmelding om temaet i løpet av våren 2015.

### Digital lokalradio i prøveperiode

Medietilsynet har i nært samarbeid med Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom), lagt til rette for ein prøveperiode for digital lokalradio. Ved utgangen av 2014 er det gitt 17 anleggskonsesjonar i Lokalradioblokka. Det betyr at det er 20 regionar som er ledige. Det er berre kort tid igjen av prøveperioden, og all utbygging i prøveperioden skjer for eiga rekning og risiko. Det er derfor ikkje sannsynleg at det kjem søknader til desse regionane.

Det er gitt 24 nye innhaldskonsesjonar for lokalradio på DAB i 2014. Totalt er det 45 innhaldskonsesjonar i Lokalradioblokka, fordelt på sendaranlegg i fire regionar: Østfold, Akershus, Haugaland, og Solør/Hedmarken. Hovuddelen av dei nye innhaldskonsesjonane er gitt i Østfold, som blei sett i full drift i 2014.

## AMT-DIREKTIVET

### Europeisk programandel

Innan 1. april 2015 skal dei som tilbyr audiovisuelle bestillingstenester for fyrste gong rapportere til Medietilsynet kor stor del av europeiske verk dei har i programkatalogen sin. Målet er å fremje europeisk produksjon av program og seriar. I 2014 utarbeidde vi eit rapporteringssystem og sende brev til alle som tilbyr tenestene, med informasjon og rettleiing om korleis andelen skal rapporterast. Dette har vore godt mottatt av bransjen, og arbeidet vil bli vidareført i 2015.

Mens kringkastarane må rapportere årleg om den europeiske andelen, skal dei som tilbyr bestillingstenester rapportere kvart fjerde år.



- AMT-direktivet er eit EU-direktiv og er teke inn i den norske kringkastingslova
- Audiovisuelle bestillingstenester er levande bilete og lyd, formidla gjennom tv, kabel eller nett, som du kan spele av når du vil, for eksempel Sumo, VGTV eller Netflix
- Medietilsynet pliktar å ha ei oversikt over norske aktørar, og hente inn informasjon om europeisk programandel



- Det norske tv-publikum skal ikkje betale for å sjå det som blir definert som «viktige hendingar»
- Kringkastingslova skal på dette området sikre ein god konkurranse mellom aktørane og at sendingane kjem alle til gode
- Ein tv-kanal som fyller vilkåra kan krevje å få senderettar til hendingane
- Dersom tv-aktørane ikkje kjem til semje, kan Medietilsynet fastsetje pris



- NRK må tekste alle dei ferdigproduserte program sine, samt direktesende program mellom 18 og 23 dersom det er teknisk og praktisk mogleg
- Dei kommersielle tv-kanalane må også gjere dette dersom dei har ein sjåardel på over fem prosent. I 2014 var dette TV 2 og TVNorge

## VIKTIGE HENDINGAR PÅ TV

Vanskeleg å nå fram for alle tv-kanalar

Konkurransen i tv-marknaden har blitt skjerpt dei siste åra. Gratis tv-kanalar kan derfor ha avgrensa moglegheiter for å nå fram i bodrundar om senderettar til store idretts- og kulturarrangement. Det kan derfor vere ein risiko for at sendingar frå slike hendingar berre vil bli tilgjengelege for publikum på betal-tv. For å hindre dette blei det frå 1. juli 2014 innførte nye reglar i kringkastingsforskrifta.

I 2014 utarbeidde Medietilsynet retningslinjer for framgangsmåten i slike saker, og korleis sjølve vederlaget skal fastsetjast. Desse retningslinjene vil skape mest mogleg førehandskjende vilkår for bransjen.

Desse hendingane er omfatta av reglane:

- OL – sommar- og vinterleikane
- EM og VM i fotball for menn i sin heilskap, medrekna kvalifiseringskampar med norsk medverknad
- EM og VM i handball for kvinner
- Cupfinalen i fotball for menn
- VM på ski i nordiske greiner
- VM i alpint
- Holmenkollen FIS World Cup Nordic
- VM i skiskyting

Med mindre noko anna er spesifisert omfattar lista alle greiner og øvingar i ein meisterskap – både for kvinner og menn.

## TEKSTING

TV 2 teksta gjennom heile OL

For å gi døve og høyrselshemma gode tv-opplevingar var Medietilsynet i dialog med TV 2 i framkant av OL-sendingane frå Sotsji for å sikre eit tilfredsstillande nivå ved teksting av direktesendingar. Vi følgde opp med ein heilskapleg gjennomgang av direktetekstinga i TV 2 hovudkanalen sin sendeflate under OL. Kontrollen viste at TV 2 sin hovudkanal direkteteksta både store og små øvingar og hadde eit godt tilrettelagt tilbod med teksting av alt frå OL-studio og medaljeseremoniar til langrenn og bob.

Mange publikumsspørsmål

Medietilsynet har fått fleire spørsmål om manglande teksting av TV 2 sine direktesendingar, og vi har hatt jamleg dialog med kanalen om korleis denne regelen skal følgjast. Særleg har vi vore opptekne av at TV 2 arbeider aktivt for å finne løysingar. Omsynet til at heile befolkninga skal ha reell tilgang til tilbodet til kringkastarane er viktig. Medietilsynet er godt fornøgd med at TV 2 frå januar 2015 får på plass teksting av direktesendingane.

Følgjer opp TVNorge i 2015

I oktober bad Medietilsynet TVNorge gjere greie for den generelle praksisen sin når det gjeld teksting på kanalen. Vi bad også om å særleg gjere greie for forskjellar mellom SD- og HD-kanalar. Bakgrunnen for oppmodinga var at vi har mottatt fleire publikumsspørsmål om manglande teksting sidan regelen om teksting trådte i kraft i 2013. Etter vår vurdering gav TVNorge sitt svar eit godt utgangspunkt for vidare oppfølging i 2015.



# VEILEDNINGS- OG INFORMASJONSARBEID

Veiledning og informasjon er hjørnesteinene i hvordan et moderne medietilsyn vil og skal fungere. Vi er hele tiden i kontakt med bransjen, og velger veiledning og samtaler som metode for å legge til rette for en god etterlevelse av loven. Samtidig er vi stadig i kontakt med publikum, enten de oppsøker oss eller vi dem, for å se hvordan dette utarter seg i praksis. Det må være en effekt også for befolkningen for at vi kan si at våre mål er nådd. Vi skal være tydelige, klare og åpne. Gjennom hele 2014 har vi jobbet med nye nettsider. Dette er mye mer enn et teknisk arbeid. Vi har funnet ut av hvem våre målgrupper er, hva slags informasjon disse målgruppene ønsker, og ikke minst; hvordan vi kan bidra med den informasjonen. Vi går mot 2015 med en styrket felles bevissthet når vi snakker med publikum, bransje og fagmiljøer.

## BESKYTTESESLOV MED STYRKET BARNEPERSPEKTIV

I 2013 var Medietilsynet “fødselshjelpere” til en ny og potensielt mer oppdatert lovgivning som skal gi barn og unge bedre beskyttelse mot skadelig bildeprogrammer. Kulturdepartementet sendte lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelige bildeprogram på høring, og den omfattende, tidkrevende og viktige demokratiske prosessen mot en lovendring var i gang. I desember 2014 ble loven vedtatt.

### Større spenn og europeisk lov

Forslaget innebar nye aldersgrenser som skulle tas i bruk – ikke bare på kinofilm, men også på tv, enkelte nettavisers tv-tjenester, klikkefilm og Video on Demand.

Endringer i nasjonal lovgivning på mediefeltet innebar også at Kulturdepartementet sendte forslaget på EØS-høring. En ny lov, som ikke bare dreier seg om kinofilm, men også omfatter kringkasting og beskyttelsestiltak for audiovisuelle bestillingstjenester, måtte samstemme med regler om skadelig innhold fra EUs direktiv om audiovisuelle medietjenester (AMT-direktivet). Høringsrundene ble etterfulgt av Medietilsynets samarbeid med Kulturdepartementet om utformingen av lovforslaget, og i juni 2014 kunne regjeringen legge Prop. 123 L Lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelige bildeprogram frem for Stortinget. Lovforslaget er ferdigbehandlet, og loven vil tre i kraft i løpet av 2015. I den nye loven blir statlig forhåndskontroll av kinofilm opprettholdt. Så hva er nytt, og hvorfor er det nødvendig?

### Når kartet ikke stemmer med terrenget

Beskyttelse av barn mot skadelig påvirkning fra visuelle medier (film, tv, video) har i mange år vært basert på at forskjellige medietyper har ulikt regelverk. Et stadig økende antall distribusjons- og visingsformer har ført til at barn og unge opplever filmer og tv-program på mange ulike plattformer og steder. Denne situasjonen har forsterket misforholdet mellom lovenes intensjon om å gi barn og unge beskyttelse og et minimum av, eller mangel på, regler i den medievirkeligheten barn og unge opplever. Det juridiske kartet stemte rett og slett ikke med det medielandskapet barn og unge beveget seg i. Medietilsynets forhåndskontroll av kinofilm følger ett sett av retningslinjer, mens videodistributører setter en anbefalt aldersgrense uten plikt til å følge tilsynets aldersgrense.

### Oppdaterte aldersgrenser

Den nye loven innebærer også at aldersgrenser blir bedre tilpasset barn og unges utviklings- og modenhetstrinn. Aldersspranget mellom 7 år og 11 år og 15 år og 18 år har lenge vært et tema med tanke på de utviklingsmessige endringene barn gjennomgår. Ledsagerordningen har demmet opp for altfor uheldige situasjoner, men temaer som tenåringer er særlig interessert i kan være lite aktuelt å se sammen med foreldre. De nye aldersgrensene blir tillatt for alle, 6 år, 9 år, 12 år, 15 år og 18 år.

### Retningslinjer for aldersgrenser på alle bildeprogrammer

Den nye beskyttelsesloven vil erstatte dagens fragmenterte system med et felles og mer enhetlig lovverk for kinofilm, video, kringkasting og nett-tv. Den kommende loven innebærer ikke bare nye aldersgrenser, men også like aldersgrenser for kinofilm, kringkasting, DVD, klikkefilm og nett-tv. For Medietilsynet betyr nye aldersgrenser også nye retningslinjer for aldersklassifisering. Ettersom beskyttelsesloven gir flere bransjer ansvar for aldersgrensesetting, må også retningslinjene være anvendelig for alle bildeprogrammer som omfattes av loven. I første omgang begynte tilsynets sakkyndige å gjennomføre systematiske “dobbeltvurderinger” høsten 2014. Dette ble gjort for at vi skulle ha et godt erfaringsgrunnlag for arbeidet med nye retningslinjer. Kartleggingen av bransjer og visningssteder begynte

høsten 2014. En mer omfattende oversikt vil komme på plass i 2015 slik at aktørene får god veiledning om hva de bør forberede seg på å håndtere av ansvar og plikter.

En tidsplan for nødvendig kunnskapsdeling, justeringer og styrking av medarbeideres kompetanse ble påbegynt i 2014. Det videre arbeidet med konkrete tilpasninger vil også måtte sette sitt preg på 2015.

### Flere plikter til flere bransjer

Beskyttelsesloven vil innebære en forenkling for bransjene først og fremst fordi de alle skal forholde seg til ett regelverk og samme aldersgrenser.

Beskyttelsesloven inneholder tre tiltak eller plikter som vil gjelde for alle de formidlingsmåtene som omfattes av loven:

- plikt til å sette aldersgrense på filmer/program enten de formidles på kino, tv, video eller nett-tv
- plikt til å informere publikum om aldersgrensen på en tydelig og nøytral måte
- plikt til å sette i verk tiltak for å sikre at den fastsatte aldersgrenser overholdes

Statlig forhåndskontroll av kinofilm vil fortsette være Medietilsynets ansvar, men kinoene vil selv alderstilpasse trailere. Flere bransjer vil få plikt til å informere om aldersgrenser og å sette aldersgrenser basert på retningslinjer fra Medietilsynet. Medietilsynets vedtak skal kunne påklages, men regjeringen ønsker at Klagenemda for mediasaker, ikke nåværende Klagenemd for film og videogram, skal behandle disse.

### Bedre informasjon til publikum, bedre beskyttelse til barn

At reglene for beskyttelse av barn er forskjellig på kinofilm, tv og video har naturlig nok vært krevende å forstå for publikum og vanskelig for Medietilsynet å formidle. Med ny lov vil publikum møte et mer helhetlig beskyttelsessystem med nye, men like aldersgrenser på kinofilm, tv-program, nett-tv, DVD/Blu-ray og klikkefilm. Bransjen vil få plikt til å opplyse om aldersgrenser, og publikum vil kunne se om de tar sitt ansvar.

Mye av barn og unges mediekonsum foregår på hjemmearenaen, og den egentlige beskyttelsen vil handle om hvorvidt foreldre kan foreta informerte valg for sine barn. På tv vil «vannskillereglene» fremdeles gjelde. For audiovisuelle bestillingstjenester stilles det krav om systemer for foreldrekontroll, som for eksempel PIN-kodebeskyttelse som gir restriksjoner på gitte typer innhold. Publikum vil kunne komme med tips og på den måten være mer i kontakt med tilsynet.

### Optimisme blandet med realitetsorientering

Et fremtidsønske er at voksne vil få den informasjonen de trenger for å beskytte sine barn og at unge får den informasjon de trenger for å beskytte seg selv. I den 16 år gamle utredningen *Ytringsfrihed bør finde sted* (NOU 1999:27) slås det fast at ”Den spesielle bekymring for det bildemedierte budskap reflekteres fremdeles i lovreguleringen”. Med tanke på denne beskrivelsen kan det se ut til at den nye loven gir uttrykk for en ikke bare fortsatt, men økt, bekymring for bildemedierte budskap.

Medietilsynet håper at den nye beskyttelsesloven skal redusere publikums eventuelle bekymring og skape mindre forvirring. Det er viktig å legge til rette for realistiske forventinger til beskyttelsessystemet. For selv om den nye loven er plattformnøytral og gjelder både kino, tv, video og nett, gjelder den ikke innhold som sendes fra andre land enn Norge.

## HVA VET VI OM MEDIEKOMPETANSE I NORGE?

Det nasjonale samarbeidsnettverket om mediekompetanse er fundamentet i Medietilsynets arbeid med mediekompetanse. Initiativet til Mediekompetanserapporten 2014 har sitt utspring fra dette nettverket. I 2014 fikk Medietilsynet laget en systematisk oversikt over studier av mediekompetanse i den norske befolkningen fra de siste fem årene.



Studiene tar for seg ulike typer mediekompetanse i befolkningen, og disse ble sammenstillet og analysert. Ut fra denne kartleggingen vet vi nå hva vi har kunnskap om og dermed også hvor vi mangler kunnskap.

Hovedfunn fra Mediekompetanserapporten 2014:

- Studiene dekker området brukerferdigheter best.
- De gjennomgåtte studiene gir et mer nyansert bilde av data- og internettferdigheter i voksenbefolkningen enn blant barn og unge.
- Samlet sett gir alle studiene et bedre bilde av mediebruk hos barn, sammenlignet med voksne.
- Studiene viser at det er skiller i ferdigheter og mediebruk knyttet til alder, kjønn, innvandringsgrupper og sosioøkonomisk status.
- Mediekompetanse forstått som kritisk forståelse, er kun delvis undersøkt i de gjennomgåtte studiene. Flere av komponentene er ikke belyst i tilstrekkelig grad.
- Det mangler studier som belyser kunnskap om medier og regulering i voksenbefolkningen.
- Komponenten sosiale relasjoner er relativt godt undersøkt men ingen studier ser på deltakelse i den offentlige debatten.
- Innholdsproduksjon med digitale medier er i noen grad undersøkt når det gjelder barn, men dette er lite undersøkt blant voksne i de gjennomgåtte studiene.

Et av funnene som utmerket seg var at vi mangler kunnskap om medier og medieregulering i den voksne delen av befolkningen, og Medietilsynet gjennomførte derfor en omnibusundersøkelse for å vite mer om dette. Resultatene viste blant annet:

- 3/4 av befolkningen kjenner til at enkelte aviser og radiokanaler får offentlig støtte i Norge.
- 86 prosent av befolkningen sier de (noen gang) har vært i tvil om programmet/artikkelen de har sett eller lest er laget av andre enn redaksjonen. 13 prosent svarer at de opplever dette ofte. 23 prosent opplever det en sjelden gang.
- «Å forhindre at enkeltaktører får for stor makt over hva som publiseres», «ulike meninger» og «allsidig medieinnhold» trekkes frem av flest som bakgrunnen for at vi har en medieeierskapslov.
- Et klart flertall av befolkningen tror man setter aldersgrenser fordi «innholdet kan være både upassende og skadelig for de under aldersgrensen». Dette gjelder for alle medietyper – kino, dataspill, film / program på tv / nett-TV og DVD / filmleie på nett.
- Rundt 40 prosent av befolkningen kjenner ikke til hvilke organisasjoner som har ansvaret for å følge opp klager på ulikt medieinnhold. Kjennskapen/kunnskapen er ikke signifikant høyere blant de som har barn i husstanden, med et lite unntak for Barneombudet.

Denne kunnskapen vil Medietilsynet bygge videre på i arbeidet sitt, både internt og i de norske og internasjonale nettverkene.

# BARN OG MEDIER: 2014

## MÅL, MENING OG FREMTID

Barn og medier-undersøkelsene avdekker barns brukermønstre, mediekompetanse og mediekultur i dag, men gir oss samtidig innblikk i hva som vil være den fremtidige voksne foreldregenerasjonens holdninger og kompetanse. Datamaterialet til *Barn og medier* gjennom ti år er unikt. Ingen annen norsk undersøkelse har over så lang tid og med så stor base undersøkt barn og unges medievaner. Vi sitter på den digitale generasjonens oppvekst og tidlige håndtering av en rekke voksentemaer som personvern, kildekritikk, opphavsrett og digital dannelse. Den vil Medietilsynet følge videre.



Ingen myndighet, ingen lover, ingen sanksjoner

Barn og unges bruk av internett er ikke regulert av én nasjonal lov. Til forskjell fra andre av våre oppgaver om beskyttelse av barn og unge, har vi verken myndighet eller mulighet til å gi sanksjoner dersom hensynet til barns rettigheter ikke blir ivaretatt. Barn og unge kan utføre handlinger som strider mot for eksempel straffeloven, men slike saker vil være politisaker og ikke tilsynssaker.

Gjennom informasjonsarbeid og kampanjer har Medietilsynet Trygg bruk (2003-2014) medvirket til at flere aktører i det nasjonale nettverket nå går sammen om å tilrettelegge for trygg bruk av digitale medier for barn og unge. Dette arbeidet er mer et oppdragerprosjekt enn en politisak. For det enkelte barn handler det om å ha tilstrekkelig kunnskap til å beskytte seg selv og etisk bevissthet til ikke å skade andre.

Barn og medier-undersøkelsene som Medietilsynet har gjennomført siden 2003 ble også for 2014 finansiert av tiltaksmidler fra Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, Kommunal- og moderniseringsdepartementet, Justis- og beredskapsdepartementet, Kunnskapsdepartementet og Kulturdepartementet.

Skillet mellom å vite og å gjøre

Men hva vet barn og unge? Vet de hvordan de skal skjerme sine personopplysninger, vet de at trusler på nett er straffbart, vet de hvem de kan søke hjelp hos dersom de opplever mobbing? Er de kjent med kildekritikk på nett, eller oppfatter de mer eller mindre alt de finner på nettet som kvalitetssikkert? Og hva gjør barn og unge? «Bare tuller» de med andre på nett, men selv hevder de å bli mobbet?

Hva vet egentlig foreldre om egne barns mediekompetanse, og hvor kompetente er de selv til å bidra med veiledning og gode råd?

Spørreundersøkelsen blant barn og unge og foreldre blir gjort for å kartlegge endringer i barn og unges mediebruk. Analysen av funnene blir lagt til grunn for forslag til tiltak som enten Medietilsynet gjennomfører alene eller i samarbeid med andre aktører i det nasjonale nettverket.

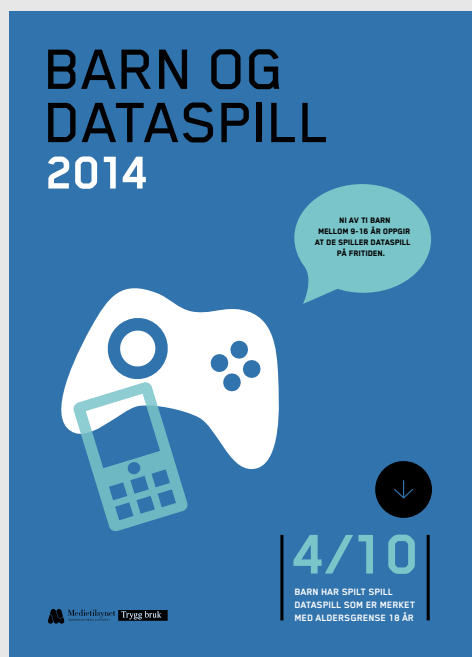
Viktig posisjon både i fagmiljøer og media

Barn og medier-undersøkelsen har over tid fått en viktig posisjon blant miljøer i Norge som er opptatt av barns mediebruk, blant annet innen forvaltning, forskning, utdanningssektoren, frivillige organisasjoner, interesseorganisasjoner og barnefaglige miljøer. Barn og medier-undersøkelsen blir svært ofte brukt som underlagsmateriale i mediesaker om barn og nett. Resultatene fra undersøkelsen gir også mange medieoppslag i seg selv, og løfter frem sentrale utfordringer i et samfunn der informasjon, kommunikasjon, kunnskap og underholdning formidles via digitale kanaler og nettverk.

Barn og unge er ivrige brukere, men benytter også informasjonskanaler og nettressurser som ikke er tilrettelagt for dem. Det er en viktig årsak til at de utsetter seg for risiko knyttet til blant annet personvern og kildekritikk. Inkludert i dette ligger også økonomiske anliggender og forbrukerperspektiver. Ivaretakelse av eget personvern kan være krevende for en 9-åring, men ikke mindre viktig.



## DE VIKTIGSTE FUNNENE I BARN OG MEDIER 2014



### Stadig flere yngre brukere av digitale medier

Et særlig utviklingstrekk vi har sett i løpet de siste årene er at barn er stadig yngre når de bruker ulike medier for første gang. Fra 2012 til 2014 så vi en kraftig økning i antallet unge barn med eget nettbrett. I 2012 var det kun tre av 100 i aldersgruppen 5 til 8 år som hadde eget nettbrett, mens dette i 2014 hadde økt til omtrent én av tre i denne aldersgruppen. 8 av 10 i aldersgruppen 9 til 16 år hadde også smarttelefon i 2014, en økning på 16 prosent fra 2012.

### Fra ord til bilde

For 2014 registrerte vi en nedgang i andelen unge som bruker tekstbaserte sosiale medier ofte, fra 59 prosent til 40 prosent blant 9 til 16-åringene. I samme aldersgruppe var det kun 16 prosent som oppga at de twitrer ofte eller av og til, og kun åtte prosent som blogger ofte eller av og til.

Barn og medier-undersøkelsen viser også at det har vært en liten nedgang i antallet unge som deler passordet sitt til forskjellige sosiale medier selv om fortsatt 2/10 oppgir at de gjør dette. Delingskulturen og vennskap har flere utfordringer. Sosiale medier er en mange-til-mange-kommunikasjon, og en viss nedgang i bruk av tekstbaserte sosiale medier kan skyldes en økning av denne kommunikasjonen via bildedelingstjenestene Snapchat og Instagram.

### Nettmobbing stabil

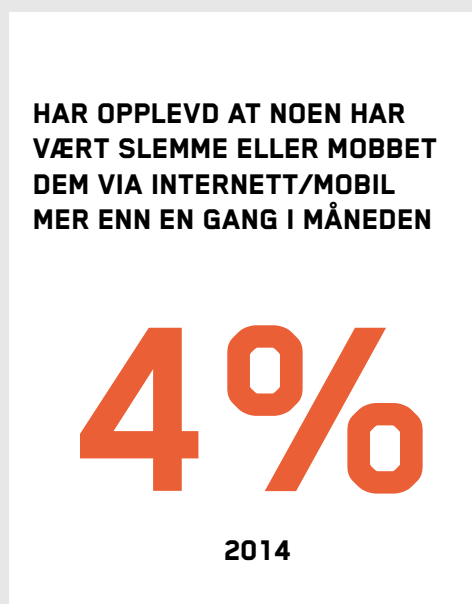
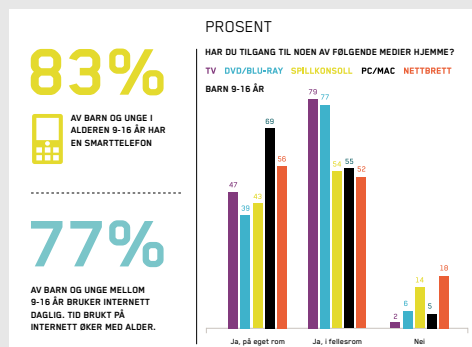
Vi har sett stabile tall knyttet til mobbing og trusler via mobil og internett gjennom mange år. Omtrent fire prosent av de mellom 9 og 16 år har opplevd mobbing eller at noen har vært slemme mot dem via disse mediene. Denne andelen er betydelig lavere enn det mange medieoppslag skulle tilsi. Det samme gjelder opplevelser av trusler via mobil og internett som ligger på sju prosent for samme aldersgruppe. Til tross for flere år med antimobbekampanjer er altså tallene stabile.

Barn og medier-undersøkelsene viser at hele sju av ti mellom 9 og 16 år sier at de vet hvem de skal kontakte dersom de blir utsatt for nettmobbing eller opplever å få bilder og informasjon på avveie. Dette bør være en god indikator på at opplysnings- og informasjonsarbeid over tid kan gi konkrete resultater i det minste når det gjelder å sikre at unge vet hvor de kan få hjelp om de skulle få behov for det.

### Foreldre mest opptatt av tidsbruk og innhold i tradisjonelle medier

Svarene fra foreldrene viser at de fortsatt er mest opptatt av tiden som barn og unge bruker på ulike medier og at de har mer oppmerksomhet rettet mot tradisjonelle medier som blant annet tv og filmer.

Foreldrene viser mindre interesse for selve innholdet som vises via de ulike digitale mediene. Når det gjelder mobbing vet under halvparten av foreldrene med barn fra 9 til 12 år hvor de kan få hjelp. Det er stor variasjon i hvordan mobbing håndteres på alle nivåer i barns møte med nettmobbing. Nettmobbing er krevende å håndtere blant annet fordi en og samme person kan være både mobber og mobbeoffer.





## HVA HAR VI GJORT FOR Å BESKYTTE BARN OG UNGE?

### MEDIETILSYNET TRYGG BRUK

Med Barnekonvensjonens artikkel 13 og 17 som rettesnor, har Trygg bruk-arbeidet i Medietilsynet basert sine tiltak og aktiviteter på analyser av funnene fra Barn og medier-undersøkelsene. Uten dette ville arbeidet med å foreslå og igangsette informasjons- og opplysningstiltak og gi råd til foreldre, kun vært basert på synsing – og ikke på barn og unges reelle mediebruk, kunnskaper og utfordringer. I 2014 søkte Medietilsynet ny prosjektperiode for Safer Internet (EU Connecting Europe Facility program) og vil ved en eventuell ny periode samarbeide med Konfliktrådet om håndtering av nettmobbesaker.

### TRYGG BRUK-DAGEN

11. februar markerte Medietilsynet Trygg bruk-dagen ved å invitere pressen, våre samarbeidspartnere og 2. klasse fra Møllergata skole i Oslo til lansering av e-boken *DigiDucks vanskelige valg*. Andreas Wahl, kjent fra NRK og barne-tv, har fortellestemmen til boken og var tilstede og hadde høytlesning og diskusjon av trygg nettbruk med barna. Samtidig ble e-boken og undervisningspakken tilgjengeliggjort for 180 000 barneskoleelever, deres lærere og foreldre landet rundt på våre nettsider og gjennom læringsplattformen Fronter.

### BRUK HUE-KAMPANJEN

Bruk hue-kampanjen er et samarbeid mellom Telenor, Røde Kors v/ Kors på halsen, Barnevakten og Medietilsynet. Kampanjen startet i 2009 og sprer kunnskap om hvordan foreldre og barn skal håndtere mobbing på nett og mobil. Til nå har over 500 skoler hatt besøk av Bruk hue, og nærmere 150 000 elever og 30 000 voksne har fått mer kunnskap om digital mobbing. I løpet av 2014 har Bruk hue-kampanjen blitt markert på skoler av blant annet H.K.H. Kronprins Haakon, statsminister Erna Solberg og kunnskapsminister Torbjørn Røe Isaksen.



## INTERNATIONAL FILM CLASSIFIERS CONFERENCE

22. – 23. oktober arrangerte Medietilsynet en internasjonal konferanse for myndigheter som arbeider med fastsetting av aldersgrenser på audiovisuell innhold. Det første temaet var hvordan myndigheter og bransjeorganer kan sikre balansen mellom Barnekonvensjonens artikler om barns rett på informasjon og barns krav på beskyttelse mot skadelig innhold. Det andre temaet var distribusjon av innhold. Hvordan kan nasjonale myndigheter møte utfordringen med globale aktører som retter seg mot mange ulike land?

## DATASPILLKONFERANSEN 2014 – MYTER, MANGFOLD OG OPPLEVELSER

30. oktober 2014 arrangerte Medietilsynet sin andre dataspillkonferanse. Arrangementet er et av tiltakene under Handlingsplanen mot spillproblemer (2013-2015). Konferansen hadde som ambisjon å utfordre etablerte holdninger både til dataspill og spilleren. Innledere belyste et mangfold av kritiske perspektiver på spillaktivitetens opplevelser, betydning og risiko. Barnefaglig personell var kjernemålgruppen da disse til daglig møter barn og unge, og dermed i størst grad har behov for et kunnskapsløft innenfor feltet. Det var totalt 160 deltakere til stede på konferansen, og 260 fulgte den via direktestrømming.

## SPILLEXPO 2014

Norges største spillmesse blir arrangert i Lillestrøm hvert år og tiltrekker seg entusiaster i alle aldre og familier med store og små barn. Dette er en viktig arena for å komme i kontakt med publikum, og for å bli oppdatert og virkelighetsorientert. Medietilsynet var til stede med egen stand for andre år på rad og kom i kontakt med rundt tusen besøkende. Det ble delt ut informasjonsmateriell om barn og unges digitale hverdag, svart på spørsmål om dataspill og aldersanbefalinger og holdt en quiz om PEGIs aldersmerking.

**UNG OG DIGITAL**  
2014

Hva kan gjøres for å forebygge hatytringer og radikalisering på nett?

Internett kan fungere som en arena for å fremme voldelig ekstremisme og hatefulle ytringer som bidrar til rekruttering og radikalisering. Det er viktig med en tverrfaglig innsats for å forebygge rekruttering, radikalisering og voldelig ekstremisme, rekruttering. Hvilket ansvar har internettaktører og mediene i dette arbeidet?

En del av forebyggingsarbeidet er å sikre grunnleggende verdier som demokrati, menneskerettigheter og trygghet. Å kunne leve uten frykt for å bli utsatt for hat og vold er en grunnleggende verdi i et trygt samfunn.

## UNG OG DIGITAL 2014

Medietilsynet arrangerte, i samarbeid med Kripos, Redd Barna og IKT-Norge, Ung og digital-konferansen høsten 2014. Arrangementet er et tiltak under regjeringens *Handlingsplan mot radikalisering og voldelig ekstremisme*. Målet med konferansen var å dele og spre kunnskap om forbyggende arbeid mot hatytringer og radikalisering på nett med ulike fagmiljøer og fagfolk. Det ble lagt spesiell vekt på deling av kunnskap om radikalisering og unges risikotaking på digitale arenaer og hvordan fagmiljøer kan stå bedre rustet til å gjenkjenne faresignaler. Justis- og beredskapsminister Anders Anundsen åpnet konferansen.

## BARNE- OG UNGDOMSPANEL

Tre barnepanel ble gjennomført i 2014 – alle med fokus på film. Et småbarnspanel med 4-5-åringer ble gjennomført som del av et fellesnordisk prosjekt. De to andre panelene ble arrangert for aldersgruppene 7-8 år og 11-12 år. Alle gruppene fikk se en film og snakke om sine opplevelser knyttet til ulike temaer i disse filmene. Temaet for førskolebarna var skumle elementer versus «det gode gys» i *Bamse og tyvenes by*, mens temaet for 7-årspanelet var sorg, sykdom og død skildret i filmen *Kule kidz gråter ikke*. Den eldste gruppen fikk se og diskuterte filmen *Divergent*. Fokusområdet for dette panelet var vold- og skrekk-elementer i «fantasyfilm».

I 2014 gjennomførte Medietilsynet et ungdomspanel med fokus på sjangerkompetanse og film. Panelet som består av syv jenter på 15 år, så skrekkfilmen *Carrie*, og vi diskuterte i etterkant deres forståelse av filmsjangeren med særlig fokus på hva lyden i en skrekkfilm gjør med seeropplevelsen. Dette ungdomspanelet avsluttet sitt oppdrag i juni 2014, og jobben med rekruttering til et nytt ungdomspanel er akkurat ferdigstilt. I tillegg gjennomførte Medietilsynet våren 2014 forestillingen *Forbudt for barn?* i Kristiansand og Tromsø. Forestillingen ble til i samarbeid med Filmklubbforbundet og Norsk Filminstitutt, og var et tilbud til barnefilmklubbene i Norge i forbindelse med 100-årsmarkeringen av filmloven i 2013.



## DIGITALRADIOOPPLYSNING TIL FOLK OG BRANSJE

Når et medium endrer format og form har det innflytelse på folks vaner. Da Stortinget vedtok at all riksdekkende radio skulle gå over til å sende i DAB+, førte det med seg et informasjons- og opplysningsbehov.

Medietilsynets oppgave er både å gi den norske befolkningen informasjon om teknologiskiftet vi står overfor, samtidig som vi holder kontakt med elektronikkbransjen om hva som forventes for at forbrukerne opplever en så opplyst og god overgang som mulig.

Medietilsynet har nettside, Facebook-side og eposttjeneste som informerer og gir svar om digitalradioovergangen. Vi gjennomfører en kjennskapsundersøkelse hvert kvartal som måler befolkningens kjennskap til teknologiskiftet på radio. Tilsynet bruker tallmateriale fra denne spørreundersøkelsen til å planlegge målrettede informasjonstiltak. Vi samarbeider også med et bredt nettverk fra bransje og myndigheter for å gi best mulig informasjon.

### Informasjonsfilm for og med de yngste og eldste

Et av tiltakene som ble gjennomført i 2014 var en kort informasjonsfilm om digitalradioovergangen, med fokus på bil og rettet mot de to befolkningsgruppene med minst kjennskap; de yngste og de eldste. Filmen er syns- og døvetolket og teksten på engelsk og norsk. Filmen distribueres primært gjennom sosiale medier som Facebook, Twitter og YouTube.

### Statusrapport for digital radiolytting

Våren 2015 skal Stortinget avgjøre om DAB+ tar over for all rikssendt radio fra 2017 eller 2019. Denne avgjørelsen tas på bakgrunn av de fem såkalte «slukkevilråene»: NRK må ha tilsvarende dekning som for FM, 90 prosent dekning for de kommersielle blokkene, det digitale radiotilbudet må ha en merverdi for lytterne, det må finnes rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for digital radiolytting i bil, og til slutt må over halvparten av den daglige radiolyttingen foregå på en digital plattform. Tilsynet leverte to statusrapporter i fjor (4/2014 og 5/2014) for overgang til

digital radiolytting i Norge. I den femte statusrapporten som ble lagt frem 1. september hadde Medietilsynet med resultater fra en ny undersøkelse om ettermonteringsstilbudet for DAB+ i bil.

### Kjennskap og informasjon til grupper med særlige behov

Vi har i 2014 gjennomført tiltak for å tilrettelegge informasjon for grupper av befolkningen med behov for særlig assistanse i forbindelse med teknologiskiftet. I dette arbeidet har vi hatt tett dialog og gjennomført nettverksmøter med offentlige myndigheter og interessegrupper, skrevet kronikker med målgruppetilpasset informasjon som trykkes i medlemsbladene til interesseorganisasjonene og utarbeidet informasjonsmaterieell hvor informasjon også gis med blindeskrift. Vi har etablert en egen nettside med informasjon særlig tilpasset bruk av synstekniske hjelpemidler, og vi har også bidratt med å utarbeide informasjon om hørselstekniske hjelpemidler på NAVs nettsider, som for eksempel bruk av teleslynge ved DAB-lytting.

Ingen merkeordning, men informasjonsoppfordring for elektronikkbransjen Medietilsynet fikk i oppdrag sammen med forbrukermyndighetene, å vurdere behovet for å innføre merkeordning for digitalradioprodukter og en sertifisering av montører for digitalradioapparater. Arbeidsgruppen anbefalte at en slik merkeordning ikke skulle innføres, noe departementet sluttet seg til. Videre gikk Medietilsynet, Forbrukerrådet og Forbrukerombudet sammen om en oppfordring til elektronikkbransjen, der vi ga informasjon om digitalradioovergangen og konsekvenser for salg og markedsføring av rene FM-apparater. Hensikten er at forbrukerne skal få relevant og god informasjon i kjøpsituasjonen og at bransjen skal unngå reklamasjonssaker.

## DEN ØKONOMISKE SITUASJONEN TIL MEDIA

Kostnadskutt, fall i annonseinntekter og verknadene av digitalisering har vore mykje omtalte sider ved den økonomiske utviklinga i medieverksemdene dei siste åra. Andre forhold som også er viktige er kor stor tyding papiravisene har for medieverksemdene sin lønnsemd og driftsøkonomiske berekraft, og den stadig lågare delen NRK har av omsetninga i bransjen.

Avisene og kringkassarane omsette for nær 26 milliardar kroner i 2013. Avishusa stod for 14,1 milliardar kroner, kommersielle kringkassarar for 6,5 milliardar og NRK for 5,3 milliardar kroner.

Omsetninga har auka med 8,9 prosent frå 2009 til 2013

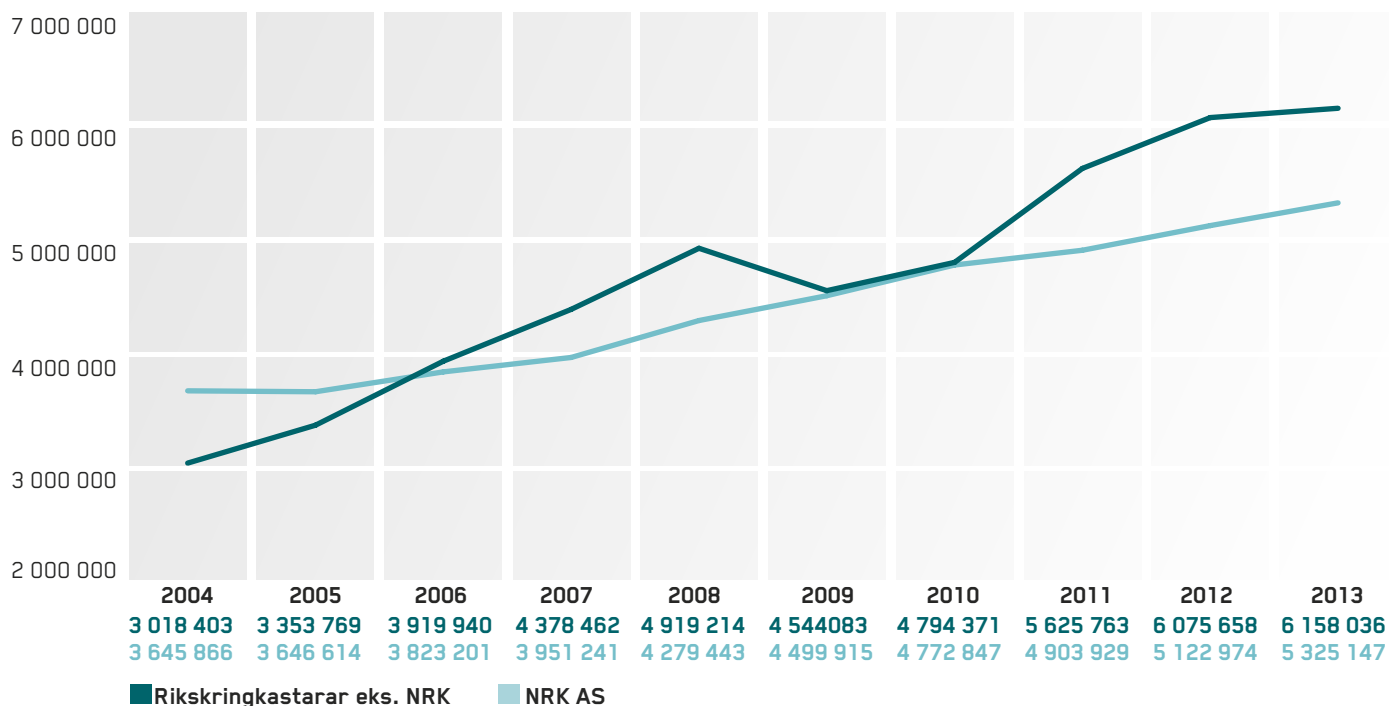
Av avishusa si omsetning på 14,1 milliardar kroner kom 12,5 frå papiraviser, mens 1,6 milliardar kom frå nettaviser. Det viser at nær halvparten av omsetninga i den norske mediebransjen stammar frå papiravisene. Trekkjer ein ut omsetninga til NRK slik at ein sit igjen med dei kommersielle inntektene til bransjen, kom 61 prosent av driftsinntektene i 2013 frå papiravisene. Sjølv om papiravisene sakte men sikkert vil få mindre tyding for driftsøkonomien til medieverksemdene, vil det framleis vere slik at papiravisene er den driftsøkonomiske ryggrada i avishusa sine redaksjonelle miljø.

NRK sin del av driftsinntektene til kringkassarane går ned

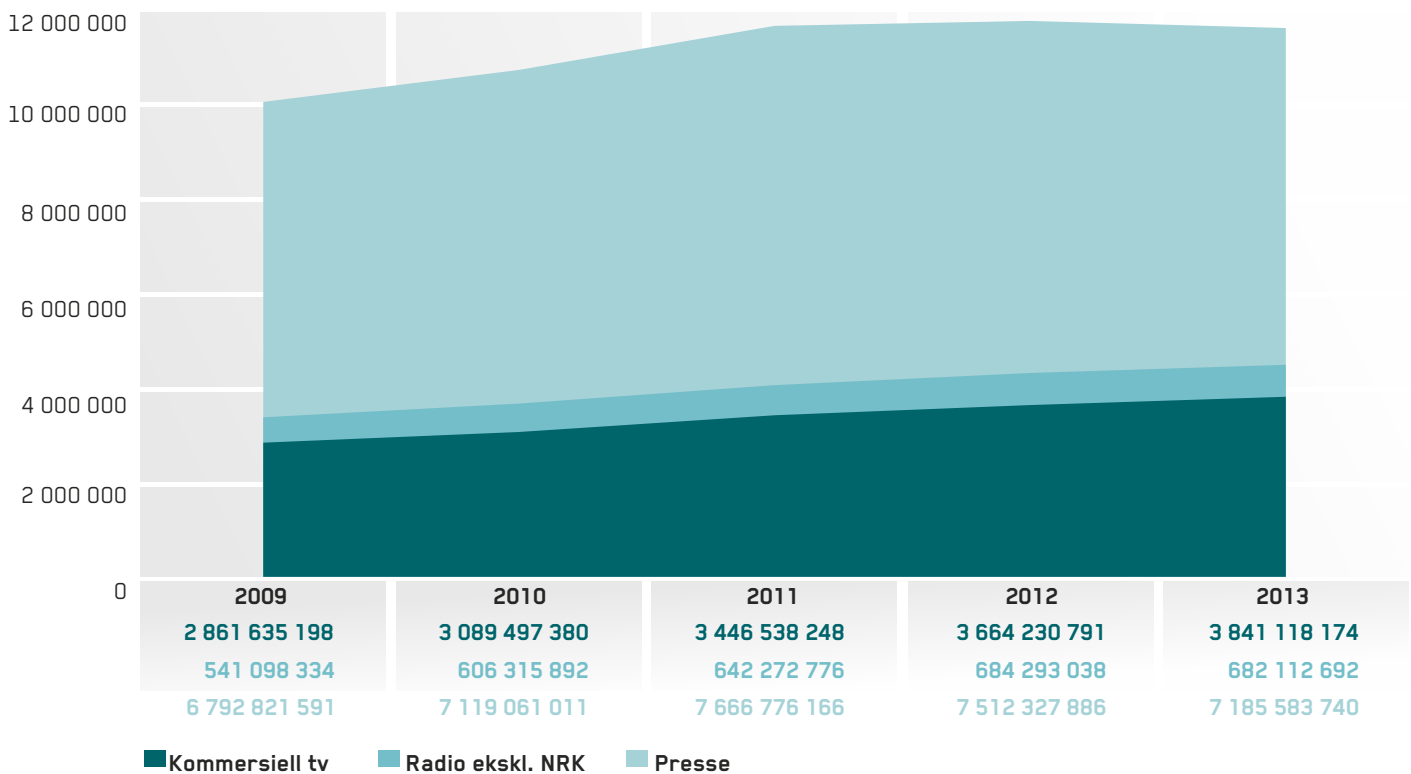
Kringkastingslisensen, NRK si viktigaste inntektskjelde, utgjorde nær 5,2 milliardar kroner i 2013 eller 45 prosent av den samla omsetninga til kringkassarane i 2013. NRK sin del av driftsinntektene til kringkassarane har gått kraftig ned dei siste ti åra. Figuren under illustrerer dette, men undervurderer utviklinga, fordi dei kommersielle kringkassarane sine premium-tv-inntekter og strøymetenester som Netflix og HBO, ikkje er inkluderte. NRK sin del av driftsinntektene til kringkassarane er i realiteten lågare enn det som blir vist i figuren.

Dei kommersielle kringkassarane har med denne utviklinga fått gode økonomiske moglegheiter til å styrkje posisjonen sin i forhold til NRK, både som innhaldsleverandørar og marknadsaktørar.

### DRIFTSINNTEKTER NORSKE RIKSKRINGKASTARAR



## REKLAMEINNTEKTER I MEDIEBRANSJEN 2009 TIL 2013



## Reklame og annonsar er livsgrunnlaget

Reklame- og annonseinntekter er dei viktigaste inntektskjeldene for dei kommersielle aktørane i mediebransjen. Reklame- og annonseinntektene har auka kraftig sidan 2009 då finanskrisa inntreffe. Dei kommersielle kringkastarane og dei mindre avisene hadde høgare reklame- og annonseinntekter i 2013 enn i 2012. Dei kommersielle kringkastarane har dei siste åra hatt ein omfattande auke i sin del av dei totale reklame- og annonseinntektene. Dei store abonnementsavisene fekk lågare reklame- og annonseinntekter siste år, og det er annonsering i papiravisene som har svikta.

Reklame- og annonseinntektene frå avisene sine nettutgåver auka frå 2012 til 2013, men auken var ikkje stor nok til å erstatte fallet i annonseinntekter frå papirutgåvene til avisene. Framleis utgjør annonseinntektene frå papiravisene 90 prosent av dei totale annonseinntektene til avishusa, med unntak av laussalsavisene. Den driftsøkonomiske situasjonen til avishusa dei nærmaste åra vil i stor grad avhenge av kor gode dei er til å gjere papiravisene attraktive for annonsørane.

## Lesarane er villige til å betale meir for avisa

Betaling for redaksjonelt innhald er den nest viktigaste inntektskjelda for det store fleirtalet av medieverksemda. For avishusa handlar dette om opplagsinntekter. Sjølv om opplaget fall også frå 2012 til 2013, var opplagsinntektene omtrent på same nivå i dei to åra. Det betyr at vi som lesarar har vore villige til å betale meir for avisa. I all hovudsak er det papirutgåvene vi betaler for. I 2013 utgjorde opplagsinntektene frå papirutgåvene meir enn seks milliardar kroner, mens inntekter frå sal av nettaviser utgjorde vel 141 millionar kroner. Inntekter frå betal-tv er ein viktig del av økonomien til kringkastarane, men det finst inga offentleg tilgjengeleg oversikt over kor store inntekter kringkastarane har frå betal-tv.

## Ein lønnsam, men svekt bransje

Lønnsemda i mediebransjen blei samla sett noko svekt i 2013. Driftsresultatet til bransjen blei redusert med 75 millionar kroner. Bransjen er framleis svært lønnsam med eit samla driftsresultat på vel 1,2 milliardar kroner. Lønnsemda til avishusa styrkte seg i 2013, og det var hovudsakleg i dei store abonnementsavisene at overskota auka. Svikta i annonseinntekter har blitt kompensert med kostnadskutt. For dei andre avishusa er lønnsemda i 2013 om lag på same nivå eller noko svekt i forhold til tidlegare år. Lønnsemda i kommersiell radio og tv gjekk noko ned i 2013, både nasjonalt og lokalt.

# MEDIESTØNAD

## PRODUKSJONSTILSKOT

- Produksjonstilskotet skal bidra til eit mangfald av nyheits- og aktualitetsmedium over heile landet
- Tilskotet er retta mot økonomisk vanskelegstilte medium og medium med små opplag
- Tilskotsordninga er plattformnøytral og likestiller papiroplag og digitalt opplag
- I 2014 mottok 147 avisar tilsaman 308 millionar kroner via Medietilsynet. Dette utgjorde vel to prosent av den samla omsetninga til avishusa dette året
- Det har vore eit stabilt tal på avisar dei siste åra. Ved utgangen av 2014 var det 241 aviser i landet, mot 243 i 2013

Plattformnøytral ordning frå 2014

I 2014 blei den nye plattformnøytrale produksjonstilskotsordninga implementert. Stønadsordninga likestiller nyheits- og aktualitetsmedium som kjem ut digitalt og på papir. Ein rein digital nyheitspublikasjon fekk produksjonstilskot i 2014 som følgje av omlegginga. Sju papiraviser blei tatt opp i tilskotsordninga, mens to aviser blei lagt ned.

Fører til auke i tal på lokalaviser, men opplagsnedgangen fortset

Tilskotsordninga har særleg bidratt til auke av små lokalaviser. Vidare har ordninga bidratt til å sikre drift i nr. 2-avisene. Aviser har framleis ein relativt sterk posisjon samanlikna med andre medium, noko som blir bekrefta av at avisikonsumet per hushald er blant dei høgaste i verda. Samla sett heldt opplagsnedgangen fram i 2014. Som for tidlegare år rammar nedgangen i all hovudsak dei større riks- og regionsavisene, mens opplaget fell mindre i dei såkalla nisjeavisene og mindre lokalaviser.

Utviklinga innanfor avisgrupper som mottok produksjonstilskot:

ÅR	2012	2013	2014
Nr. 2-medier, uten riksmedium	24	25	23
Nr. 2 riksmedium	5	5	5
Nr. 1- og alenemedium	58	58	65
Vekeaviser	51	53	54
Totalt tal på aviser	138	141	147
<b>Totalt tilskotsbeløp (tal i 1000)</b>	<b>287 568</b>	<b>307 789</b>	<b>308 246</b>

### Andre stønadsordningar

Staten bidrar til mediemangfaldet med økonomisk stønad til fleire formål. Medietilsynet tidelte også stønad til følgjande medieformål i 2014:

ÅR (TAL I 1 000)	2012	2013	2014
Medieforskning og etterutdanning	12 136	9 950	9 050
Tilskot til samiske aviser	23 367	24 138	24 983
Tilskot til minoritetsspråklege publikasjonar	818	830	875
Distribusjonstilskot til avisene i Finnmark	1 855	1 916	1 983
Tilskot til lokalkringkastingsformål	13 136	13 125	12 974
Faste tiltak	1 940	2 066	2 122

**Medieforskning og etterutdanning:** Stønningen til medieforskning tildelast etter innstilling frå Rådet for anvendt medieforskning (RAM). I 2014 blei det gitt midlar til 18 forskingsprosjekt og tre mastoppgåver med til saman 3,5 millionar kroner. Institutt for Journalistikk (IJ) mottok fem millionar kroner i etterutdanningsmidlar, mens Landslaget for lokalaviser fekk 550 000 kroner i kursstønning.

**Samiske aviser:** Stønningen gjekk til fire aviser som har den samiske befolkninga som hovudmålgruppe.

**Tilskot til minoritetsspråklege publikasjonar:** Tre minoritetsspråklege publikasjonar mottok stønning. To publikasjonar kom ut på bosnisk og ein publikasjon kom ut på kinesisk.

**Distribusjonstilskot til aviser i Finnmark:** Elleve aviser mottok distribusjonstilskot. Tilskotet skal lette ekstrakostnadene til aviser i fylket.

**Tilskot til lokalkringkastingsformål:** Tilskotsmidlane går til å støtte programproduksjon og kompetansetiltak i lokalradio og lokal-tv. I 2014 blei 46 radiostasjonar innvilga stønning med 3,1 millionar, og elleve lokal-tv-stasjonar med 5,2 millionar kroner. I tillegg mottok bransjeorganisasjonane på området driftsstønning.

**Faste tiltak:** Stønningen gjeld midlar til mediebruksundersøkinga Norsk Mediebarometer i regi av Statistisk sentralbyrå, stønning til Nordiske mediedager i Bergen og arrangementet Radiodager.

### Avgiftsordningar

Medietilsynet krev inn avgift for førehandskontroll av film og registrering av videogram. I 2014 blei det kravd inn 5,3 millionar kroner i avgift for filmvurdering og 4,4 millionar kroner for registrering av videogram. Inntektene frå videogramavgifta gjekk ned med vel 1,9 millionar kroner frå 2013 til 2014 som følge av framleis fall i omsetninga av videogram.





## VERKEMIDDEL OG RESSURSBRUK

Vi presenterer i dette avsnittet tilsynet sine budsjetttrammer og ressursbruk i 2014, samt ei nærmare forklaring til nøkkeltala i del II i rapporten.

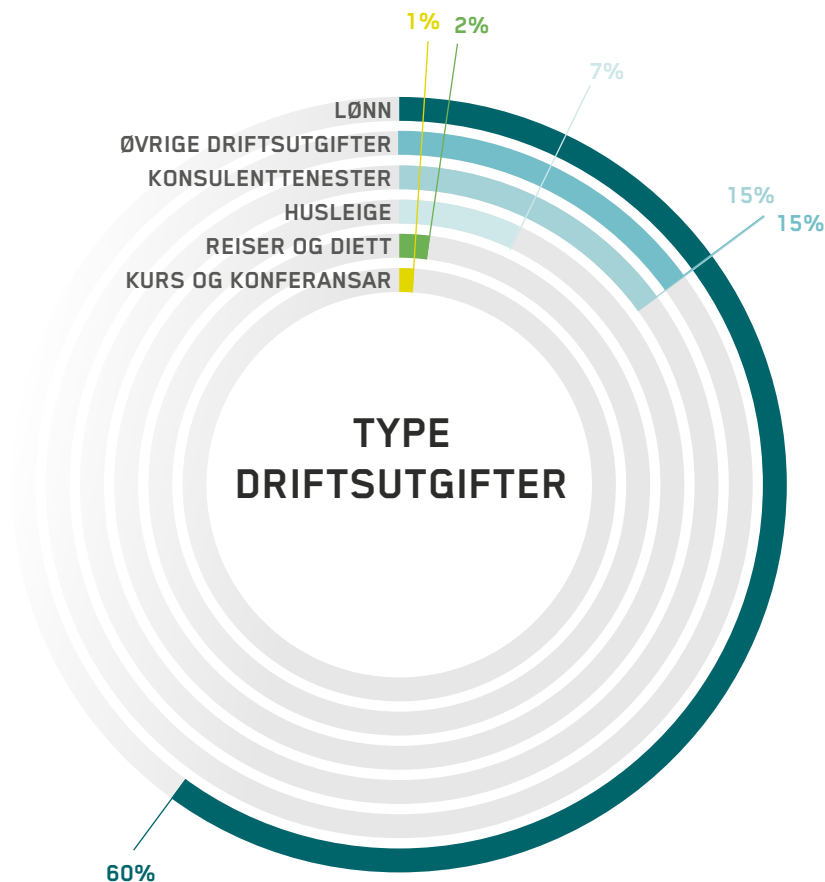
### Totale budsjettmidlar

Medietilsynet blei tildelt til saman 52 292 000 kroner i driftsmiddel for 2014. I tillegg utgjorde lønnsrefusjonar frå NAV 1 542 869 kroner og meirinntekter på 1 610 135 kroner som knyter seg til midlar til særskilde tiltak overfor barn og unge si mediebruk.

Tilsynet disponerte etter dette til saman 55 445 004 kroner i driftsmiddel for 2014, ein auke på 453 000 kroner frå 2013. Tre millionar kroner av midlane i 2014 var overføring av øyremerkte og ubrukte midlar frå 2013 til utvikling og innføring av IKT-system for behandling av ny mediestønad til avisene. IKT-systemet blei ferdigstilt og innført i 2014.

## Driftsutgifter

Bevilgingsrekneskapan viser at samla driftsutgifter utgjorde 55 561 886 kroner, noko som viste eit meirforbruk på 116 882 kroner samanlikna med disponible midlar i 2014. Totale driftsutgifter auka med vel ti prosent frå 2013 til 2014.



Lønnsdelen av driftsbudsjettet utgjorde 60 prosent i 2014, same som i 2013. I 2014 sysselsette tilsynet nærmare 47 årsverk med ei lønnsutgift per årsverk på 689 000 kroner. Lønnsutgiftene er så og si dei same for 2014 som for 2013, mens årsverka auka med fem i same periode. Auken i årsverk gjorde at samla lønnsutgifter auka med 2,3 millionar kroner frå 2013 til 33,9 millionar kroner i 2014.

Kjøp av tenester frå eksterne verksemder utgjorde 8,4 millionar kroner eller 15 prosent av driftsutgiftene i 2014. Halvparten av summen gjeld utviklingsprosjekt og assistanse på IKT-området, eksempelvis tok tilsynet i bruk eit nytt IKT-system for behandling av mediestønad i 2014.

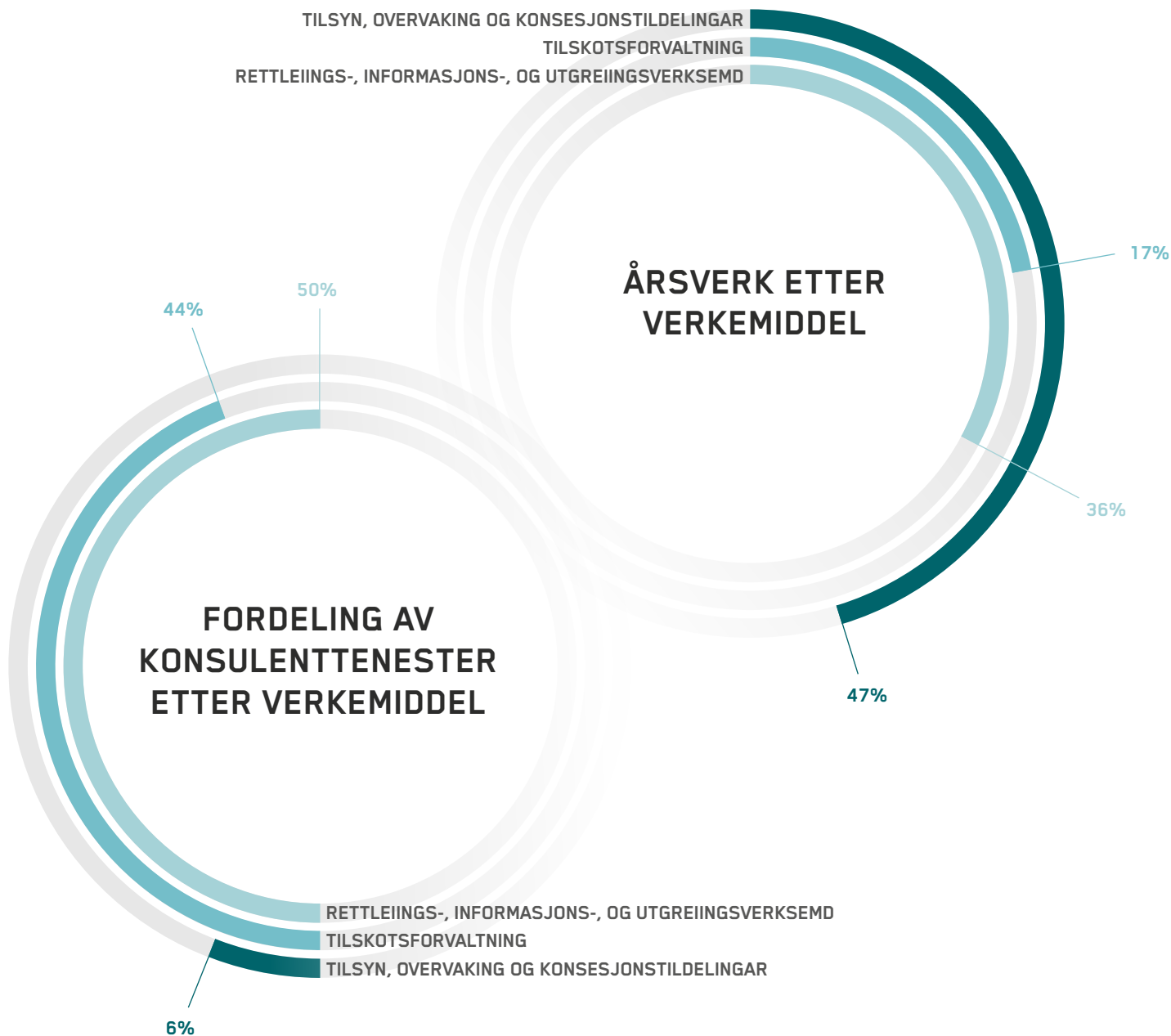
Resterande bruk av konsulenttenester gjeld i stor grad assistanse til rettleiings- og informasjonsarbeid for gjennomføring av handlingsplanar og prosjekttiltak overfor barn og unge sin bruk av digitale medium.

Medietilsynet ventar at lønnsdelen av samla driftsutgifter vil auke i framtida samtidig som bruk av eksterne assistanse vil reduserast frå nivået i 2014. Dette skuldast ei forventning om nedgang i vakante stillingar og strammare samla driftsrammer.

## Ressursbruken til verksemda

Verkemidla Medietilsynet rår over kan delast inn i områda:

- Tilsyn, overvaking og konsesjonstildelingar
- Tilskotsforvaltning
- Rettleiing, informasjons- og utgreiingsverksemd



I tillegg kjem fellesoppgåver til administrasjon og stabs- og informasjonseininga. Organiseringa av verksemda kan i store trekk speilast i hovudinndelinga av tilsynet sine verkemiddel. Eit viktig unntak er rettleiings-, informasjons-, og utgreiingsoppgåver som blir gjorde av alle fagområda i verksemda, samt at tilsynsoppgåver inngår både i einingane konsesjon og tilsyn og brukertrygghet.

Medietilsynet vurderer at om lag tre årsverk blei nytta til utgreiingsassistanse for Kulturdepartementet i 2014. Arbeidet gjaldt hovudsakleg assistanse til lov- og forskriftsarbeid på mediefeltet. Halvparten av utgiftene til kjøp av eksterne konsulenttenester gjaldt assistanse til utarbeiding av informasjonstiltak. Summen utgjorde 3,2 millionar kroner og dekkjer blant anna tiltak i handlingsplanar for trygg mediebruk og tiltak mot spelproblem for barn og unge. På tilskotsområdet blei det brukt tre millionar kroner til utvikling av eit datasystem for behandling av mediestønad til avisene etter nytt regelverk.



# DEL IV STYRING OG KONTROLL

## Styringssystem

Medietilsynets styringssystem er basert på mål- og resultatstyringsprinsippa til staten.

Vår vurdering er at tilsynet sine system for styring og oppfølging fungerer tilfredsstillande, men at det er ei utfordring å sørje for tilstrekkeleg heilskapleg styring av verksemda. Andre utfordrande forhold er å setje mål innanfor dei forskjellige fagområda til tilsynet som lèt seg måle og blir samanlikna over tid, samt kople bruk av ressursar mot oppnådde resultat.

Tilsynet har retta merksemda mot desse utfordringane. I 2014 har tilsynet framleis arbeid med målformuleringar og å skape eit betre og meir heilskapleg styrings- og oppfølgingssystem, der risikovurderingar inngår som ein naturleg del. Følgjande sentrale tiltak er gjennomførte i 2014:

- Etablert ein stabsfunksjon med eit overordna ansvar for informasjon og planleggings- og styringssystema i verksemda. Stabsfunksjonen tredde i kraft 1. april 2014
- Innført fast avløysarfunksjon for leiarar
- Utarbeidde revidert intern verksemdsinstruks. Instruksen tydeleggjer ansvar og rollar i heile verksemda. Instruksen blir gjord gjeldande frå 2015
- Tatt i bruk ny standard kontoplan i samarbeid med Direktoratet for økonomistyring i staten (DFØ), noko som skal gi oss betre økonomistyring og moglegheit for å samanlikne ressursbruk med andre statlege verksemdar

## Risikovurderingar

Risikovurderingane til Medietilsynet er gjennomgåande ikkje kritiske. Dei vesentlege risikoområda gjeld faren for manglande forståing og etterleving av kringkastingsregelverket. Medietilsynet la derfor stor vekt på å distribuere utfyllande informasjon om regelverket, samt å ha god og tett dialog med aktørane i saka.

Riksrevisjonen godkjente i brev av 22. mai 2014 Medietilsynet sin årsrekneskap for 2013 utan merknader.

## Arbeidsmiljø

Medietilsynet inngjekk hausten 2014 ny avtale om eit inkluderande arbeidsliv (IA-avtale). IA-arbeidet i verksemda blir gjort i nært samarbeid mellom leining, fagforeiningsorganisasjonar og arbeidsmiljøutval. Dei tilsette i tilsynet opplever arbeidsmiljøet i det store og heile som godt.

Det er gjennomført samtalar med alle tilsette over 55 år. Føremålet med seniorsamtalen er å drøfte ønsket jobbframtid innanfor verksemda sine moglegheiter og rammer.

Sjukefråværet i tilsynet utgjorde 6,2 prosent i 2014, mot 8,6 prosent i 2013. Nedgangen på 2,4 prosentpoeng skuldast lågare langtidsfråvær. Tilsynet vil framleis ha stor merksemd om å redusere sjukefråværet ytterlegare.

## Likestilling

Ved utgangen av 2014 var det 54 tilsette i tilsynet, 29 kvinner og 25 menn. Fordelinga mellom menn og kvinner har vore stabil gjennom dei siste åra. Leiinga består av fire menn og to kvinner. Kvinnedelen er framleis høgast innanfor stillingar på lågare nivå, noko som forklarar lønsskilnaden mellom menn og kvinner i tilsynet. Samla årleg lønsskilnad mellom menn og kvinner er uendra frå 2013 til 2014. Innanfor same stillingsnivå er årslønna til menn og kvinner tilnærma lik.

Det er eit mål å oppnå ei balansert alders- og kjønnsamansetjing ved rekruttering til stillingar. Tilsynet ønskjer å utjamne alders- og kjønnsfordelinga i og mellom ulike stillingsgrupper ved tilsetjing i ledige stillingar.



	TOTALT		LEIERSTILLINGAR		ØVRIGE STILLINGAR	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Kjønnsfordeling - alle tilsette i prosent	54	46	33	67	56	44
Kjønnsfordeling - heiltidstilsette i prosent	52	48	33	67	54	46
Kjønnsfordeling - deltidstilsette i prosent	100	0	0	0	100	0
Gjennomsnittslønn (i 1 000 kr)	530	568	734	776	515	528

## Effektivisering og forenkling av eiga drift

Regjeringa har bestemt at statlege verksemdar skal arbeide med å effektivisere eiga drift, regelforenkling og andre forenklingstiltak i eige verksemd gjennom å redusere og fjerne «tidstyvar».

Som eit ledd i dette arbeidet, har Medietilsynet vurdert eiga drift og rutinar, samt korleis vi på enkelte område samhandlar med brukarane våre. Følgjande «tidstjuvar» og tiltak er kartlagt i denne omgangen:

- Mangelfullt og tungvint brukargrensesnitt i elektronisk saksbehandlarsystem. Saksbehandlarsystemet blir oppgradert til nyare og meir brukarvennleg versjon
- Ressurskrevjande behandling av søknader om tilskot og rapportering frå brukarar. Det blir innført løysingar for auka digitalisering og forenkling av arbeidsprosessar, eksempelvis digital signatur
- Verksemda bruker for mykje reisetid til eksterne møte, hovudsakleg med aktørar i Oslo. Tilsynet vil innføre eit enkelt videokonferansesystem som skal redusere behovet for reiseverksemd
- Tilsette kan oppleve uklare ansvarsfordeling og rutinar for enkelte oppgåver, særleg oppgåver som involverer fleire fagområde. Tilsynet har revidert sin interne verksemdsinstruks. Instruksjonen tydeleggjer i større grad enn tidlegare roller og ansvar



# DEL V VURDERING AV FRAMTIDSUTSIKTER

Hvordan skal vi drive tilsyn og gjøre våre oppgaver i fremtiden? Hvordan skal vi greie å håndtere endringene som kommer? Det er dette Medietilsynets framtid handler om.

Svarene på spørsmålene er på ingen måte gitt. Det vi vet er at svarene er sammensatte og til dels utenfor vår påvirkning. Hvordan vi håndterer endringer handler allikevel i det store og hele om oss, vår drift og valgene vi tar.

Endringer i teknologi og bruksmønstre utfordrer myndighetenes muligheter til påvirkning og regulering. Ikke minst utfordrer det måten Medietilsynet skal drive sin virksomhet på. Regelverk og rammebetingelser som er tilpasset virkeligheten er avgjørende for å lykkes, både for bransjen og for oss.

Hvordan drive tilsyn framover?

Den teknologiske utviklingen i mediebransjen har skutt fart de siste ti årene – nye medier har kommet til, og vi ser nye bruksmønstre for de tradisjonelle mediene som avis og tv. Endringer i teknologi og bruksmønstre utfordrer myndighetenes muligheter til påvirkning og regulering. Ikke minst utfordrer det måten Medietilsynet skal drive sin virksomhet på. Regelverk og rammebetingelser som er tilpasset virkeligheten er avgjørende for å lykkes, både for bransjen og for oss. Bare i løpet av de siste to årene har vi fått nytt regelverk på kringkastingsområdet, en ny plattformnøytral mediestøtte og vi står foran innføring av lov om beskyttelse av barn og unge mot skadelig medieinnhold.

På kort sikt handler det om å ta i bruk det nye regelverket på en hensiktsmessig og god måte, der vi legger til rette for at bransjen får utvikle

Slik vi ser det vil det være behov for ytterligere å dreie tilsynsarbeidet fra kontroll og over til veiledning, informasjon og dialog med bransje og publikum.

seg sammen med, ikke på tross av, regelverket og endringene. I et lengre perspektiv må vi gradvis endre arbeidsmåten vår, samtidig som vi må bruke ressursene vi disponerer mer effektivt.

Fra manuelt til digitalt, og fra kontroll til dialog  
Å tolke regelverk og fatte vedtak er en myndighetsoppgave Medietilsynet tar alvorlig. Men, vi må være noe mer enn det for å være relevante i et medialt samfunn. Slik vi ser det vil det være behov for ytterligere å dreie tilsynsarbeidet fra kontroll og over til veiledning, informasjon og dialog med bransje og publikum. Vi må evne å formidle og snakke om regelverk og mediebruk. Dette betyr at vi må øke innsatsen på informasjons- og veiledningsområdet og gjøre mindre av de mer tradisjonelle kontroll- og tilsynsoppgavene. Denne type prioriteringer er helt avgjørende for at virksomheten skal fylle sin samfunnsfunksjon på en god måte i fremtiden.

Vi skal være med på å øke mediekompetansen i samfunnet, slik at brukerne også kan gjøre gode og informerte valg i sin mediehverdag. Et dialog- og informasjonsbasert tilsyn er utvilsomt mer til nytte for både bransje og publikum, men det krever at publikum kjenner til oss og er kritiske mediebrukere. Da kan den offentlige samtalen gagne brukere, produsenter og være med på å holde Medietilsynet selv engasjert i de sakene som er aktuelle og i bevegelse.

Hvor stor endringsevne har vi?

Medietilsynet er ti år i 2015 og er en «ung» virksomhet. Allikevel har det på den korte tiden skjedd endringer som har utfordret vår omstillingsevne. Tilsynet har gjort noen mindre organisasjonsendringer, og det er investert i systemer og teknologi som har effektivisert driften vår.

I årene som kommer venter vi å bli stilt overfor ytterligere omstillinger, både i hyppighet og omfang. Bransjer og fagområder veves stadig mer sammen, og en beslutning på ett fagområde får konsekvenser for et annet fagområde i større grad enn tidligere. Samfunn og brukere krever at vi leverer enkle og effektive tjenester med god måloppnåelse. Alt dette stiller krav til organisasjonens omstillingsdyktighet og kompetanse. Kompetente og motiverte medarbeidere er nøkkelen til å lykkes med å skape en organisasjon som evner å endre seg i takt med omgivelsene. Tilsynet vil ha stor oppmerksomhet på arbeidet med kompetansebygging og organisasjonsutvikling. Vi er trygge på at vi skal klare dette og ved det fylle vårt samfunnsoppdrag på en tilfredsstillende måte.

## KOMMUNIKASJONSKAVALKADE 2014

Formidling og kommunikasjon er i kjernen av hva et moderne tilsyn holder på med. I 2014 har vi jobbet metodisk for å lage gode nettsider for våre brukere som skal slippes i 2015, og vi har kommunisert mye og med mange både internt og eksternt. Her er et utdrag fra kommunikasjonsåret 2014:

29	skrivestuer for nye nettsider er gjennomført
33	klager på NRK-lisensen er behandlet
80	infomeldinger er skrevet og publisert
122	barn har vært med på barne- og ungdomspanel
208	interne notater er skrevet
380	vedtak er vedtatt
450	tweets har vi tvittra
1 300	saker med eller om Medietilsynet på web
1 490	brev er sendt ut
1 925	presseoppslag totalt med eller om Medietilsynet
2 643	henvendelser utenfra til Medietilsynet er registrert
4 503	samtaler er kommet inn til sentralbordet vårt siden nytt telefonsystem i mars
31 200	minutter film er sett i kinosalen
113 950	brukere har besøkt våre nettsider
114 507	mennesker har sett våre Facebook-oppdateringer

# DEL VI

# ÅRSREGNSKAP

## BEVILGNINGSRAPPORT

- Note A Forklaring av samlet tildeling
- Note B Forklaring til brukte fullmakter og beregning av mulig overført beløp til neste år

## ARTSKONTORRAPPORT

- Note 1 Inntekter rapportert til bevilgningsregnskapet
  - Note 2 Utbetalinger til lønn og sosiale utgifter og innbetalinger av offentlige refusjoner om lønn
  - Note 3 Andre utbetalinger til drift og utbetaling av finansutgifter
  - Note 4 Tilskuddsforvaltning og andre overføringer fra staten
  - Note 5 Sammenheng mellom avregning med statskassen og mellomværende med statskassen
- Del B: Spesifisering av investeringer i aksjer og selskapsandeler



# LEDELSESKOMMENTARER TIL ÅRSREGNSKAPET 2014

## Formål

Medietilsynet ble opprettet i 2005 etter sammenslåing av tre tidligere virksomheter på medieområdet. Virksomheten er underlagt Kulturdepartementet og er statens forvaltningsorgan på mediesektoren. Tilsynet skal bidra til å oppfylle regjeringens målsetting om å sikre ytringsfrihet, rettssikkerhet og et levende demokrati. Dette gjøres gjennom å drive tilsyn, veiledning og informasjon overfor mediebransjen og befolkning. I tillegg forvalter tilsynet statlige støtteordninger på medieområdet.

Medietilsynet fører regnskap etter kontantprinsippet.

## Bekreftelse

Medietilsynets årsregnskap for 2014 er avlagt i tråd med Bestemmelser om økonomistyring i staten, rundskriv R-115 fra Finansdepartementet og krav fra Kulturdepartementet. Årsregnskapet gir et dekkende bilde av virksomhetens disponible bevilgninger, regnskapsførte utgifter, inntekter, eiendeler og gjeld.

## Vesentlige forhold

Virksomhetens samlede driftsbevilgning var på 52 292 000 kroner i 2014. I tillegg disponerte tilsynet lønnsrefusjoner på 1 542 869 kroner og merinntekter på 1 610 135 kroner. I regnskapet inngår inntekter med 1 million kroner til gjennomføring av tiltaksplan for barn og unge og 1,1 million kroner til handlingsplan mot spillproblemer. Disponibel driftsramme utgjorde 55 445 004 kroner.

Bevilgningsregnskapet viser samlede driftsutgifter på 55 561 886 kroner, noe som innebærer et merforbruk på 116 882 kroner sammenholdt mot disponible driftsmidler.

Lønn og sosiale utgifter utgjorde 33 910 745 kroner, mot 31 615 678 kroner i 2013. Lønnsøkningen skyldes økningen i antall årsverk fra 2013 til 2014, jf. note 2 i artskontoregnskap. Økningen i årsverk skyldes i hovedsak at enkelte stillinger var ubesatt som følge av permisjoner i 2013 i motsetning til 2014. Lønnsandelen av totale driftsutgifter var 60 prosent, tilsvarende som i 2013. Medietilsynet venter høyere lønnsandel av totale driftsutgifter i framtiden.

Virksomheten fikk utviklet og tok i bruk et nytt IKT-system for beregning av mediestøtten til avisene i 2014. Utgiften for dette var på 3,3 millioner kroner, noe som forklarer økningen i utgifter til konsulent tjenester fra 2013, jf. note 4 til artskontoregnskapet.

Medietilsynet utbetalte 360 133 852 kroner i tilskuddsmidler for 2014. 308 242 996 kroner av tildelte tilskuddsmidler gjaldt ordningen om produksjonstilskudd til dagsaviser. Inntektene fra gebyrordningen om registrering av videogram utgjorde 4 406 024 kroner, mot budsjett på ti millioner kroner. Mindreinntekten skyldes en vesentlig lavere omsetning av videogram enn tidligere. Medietilsynet venter ytterligere fall i omsetningen av videogram.

Medietilsynet er registrert med en post i statens kapitalregnskap. Posten gjelder aksjer i Norsk Opplagskontroll AS som tilsynet eier sammen med Mediebedriftenes Landsforening og Landslaget for lokalaviser. Aksjeposten framgår av note 5 til artskontoregnskapet.

## Tilleggsopplysninger

Riksrevisjonen reviderer årsregnskapet til Medietilsynet. Årsregnskapet for 2014 er ikke ferdig revidert, men vil ventelig foreligge innen utløpet av andre kvartal. Revisjonsberetningen er unntatt offentlighet fram til Stortinget har mottatt Dokument 1 fra Riksrevisjonen. Beretningen vil bli publisert på tilsynets nettsider så snart dokumentet er offentlig.

*Fredrikstad, 11. mars 2015*



**Tom Thoresen**

*direktør*

# PRINSIPPNOTE TIL ÅRSREGNSKAPET

Årsregnskapet til Medietilsynet er utarbeidet og avlagt etter retningslinjer fastsatt i Bestemmelser om økonomistyring i staten (bestemmelsene), fastsatt 12. desember 2003 med endringer, senest av 18. september 2013. Årsregnskapet er i henhold til krav i bestemmelsene punkt 3.4.1 og bestemmelser i Finansdepartementets rundskriv R-115.

Oppstillingen av bevilgningsrapportering med noter viser bevilgninger virksomheten har hatt til disposisjon og alle opplysninger som er rapportert til statsregnskapet etter statens kontoplan. Bevilgningsrapporteringen viser også virksomhetens finansielle eiendeler og forpliktelser i kapitalregnskapet.

Oppstillingen av artskontorrapportering med noter viser hva som er rapportert til statsregnskapet etter statens kontoplan. Artskontorrapporteringen viser også mellomværende med statskassen fordelt på grupper av kontoer.

Oppstillingen av bevilgningsrapportering og artskontorrapportering er utarbeidet med utgangspunkt i bestemmelsene punkt 3.4.2, grunnleggende prinsipper for årsregnskapet:

- 1) Regnskapet følger kalenderåret
- 2) Regnskapet inneholder alle rapporterte utgifter og inntekter for regnskapsåret
- 3) Utgifter og inntekter er ført i regnskapet med brutto beløp
- 4) Regnskapet er utarbeidet i tråd med kontantprinsippet

Oppstillingene av bevilgnings- og artskontorrapportering er utarbeidet etter samme prinsipper, men gruppert etter ulike kontoplaner. Prinsippene samsvarer med krav i bestemmelsene punkt 3.5 om hvordan virksomhetene skal rapportere til statsregnskapet. Sumlinjen «Netto rapportert til bevilgningsregnskapet» er lik i begge oppstillingene.

Alle statlige virksomheter er tilknyttet statens konsernkontoordning i Norges Bank i henhold til krav i bestemmelsene punkt 3.8.1. Ordinære forvaltningsorgan (bruttobudsjetterte virksomheter) tilføres ikke likviditet gjennom året. Ved årets slutt nullstilles saldoen på den enkelte oppgjørskonto ved overgang til nytt år.

## Bevilgningsrapportering

Bevilgningsrapporteringen viser regnskapstall som Medietilsynet har rapportert til statsregnskapet. Regnskapstallene stilles opp etter kapitler og poster i bevilgningsregnskapet som Medietilsynet har fullmakt til å disponere. Oppstillingen viser alle finansielle eiendeler og forpliktelser Medietilsynet står oppført med i statens kapitalregnskap. Kolonnen *Samlet tildeling* viser hva virksomheten har fått stilt til disposisjon i tildelingsbrev fra Kulturdepartementet på kapittel og post i statsregnskapet.

## Artskontorrapportering

Artskontorrapportering viser regnskapstall Medietilsynet har rapportert til statsregnskapet etter standard kontoplan for statlige virksomheter. Medietilsynet har en trekkrettighet for disponible tildelinger gjennom konsernkonto i Norges Bank. Tildelingene skal ikke inntektsføres og vises derfor ikke som inntekt i oppstillingen.

Note 5 til artskontorrapportering viser forskjeller mellom avregning med statskassen og mellomværende med statskassen.

# BEVILGNINGSRAPPORT 2014

Utgiftskapittel	Kapittelnavn	Post	Posttekst	Note	Samlet tildeling	Regnskap 2014	Merutgift (-) og mindretgift
0334	Driftsutgifter	01	Driftsutgifter		52 292 000	55 561 886	-3 269 886
0334	Tilskudd til lokalkringkasting	71	Tilskudd		15 642 098	12 973 689	2 668 409
0334	Ymse faste tiltak	78	Tilskudd		2 122 000	2 122 000	0
0335	Produksjonstilskudd	71	Tilskudd		308 246 000	308 245 996	4
0335	Medieforskning og etterutdanning	73	Tilskudd		9 050 000	9 050 000	0
0335	Produksjonstilskudd	75	Tilskudd		24 983 000	24 982 994	6
0335	Forskudd	76	Tilskudd		875 000	875 000	0
0335	Distribusjonstilskudd	77	Tilskudd		1 983 000	1 982 999	1
<i>Sum utgiftsført</i>					415 193 098	415 794 564	
Inntektskapittel	Kapittelnavn	Post	Posttekst		Samlet tildeling	Regnskap 2014	Merinntekt og mindreinntekt (-)
3334	Ymse inntekter	01	Driftsinntekter		2 080 000	3 690 135	1 610 135
3334	Refusjon fødselspenger	16	Refusjon av foreldrepenger			839 871	839 871
3334	Refusjon sykepenger	18	Refusjon av sykepenger			702 998	702 998
3334	Gebyrinntekter	70	Avgift		10 000 000	4 561 224	-5 438 776
5309	Tilfeldige inntekter	29	Ymse			64 459	
5568	Sektoravgift - forhåndskontroll av kinofilm	74	Ymse		5 500 000	5 315 201	-184 799
5700	Arbeidsgiveravgift	72	Arbeidsgiveravgift			3 861 924	
<i>Sum inntektsført</i>					17 580 000	19 035 812	
<b>Netto rapportert til bevilgningsregnskapet</b>						<b>396 758 752</b>	
<b>Kapitalkontoer</b>							
60063901	Norges Bank KK /innbetalinger					14 079 839	
60063902	Norges Bank KK /utbetalinger					-411 987 579	
703808	Endring i mellomværende med statskassen					1 127 814	
<i>Sum rapportert</i>						-21 174	
<b>Beholdninger rapportert til kapitalregnskapet (201412)</b>							
Konto	Tekst				2014	2013	Endring
6260	Aksjer				34 000	34 000	0
703808	Mellomværende med statskassen				-1 322 168	-2 449 982	1 127 814

## NOTE A FORKLARING AV SAMLET TILDELING

Kapittel og post	Overført fra i fjor	Årets tildelinger	Samlet tildeling
33401	3 000 000	49 292 000	52 292 000
33471	2 142 000	13 500 000	15 642 000
33478	0	2 122 000	2 122 000
33571	0	308 246 000	308 246 000
33573	0	9 050 000	9 050 000
33575	0	24 983 000	24 983 000
33576	0	875 000	875 000
33577	0	1 983 000	1 983 000

## NOTE B FORKLARING TIL BRUKTE FULLMAKTER OG BEREKNING AV MULIG OVERFØRBART BELØP TIL NESTE ÅR

Kapittel og post	Stikkord	Merutgift(-)/ mindre utgift	Utgiftsført av andre i hht avgitte belastningsfullmakter	Merutgift(-)/ mindretgift etter avgitte belastningsfullmakter	Standard refusjoner på inntektspostene 15-18	Merinntekter iht merinntektsfullmakt	Omdisponering fra post 01 til 45 eller til post 01/21 fra neste års bevilgning	Innsparinger	Sum grunnlag for overføring	Maks. overførbart beløp *	Mulig overførbart beløp beregnet av virksomheten
033401		-3 269 886		-3 269 886	1 542 869	1 610 135			-116 882		0
033445	"kan overføres"			0	Ikke aktuell				0		
033471		2 668 409		2 668 409	Ikke aktuell				2 668 409		2 668 409

\*Maksimalt beløp som kan overføres er 5% av årets bevilgning på driftspostene 01-29, unntatt post 24 eller sum av de siste to års bevilgning for poster med stikkordet "kan overføres". Se rundskriv R-2/2013 for mer detaljert informasjon om overføring av ubrukte bevilgninger.

## FORKLARING TIL BRUK AV BUDSJETTFULLMAKTER

### Stikkordet «kan overføres»

Mindretgiften på kapittel/post 003471 gjelder tildelinger til lokalkringkastingensformål.

### Fullmakt til å bruke standard refusjoner av lønnsutgifter til å overskride utgifter

Virksomheten har benyttet lønnsrefusjoner som er rapportert på kapittel/post 033416 og 003418 til å dekke inn merutgifter under driftsposten 033401. Lønnsrefusjonene utgjør kr 1 542 869.

### Fullmakt til å overskride driftsbevilgninger mot tilsvarende merinntekter

Virksomheten har benyttet fullmakt til å overskride driftsbevilgningen mot tilsvarende merinntekter. Merinntektene utgjør kr 1 610 135.

### Mulig overførbart beløp

Virksomhetens ubrukte bevilgning på kapittel/post 033471 utgjør kr 2 669 409. Beløpet er søkt overført til neste budsjettår. Det er ikke aktuelt å overføre midler fra andre kapittel/post.

# ARTSKONTORRAPPORT 2014

	Note	2014	2013
<b>Inntekter rapportert til bevilgningsregnskapet</b>			
Innbetalinger fra gebyrer	1	9 876 425	9 506 333
Innbetalinger fra tilskudd og overføringer	1	3 441 927	2 182 254
Salgs- og leieinntekter	1	248 208	689 056
Innbetaling av finansinntekter	1	0	11
<i>Sum innbetalinger</i>		13 566 560	12 377 654
<b>Utgifter rapportert til bevilgningsregnskapet</b>			
Utbetalinger til lønn og sosiale utgifter	2	33 910 745	31 615 678
Offentlige refusjoner vedrørende lønn	2	-1 542 869	-2 216 751
Andre utbetalinger til drift	3	21 771 141	19 785 148
Utbetaling av finansutgifter	3	0	265
<i>Sum utbetalinger</i>		54 139 017	49 184 339
		<b>40 572 458</b>	<b>36 806 685</b>
<b>Netto rapporterte utgifter til drift og investeringer</b>			
<b>Innkrevingsvirksomhet og andre overføringer til staten</b>			
Innbetaling av skatter, avgifter, gebyrer m.m.		0	0
<i>Sum innkrevingsvirksomhet og andre overføringer til staten</i>		0	0
<b>Tilskuddsforvaltning og andre overføringer fra staten</b>			
Utbetalinger av tilskudd og stønader	4	360 133 852	359 873 715
<i>Sum tilskuddsforvaltning og andre overføringer til andre</i>		360 133 852	359 873 715
<b>Inntekter og utgifter rapportert på felleskapitler</b>			
5700 Folketrygdens inntekter - Arbeidsgiveravgift		3 861 924	3 477 781
5309 Tilfeldige inntekter (gruppeliv m.m)		64 459	58 897
<i>Sum inntekter og utgifter rapportert på felleskapitler</i>		3 926 383	3 536 678
		<b>396 779 926</b>	<b>393 143 722</b>
<b>Netto utgifter rapportert til bevilgningsregnskapet</b>			
<b>Oversikt over mellomværende med statskassen</b>			
Eiendeler og gjeld		201412	01.01.2015
Lån til ansatte	5	98 011	146 100
Skyldig skattetrekk	5	-1 438 389	-1 189 169
Skyldig merverdiavgift	5	-5 759	-8 693
Annen gjeld	5	23 969	-1 398 219
<i>Sum mellomværende med statskassen</i>		-1 322 168	-2 449 982

## NOTE 1 INNTEKTER RAPPORTERT TIL BEVILGNINGSREGNSKAPET 2014

	2014	2013
<i>Innbetalinger fra gebyrer</i>		
Avgift for forhåndskontroll av film	5 315 201	3 226 251
Avgift for registrering av videogram	4 406 024	6 026 002
Gebyr for brudd på kringkastingsloven	155 200	254 080
<b>Sum innbetalinger fra gebyrer</b>	<b>9 876 425</b>	<b>9 506 333</b>
<i>Innbetalinger fra tilskudd og overføringer</i>		
Tilskudd fra EU	397 927	1 326 254
Tilskudd fra andre departement	3 044 000	856 000
<b>Sum innbetalinger fra tilskudd og overføringer</b>	<b>3 441 927</b>	<b>2 182 254</b>
<i>Salgs- og leieinntekter</i>		
Tilfeldige inntekter	248 208	689 056
<b>Sum salgs- og leieinntekter</b>	<b>248 208</b>	<b>689 056</b>
<i>Andre innbetalinger</i>		
<b>Sum andre innbetalinger</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<i>Innbetaling av finansinntekter</i>		
Valutagevinst (agio)	0	11
<b>Sum innbetaling av finansinntekter</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
<b>Sum inntekter rapportert til bevilgningsregnskapet</b>	<b>13 566 560</b>	<b>12 377 654</b>

## NOTE 2 UTBETALINGER TIL LØNN OG SOSIALE UTGIFTER OG INNBETALINGER AV OFFENTLIGE REFUSJONER VEDRØRENDE LØNN 2014

	2014	2013
<i>Utbetalinger til lønn og sosiale utgifter</i>		
Lønninger	28 664 158	26 367 452
Arbeidsgiveravgift	3 861 924	3 477 781
Andre ytelser	1 384 663	1 770 444
<b>Sum utbetalinger til lønn og sosiale utgifter</b>	<b>33 910 745</b>	<b>31 615 678</b>
<i>Offentlige refusjoner vedrørende lønn</i>		
Sykepenger og andre refusjoner	1 542 869	2 216 751
<b>Sum offentlige refusjoner vedrørende lønn</b>	<b>1 542 869</b>	<b>2 216 751</b>
<b>Antall årsverk:</b>	<b>47</b>	<b>42</b>

## NOTE 3 ANDRE UTBETALINGER TIL DRIFT OG UTBETALING AV FINANSUTGIFTER 2014

	2014	2013
<i>Andre utbetalinger til drift</i>		
Husleie	3 753 224	3 772 401
Vedlikehold og ombygging av leide lokaler	23 580	13 785
Andre utgifter til drift av eiendom og lokaler	691 553	956 372
Reparasjon og vedlikehold av maskiner, utstyr mv.	37 097	59 209
Mindre utstysanskaffelser	1 892 933	1 431 723
Leie av maskiner, inventar og lignende	1 518 887	1 365 167
Konsulenter og andre kjøp av tjenester fra eksterne	8 417 834	6 357 552
Reiser og diett	1 159 754	1 026 311
Øvrige driftsutgifter	4 276 280	4 802 626
<b>Sum andre utbetalinger til drift</b>	<b>21 771 141</b>	<b>19 785 148</b>
<i>Utbetaling av finansutgifter</i>		
Renteutgifter	0	265
<b>Sum utbetaling av finansutgifter</b>	<b>0</b>	<b>265</b>

## NOTE 4 TILSKUDDSFORVALTNING OG ANDRE OVERFØRINGER FRA STATEN 2014

	2014	2013
Tilskudd til ikke-finansielle foretak	360 133 852	359 793 715
Tilskudd til ideelle organisasjoner	0	50 000
Tilskudd til statsforvaltningen	0	30 000
<b>Sum tilskuddsforvaltning og andre overføringer fra staten</b>	<b>360 133 852</b>	<b>359 873 715</b>

En nærmere beskrivelse av tilskuddsordningene som Medietilsynet forvalter framgår av del III i årsrapporten.

## NOTE 5 SAMMENHENG MELLOM AVREGNING MED STATSKASSEN OG MELLOMVÆRENDE MED STATSKASSEN 2014

### DEL A FORSKJELLEN MELLOM AVREGNING MED STATSKASSEN OG MELLOMVÆRENDE MED STATSKASSEN

		2014	2014	
		Spesifisering av bokført avregning med statskassen	Spesifisering av rapportert mellomværende med statskassen	Forskjell
Finansielle anleggsmidler	Finansielle anleggsmidler	34 000	0	34 000
	<i>Sum</i>	34 000	0	34 000
Omløpsmidler	Kundefordringer	477 324	0	477 324
	Lån til ansatte	98 011	98 011	0
	<i>Sum</i>	575 335	98 011	477 324
Kortsiktig gjeld	Skyldig skattetrekk	-1 438 389	-1 438 389	0
	Skyldig merverdiavgift	-5 762	-5 759	-3
	Annen kortsiktig gjeld	690	23 969	-23 279
	<i>Sum</i>	-1 443 461	-1 420 179	-23 282
<b>Sum</b>		<b>-868 126</b>	<b>-1 322 168</b>	<b>454 042</b>

### DEL B SPESIFISERING AV INVESTERINGER I AKSJER OG SELSKAPSANDELER

Aksjer	Forretnings- kontor	Ervervsdato	Antall aksjer	Eierandel	Stemmeandel	Årets resultat i selskapet	Balanseført egen- kapital i selskapet	Balanseført verdi i regnskap*
Norsk Opplagskontroll AS	Oslo	01.05.01	102	33,3 %	33,3 %	- 14 197	144 849	34 000
<b>Balanseført verdi</b>								
<b>31.12.14</b>								<b>34 000</b>

\* Investeringer i aksjer er bokført til anskaffelseskost. Balanseført verdi er den samme i både virksomhetens kontospesifikasjon og kapitalregnskapet.



## **Medietilsynet**

Nygata 4, 1607 Fredrikstad

Telefon: +47 69 30 12 00

post@medietilsynet.no

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

[www.twitter.com/medietilsynet](https://www.twitter.com/medietilsynet)

[www.facebook.com/medietilsynet](https://www.facebook.com/medietilsynet)

[www.youtube.com/medietilsynet](https://www.youtube.com/medietilsynet)



**Medietilsynet**  
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY