

ÅRSMELDING 2012



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

INNHold

FORORD	3
OM MEDIETILSYNET	4
MEDIEREGULERING GJENNOM 100 ÅR	6
FRA FM TIL DIGITAL KRINGKASTING	9
ET ÅR PREGET AV ENDREDE LOVER OG MEDIESTØTTEORDNING	10
TRYGG MEDIEBRUK FOR BARN OG UNGE	12
TILSYN OG KONTROLL 2012	14
FLERE LESER NYHETER PÅ NETT – FØLGER INNTEKTENE ETTER?	16
KUNNSKAP OG DIALOG	18

FORORD

I årets melding om medieutviklingen og Medietilsynets virksomhet gir professor Jostein Gripsrud en oversikt over mediereguleringen gjennom 100 år. Det er interessant lesning. Ikke minst fordi det offentlige medvirkning er skiftende. Og skiftende så vel etter politiske, som moralske og teknologiske forhold. I dag ligger ytringsfriheten som et solid fundament under hele den offentlige mediepolitikken. Alle reguleringer og inngrep må veies mot den. I første rekke gjelder dette beskyttelse mot opprivende eller skadelig innhold, særlig for barn og unge. Men også i noen grad mot massiv eller skjult reklame for varer eller tjenester; og også visse former for politisk påvirkning.

Men ytringsfriheten har et praktisk motstykke i ytringsmuligheten. Derfor er mangfold og variasjon det andre fundamentet. Det legitimerer støtteordninger og eierskapsbegrensninger. I begge tilfeller for å korrigere markedets iboende risiko for monopolisering og ensretting.

Det tredje fundamentet, gjerne ivaretatt gjennom konsesjonsordninger, dreier seg om samfunnets behov for rimelig fordeling av knappe ressurser. Men når ressursene blir mindre knappe, f.eks. ved at radio og fjernsyn distribueres digitalt, vil behovet for slik offentlig regulering avta.

Den rivende teknologiske utviklingen skaper nye utfordringer på alle disse feltene. For lovgivning, støtteordninger og regulering. Et eget kapittel i årets melding tar for seg en del av de endringene som er satt i verk, eller er under utvikling. Flere av disse endringene vil sette krav til Medietilsynet, både metodisk og med hensyn til utvelgelse, informasjon og utføring. I tillegg har tilsynet i høy grad vært medspiller til Kulturdepartementet i utrednings- og innspillsfasen.

Behovet for et slikt reformarbeid er åpenbart. Med den raske utviklingen vi har, vil det ellers være stor fare for at lovgivning, støtte- og reguleringsformer vil bli stadig mer irrelevante for samfunnets mediepolitiske mål. Kanskje til og med i strid med dem.

I et slikt lys vil det alltid være noen som mener at de offentlige virkemidlene er fåfengte, simpelthen fordi utviklingen er for rask og virkeligheten for mangslungen. Og til og med mene at lovgivning, regulering og virkemidler heller bør avvikes enn utvikles. En debatt om dette kan det være nødvendig å ta med jevne mellomrom.

Men uansett hvor komplisert medieutviklingen måtte bli, kan ikke en slik debatt oppheve de viktige hensynene som ligger bak en samfunnsbasert mediepolitikk. Ytringsfrihet og ytringsmulighet, trygghet og beskyttelse, mangfold og næringsfrihet, likebehandling og pluralisme vil alltid utgjøre vanskelige avveininger og beslutninger. Det er vanskelig å se at samfunnet kan ta disse uten tilstrekkelige virkemidler.

Medietilsynet, april 2013



Tom Thoresen
Direktør



Tom Thoresen
Direktør

OM MEDIETILSYNET

Medietilsynet forvalter og fører tilsyn med lover og vedtak fra Stortinget, Regjeringen og Kulturdepartementet. Medietilsynet skal bidra til å oppfylle samfunnsmålene om ytringsfrihet, rettssikkerhet og et levende demokrati.

Gjennom tilsyn, tilskuddsordninger, veiledning og informasjon skal Medietilsynet bidra til:

- mangfold og kvalitet i norske medier
- en sterk allmennkringkasting
- mangfold i medieeierskap
- trygg mediebruk blant barn og unge
- å øke mediekompetansen i befolkningen

Medietilsynet skal gi faglige innspill til utvikling av regelverk og delta i internasjonalt samarbeid på mediefeltet.

Medietilsynet holder til i Fredrikstad. Medietilsynet hadde 51 medarbeidere ved utgangen av 2012, 27 kvinner og 24 menn. Gjennomsnittsalderen er 46 år.

Medarbeidernes kompetanse favner om samfunnsfag, jus, økonomi, pedagogikk, administrasjon, medievitenskap, kommunikasjon og journalistikk.



HER KAN DU LASTE NED
ÅRSRAPPORT 2012

ET UTVALG TALL FRA 2012

- Det var registrert 254 konsesjoner til lokalradio
- Det var registrert 230 aviser
- Det ble fastsatt aldersgrenser på 235 filmer og 270 trailere for visning på kino
- Medietilsynet tildelte 326 489 000 kroner i pressestøtte
- Det ble registrert 5 175 DVD og klikkefilm som skal omsettes i næring
- Medietilsynet ble nevnt i 4 000 presseoppslag

For mer informasjon og detaljer om regnskap, konsesjoner og andre opplysninger om Medietilsynet i 2012, se Medietilsynets årsrapport.

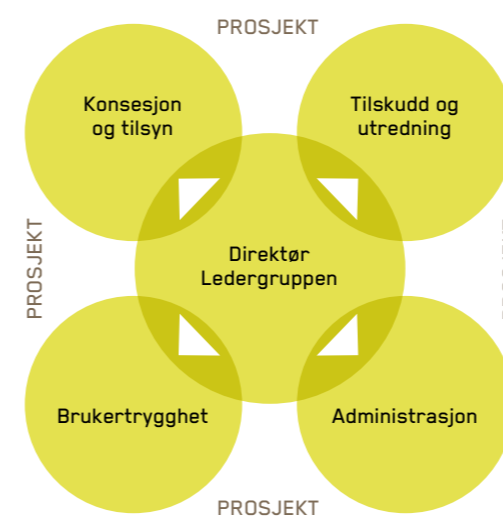
ØKONOMI

Budsjettet til Medietilsynet utgjorde 49,8 millioner kroner i 2012. Tilsynets samlede utgifter utgjorde 48,5 millioner kroner, en økning 11,7 prosent fra 2011.

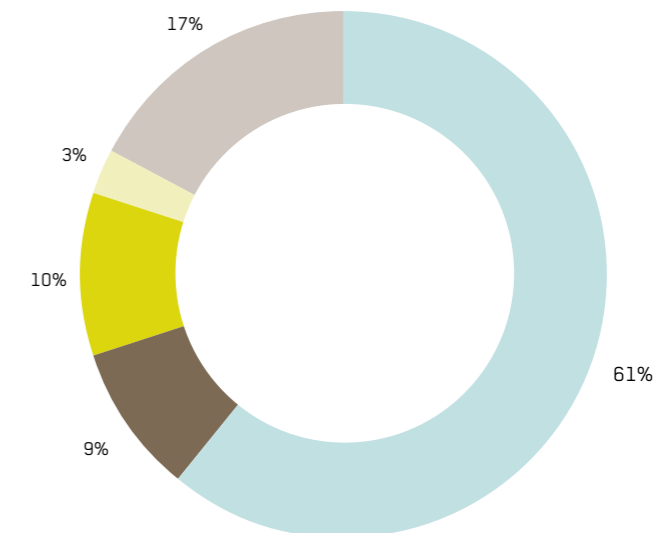
De totale utgiftene til Medietilsynet var 1,3 millioner kroner mindre enn det disponible budsjettet.

Lønnsutgiftene utgjorde 29,6 millioner kroner eller 61 prosent av budsjettet. Resterende budsjettmidler dekket løpende utgifter til drift av tilsynet, slik som utgifter til drift av lokaler, IKT, konsulentbistand og reisevirksomhet.

ORGANISASJONKART MEDIETILSYNET



UTGIFTER 2012



- Lønn
- Drift av lokaler
- Konsulent tjenester
- Reisevirksomhet
- Andre utgifter

MEDIEREGULERING GJENNOM 100 ÅR

Det er i år hundre år siden *lov om offentlig forevisning av kinematografbilleder* ble vedtatt i Stortinget. Dermed er det grunn til å markere hundreårsdagen for offentlig regulering av mediene i Norge.



JOSTEIN GRIPSRUD
Professor Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen

Som alle andre slike fenomener har også dette en forhistorie. Den fransk- og amerikanskinspirerte Grunnloven av 1814 hadde en paragraf 100, som lød slik:

«Trykkefrihed bør finde Sted. Ingen kan straffes for noget Skrift af hvad Indhold det end maatte være, som han har ladet trykke eller udgive, medmindre han forsætlig og aabenbar enten selv har viist, eller tilskyndet andre til Ulydighed mod Lovene, Ringeagt mod Religionen, Sædelighed eller de constitutionelle Magter, Modstand mod disses Befalinger, eller fremført falske og ærekrænkende Beskyldninger mod nogen. Frimodige Yttringer om Statsstyrelsen og hvilken som helst anden Gjenstand ere Enhver tilladte.»

Dette var i realiteten en første juridisk regulering av mediens innhold: Man kan trykke, altså mangfoldiggjøre og spre, massekommunisere, en hvilken som helst tekst – med visse begrensninger: En skal ikke vise eller tilskynde noen til ulydighet mot lovene eller ringeakt for religionen og sedeligheten, for eksempel. Ikke skal en kunne framføre falske eller, for den del sanne, ærekrænkende beskyldninger mot noen heller.

I de neste hundre årene var det smått med både kulturpolitikk i bred forstand og medieregulering mer spesifikt. Viktigst var statsstøtten til folkebibliotek i 1836, som først kom inn som fast post på budsjettet i 1876. Disse vedtakene signaliserer offentlig interesse for mediers positive bidrag til samfunnslivet som vi kommer tilbake til.

Det var først ved introduksjonen av en ny medieteknologi, filmen, det ble aktuelt å gjøre noe mer – innføre statlig forhåndssensur av alle levende bilder. Paragraf 8 i den nye filmloven av 1913 slo fast at «De sakkyndige maa ikke godkjende billeder, hvis forevisning de mener vilde stride mot lov

eller krænke ærbarhet eller virke forraaende eller moralsk nedbrytende. Andre billeder maa de ikke nekte at godkjende.» Norge var ikke alene om slike tiltak. Bakgrunnen var over alt den store bekymring mange knyttet til filmmediets virkning på sine primære publikumsgrupper: Barn, kvinner og folk i de lavere sosiale klassene.

Det neste betydelige mediereguleringstiltaket i Norge, var opprettelsen av NRK som kringkastingsmonopol i 1933, også det i tråd med utviklingen ellers i Europa. Her kom en tilsynelatende ny tankegang til uttrykk, som altså ikke var så ny om en tar tanken bak støtten til folkebibliotekene med i betraktningen: Det handlet ikke bare om å hindre adgang til offentligheten for uønsket materiale, det handlet om å fremme adgangen av ønsket materiale. Dessuten handlet det om offentlighetens struktur: Med én riksdekkende radio skulle alle borgere gis lik adgang til informasjons- og kulturressurser de trengte for full deltakelse i samfunns- og demokratiske prosesser. En ville med andre ord sikre innbyggernes informasjonsfrihet, yttringsfrihetens siamesiske tvilling. Kringkastingsmonopolet var nødvendig for å gjøre radiomediet til «ei fyrsterangs byggjande makt i folkelivet», som det het i regjeringens innstilling om saken. Slik foregrep NRK-vedtaket et hovedtema for etterkrigstidens kulturpolitikk: Bredest mulig distribusjon av kulturgoder fra et antatt sentrum til periferien gjennom offentlige tiltak som Riksteatret (1949), Norsk Bygdekino (1950) og Riksgalleriet (1953). Folkeopplysning i bred forstand var blitt en statlig oppgave, etter at diverse folkebevegelser hadde stått for den i hundre år.

En kan gjerne si at folkeopplysning og informasjonsfrihet var idealer som lå under – eller ble brukt





Foto: Marte Garmann Johnsen

som legitimering av – de viktigste kultur- og mediepolitiske nyordningene på 1960-tallet: Innkjøpsordningen for bøker (1965) og pressestøtten (1969). Disse ordningene hadde til hensikt å opprettholde en mangfoldig norsk skjønnlitteratur og gjøre den gratis tilgjengelig for publikum gjennom bibliotekene – og å sikre at avisenes spekter av politiske orienteringer reflekterte så noenlunde meningsmangfoldet de mange politiske partiene var uttrykk for.

Endringene i dette systemet kom med medieteknologiske endringer omkring 1980 – og en samtidig (kultur)politisk klimaendring: Satellitt- og kabel-fjernsyn gjorde det i lengden umulig å opprettholde kringkastingsmonopolet i den klassiske formen, og en liberalistisk vind feide over den vestlige verden i bakkant av de individualistiske trendene som var en del av det såkalte ungdomsopprøret fra midt på 60-tallet. Offentlig «formynderi» på kulturområdet mistet mye av sin legitimitet. Det kom private nærradioer og i siste del av 80-tallet også private tv-kanaler (TV3 og TVNorge) basert på satellitt- og kabel-distribusjon. Dermed var det duket for etableringen av en privat allmennkringkaster, TV 2, som begynte å sende i 1992.

Slik var allerede landskapet medierereguleringer skulle håndtere atskillig mer kronglete enn før da Internett ble allment tilgjengelig fra midten av 1990-tallet. Internasjonalisering, kommersialisering, digitalt mangfold og «konvergens» ble aksentuert som utfordringer for kulturpolitisk motivert medieregulering. Omkring år 2000 var en internasjonal diskusjon for lengst i gang om hvorvidt en særegen reguleringspolitikk på medieområdet overhodet lot seg opprettholde. Medievirksomhet var i bunn og grunn næringsvirksomhet, het det, og kunne bare meningsfullt reguleres som sådan. En kan for eksempel forsøke å motvirke monopoler, og en kan prøve å beskytte forbrukerne (som publikum nå ble kalt) mot antatt skadelige varer og tjenester samt løgnaktig reklame. Ellers er det ikke stort å gjøre. Medieregu-

«Det paaligger Statens Myndigheder at lægge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst offentlig Samtale.»

lering har etter dette synet ikke lenger med kulturpolitikk å gjøre.

Det er uten tvil rett at teknologiutviklingen og en rekke andre forhold vanskeliggjør kulturpolitisk motivert regulering innrettet på å støtte demokratisk relevant innhold og offentlighetsstrukturer som bidrar til å realisere ytrings- og informasjonsfrihetsidealer. Men noen av oss mener det fortsatt er verdt å forsøke. Faktisk mente et samlet Storting dette, da de etter grundige forberedelser vedtok en ny paragraf 100 i Grunnloven i 2004, der den siste setningen lyder: «Det paaligger Statens Myndigheder at lægge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst offentlig Samtale.» Det er stadig dette medieregulering i siste instans handler om, i overskuelig framtid: Det tar et stykke tid å forandre Grunnloven.

FRA FM TIL DIGITAL KRINGKASTING

Radioens framtid er digital. FM-nettet har begrenset plass. Stortinget har derfor vedtatt en overgang til digital radiokringkasting. Det er planlagt slukking av FM-båndet i 2017, med unntak for mindre lokal-radiostasjoner.

HVA BETYR OMLEGGINGEN?

Kanaler: Internett-radio og radio via digital-tv har flere kanaler enn dagens FM. Via det nye DAB-nettet kan du nå høre utvalgte kommersielle kanaler og flere NRK-kanaler enn du finner på FM. Når nettet er ferdig utbygget, vil langt flere kanaler komme til.

Brukeropplevelse: Digitalradio gir stabile lytteforhold, flere kanaler, tekstinformasjon og gode muligheter for brukerstyring. Det er selve radioapparatet som avgjør hvilke muligheter du har, om du for eksempel kan stoppe, pause eller gå bakover i radioprogrammet.

Dekning: Utbyggingen av det digitale kringkastingsnettet for radio er i full gang. I 2013 vil nettet etter planen ha 90 prosent befolkningsdekning. I 2014 vil NRKs kanaler få 99,5 prosent befolkningsdekning. For å finne ut om det er dekning der du bor, se medietilsynet.no/digitalradio.

Medietilsynet har fått i oppdrag av Kulturdepartementet å informere om overgangen fra analog til digital radio.



Informasjonsarbeidet har som mål å øke kjennskap til teknologiskiftet.

I 2012 ble det gjennomført en kjennskapsundersøkelse om digital radio i Norge. Undersøkelsen viste at 76 prosent av befolkningen kjenner til at det skjer et teknologiskifte på radio. Det videre informasjonsarbeidet vil ta utgangspunkt i denne undersøkelsen som gjennomføres fire ganger i året. Det er utviklet en enkel brosjyre med informasjon om hva forbrukerne bør vite og hva de bør gjøre. Brosjyren ligger elektronisk og lett tilgjengelig på www.medietilsynet.no/digitalradio. Den skal videre distribueres til forhandlere og via kampanjer som Digitalradio Norge AS skal ha i 2013. NRK har også fått brosjyrer til utdeling.

Det er etablert et nært samarbeid med Digitalradio Norge. Videre er det gjennomført tiltak i samarbeid med elektronikkbransjen og deres medlemmer. Samarbeidet med bransjeaktørene fungerer godt. I 2013 vil informasjonsarbeidet bli mer målrettet mot bilforhandlere, bilkjøpere og grupper som har behov for særskilt og tilpasset informasjon om overgangen.



HER KAN DU LASTE NED
BROSJYREN I PDF-FORMAT

ET ÅR PREGET AV ENDREDE LOVER OG MEDIESTØTTEORDNING

Medietilsynet har i 2012 brukt mye tid på utredning og oppfølging av endringer i samtlige regelverk på medieområdet på oppdrag for Kulturdepartementet.

§

ENDRET KRINGKASTINGSLOV

Den 14. desember 2012 ble kringkastingsloven endret og utvidet, slik at også audiovisuelle bestillingstjenester ble omfattet av regelverket. Loven trådte i kraft 1. januar 2013. Den nye kringkastingsloven innebærer blant annet:

- Lovens virkeområde utvides til å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester (programmer som tilbys på bestilling og på et tidspunkt seeren selv bestemmer, så som nett-tv) i tillegg til kringkasting (TV 2, NRK, TVNorge). Det betyr at Medietilsynet får flere aktører å føre tilsyn med
- Det åpnes for produkt plassering i enkelte programkategorier i kommersielle tv-kanaler og bestillingstjenester
- Reglene for utforming av sponsorplakater liberaliseres
- Audiovisuelle bestillingstjenester blir pålagt å innføre tiltak som hindrer barn tilgang til innhold som kan være alvorlig til skade
- Det innføres nye regler knyttet til teksting for hørselshemmede i kringkastede tv-sendinger

Medietilsynet har utført mye arbeid knyttet til endret kringkastingslov. Det er gjennomført forprosjekt for å kartlegge audiovisuelle bestillingstjenester. Fokuset var å gjøre klart hvilke kriterier som må være oppfylt for å slå fast en audiovisuell bestillingstjeneste i AMT-direktivets forstand. Videre har Medietilsynet gitt innspill og rådgivning til Kulturdepartementet i forbindelse med proposisjon 9 L (2012–2013) om endringer i kringkastingsloven, åndsverkloven og film- og videogramlova (oversendt Stortinget 19. oktober 2012). Medietilsynet har også informert om endret kringkastingslov til kringkastere og allmennheten.

§

NY BESKYTTELSESLOV MOT SKADELIGE BILDEPROGRAM

Utviklingen i medieteknologi og mediebruk skaper et større behov for beskyttelse av barn og unge mot skadelige medieinntrykk. Samtidig er det nødvendig å samordne reguleringen og tilpasse den til den teknologiske

utviklingen. I dag er det samme innholdet underlagt ulike regler, kontrollregimer, skadelighetsvurderinger og krav til forbrukeropplysning avhengig av om innholdet publiseres på for eksempel nett, tv og kino. Hovedelementene i det nye lovforslaget er:

- en plikt til å sette aldersgrenser på bildeprogrammer
- en plikt til å sikre at de fastsatte aldersgrensene overholdes
- en plikt til å informere om aldersgrenser og anbefalt målgruppe

Aldersgrensene skal fastsettes på grunnlag av antatt skadevirkning, og gir derfor ikke noen veiledning om hvilken aldersgruppe bildeprogrammet er egnet for. Det foreslås derfor i tillegg å lovfeste en plikt for bransjen til å opplyse om anbefalt målgruppe for bildeprogrammet. Lovforslaget har høringsfrist 1. mai 2013.

Medietilsynet bidro faglig på Kulturdepartementets Innspillkonferanse om Beskyttelse av barn og unge mot skadelig medieinnhold i februar 2012, og har gjennom året lagt ned en betydelig innsats for å bistå departementet i arbeidet med høringsnotat om ny lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelig bildeprogram.

§

NY MEDIEIEERSKAPSLOV

Medieieierskapsloven har bakgrunn i at store deler av den offentlige samtalen og meningsutvekslingen skjer i massemediene. Den informasjonen og de meningsytningene som formidles gjennom mediene setter dagsorden og påvirker meningsdannelsen, og dermed også de politiske prosessene. Hensynet til demokratiet tilsier at denne påvirkningskraften ikke bør være konsentrert hos en eller noen få aktører.

Dagens medieieierskapslov er tuftet på medievirkeligheten før de digitale kanalene ble dominerende – det er derfor behov for en oppdatering av medieieierskapsloven. Regjeringen la i juni frem forslag til en revidert medieieierskapslov der de største endringene er:

Medietilsynet har gjennom året lagt ned en betydelig innsats for å bistå departementet i arbeidet med høringsnotat om ny lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelig bildeprogram.

Foto: Sverre Jarlid

- Det innføres en reguleringsmodell der mediemarkeder, prinsipper for beregning av eierposisjoner og målemetoder fastsettes av Medietilsynet i forskrift. Dette for å gjøre reguleringen mer fleksibel overfor endringer på mediesektoren
- Eierskapsregulering på regionalt nivå opprettholdes, men regionale markeder (regioninndeling) og regionale eierskaps grenser fastsettes av Medietilsynet i forskrift
- Elektronisk mediebruk regnes inntil videre inn i de øvrige mediemarkedene (dvs. dagspresse, radio, fjernsyn). Dette vil for eksempel innebære at bruk av nett-, lesebrett- og mobilutgavene til en avis regnes inn i avisens posisjon på dagspressemarkedet

Medietilsynet har deltatt aktivt i det pågående arbeidet med utviklingen av ny medieieierskapslov. I tillegg til at en medarbeider under hele prosjektperioden var frikjøpt av Kulturdepartementet for å arbeide fulltid med *Medieieierskapsutredningen 2012*, var flere ansatte i Medietilsynet i utstrakt grad involvert i arbeidet med utredningen. Videre har Medietilsynet bistått Kulturdepartementet i den videre oppfølgingen av utredningen. Tilsynet har også avgitt høringsvar i departementets høring i august 2012.

NY ORDNING FOR MEDIESTØTTE

Høsten 2012 sendte Kulturdepartementet ut høring om en mer plattformnøytral pressestøtte. Formålet med støtteordningen er å opprettholde et mangfold av nyhets- og aktualitetsmedier. Departementet legger til grunn at både abonnements- og løssalgsaviser kan bidra til dette formålet.

I høringsnotatet foreslår departementet at også løssalgsaviser skal kunne motta støtte. Videre foreslår departementet at det innføres en avkortningsordning i støttesystemet. Dette vil innebære at det settes et tak for hvor lønnsomme aviser kan være etter utbetalt produksjonstilskudd. Aviser med lønnsomhet over et gitt nivå vil få en avkortning av tilskuddet. Høringsnotatet drøfter også ulike løsninger for hvor mye støtte den enkelte avis maksimalt kan få. Departementet opprettholder imidlertid sitt tidligere forslag om at ingen avis kan motta mer enn 40 millioner kroner i støtte i ett kalenderår. Høringsfristen var 9. januar i 2013, og ny ordning er planlagt iverksatt fra 1. januar 2014.

Medietilsynet har bistått departementet i arbeidet med å utvikle en plattformnøytral mediestøtte. Tilsynet har bidratt med konsekvensutredninger og regelutforming. Videre har tilsynet deltatt sammen med departementet i møter med ESA (European Surveillance Authority, EFTAs overvåkningsprogram) om den nye støtteordningen. Tilsynet har også deltatt i arbeidet med å utrede nye satser for merverdiavgift for papiraviser og digitale aviser.



HER FINNER DU MER INFORMASJON OM ENDRET KRINGKASTINGSLOV

TRYGG MEDIEBRUK FOR BARN OG UNGE

Medietilsynet jobbet i 2012 med en rekke prosjekter knyttet til trygg mediebruk. Feltet er stort og krevende, og mange aktører har mye de vil si om trygg mediebruk både til foreldre, lærere og barn. Utfordringene krysser grensene for de politiske myndighetenes arbeidsfelt, og flere departementer (FAD, KUD, KD, BLD, JD) har derfor gått sammen om å dekke kostnadene, mens Medietilsynet koordinerer og gjennomfører tiltakene. Arbeidet støttes også gjennom EU-prosjektet Safer Internet Programme.

BRUK HUE-KAMPANJEN er en dialogbasert skoleturné om digital mobbing, og er et samarbeid mellom Telenor, Røde Kors, Barnevakten og Medietilsynet. Målet er å gjøre ungdom, foreldre og lærere mer bevisste på hva digital mobbing er, hva som kan skape mobbesituasjoner, hva man bør unngå å gjøre og hvilke psykiske og juridiske konsekvenser digital mobbing kan føre til.

I løpet av 2012 rundet Bruk Hue-kampanjen 100 000 møtte ungdommer og har totalt besøkt 350

ungdomsskoler og nådd 20 000 foreldre. Evalueringer av kampanjen har vist tydelig resultat om at den har hatt effekt i form av økt kunnskap om digital mobbing og atferdsendring blant elevene.

SAFER INTERNET DAY ble i 2012 markert for niende gang med debatt, prisutdeling og lansering av undervisningsmateriell. Med temaet «Connecting generation» oppfordret Medietilsynet Trygg bruk foreldre til å ta stilling til grensen mellom trygghet og kontroll. Dagen

ble markert med frokostdebatt på Litteraturhuset i Oslo hvor 120 deltok på arrangementet og omtrent 260 fulgte debatten via strømming fra Medietilsynets nettsider.

I anledning dagen ble det også lansert et nytt undervisningsmateriell knyttet til en to minutters animert debattfilm – «Total kontroll?». Filmen har fått god anerkjennelse av det europeiske nettverket og vant også førstepris i Gulltaggen Awards 2012 i kategorien informasjonskampanje, for sine visuelle effekter.

PROBLEMSPILLING

De siste årene har hjelpeapparatet som jobber med pengespillavhengighet i økende grad fått henvendelser knyttet til overdreven bruk av dataspill. Ifølge regjeringens *Handlingsplan mot spillproblemer (2009–2011)* er det behov for økt kunnskap om problemer knyttet til dataspill.

I 2012 har Medietilsynet arbeidet med en brosjyre rettet mot skole- og helsepersonell som jobber med unge, utviklet nettportalen www.problemspilling.no og arrangert en nasjonal konferanse om dataspillav-

Kunnskapsløst. Vi mister håret av bekymring for barnas spillkonsum. Men hvor farlig er det egentlig?

Sove, spise, spille



Kommentar
Joacim Lund

J Journalist

Velsigne Medietilsynet. Da de arrangerte Dataspillkonferansen 2012 i går, var målet en kunnskapsbasert og nyansert debatt. Deres spørsmål ble derfor hvorvidt spillavhengighet er et reelt problem eller mediehypotese. Svaret er begge deler.

Urinstinkt
Overskrifter om dataspillavhengighet selger aviser, og mediene pleier ikke la fakta stå i veien for en god sak. Men problematisk spilling finnes, og vi må ta det alvorlig. Vi må bare holde oss til fakta.

Spillavhengighet er ikke en diagnose. Derfor kaller vi det problemspilling, og setter grensen der spillvanene blir tvangsmessige og til hinder for skole, familie, karriere og sosialt liv. Flere gutter enn jenter er problemspillere, ca 13 prosent av gutter mellom 12 og 17 år. Problemspilling har gjerne sammenheng med andre problemer i livet. Glem rus og gambling, dette er noe annet. Det er fakta.

Fremmedfrykt
Problemspilling er altså alvorlig for

de som rammes, men et marginalt samfunnsproblem. Så hvorfor er vi så besatt av det?

Mange foreldre kjenner ikke spillkulturen, og lar seg skremme av mediene. Men det er også en verdidebatt. Hvis datteren din spiller flolin 16 timer i uken, er hun da spilleavhengig? Dataspill har fortsatt lav status, og blir derfor lett ansett som et problem. Men spill kan sannelig bli et problem også.

Tidstyv

Ifølge Medietilsynet er foreldrenes største bekymring barnas tidsforbruk, og for en gangs skyld er de ikke helt på jordet. Problemspillere forteller om en tilværelse der spille-spise-sove-mønsteret repeteres i det uendelige. Men det blir ikke slik av seg selv.

Ifølge barnevernspedagog og gestalterapeut Héléne Fellman blir mange ungdommer henvisst til henne på grunn av frykt for spillavhengighet. Ingen blir behandlet for det. De blir behandlet for angst, depresjoner eller andre ting. Kanskje blir de mobbet. Internett og dataspill er et tilluktssted. Derfor er det viktigere å være til stede for barna sine enn å slå ned på spillingen deres, mener hun.

Samme gamle lekse
Dermed lander vi på den samme konklusjonen som alltid. Foreldre må engasjere seg i barnas spillkonsum. Snakke med dem. Spille med dem. Og ta symptomer på alt som kan føre til problemspilling på alvor. Gjør det, da, folkens - så slipper vi å snakke så mye om dette i fremtiden.

twitter.com/jyokokul

hengighet. Konferansen ble holdt på Litteraturhuset i Oslo den 31. oktober under tittelen «Diagnostisert, avhengig eller bare veldig engasjert?». Dataspillkonferansen 2012 hadde som ambisjon å representere et mangfold av forståelser og holdninger med tanke på problemskapende bruk av spill.

MEDIEKONFERANSEN 2012

Barn og medier var tema for årets mediekonferanse. På Litteraturhuset i Oslo 19. september ble resultater fra den landsomfattende undersøkelsen *Barn og Medier 2012* presentert. Med fakta og tall som utgangspunkt ønsket Medietilsynet å invitere til dialog og debatt om hvilke konsekvenser disse resultatene bør ha, hvem som har ansvar for å følge dem opp og hvilke tiltak som må iverksettes for å bidra til at barn og unge får en god digital hverdag. Konferansen hadde 100 deltagere, og paneldebatten bidro til å løfte frem gode innspill, ikke minst fra unge selv. Mediedekningen var meget god. Både før, under og etter konferansen ble resultater fra undersøkelsen spredd gjennom bred dekning i riks- og lokalmedier, både via eter, nett og papir.



HER KAN DU SE
TOTAL KONTROLL-FILMEN

TILSYN OG KONTROLL 2012

2012 var et begivenhetsrikt år for norsk medieeierskap og mediemangfold. Blant annet overtok A-pressen (nå Amedia) de fleste avisene som inngikk i Edda Media. Viktige tilsynsoppgaver ble gjennomført både innenfor allmennkringkasting, lokalradio og beskyttelse av barn og unge.

TILSYN MED ALLMENNKRINGKASTING

Medietilsynet skal sikre et godt riksdekkende allmennkringkastingstilbud. Dette gjør vi gjennom å føre tilsyn med at allmennkringkastingsvilkårene overholdes. Hvert år utarbeider Medietilsynet en rapport om hvordan allmennkringkasterne (NRK, TV 2, Radio Norge og P4) oppfylte sine forpliktelser det foregående året.

Medietilsynets vurdering viste at NRK i det store og hele oppfylte sitt oppdrag i 2011, og at kravet til nyskaping ble godt ivarettatt. Tilbud som ble fremhevet positivt var NRKs satsing på program som bidrar til kunnskap om mangfoldet i det norske samfunnet gjennom egne programmer, temavalg og rekruttering av medarbeidere. NRK fikk også kritikk på enkelte punkter, blant annet for lav nynorskandel på radio, tv og nett.

Vurderingen av TV 2 viste at hovedkanalen oppfylte kravet om å være av allmenn karakter og interesse, og ivaretar de spesifikke kravene til programinnhold. Vurderingen av Radio Norge og P4 viste at begge

hadde forbedret seg innen samtlige områder hvor tilsynet på bakgrunn av Allmennkringkastingsrapporten 2010, hadde reist tilsynssaker på grunn av manglende oppfyllelse av programforpliktelser.

MOTVIRKE UØNSKET MEDIEKONSENTRASJON

Medietilsynet skal hindre uønsket mediekonsentrasjon. Dette arbeidet var i 2012 preget av arbeidet med saken knyttet til A-pressen AS' erverv av Edda Media AS. Du finner tall og fakta om medieeierskap i Norge i 2012 i Medietilsynets eierskapsmelding 2012. Der kan du også lese detaljert om Edda Media-saken og europeiske perspektiver på medieeierskap.

MOTVIRKE ULOVLIG REKLAME OG KOMMERSIELL PÅVIRKNING I KRINGKASTING

På dette området prioriterte Medietilsynet i 2012 reklame og sponing i lokalradio. Våren 2012 lagde vi et informasjonskampanje myntet på lokalradioer og

Foto: Marte Garmann Johnsen

«Kontrollen viste at bransjen langt på vei etterlever sentrale regler på området, men at sponsorplakater fremdeles er et problem.»

riksdekkende kommersielle radioer om viktige radioer (reklame, sponing, lydsignal mv.). Opplegget inkluderte egne nettsider, samarbeid med Lokalradioforbundet, utsendelse av informasjonsbrev mv. Som en oppfølging av informasjonskampanjen ble det på høsten gjennomført en kontroll med et utvalg lokalradioer samt P4 og Radio Norge.

Kontrollen viste at bransjen langt på vei etterlever sentrale regler på området, men at sponsorplakater fremdeles er et problem. Mange lokalradioer blander inn reklamelignende budskap i forbindelse med identifisering av sponsor for sine sendinger. Kontrollen avdekket også at mange radioer ikke avspiller et tydelig lydsignal for å markere skille mellom ordinære sendinger og reklameinnslag, slik reglene krever. Dette gjelder også de riksdekkende radioene.

BESKYTTE BARN OG UNGE MOT SKADELIG INNHOLD I KINOFILM OG PÅ FJERNESYN

Medietilsynet forhåndsvurderer alle kinofilmer som skal vises for barn og unge under 18 år. I 2012 ble det satt aldersgrenser på 235 filmer.

Innenfor feltet beskyttelse av barn og unge mot skadelig innhold på tv har Medietilsynet i 2012 hatt særlig fokus på informasjon og oppfølging av tips og klager. Med bakgrunn i tips og klager fra publikum gjennomførte Medietilsynet to større ukenskontroller i løpet av 2012. Tema for kontrollen våren 2012 var satiriske animasjonsserier som ble vist på norske kanaler. Kontrollen avdekket ingen brudd. Tema for kontrollen høsten 2012 var ettermiddagssendinger på TV3. Medietilsynet henvendte seg ikke til britiske tilsynsmyndigheter, ettersom kontrollen ikke avdekket problematisk innhold.



HER KAN DU LASTE NED
EIERSKAPSMELDINGEN 2012

FLERE LESER NYHETER PÅ NETT - FØLGER INNTEKTENE ETTER?

Norsk mediebarometer (2011) viser at 72 prosent av befolkningen bruker Internett for å lese nyheter på en gjennomsnittsdag. Tallet har steget fra 41 prosent i 2001. For aviser er tallene 63 prosent i 2011 og 84 prosent i 2001. En stadig større del av befolkningen leser nyheter på nettet, mens det motsatte gjelder for papiraviser.



Jan Erik Andersen
Seniorrådgiver Medietilsynet

«Aftonbladets annonseinntekter på nettet var i flere av årets måneder høyere enn på papir.» (Årsrapport 2011 – Schibsted Sverige).

Mens Medietilsynet har samlet inn opplysninger om de norske papiravisenes økonomi siden 1986, startet innsamling av opplysninger om avishusenes digitale økonomi først i 2010.

Det er interessant å se hvordan medieutviklingen påvirker avisenes viktigste inntektskilde, salg av annonser, som er en grunnleggende forutsetning for en sunn drift, enten avisen er på papir eller nett.

Det er ingen tvil om at annonser og reklame er nettavisenes viktigste inntektskilde i dag. Samlet sett omsatte digitale nyhetspublikasjoner for knapt 1,25 milliarder kroner i 2011. 98 prosent av inntektene stammer fra salg av annonser og reklame i nettavisene. Kun 23 millioner var opplagsinntekter (salg av pdf-utgaver, e-aviser, osv.).

167 avishus rapporterer at de hadde digitale inntekter i 2011. Når vi sammenligner tallene for årene 2010 og 2011, ser vi at digitale inntekter siste år har økt i alle avistypers økonomi med unntak for riksdekkende meningsbærende aviser.

Totalt økte inntektene fra nettavisene med nær tolv prosent i perioden, mens inntektene fra papirutgavene økte med mindre enn en prosent. Det er aviser der digitale inntekter utgjør en lav andel av totalinntekten som øker mest, noe som kan tyde på at flere aviser har styrket satsingen på sine nettpublikasjoner.

«Selv om norske papiraviser fortsatt er rene penge-maskiner for sine eiere, er det ingenting som tyder på

at de verste nedskjæringene er historie. Kostnadskutt, omstilling og nedbemanning kommer til å prege papiravisene i årene som kommer.» (Siviløkonom Erik Wilberg til Kampanje i 2006).

Digitale inntekter er klart viktigst i løssalgavisenes økonomi. For de øvrige dagsavisenes del, utgjør de digitale inntektene en relativt liten andel av de totale inntektene. Grafen på neste side viser hvor stor andel av avishusenes annonseinntekter som kommer fra nettaviser og papiraviser de siste fem årene.

De fleste er enig i at dybdelesingen (sette seg godt inn i teksten og få en større forståelse) fremdeles er størst på papir. Ifølge Mediebedriftene (MBL) leser vi fra en til to sider avis på mobil, og fra åtte til ti sider på en nettavis. Til sammenligning vil en leser bla seg gjennom 40 sider i en papiravis. Erfaringer så langt tilsier at den største betalingsvilligheten kommer der «dybdelesingen» er størst.

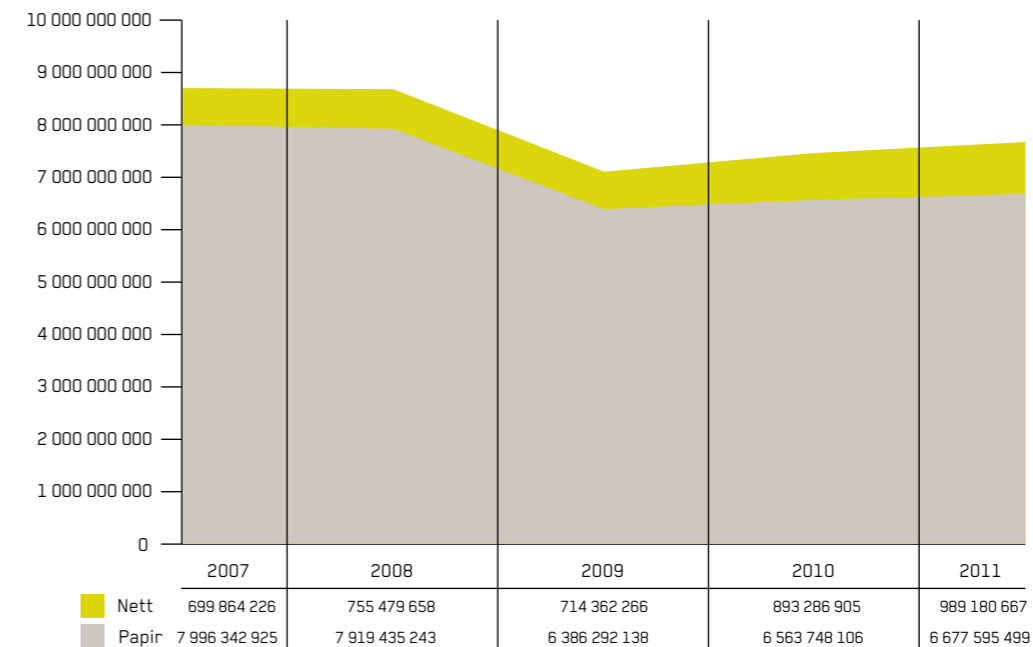
Mange vil også si at en sunn økonomi i framtiden er avgjørende for om journalistikken kan stimulere til gode fungerende medier for «ytringsfrihet, rettsikkerhet og et levende demokrati», jf. St.prp.nr.1.

«Alle som uttaler seg om "nyheter på Internett" eller "overgangen fra papir til nett", burde ta seg bryet med å oppsøke en del av nettsidene til små og mellomstore lokalaviser. Der møter man en helt annen verden enn på sidene til VG og Dagbladet. Hvordan nettet, med de aktørene som dominerer i dag, skal kunne overta avisenes rolle i den lokale nyhetsformidlingen, er det svært vanskelig å forstå.» (Medieforsker Sigurd Høst i Avisåret 2010, Høgskulen i Volda).

Totale inntekter fra nettavisene for ulike avistyper i 2010 og 2011 (tall i hele tusen)

	Løssalgaviser	Ledende dagsaviser	Nr. 2 dagsaviser	Riksdekkende meningsbærende	Fådagrsaviser	Ukeaviser
2010	337 974	514 831	20 412	5 883	25 444	2 085
2011	361 778	582 235	24 343	5 610	35 037	3 130
Endring fra 2010 til 2011	23 804	67 405	3 931	-274	9 593	1 045
Endring i %	7,04	13,09	19,26	-4,65	37,70	50,13

ANNONSEINNTEKTER - ALLE AVISER



KUNNSKAP OG DIALOG

Barn og unge er en svært viktig målgruppe for Medietilsynets arbeid med trygg mediebruk, og det er derfor et prioritert område å ha jevnlig kontakt og dialog med denne gruppen. Som en del av arbeidet med å hente inn og formidle kunnskap om barn og unges mediebruk gjennomfører Medietilsynet både spørreundersøkelser og brukerpanel. Dette kunnskapsgrunnlaget brukes til arbeid med å gjøre barn og unge til bevisste mediebrukere.

Barn og Medierundersøkelsene 2012

Høsten 2012 presenterte Medietilsynet to undersøkelser om barn og unges erfaringer med digitale medier. 2 000 barn og unge i alderen 9–16 år har fortalt om sin bruk av mobil, PC, Internett, dataspill og TV. Samtidig har 1 500 foreldre til barn i alderen 1–12 år svart på spørsmål om hvordan de opplever barnas mediebruk, hva de bekymrer seg for, og litt om egen praksis. Undersøkelsen følger opp tidligere undersøkelser fra 2003, 2006, 2008 og 2010.

DATASPILL KILDE TIL UENIGHET

Både foreldre og barn melder at det er tidsbruk som skaper mest uenighet i hjemmet. Foreldre er mer opp-tatt av, og bekymret for, tidsbruk enn av innhold. Data-spill er hyppigste kilde til uenighet mellom foreldre og barn, men de fleste foreldre er positive til barns bruk av dataspill. Norske barn har stor tilgang til digitale medier i hjemmet, spesielt er det en stor økning i bruk av nettbrett og smarttelefon. Resultatene viser stort samsvar mellom barnas og foreldrenes svar. Det er en nedgang i antall 9–12 åringer som spiller dataspill med aldersgrense 18 år. En av tre foreldre sier de ikke vet hvilken aldersgrense det er på spillene barna har spilt.

«Undersøkelsene tyder på at foreldre er engasjerte i barnas mediebruk. Det er gledelig – siden foreldre er barnas viktigste rådgivere»

Eva Liestøl, direktør for brukertrygghet i Medietilsynet

FAKTAARK FOR BARN OG FORELDRE

Hovedfunnene fra undersøkelsen ble presentert på eget seminar 19. september i Oslo med over 100 del-takere. Undersøkelsene fikk bred nasjonal medie-

dekning og ble tilgjengeliggjort på Medietilsynets nettsider. Det ble laget egne trykte og digitale faktaark med utdrag fra undersøkelsene til bruk for elever, lærere og foreldre. Medietilsynet håper disse kan bidra til gode samtaler om mediebruk.

Undersøkelsen Medieregulering og foreldre

Medietilsynet publiserte i 2012 en webbasert under-søkelse blant 500 foreldre med barn i alderen 6–12 år, om deres syn på medieregulering og medieinnhold. Foreldrene svarte i undersøkelsen på spørsmål relatert til regulering av mediebruk, og hvilket medieinnhold de opplever at barna synes er ubehagelig, skadelig eller som de som foreldre ikke ønsker at barna skal komme i kontakt med. Undersøkelsen ble gjennomført av Sentio Research, og ble finansiert som et tiltak under Tiltaksplanen for barn, unge og Internett.

92%

AV FORELDRENE MENER DET FINNES MEDIEINNHOOLD SOM KAN VÆRE SKADELIG FOR BARN.

SEX OG BANNING OPPFATTES SOM MINDRE SKADELIG ENN SKREKK

Undersøkelsen viser at et klart flertall av foreldrene (92 prosent) mener det finnes medieinnhold som kan være skadelig for barn. «Skrekk», «virkelig» vold, dyr og mennesker som lider, og fiksjonsvold er det som ifølge undersøkelsen bekymrer barn mest – og gjør dem skremt, fortvilet eller urolige. Flertallet av foreldre mener voldelig innhold – som skyting og slåssing – kan være skadelig for barn, og seks av ti foreldre ønsker ikke at barna skal komme i kontakt

med denne type innhold. Kun åtte prosent rapporterer at barna reagerer på grov språkbruk eller seksuelle handlinger. Likevel ønsker en stor andel av foreldrene at denne type innhold holdes unna ungene. To av tre foreldre ønsker ikke at barna skal komme i kontakt med seksuelt innhold, mens en av tre foreldre ønsker at barna ikke skal bli eksponert for banning.

Undersøkelsen har bidratt til å øke Medietilsynets kunnskap om foreldres synspunkter på, og erfaringer med, medieregulering. Vi har også fått en god oversikt over hvordan denne gruppen oppfatter sitt ansvar, sine utfordringer og hvilke informasjonsbehov de har knyttet til regulering av innhold.

Publikumspanel

Medietilsynet bruker barne-, ungdoms- og foreldrepanel for å øke forståelsen av barn og unges mediebruk. Panelene gir nyttig innspill til blant annet arbeidet med medieregulering, aldersvurdering av filmer og rådgivning om dataspill.

Det ble holdt et foreldrepanel våren 2012. Hovedtemaet var foreldres synspunkter på medieregulering, vurdering av innhold og deres behov for informasjon. Formålet var å utdype spørsmål fra undersøkelsen Medieregulering og foreldre 2012. Panelet kom med interessant tilleggsinformasjon til undersøkelsen, og ga nyttige innspill til det forestående arbeidet med ny lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelige bildeprogram.

Medietilsynet etablerte et nytt ungdomspanel høsten 2012 etter at det forrige ungdomspanelet avsluttet sitt oppdrag i juni 2012. Gruppen medvirker i en referansegruppe på Facebook, og besto ved årsskiftet av syv jenter på 13 år. Målet er å rekruttere samme antall gutter i tilsvarende aldersgruppe. Vi har arrangert én samling med panelet i 2012. Temaet for dette møtet var skildringer av språkbruk, fest og rusbruk i film.

Det ble gjennomført tre barnepanel i 2012. To samlinger ble arrangert for aldersgruppa 7–8 år, og én for aldersgruppa 11–12 år. Gruppene fikk se og snakke om sine opplevelser av forskjellige tema og innhold i ulike filmer. Barna fra den yngste gruppa fikk se filmene *Journey 2 – Den mystiske øya* og *De fem legendene*. Den eldste gruppe så og diskuterte den norske komedien *Tina & Bettina – the Movie*, og snakket med representanter fra Medietilsynet om tidsbruk og aldersgrenser på dataspill.

NETT-MOBING BLANT BARN OG UNGE

Medietilsynet Trygg bruk

FLERE GUTTER ENN JENTER HAR MOBBET OG TRUET NOEN PÅ NETT ELLER MOBIL.

JENTER OVER 13 ÅR FÅR FLERE SEKSUELLE KOMMENTARER PÅ NETT ENN GUTTER OG FLERST KOMMENTARER.

BARN OG UNGES MEDIEBRUK

Medietilsynet Trygg bruk

STOR TILGANG PÅ ULIKE MEDIER

Barna fyller fritiden sin med mange forskjellige aktiviteter, og bruk av ulike typer medier er en sentral del av hverdagen.

Med barnet PC, nettbrett og mobil kan medietilsynet bruke interaktivt og se hvor og når barnet bruker medier.

SEKSUELLE OPPLEVELSER PÅ NETT

Medietilsynet Trygg bruk

HER KAN DU LASTE NED FAKTAARKENE



Medietilsynet

NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

NYGATA 4, 1607 FREDRIKSTAD
TLF: 69 30 12 00
FAKS: 69 30 12 01
WWW.MEDIETILSYNET.NO

EIERSKAPSMELDING 2012

Mars 2013



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

INNHOOLD

FORORD	3
UTSYN: FOKUS PÅ MEDIEMANGFOLD I EUROPA	4
ØKT EIERKONSENTRASJON I AVISMARKEDET	6
VIKTIGE HENDELSER 2012	8
FAKTA OG TALL OM MEDIEEIERSKAP 2012	10
DAGSPRESSEN	10
TV	12
RADIO	14

MEDIETILSYNET har bidratt til det uttalte målet om å skape økt åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i mediene ved ulike informasjonstiltak. Høsten 2012 var Medietilsynet en aktiv bidragsyter i debatten om revisjon av medieeierskapsloven gjennom kronikker i Dagbladet og Dagens Næringsliv. Medietilsynet mener medieeierskapsloven er et viktig mediepolitisk virkemiddel som skal ivareta ytringsfrihet, ytringsmuligheter og et mangfoldig medietilbud. Konkurranselovgivningen, som også regulerer eierskap, ivaretar ikke disse hensynene spesifikt.

To sentrale løpende informasjonstiltak er årsmeldingen om medieeierskap og utviklingen og driften av medierregisteret.no. I løpet av 2012 har tilsynet også holdt foredrag om medieeierskap, den pågående revisjonen av medieeierskapsloven og internasjonale perspektiver på eierskap og mediemangfold, for ulike grupper som medielærere, mediestudenter og medieledere. I internasjonal sammenheng har Medietilsynet bidratt til en studie i regi av Observatoriet for audiovisuelle medier (Europarådet) om regulering av mediemarkedene, gjennom en landrapport om norske forhold.

FORORD

Tidligere kulturminister Anniken Huitfeldt uttalte for en tid tilbake at å sikre mangfold i media er noe annet enn å selge hatter. Det hun siktet til var mediernes viktige samfunnsrolle. Mediene er sentrale for demokrati og samfunnsdeltakelse fordi de er våre viktigste offentlige arenaer for meningsutveksling og meningsdannelse. Det gir mediene visse særfordeler, som for eksempel papiravisenes fritak for merverdiavgift og mediestøtte. Samtidig har mediene også ansvar, forpliktelser og regler.

Mediernes samfunnsrolle reflekteres i Grunnlovens krav til staten om aktivt å medvirke til at individer og grupper har mulighet til å ytre seg. Medieeierskapsloven bygger på en forutsetning om at eierkonsentrasjon i mediene kan medføre en innskrenkning av ytringsmulighetene. For at ytringer skal bli lest eller hørt, må det eksistere tilgjengelige kanaler hvor ytringene får slippe til. Eierskap i medievirksomheter gir makt, og Norge er et av mange land som regulerer eierskap i medier.

Etter medieeierskapsloven anses publikum som borgere og ikke som forbrukere. Formålet med loven er å bidra til å opprettholde demokratiet gjennom borgernes tilgang på alternative informasjonskanaler lokalt og nasjonalt, og ikke minst tilgangen på alternative ytringskanaler.

Derfor er det slik at regulering etter medieeierskapsloven ikke alltid samsvarer med medieeierens kommersielle interesser. Eierskapslovgivningen handler ikke om tilbud og etterspørsel, men er snarere et virkemiddel for å nå sentrale mediepolitiske mål som mangfold, ytringsfrihet og demokrati. Medietilsynet mener medieeierskapsloven spiller en sentral rolle for å nå disse målene. Å eie og drive en medievirksomhet er noe ganske annet enn å selge hatter.

Digitaliseringen har revolusjonert både måten vi som borgere forholder oss til mediene og hvordan medievirksomhetene gjør innhold og ytringsadgang tilgjengelig for oss. Behovet for at lovverk og tilskuddsordninger må tilpasses den nye virkeligheten digitaliseringen representerer, er udiskutabelt. Medietilsynet hilser nytt regelverk velkommen når det måtte foreligge, men har som oppgave å håndheve dagens lover og virkemidler inntil nye regler er på plass.

2012 var et begivenhetsrikt år. Blant annet overtok A-pressen (nå Amedia) de fleste avisene som inngikk i Edda Media. Klagenemnda for mediasaker omgjorde Medietilsynets vedtak i denne saken. Det åpner for en revurdering av hvordan regionale eierskapsbegrensninger skal fortolkes.

Kunnskap om eierforhold i norske medier har betydning for den allmenne mediekompetansen i samfunnet. Medietilsynet er gjennom lov forpliktet til å bidra til å skape større åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforholdene i norske medier. Tilsynet håper Eierskapsmeldingen for 2012 belyser eierforholdene i mediene på en tilfredsstillende måte.

Medietilsynet mars 2013



Tom Thoresen
Direktør



Tom Thoresen
Direktør

UTSYN: FOKUS PÅ MEDIEMANGFOLD I EUROPA

Hva bør gjøres for å sikre mediemangfold og mediefrihet i Europa i fremtiden? Dette er spørsmål som EU-kommisjonen har bedt ekspertgrupper og forskningssentre om å utrede.



Marita Bergtun
Seniorrådgiver

Avlyttingsskandalen i den britiske avisen *News of the World* og den omstridte medieloven i Ungarn, er saker som har bidratt til økt oppmerksomhet i EU om betydningen av mediemangfold og mediefrihet. EU-kommisjonen har de senere årene iverksatt en rekke tiltak for å fremme mediemangfold og -frihet i Europa. Høsten 2011 fikk en uavhengig High Level Group i oppdrag å gi sine anbefalinger om hvordan man bør sikre; «respect, protection, support and promotion of pluralism and freedom of the media in Europe». Ekspertgruppen la frem sin rapport *A free and pluralistic media to sustain European democracy* på nyåret i 2013. Blant en rekke ulike forslag anbefaler gruppen tiltak knyttet til overvåking og vurdering av mangfold i mediemarkedene, og regler for offentlig eierskap av mediene. Enkelte forslag, som å innføre bøter for presseetiske brudd, har vekket sterke reaksjoner blant annet i Norge.

NYTT EUROPEISK FORSKNINGSSENTER

Det delvis EU-finansierte forskningssenteret Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) er et annet av kommisjonens initiativ. Senteret ble etablert i starten av 2012 som en del av European University Institute i Firenze. Ifølge nettsidene er senterets mål; «to enhance the awareness of the importance of freedom and pluralism of the media, to contribute to its protection and promotion and to develop new ideas among academics, policy makers, regulators, market stakeholders, journalists, and all other directly involved professionals who take part in the public debate.» Virkemidlene er forskning, debatt, undervisning og

formidling. Senteret har publisert flere rapporter og holdt en rekke seminarer samt en sommerskole.

Nylig publiserte senteret rapporten *EU Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom*. Her drøfter eksperter på feltet hvilken kompetanse EU har i dag for å fremme mediemangfold og mediefrihet, og på hvilke områder det er behov for endringer i EUs kompetanse for å sikre mediemangfold og -frihet på en mer effektiv måte i fremtiden. Rapporten presenterer interessante perspektiver knyttet til eierskap, som hvorfor mediemarkedene har tendens til å bli konsentrert. Særlig aktuell er diskusjonen mellom ulike forskere («optimister» og «pessimister») om hvorvidt Internett og nye medier fører til større mangfold eller økt konsentrasjon.

OBSERVATORIET MED RAPPORT OM MARKEDSREGULERING

Også Det europeiske audiovisuelle observatoriet under Europarådet i Strasbourg har nylig satt eierskapskonsentrasjon og markedsregulering på agendaen. I november 2012 publiserte senteret en ny rapport i serien *Iris Special; Converged Markets – Converged Power? Regulation and Case Law*. Rapporten tar for seg reguleringen av de audiovisuelle markedene, på EU-nivå og i 11 europeiske land. Medietilsynet har vært bidragsyter gjennom landrapporten om regulering av de norske markedene.

MEDIETILSYNET DELTAR INTERNASJONALT

Medietilsynet har i 2012 prioritert aktiv deltakelse i internasjonalt arbeid om eierskap og mediemangfold.

«Respect, protection, support and promotion of pluralism and freedom of the media in Europe.»

I tilknytning til arbeidet til EU-kommisjonens High Level Group ble det i juni 2012 arrangert en konferanse i Brussel; *Pan-European Forum on Media Pluralism and New Media*. Temaet for konferansen var mulighetene for, og risikoene knyttet til, mangfold med nye medier. Fra Medietilsynet deltok rådgiver Tone Haugan-Hepsø og seniorrådgiverne Bjørn Tore Østeraas og Stian Lindbøl.

Høsten 2012 deltok seniorrådgiverne Hanne Sekkelsten og Marita Bergtun på en konferanse om mediepolitikk i regi av CMPF. Her diskuterte forskere på feltet hvilke muligheter EU har i dag, og bør ha i fremtiden, for å fremme mediemangfold og mediefrihet.

Det europeiske audiovisuelle observatoriet feiret 20-årsjubileum i november 2012. Jubileet ble markert med en konferanse om medieeierskap; *Towards Transparency 2.0 – Focus on Media Concentration*. Et panel sammensatt av ulike eksperter diskuterte spørsmål som hvordan mediekonsentrasjon er regulert per i dag og hvorvidt reguleringen er tilpasset utviklingen av nye mediemarkeder. Medietilsynet var her representert ved direktør Tom Thoresen og seniorrådgiver Marita Bergtun.

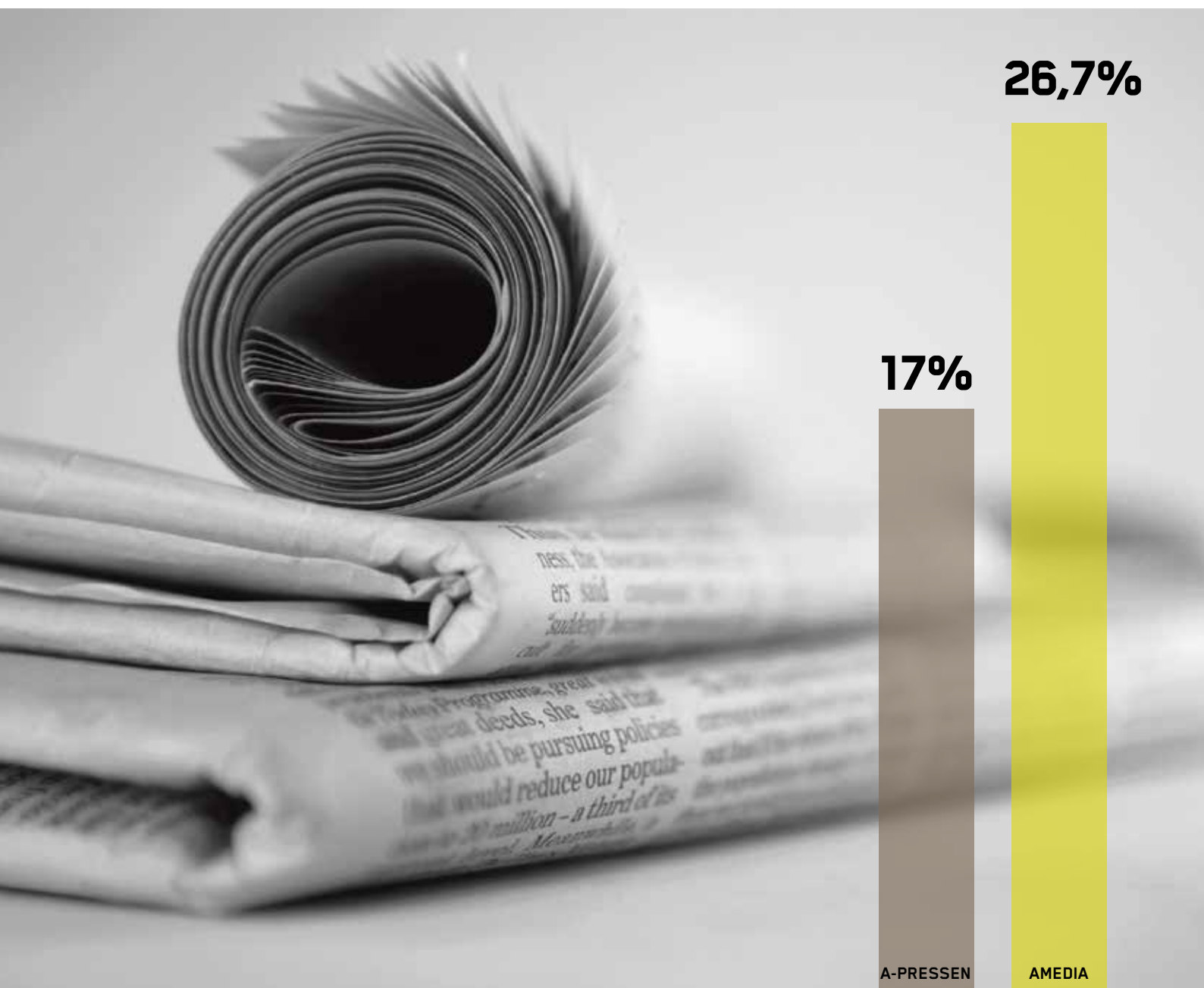
FAKTA

NORGE BEST PÅ ÅPENHET OM MEDIEEIERSKAP

Transparency; gjennomsiktighet eller åpenhet, synes å være et av nøkkelordene i den internasjonale debatten om eierskap og mangfold. I en rapport til EU-kommisjonens High Level Group; *Transparency of Media Ownership in Europe*, skriver Access Info Europe at offentlighetens tilgang på informasjon om medieeierskap er en viktig forutsetning for å fremme og beskytte mediemangfold. Funnene i deres forskningsprosjekt indikerer at åpenheten om medieeierskap er mangelfull i de fleste europeiske land. I rapporten trekkes imidlertid Norge frem som «best practice model» for hvordan man bør sikre åpenhet om medieeierskap.



ØKT **EIERKONSENTRASJON** I AVISMARKEDET



A-PRESSEN

AMEDIA

Den mest sentrale saken etter medieeierskapsloven i 2012 var A-pressens kjøp av Edda Media. A-pressen fikk etter kjøpet en vesentlig utvidelse av sitt eierskap i avismarkedet, og eierskapet i det norske avismarkedet er nå samlet på færre hender. A-pressens kjøp av Edda Media berørte også problemstillinger og grensedragninger som er sentrale i forbindelse med den pågående revisjonen av medieeierskapsloven.

Den 5. desember 2011 inngikk A-pressen AS (nå Amedia AS) avtale med det britiske selskapet Mecom Holding Cooperatief W. A. om kjøp av Edda Media AS. Oppkjøpet medførte at A-pressens opplagsandel i det nasjonale dagspressemarkedet økte fra 17,0 prosent til 26,7 prosent. I det regionale dagspressemarkedet økte eierkonsentrasjonen spesielt i medieregionene Østvikens og Vestvikens. Tidligere hadde A-pressen en opplagsandel på 57,3 prosent i Østvikens og 24,5 prosent i Vestvikens. Etter kjøpet av Edda Media ville A-pressen ha kontroll med 87,6 prosent av opplaget i Østvikens og 73,6 prosent i Vestvikens.

Etter medieeierskapsloven foreligger det normalt en betydelig eierstilling i det regionale markedet for dagspressen ved kontroll med en andel på 60 prosent eller mer av det totale dagsopplaget. Medietilsynet vurderte saken slik at ervervet ville gi A-pressen en betydelig eierstilling i Østvikens og Vestvikens. Medietilsynet mente videre at oppkjøpet ville gi A-pressen vesentlige påvirkningsmuligheter i dagspressemarkedet i disse regionene.

25. april 2012 varslet Medietilsynet A-pressen om at tilsynet vurderte å pålegge salg eller nedlegge forbud mot gjennomføring av ervervet. Etter loven er Medietilsynet forpliktet til å forsøke å komme frem til en minnelig løsning med den som foretar oppkjøpet, før et eventuelt inngrep foretas. Etter flere samtaler kom Medietilsynet og A-pressen frem til en slik løsning. 15. august 2012 fattet tilsynet vedtak om at kjøpet kunne tillates på visse vilkår. Det ble stilt krav om at A-pressen måtte selge avisen Varden

i Vestvikens og avisene Østlandets Blad, Vestby Avis, Enebakk Avis, Ås Avis, Smaalenenes Avis og Rakkestad Avis i Østvikens. Etter gjennomføring av salgene ville A-pressen få en opplagsandel på 62,3 prosent i Østvikens og 64,3 prosent i Vestvikens. Avisen Varden ble solgt i oktober 2012.

A-pressen valgte likevel å påklage vedtaket til Medieklagenemnda. Medieklagenemnda fattet vedtak i saken 21. januar 2013. Nemnda kom til at A-pressen etter oppkjøpet av Edda Media får en betydelig eierstilling og at denne eierposisjonen er i strid med lovens formål. Nemnda er dermed enig med Medietilsynet i at vilkårene for inngrep er oppfylt. Medieklagenemnda kom imidlertid til at det ikke var formålstjenlig med inngrep, og kjøpet ble tillatt uten vilkår om salg av flere aviser enn Varden.

Under behandlingen av saken så Medietilsynet behov for en noe mer fleksibel tilnærming til fordelingen av opplaget på regionene, noe som også samsvarer med Kulturdepartementets forslag til endringer i medieeierskapsloven.



Hanne Sekkelsten
Seniorrådgiver

«Etter loven er Medietilsynet forpliktet til å forsøke å komme frem til en minnelig løsning med den som foretar oppkjøpet, før et eventuelt inngrep foretas.»

VIKTIGE HENDELSER

MEDIEEIERSKAP 2012

RADIO OG TV

JANUAR

A-pressen selger sin andel av TV 2 til Egmont

I januar 2012 ble det gjort kjent at A-pressen solgte sin andel på 50% av aksjene i TV 2 til det danske mediekonsernet Egmont. Egmont eide fra før den andre halvparten av TV 2, og ble etter kjøpet eneier av TV 2. Samtidig solgte Telenor sin andel på 45 prosent av TV 2 Zebra til TV 2. Telenor har etter salget fremdeles eierinteresser i det norske TV-markedet gjennom sin aksjepost på 35 prosent i C More.

DESEMBER

Discovery kjøper SBS Norge

Amerikanske Discovery Communications kjøpte SBS Nordic i desember 2012. Totalt inkluderer kjøpet av SBS Nordic 12 TV-kanaler i Norge, Sverige, Danmark og Finland. Discovery blir etter kjøpet eier av TVNorge, de tre nisjekanalene Fem, Max og Vox, samt radiokanalen Radio Norge og seks lokalradiostasjoner. Fra før eier Discovery åtte TV-kanaler som distribueres til norske TV-seere. Oppkjøpet var ikke i strid med medieeierskapsloven.

AVIS

JUNI

Tun Media selger Valdres Media til Gudbrandsdølen Dagningen

Gudbrandsdølen Dagningen kjøpte i juni 2012 Valdres Media av Tun Media. Valdres Media gir ut avisa Valdres. Valdres kommer ut på Fagernes og hadde et opplag på 8 513 i 2012. Oppkjøpet var ikke i strid med medieeierskapsloven.

Agderposten kjøper Varden og Demokraten

Etter pålegg fra Konkurransetilsynet, solgte Amedia ved utgangen av 2012 den tidligere Edda Media-eide avisa Varden til Agderposten og i juni 2012 sin egen avis Demokraten til Agderposten og Tanke Media. Varden kommer ut i Skien og hadde et opplag på 22 465 i 2012. Demokraten kommer ut i Fredrikstad og hadde et opplag på 5 605. Oppkjøpene var ikke i strid med medieeierskapsloven.

OKTOBER

Schibsted kjøper tilbake deler av Polaris

Norrköpings Tidningar Media og Franklin Enterprises benyttet seg av en salgsopsjon og solgte til sammen 22 prosent av aksjene i Polaris Media tilbake til Schibsted i oktober 2012. Schibsted kontrollerer dermed 29 prosent av opplaget i Polaris. Oppkjøpet var ikke i strid med medieeierskapsloven. Polaris var majoritetseier i 29 aviser ved utgangen av 2012. De fleste av konsernets aviser kommer ut på Nordvestlandet, i Trøndelag og i Nord-Norge.

Nya Wärmlandske Tidningar (NWT) kjøper mer i Polaris

NWT kjøpte 7 prosent av aksjene i Polaris fra Helsingborg Dagblad i oktober 2012. 25. januar 2013 kjøpte NWT 12 prosent av aksjene i Polaris fra Sparebank 1 SMN. NWT kontrollerer etter dette 26,4 prosent av aksjene i Polaris Media. Oppkjøpene var ikke i strid med medieeierskapsloven.

DESEMBER

Aftenposten Aften legges ned

20. desember 2012 kom siste utgave av Aftenposten Aften som egen avis. Aftenutgaven videreføres som et gratis innstikk i morgenutgaven. Nedleggelsen er en del av Schibsteds sparetiltak. Aftenposten Aften ble lansert i 1883.

POLARIS MEDIA ER MAJORITETSEIER I

29 AVISER

ETTER KJØP AV EDDA KONTROLLERER AMEDIA ET OPPLAG PÅ

665 281

SISTE UTGAVE AV AFTENPOSTEN AFTEN

20.12.12

EGMONT KJØPER HELE

**TV 2 OG
TV 2 ZEBRA**

FAKTA OG TALL OM MEDIEEIERSKAP 2012

DAGSPRESSE NASJONALT

Avisieernes andel av opplaget

Avisenes totale opplag i 2012 var 2 515 669, ned med fem prosentpoeng fra 2011. Gratisavisenes opplag var 232 489, eller 9,2 prosent av det totale opplaget. Avishusenes e-aviser/pdf-utgaver hadde et opplag på 30 714, eller 1,2 prosent av det totale opplaget.

Schibsted var Norges største aviseier i 2012. Konsernet kontrollerte 29,1 prosent av avisopplaget. I løpet av året økte konsernet sin eierandel av Polaris fra 7 til 29 prosent. Ved utgangen av 2012 la Schibsted ned Aftenposten Aften, noe som reduserte konsernets andel av det totale opplaget med nær tre prosentpoeng. Amedia (tidl. A-pressen) kontrollerte etter oppkjøpet av Edda Medias aviser 26,7 prosent av avisopplaget. Polaris er tredje største aviskonsernet med 9,5 prosent av avisopplaget. Figuren under viser utviklingen av de fire største aviseiernes andeler av avisopplaget de siste fem årene.

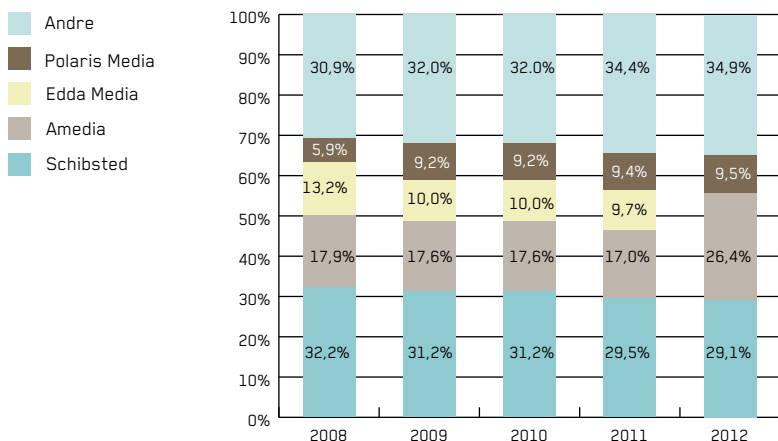


Bjørn Tore Østraas
Seniorrådgiver

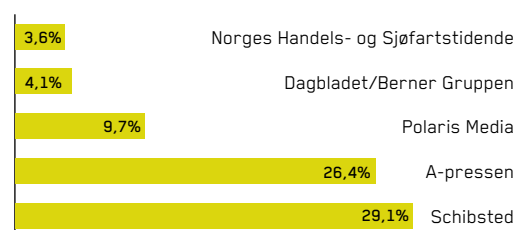
Amedias andel av opplaget økte med nær ti prosent som følge av kjøpet av Edda Media. Schibsted kontrollerer en svakt fallende andel av avisopplaget, mens Polaris øker noe. Når de øvrige avisene har en økning i andelen av avisopplaget, skyldes det at flere gratisaviser er tatt inn i beregningsgrunnlaget for opplagsandeler. Største gratisavis-eiere var i 2012 Schibsted og Lundquist Media.

De største bakenforliggende eierne var norske aviser; Blommenholm Industrier, Telenor og LO var de samme i 2012 som tidligere år. Telenor og LO eier Amedia og økte sin andel av opplaget kraftig i 2012. Mecom, som tidligere var største utenlandske eier i norske aviser, hadde etter salget av Edda Media ingen eierandeler i norske aviser. Største utenlandske eier ved utgangen av 2012 var Nya Wärmlandske Tidningarna (NWT) som eier vel 26 prosent av Polaris og nær 5 prosent av Schibsted¹. Figuren under viser de største utenlandske eierne ved utgangen av 2012.

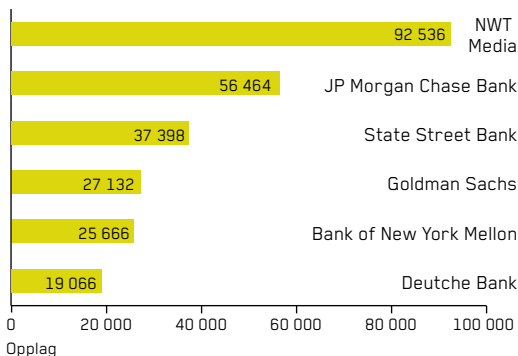
AVISEIERNES ANDELER AV OPPLAGET 2008 TIL 2012



ANDELER AV OPPLAG STØRSTE AVISKONSERN I 2012



STØRSTE UTENLANDSKE AVISEIERE I 2012



1. Inkluderer aksjer kjøpt fra Sparebank 1 SMT 25. januar 2013. Posten utgjør 12 prosent av aksjene i Polaris Media.

DAGSPRESSE REGIONALT

Amedias oppkjøp av Edda Media førte til at Amedias andeler av opplaget økte kraftig i regionene Sørvestlandet, Vestviken, Østviken og Innlandet. I to av regionene fikk Amedia mer enn 60 prosent av opplaget. Oppkjøpet er omtalt i større detalj på side 6–7.

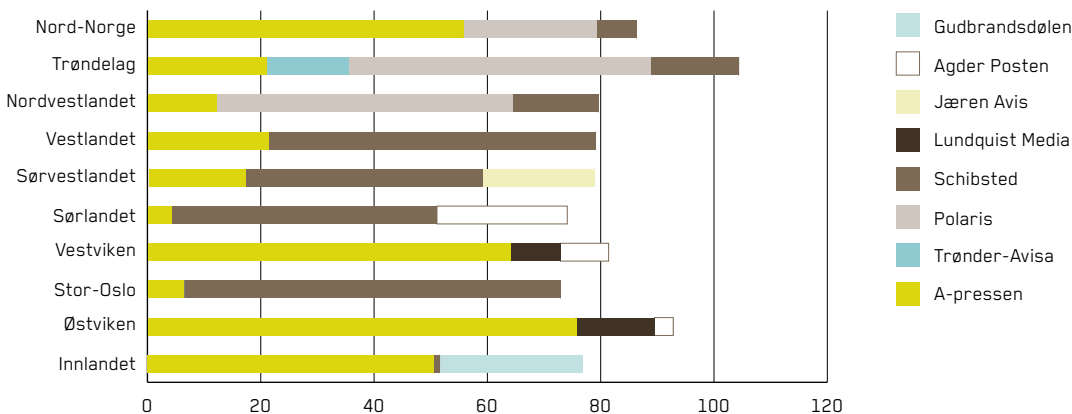
En konsekvens av Amedias oppkjøp av Edda Media var at Agderposten kjøpte Varden og Demokraten. Agderposten fikk dermed eierandeler i regionene Østvika og Vestvika.

Schibsted la ned Aftenposten Aften og reduserte dermed sin andel av opplaget i Stor-Oslo med ti prosentpoeng til 66,6 prosent. Schibsted kjøpte seg opp fra 7 til 29 prosent i Polaris og fikk som følge av det økte andeler av opplaget i Nord-Norge, Trøndelag, Nordvestlandet og Innlandet. Den Schibsted-eide gratisavisen Byavisen Bergen ble tatt inn i beregningsgrunnlaget, og økte konsernets andel av opplaget i regionen Vestlandet med sju prosentpoeng fra 2011.

I tre andre medieregioner, Nord-Norge, Sørlandet og Østviken, ble aviseiernes opplagsandeler påvirket av gratisaviser som ble tatt inn i grunnlaget for beregning av opplagsandeler. I Nord-Norge ble Amedia-eide Byavisa Tromsø tatt inn i beregningsgrunnlaget, i regionen Sørlandet ble TS-avisa Aust-Agder og TS-avisa Vest-Agder tatt inn, og i Østviken ble Byavisa Fredrikstad og Byavisa Sarpsborg tatt inn.

I de øvrige medieregionene var det kun små endringer. Figuren/tabellen under viser de ulike eiernes andeler av opplaget i de ti medieregionene i 2012.

AVISKONSERNEENS ANDEL AV OPPLAG I MEDIEREGIONENE



Eiere	Nord-Norge	Trøndelag	Nordvestlandet	Vestlandet	Sørvestlandet	Sørlandet	Vestviken	Stor-Oslo	Østviken	Innlandet
A-pressen	101 412	42 616	15 864	48 747	24 667	5 709	167 545	11 590	127 134	81 077
Trønder-Avisa	0	29 762	0	0	0	0	0	0	0	0
Polaris	43 400	108 901	68 846	0	0	0	0	0	0	6 049
Schibsted	12 551	31 549	19 945	132 976	60 545	65 439	0	121 522	0	1 752
Lundquist Media	0	0	0	0	0	0	23 333	0	23 333	0
Jæren Avis	0	0	0	0	28 529	0	0	0	0	0
Agder Posten	0	0	0	0	0	32 084	22 155	0	5 523	0
Gudbrandsdølen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40 552
Totalt opplag	182 433	203 975	131 584	229 524	144 075	139 300	261 595	182 569	168 235	160 611

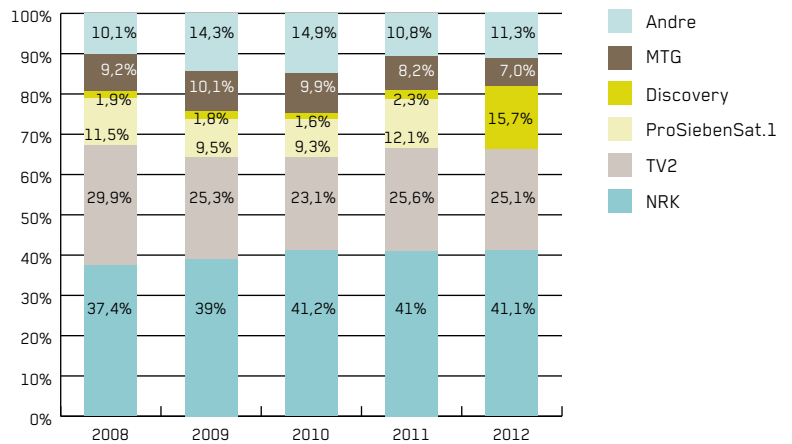
TV

Det danske mediekonsernet Egmonts kjøp av A-presens andel av TV 2 og Telenors salg av sin eierandel av TV 2 Zebra til TV 2, medførte at Egmont kontrollerer alle TV 2s TV-kanaler. Kjøpet påvirker ikke TV 2s andel av seertiden i det nasjonale TV-markedet.

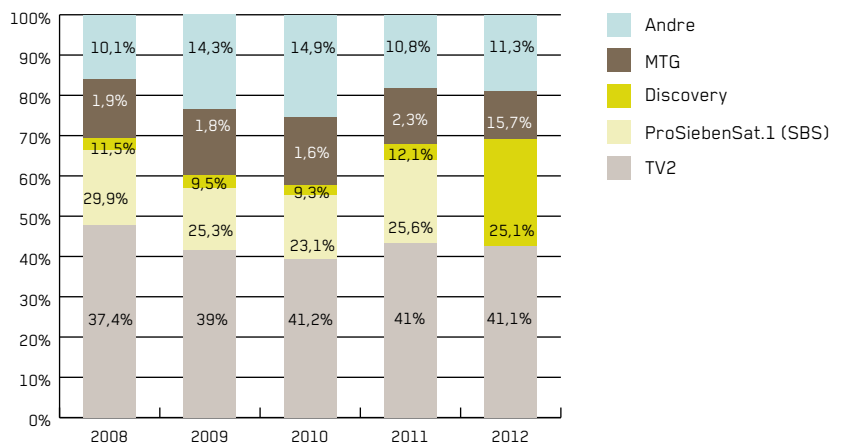
ProSieben.Sat1 solgte ved utgangen av 2012 sin norske virksomhet til Discovery Networks. Eierskapet av TV-kanalene TVNorge, MAX, FEM og VOX går dermed over til Discovery. Fra før eier Discovery følgende kanaler som distribueres i Norge: Discovery Channel, TLC Norge, Animal Planet, Discovery Science, Discovery World, Discovery HD Showcase, Animal Planet HD og Investigation Discovery. Discovery økte dermed sin markedsandel i det nasjonale TV-markedet med 13,2 prosent til 15,7¹ prosent .

Ingen eierskifter av betydning fant for øvrig sted blant nasjonale TV-kanaler. Figuren viser de ulike TV-eiernes oppslutning blant seerne de siste fem årene. NRKs markedsandel ligger relativt stabilt rundt 40 prosent av seerne, mens Discovery økte sin markedsandel fra 2011 til 2012 på bekostning av MTG (TV3 og Viasat-kanalene) og TV 2. Betal-TV-kanalene er ikke med i framstillingen.

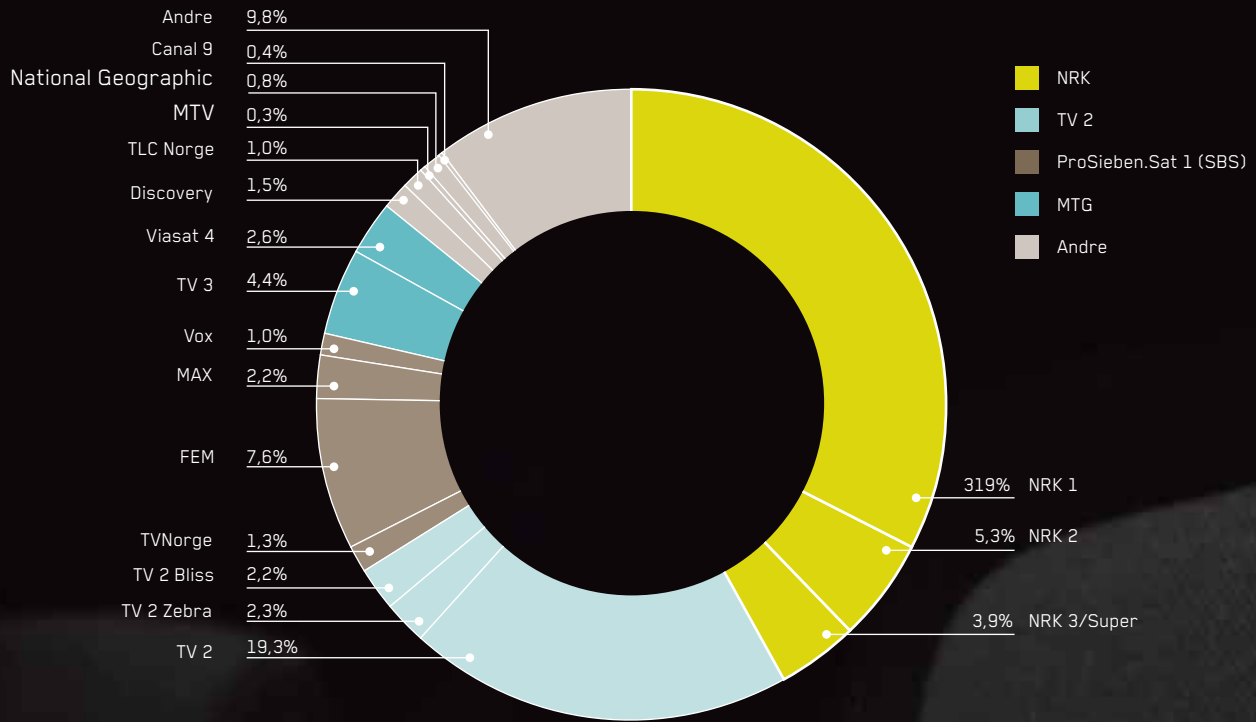
TV-EIERNES ANDELER AV SEERTID 2008 TIL 2012



TV-EIERNES ANDELER AV SEERTID 2008 TIL 2012, EKSKL. NRK



TV-KANALENES ANDELER AV SEERTID 2012

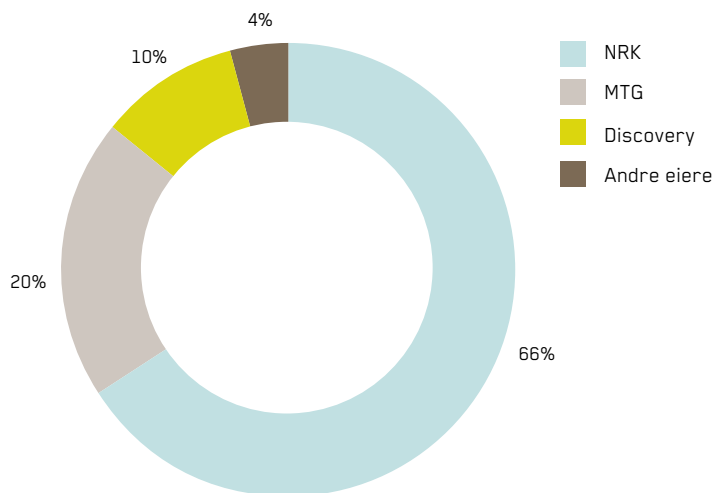


RADIO

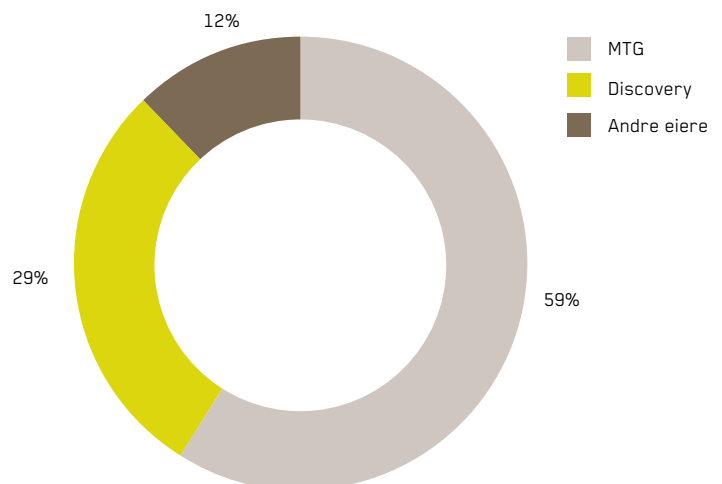
ProSieben.Sat1s salg av sin norske virksomhet til Discovery Networks har også betydning for eierskapet i det nasjonale radiomarkedet. Radio Norge var eid av ProSieben.Sat1, og etter kjøpet av kanalen har Discovery en markedsandel på 9,8 prosent i det nasjonale radiomarkedet².

Den gjennomsnittlige nordmann lyttet mindre på radio i 2012 enn i 2011. NRKs andel av lytterne økte noe fra 2011 til 2012, mens både Radio Norge og MTGs P4 tapte markedsandeler. Figurene viser de ulike radioeierne lytterandeler i det nasjonale radiomarkedet i 2012.

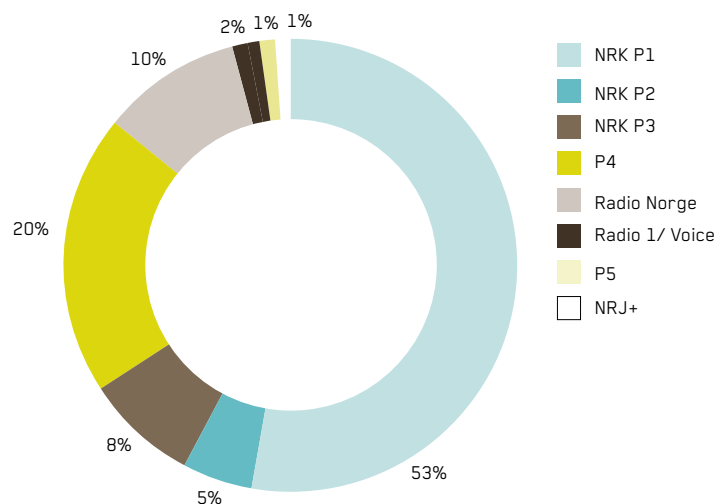
RADIOEIERNES ANDELER AV LYTTERTID I 2012



RADIOEIERNES ANDELER AV LYTTERTID I 2012, EKSKL. NRK



RADIOKANALENES ANDELER AV LYTTERTID I 2012



1. TNS-gallup publiserer kun separate seertall for kanalene Discovery og TLC. Seertallene for Discoverys øvrige kanaler kommer inn under kategorien andre.
2. Discoverys kjøp av ProSieben.Sat1s norske virksomhet omfatter også konsesjoner for drift av seks lokalradiostasjoner. Disse omfattes imidlertid ikke av medieeierskapslovens virkeområde.

FAKTA

NASJONALT OPPLAG

Totalopplaget for aviser i 2012 på nasjonalt nivå er 2 515 669 mot 2 648 997 i 2011. Det representerer en nedgang på 133 328. Fra 2010 til 2011 var nedgangen på 47 402.

Antall aviser som kom inn under Medietilsynets avisdefinisjon i 2012 er 243, fire flere enn i 2010. Nye aviser som er med i beregningene er Hammerfestingen, Hålogaland Blad, Kyst og Fjord, TS-avisa Aust-Agder, TS-avisa Vest-Agder, Byavisen Bergen, Byavisa Tromsø, Byavisa Fredrikstad og Byavisa Sarpsborg, mens Aftenposten Aften, Varangeren, Karmøybladet, Lokalavisa Karmsund og Eiker Aviser er tatt ut.

I *Retningslinjer for behandling av saker etter lov om eierskap i medier* kap. 2.2 angis kriteriene som ligger til grunn for hvilke aviser som tas med i beregningene.

REGIONALT OPPLAG

Norge er delt inn i ti medieregioner. Tilsynet benytter aviskatalogen.no som verktøy for å foreta beregninger av aviseierskap på regionalt nivå. I beregningen av regionale opplagsandeler, tas kun aviser med utgiversted i regionen med.

Flere aviser henvender seg til et bredere dekningsområde og publikum og inkluderes ikke i beregningen av opplagsandeler på regionalt nivå, kun nasjonalt. Dette gjelder følgende aviser: VG, Dagbladet, Dagens Næringsliv, Vårt Land, Nationen, Finansavisen, Fiskeribladet Fiskaren, Morgenbladet, Dagen, Klassekampen, Dag og Tid, Ny Tid, Norge i Dag og Klar Tale. Svalbard tilhører ingen medieregion, så Svalbardposten regnes ikke til noen region.

BEREGNINGSMÅTE TV OG RADIO

Medietilsynets årlige eierskapsberegninger foretas på bakgrunn av oppslutningstallene for TV, radio og avis (seer-, lytter- og opplagstall). Oppslutningstallene fordeles etter egne regler på de ulike aktørene innenfor hvert marked.



Medietilsynet

NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

NYGATA 4, 1607 FREDRIKSTAD
TLF: 69 30 12 00
FAKS: 69 30 12 01
WWW.MEDIETILSYNET.NO

Årsrapport 2012



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Innhold

1	Prioriterte områder	4
1.1	Oppgave: Etablere kriterier for kategorisering av tilsynssaker og gjennomføring av risiko- og vesentlighetsanalyser innenfor de ulike kategoriene	4
1.2	Oppgave: Planlegge framtidig innføring av audiovisuelle medietjenester.....	4
1.3	Oppgave: Tildele konsesjoner til kringkastere i det digitale radionettet	5
1.4	Oppgave: Bistå departementet i arbeidet med Mediestøtteutvalgets innstilling	6
1.5	Oppgave: Gjennomføre prosjektet Trygg Bruk	6
1.6	Oppgave: Oppfølging av tiltaksplan for barn og Internett 2012-2013.....	8
1.7	Oppgave: Gjennomføre handlingsplan mot spilleproblemer	9
1.8	Oppgave: Bistå departementet i arbeidet med regelverket for beskyttelse av barn og unge, herunder revisjon av film- og videogramloven.....	10
1.9	Oppgave: Gjennomføre informasjonstiltak om overgang til digitalradio.....	10
1.10	Oppgave: Videreutvikle elektroniske løsninger rettet mot tilsynets brukere	11
2	Tilsyn, overvåking og konsesjonstildelinger	11
2.1	Mål: Bidra til et godt allmennkringkastingstilbud	11
2.2	Mål: Motvirke uønsket mediekonsentrasjon	12
2.3	Mål: Motvirke ulovlig reklame og kommersiell påvirkning i kringkasting	13
2.4	Mål: Beskytte barn og unge mot skadelig innhold i kinofilm og på fjernsyn.....	14
2.5	Mål: Motvirke spredning av ulovlig vold og pornografi i fjernsyn og på videogram	15
2.6	Mål: Sørgje for tildeling av konsesjoner og at konsesjonsvilkår overholdes.....	17
3	Tilskuddsforvaltning	18
3.1	Mål: Produksjonstilskuddet til dagsaviser skal bidra til å opprettholde et mangfold av avisutgivelser i hele landet og stimulere til lokal aviskonkurranse.....	18
3.2	Mål: Tilskuddet til samiske aviser og samiskspråklige avissider skal legge til rette for demokratisk debatt, meningsdannede og språkutvikling i det samiske samfunnet.....	18
3.3	Mål: Tilskuddet til minoritetsspråklige publikasjoner skal bidra til framvekst av publikasjoner for språklige minoriteter og utvikling av redaksjonell kvalitet i disse publikasjonene	19
3.4	Mål: Tilskuddet til anvendt medieforskning og etterutdanning skal legge til rette for økt kunnskap om og kvalitet i norske medier.....	19
3.5	Mål: Tilskuddet til lokalkringkastingsformål skal stimulere til et kvalitetsorientert og økonomisk livskraftig lokalkringkastingsmiljø som når et stort publikum.....	19
3.6	Andre medietiltak.....	20
4	Veilednings- informasjon- og utredningsvirksomhet.....	20
4.1	Mål: Bidra til at barn og unge blir bevisste mediebrukere	20
4.2	Mål: Frambringe kunnskap om barn og unges mediebruk.....	21
4.3	Mål: Bidra til åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i norske medier.....	23
4.4	Mål: Utveksle informasjon innenfor medieområdet og bidra til økt informasjon om medieutviklingen.....	24
4.5	Mål: Bidra til økt mediekompetanse i befolkningen, og særlig med hensyn til bruk av digitale medier ²⁵	
5	Virksomhetsstyring og personalforvaltning	25
5.1	Økonomi.....	25
5.2	Administrative forhold.....	28

Oppsummering av 2012

Årsrapporten følger disposisjonen i Kulturdepartementets tildelingsbrev for 2012. Innledningsvis i rapporten gjør vi rede for arbeidet med prioriterte områder i 2012. Rapporten beskriver deretter måloppnåelsen innenfor følgende hovedområder:

- Tilsyn og overvåking
- Tilskuddsforvaltning
- Veilednings-, informasjons-, og utredningsvirksomhet
- Virksomhetsstyring og personalforvaltning

I 2012 arbeidet Medietilsynet med flere krevende og betydelige oppgaver.

Innenfor tilsynsområdet var året preget av å planlegge innføringen av audiovisuelle medietjenester (AMT-direktivet). Arbeidet ble delt inn i to hovedområder, kartlegging av hvilke tjenestetilbydere som omfattes av direktivet og utarbeidelse av informasjon til aktører og brukere om endringene i kringkastingsloven. Tilsynet planlegger med hyppige kontroller med det nye regelverket i 2013.

En annen omfattende tilsynsoppgave var behandlingen av A-pressens (nå Amedia AS) oppkjøp av Edda-Media AS. Medietilsynet fant at deler av oppkjøpet ville være i strid med eierskapslovens formål og varslet om at tilsynet vurderte å bruke inngrepsfullmakten mot oppkjøpet. Etter samtaler kom tilsynet og A-pressen fram til en minnelig løsning i saken. Løsningen innebar at A-pressen måtte selge ut syv aviser på sørøstlandet, blant annet avisene Varden og Østlandets Blad. A-pressen påklaget allikevel vedtaket til Medieklagenemnda, som ventelig vil fatte endelig vedtak i saken i begynnelsen av 2013.

Medietilsynet har i 2012 brukt mye tid på utredning og oppfølging av endringer i ulikt regelverk på medieområdet i samarbeid med departementet. Dette gjelder spesielt bistand i arbeidet med Mediestøtteutvalgets innstilling om ny mediestøtte og regelverket om beskyttelse av barn og unge.

Tilsynet påbegynte i 2012 for alvor arbeidet med å informere befolkningen om overgang fra analog til digitalradio. Informasjonsarbeidet har hatt fokus på å øke kjennskapen til teknologiskiftet gjennom å tilrettelegge for enkel, utfyllende og nøytral informasjon på nettsider, i brosjyrer til forbrukerne og samarbeid med bransjeaktører.

Arbeidet for trygg mediebruk blant barn og unge er viktig for Medietilsynet. Tilsynet har lagt ned betydelige ressurser i arbeidet med Trygg Bruk prosjektet i regi av EU, oppfølging av særskilt tiltaksplan for barn og Internett, samt gjennomføring av handlingsplanen mot spilleproblemer. Dette arbeidet gjøres i nært samarbeid med flere ulike aktører og bidrar på en god måte til kunnskap om Medietilsynets rolle og oppgaver på medieområdet.

Medietilsynets oppgaveportefølje er bred og omfattende, noe som er utfordrende i planlegging og koordinering av tilsynets oppgaver. Tilsynet har i 2012 hatt økt fokus på å skape bedre planleggings- og oppfølgingsrutiner, herunder risiko- og vesentlighetsvurderinger.

Ressurssituasjonen har gjennom 2012 til tider vært utfordrende, særlig som følge av et økt sykefravær. Virksomhetens økonomiske rammer har i 2012 vært tilfredsstillende til gjennomføring av planlagte aktiviteter. Årsregnskapet for 2012 viser et mindreforbruk på vel 1,2 millioner kroner og skyldes økte lønnsrefusjoner fra NAV.

1 Prioriterte områder

1.1 Oppgave: Etablere kriterier for kategorisering av tilsynssaker og gjennomføring av risiko- og vesentlighetsanalyser innenfor de ulike kategoriene

Når det gjelder tilsyn etter kringkastingsloven er det utarbeidet planer for tilsynsarbeidet for vår- og høsthalvåret 2012, samt foretatt vesentlighets- og risikoanalyser ved prioriteringen av tilsynsoppgavene. Tilsynet har foretatt en kategorisering av sakene, både ved prioriteringen av saker og i valget av oppfølgingsalternativer.

Ulike virkemidler er tatt i bruk i tilsynsvirksomheten, og det er i 2012 vært fokus på dialog og veiledning som virkemidler overfor aktørene. Det antas at slike virkemidler i større grad kan gi aktørene en bedre forståelse av regelverket og av tilsynet. I tillegg medfører dialogen at tilsynet får bedre kjennskap til bransjen. Eksempler på tilfeller der dialog og veiledning ble brukt er kontroll av reklame- og sponsebestemmelsene overfor TV 2 og TVNorge høsten 2012. Under kontrollene ble det avdekket mulige brudd på regelverket. I stedet for å igangsette tradisjonelle tilsynssaker valgte Medietilsynet å holde møter med kringkasterne for å ha dialog om forståelsen av de aktuelle bestemmelsene. I andre tilfeller har Medietilsynet valgt å sende informasjonsbrev om regelverket i stedet for å igangsette en formell tilsynssak med varsel om sanksjon. I saker av mer alvorlig karakter, eller der overtredelsen har gjentatt seg, har Medietilsynet funnet grunn til å fatte formelle sanksjonsvedtak.

Tilsynet har utarbeidet et system for maler og standardsvar på kringkastingsfeltet som gir en effektiviseringsgevinst i arbeidet. Dette sikrer dessuten et enhetlig uttrykk på brev, varsler, vedtak og liknende som kommer fra Medietilsynet.

1.2 Oppgave: Planlegge framtidig innføring av audiovisuelle medietjenester

Den 14. desember 2012 ble kringkastingsloven endret og utvidet, slik at også audiovisuelle bestillingstjenester ble omfattet av regelverket. Loven trådte i kraft 1. januar 2013.

I begynnelsen av 2012 arbeidet en gruppe i Medietilsynet med et forprosjekt knyttet til kartlegging av audiovisuelle bestillingstjenester. Fokuset da var å klargjøre hvilke kriterier som må være oppfylt før det er tale om en audiovisuell bestillingstjeneste i AMT-direktivets forstand. Videre så gruppen på hva det er ønskelig å kartlegge av øvrig informasjon om hver enkelt bestillingstjeneste. Gruppen opprettet en egen intern nettside til arbeidet, laget en ordliste for relevante ord og uttrykk i forbindelse med kartleggingen, laget en disposisjon for en eventuell kartleggingsrapport, samt fremmet forslag om en prosjektplan.

Den 19. oktober 2012 oversendte Kulturdepartementet proposisjon 9 L (2012-2013) *om endringer i kringkastingsloven, åndsverkloven og film- og videogramlova* til Stortinget. Medietilsynet satt da ned en ny arbeidsgruppe som arbeidet videre med planleggingsarbeidet. Arbeidet ble delt i to hovedområder:

Kartlegging av audiovisuelle bestillingstjenester

Det ble ikke innført en registreringsordning for audiovisuelle bestillingstjenester i kringkastingsloven. Medietilsynet har naturlig nok et behov for å vite hvem det skal føres tilsyn med. Medietilsynet utarbeidet derfor en liste over tjenestetilbydere som potensielt omfattes av kringkastingsreglene. Dette ble gjort ved søk på Internett, samt søk i våre egne databaser med registreringspliktige kringkastere og aviser som kan tenkes å tilby en separat tjeneste som faller innenfor definisjonen av en audiovisuell bestillingstjeneste. Videre ble det laget et utkast til en spørreundersøkelse som er ment å sendes bredt ut. Formålet med spørreundersøkelsen er å finne ut hvilke typer tjenester som finnes i markedet som utgjør audiovisuelle bestillingstjenester. Videre å gjøre aktørene bevisst på det nye, utvidede virkeområdet for kringkastingsloven, og til slutt se på hvilke tjenester som tilbys i det norske markedet som er underlagt norsk jurisdiksjon. Spørreundersøkelsen ble ikke sendt ut i 2012, men arbeidet ble videreført i 2013.

Forside endret
kringkastingslov
Hvem må følge
kringkastingsloven?
Hva er en audiovisuell
bestillingstjeneste?
Reklameregler
Produktplassering
Sponsing
Krav til kontaktinformasjon
Teksting
Beskyttelse av mindreårige
Oversikt over europeiske
programmer
Korte nyhetsutdrag
Sanksjoner

Tilsyn, herunder utarbeidelse av informasjon

Medietilsynet utarbeidet informasjon om endret kringkastingslov som ble publisert på Medietilsynets nettsider 16. desember 2012, altså like etter at loven ble vedtatt. Der kan aktører og brukere lese om temaer som er listet opp i navigasjonsfeltet, se bilde.

Medietilsynet planlegger i 2013 å lage retningslinjer for flere av temaene som er listet opp. Dette må gjøres i samarbeid med aktørene, og på denne bakgrunn ble det avtalt møter med flere aktører for å kunne gi informasjon, samt diskutere ulike temaer.

Når det gjelder tilsyn, ble ikrafttredelsesdato satt til 1. januar 2013, så det ble ikke ført tilsyn i 2012. Det er lagt planer for hyppige kontroller, men bruk av myke virkemidler i en startfase.

1.3 Oppgave: Tildele konsesjoner til kringkastere i det digitale radionettet

Medietilsynet har tildelt anleggskonsesjon i Riksblokken for perioden 2021 til 2031 til Norkring. Bakgrunnen for tildeling var at ingen andre parter hadde meldt sin interesse innen utløpet av søknadsfristen. I denne blokka er det videre gitt én innholdskonsesjon i 2012, til SBS Radio Norge.

Norkring ble også tildelt anleggskonsesjon i Riksblokk II. Tildeling skjedde på bakgrunn av auksjon, hvor kun to budgivere var kvalifisert til å delta. Norkring hadde det høyest budet, og

prisen for frekvensressursene og utbyggingsrettigheten ble fire millioner kroner. Tillatelsene har en gyldighet frem til 31. desember 2031.

I samarbeid med Post- og teletilsynet har Medietilsynet utstedt frekvenstillatelser og anleggskonsesjoner for åtte av 37 lokalregioner i lokalradioblokken. Disse regionene ble direktetildelte da det kun ble registrert én interessent i de aktuelle regionene. I åtte andre regioner ble det registrert flere interessenter, og disse vil bli tildelt ved auksjon 7. mars 2013. De resterende regionene vil bli tildelt de aktører som først melder sin interesse. Medietilsynet har i 2012 forlenget den midlertidige anleggskonsesjon til Studentradioen i Oslo (Radio Nova) for ett av DAB-nettene i Oslo, samt at fire aktører har midlertidig innholdskonsesjoner. Disse konsesjonene har varighet frem til siste dag før auksjonen.

1.4 Oppgave: Bistå departementet i arbeidet med Mediestøtteutvalgets innstilling

Medietilsynet har bistått departementet med utvikling av en plattformnøytral mediestøtte. Tilsynet har bidratt med konsekvensutredninger og regelutforming. Videre har tilsynet deltatt sammen med departementet i møter med ESA om den nye støtteordningen. Tilsynet har også deltatt i arbeidet med å utrede nye satser for merverdiavgift for papiraviser og digitale aviser.

1.5 Oppgave: Gjennomføre prosjektet Trygg Bruk

Medietilsynet Trygg bruk har det nasjonale koordineringsansvaret for å trygge barn og unges bruk av digitale medier. Trygg bruk-arbeidet er basert på faglighet og forskning, og har som mål å gi barn, unge og deres foreldre og lærere kunnskap og ferdigheter til å unngå risikoatferd på nettet.

Medietilsynet Trygg bruk samarbeider med både europeiske og nasjonale partnere, departement, organisasjoner og industri, og har det operative ansvaret for *Tiltaksplan for barn, unge og Internett* (se under). Internasjonalt er Medietilsynet Trygg bruk del av EUs *Safer Internet Programme*, og sammen med 30 andre europeiske land mottar prosjektet finansiell støtte for å drive nasjonalt arbeid.

Nasjonalt og internasjonalt samarbeid er en viktig del av Trygg bruk-arbeidet, og Medietilsynet Trygg bruk har jevnlig kontakt med både nasjonale og internasjonale samarbeidspartnere for å diskutere relevante problemstillinger og orientere hverandre om tiltak og innsats på feltet.

På nasjonalt nivå arrangerer Medietilsynet Trygg bruk tre–fire nettverksmøter i året, drifter en *Facebook*-gruppe for nettverket og arrangerer møter med prosjektets fagråd. På internasjonalt nivå deltar Medietilsynet Trygg bruk i ulike arbeidsgrupper i regi av *Insafe* som koordinerer de europeiske nettverkene under *Safer Internet Programme*. Nasjonalt samarbeider Medietilsynet Trygg bruk spesielt nært med Røde Kors' telefon- og nettjeneste *Kors på halsen*, som er et anonymt og gratis dialogtilbud for barn og unge. Samarbeidet ble formelt etablert høsten 2010, og tjenesten er nå også Norges offisielle hjelpelinje for trygg bruk av

mobil og nett. Internasjonalt samarbeider Medietilsynet Trygg bruk spesielt nært med *Statens medieråd* i Sverige og *Medierådet for børn og unge* i Danmark.

Faktabasert kunnskap om barn og unges mediebruk er hjørnesteinen i Trygg bruk-arbeidet. Medietilsynets egen undersøkelse *Barn og medier* som gjennomføres hvert annet år, er av stor betydning for det nasjonale Trygg bruk-arbeidet (les mer i kapitlet *Veilednings-, informasjons- og utredningsvirksomhet*). I tillegg har også det europeiske forskningsstudiet *EU Kids Online* gitt gode bidrag til å tydeliggjøre prioriteringer og tiltak på feltet barn unge og digitale medier.

Ungdomsinvolvering er en viktig del av Trygg bruk-arbeidet. Trygg bruk-arbeidet er fundert i FNs Barnekonvensjon og vektlegger sterkt unges rett til å uttrykke sine meninger. Unges meninger og råd tillegges vekt i alt arbeid Medietilsynet Trygg bruk gjør. Medietilsynet har både et barnepanel og et ungdomspanel (les mer i kapitlet *Veilednings-, informasjons- og utredningsvirksomhet*). I tillegg har Medietilsynet Trygg bruk en gruppe ungdomsrådgivere og et ekspertpanel av ungdommer fra *Kors på halsen* som bistår i ulike sammenhenger og gir viktige innspill i saker som angår nettvett.

I 2012 ga Medietilsynet Trygg bruk ungdom mulighet til å gi råd og si sine meninger både som paneldeltakere, i gruppediskusjoner og til pressen. Både gjennom Nordisk ungdomsforum og *European Dialogue on Internet Governance* (EuroDIG) i Stockholm, *Internet Governance Forum* (IGF) i Baku, *Safer Internet Forum* i Brussel, *Moderator konferansen* og *Safer Internet Day* kom unge med verdifulle innspill på viktige trygg bruk tema.

Konferanser, kampanjer og årlige markeringer står sentralt Trygg bruk-arbeidet og brukes for å skape engasjement og for å informere og debattere viktige problemstillinger.

- ***Bruk hue-kampanjen*** er en dialogbasert skoleturne om digital mobbing, og er et samarbeid mellom Telenor, Røde Kors, Barnevakt og Medietilsynet. Målet har vært å gjøre ungdom, foreldre og lærere mer bevisste på hva digital mobbing er, hva som kan skape mobbesituasjoner, hva man bør unngå å gjøre og hvilke psykiske og juridiske konsekvenser digital mobbing kan føre til.

I løpet av 2012 rundet Bruk Hue-kampanjen 100 000 møtte ungdommer og har totalt besøkt 350 ungdomsskoler og nådd 20 000 foreldre. Evalueringer av kampanjen har vist tydelig resultat om at den hadde effekt i form av økt kunnskap om digital mobbing og atferdsendring blant elevene. I 2012 ble det også gjennomført en kvalitativ studie av kampanjen. Konklusjonen la grunnlag for oppdatering av kampanjen og ny lansering i 2013.

- ***Moderator konferansen*** ble arrangert for fjerde gang i 2012 og satte fokus på positivt og tilpasset innhold på nett for barn og unge. Konferansen ble arrangert i samarbeid med Redd barna, Kripos og Medietilsynet Trygg bruk.

Basert på arbeidet med Moderator konferansen 2012 vil Medietilsynet Trygg bruk i løpet av 2013, og i samarbeid med IKT-Norge, lage en veileder rettet mot norske nettaktører som ønsker å lage tilpasset nettinhold for barn og unge.

- **Safer Internet Day** ble i 2012 markert for niende gang med debatt, prisutdeling og lansering av undervisningsmateriell. Med temaet "Connecting generation" oppfordret Medietilsynet Trygg bruk foreldre til å ta stilling til grensen mellom trygghet og kontroll. Dagen ble markert med frokostdebatt på Litteraturhuset i Oslo hvor 120 deltok på arrangementet og omentrent 260 fulgte debatten via strømming fra Medietilsynets nettsider.

I anledning dagen ble det også lansert et nytt undervisningsmateriell knyttet til en to minutters animert debattfilm – "Total kontroll?". Filmen har fått god annerkjennelse av det europeiske nettverket og vant også førstepris i *Gulltaggen Awards 2012* i kategorien informasjonskampanje for sine visuelle effekter.

- **Trygg bruk-prisen** ble delt ut for første gang i 2012. Formålet med prisen er å hedre aktører som har vist vilje og evne til å bidra til at barn og unge får en god digital hverdag og skal deles ut årlig i forbindelse med *Safer Internet Day*. Utmerkelsen består av et diplom og en pengegave på 25 000.

I 2012 ble prisen tildelt spillforsker Faltin Karlsen, blant annet for hans bidrag til å nyansere samfunnsdebatten omkring barn og unges bruk av dataspill.

- **Østlandsk lærerstevne** har som formål å samle skolefolk, barnehagepersonell og andre interesserte til kurs, orienteringer og drøftinger av aktuelle skole- og utdanningsspørsmål, og ca. 8 000 deltakere er innom Østlandsk lærerstevne hvert år. Stevnet omfatter også en utstilling av læremidler og undervisningsutstyr, og her deltok Medietilsynet Trygg bruk med stand i 2012.

Standen var utstyrt med informasjonsmateriell både fra Medietilsynet og det nasjonale Trygg bruk-nettverket. Ulike aktører fra det nasjonale nettverket sto også på stand sammen med Medietilsynet og svarte på spørsmål og delte ut informasjonsmateriell.

1.6 Oppgave: Oppfølging av tiltaksplan for barn og Internett 2012-2013

Tiltaksplan for barn, unge og Internett er en nasjonal satsning på tvers av ulike departements ansvarsområder, og Medietilsynets Trygg bruk har det operative ansvaret for å gjennomføre de foreslåtte tiltakene. Hovedkategoriene for tiltak i perioden 2012 – 2013 er kampanjer, kunnskapsinnhenting, pedagogiske verktøy og konferanser. Flere av tiltakene som er gjennomført i 2012 er omtalt andre steder i årsrapporten, deriblant i kapittelet over om Medietilsynet Trygg Bruk-arbeid (herunder *Bruk Hue*-kampanjen og *Moderatorikonferansen*) og kapittelet om *Veilednings-, informasjons- og utredningsvirksomhet* (herunder undersøkelsen *Barn og Medier*, *PEGI*-kampanjen og Studieark for dataspill).

1.7 Oppgave: Gjennomføre handlingsplan mot spilleproblemer

Dataspillkonferansen 2012



Konferansen ble holdt på Litteraturhuset i Oslo den 31. oktober under tittelen "Diagnostisert, avhengig eller bare veldig engasjert?". Dataspillkonferansen 2012 hadde som ambisjon å representere et mangfold av forståelser og holdninger med tanke på problemskapende bruk av spill. Konferansens målgruppe var voksne som til daglig arbeider med barn og unge, og som derfor har et behov for forståelse av denne problematikken. Gaute Godager (tidligere Funcom-gründer og psykolog), Helene Fellman (gestaltterapeut), Ståle Pallesen (professor i psykologi) og Trond Aspeland (tidligere daglig leder for Hjelpelinjen for spilleavhengige) er noen av de som holdt foredrag i løpet av dagen. Publikum besto av omtrent 120 personer med bakgrunn fra psykisk helsearbeid, skoler, familierterapi, interesseorganisasjoner, media, spillstudioer osv. Den problemstillingen som hovedsakelig ble diskutert var hvorvidt overdreven spilling skal diagnostiseres som en avhengighet på lik linje med problematisk pengespilling. Samlet sett ga medieoppslag, muntlig kommunikasjon og en oppfølgingsundersøkelse positive tilbakemeldinger.

Nettportal: www.problemspilling.no

Målet med nettportalen var å etablere en ressurside som kan gi en grunnleggende innføring i dataspill og problemspilling for ulike aktører som jobber med dette feltet i Norge. Nettsiden gir en grunnleggende innføring i dataspill og spillkultur, tall og fakta knyttet til problemspilling, samt informasjon om storspilling, problemspilling og spillavhengighet. Avslutningsvis viser portalen til ressurser som eksisterende rapporter, veiledere og lenker til relevante aktører som KoRus-Øst, Lotteritilsynet, Spillavhengighet-Norge osv.



Brosjyre: Problemspilling

I 2012 begynte Medietilsynet arbeidet med å utvikle en informasjonsbrosjyre med fokus på problemskapende bruk av dataspill. Brosjyrens målgruppe er hovedsakelig helsepersonell og ansatte i skolen som til daglig møter ungdom som sliter med et usunt spillemønster.

Problemspilling er for mange nytt og fremmed. Derfor er brosjyren er sammen med nettportalen

www.problemspilling.no, ment som et hjelpemiddel for å gi grunnleggende og lettfattat informasjon om dataspill, problemspilling og eksisterende hjelpeapparat. Brosjyren er utviklet med hjelp av en referansegruppe og sendt ut til flere aktører for tilbakemeldinger. Den kombinerer funn fra tidligere rapporter, sitat fra eksperter, gode råd og enkle beskrivelser av spillverdenen. Førsteversjonen er utgitt i et begrenset opplag for å samle inn tilbakemeldinger og forslag til forbedringer. Planen er at neste utgave vil bli trykt opp i et større opplag og distribuert til skoler, BUP-kontor, familievernkontor og andre relevante aktører i løpet av mars 2013.

1.8 Oppgave: Bistå departementet i arbeidet med regelverket for beskyttelse av barn og unge, herunder revisjon av film- og videogramloven

Medietilsynet bidro faglig på Kulturdepartementets *Innspillkonferanse om Beskyttelse av barn og unge mot skadelig medieinnhold* i februar 2012, og har gjennom året lagt ned en betydelig innsats for å bistå departementet i arbeidet med høringsnotat om ny lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelig bildeprogram. Notatet vil bli sendt ut på høring i 2013.

1.9 Oppgave: Gjennomføre informasjonstiltak om overgang til digitalradio

Informasjonsarbeidet om overgang til digitalradio har hatt fokus på følgende:

Øke kjennskap til teknologiskiftet

I 2012 ble det gjennomført en kjennskapsundersøkelse om digital radio i Norge. Undersøkelsen viste at 76 prosent av befolkningen kjenner til at det skjer et teknologiskifte på radio. Det videre informasjonsarbeidet vil ta utgangspunkt i denne undersøkelsen som gjennomføres fire ganger i året. Det er utviklet en enkel brosjyre med kjernebudskap som omhandler hva forbrukerne bør vite og hva de bør gjøre. Brosjyren ligger elektronisk og lett tilgjengelig på www.medietilsynet.no/digitalradio. Den skal videre distribueres til forhandlere og via kampanjer som Digitalradio Norge AS skal ha i 2013. NRK har også fått brosjyrer til utdeling. I 2012 fikk Medietilsynet tre oppslag i riksmidier om digitalovergangen, ett redaksjonelt oppslag i lokalmedier landet over og et debattinnlegg i en rekke regionale og lokale medier.

Forbrukerne skal ha lett tilgang til utfyllende og nøytral informasjon om digitalovergangen

På www.medietilsynet.no/digitalradio finner forbrukerne både enkel, konkret, utfyllende og nøytral informasjon om overgangen. Videre er bannerannonse som viser til denne nettsiden utformet og distribuert til forhandlere og samarbeidende aktører til bruk på deres nettsider.

I 2013 vil informasjonsarbeidet bli mer målrettet mot bilforhandlere, bilkjøpere og grupper som har behov for særskilt og tilpasset informasjon om overgangen.

Samarbeid med bransjeaktørene

Det er etablert et nært samarbeid med Digitalradio Norge. Videre er det gjennomført flere tiltak i samarbeid med elektronikkbransjen og deres medlemmer. Samarbeidet med bransjeaktørene fungerer godt.

1.10 Oppgave: Videreutvikle elektroniske løsninger rettet mot tilsynets brukere

Medietilsynet er opptatt av god og effektiv kommunikasjon overfor sine brukere. Tilsynet forvalter regelverk og ordninger som krever løpende rapportering av informasjon fra brukernes side, eksempelvis søknader om tilskudd, eieropplysninger og endringer i konsesjonsforhold mv.

I 2012 har tilsynet etablert en elektronisk skjema-løsning som gjør at brukerne elektronisk kan fylle ut og sende inn tilskuddssøknader og annen informasjon til oss. Løsningen er ressursbesparende for begge parter og er blitt godt mottatt av våre ulike brukere.

Medietilsynet vil fortsette arbeidet med å utvide skjema-løsningen og har på sikt som mål å integrere løsningen mot tilsynets fagsystemer.

2 Tilsyn, overvåking og konsesjonstildelinger

2.1 Mål: Bidra til et godt allmennkringkastingstilbud

Medietilsynet skal sikre et godt riksdekkende allmennkringkastingstilbud gjennom å føre tilsyn med at allmennkringkastingsvilkår overholdes. Hvert år utarbeider Medietilsynet en rapport om hvordan allmennkringkasterne (NRK, TV 2, Radio Norge og P4) oppfylte sine forpliktelser det foregående året. Gjennom vurderingene av hvilke forpliktelser som er oppfylt og hvilke som ikke er oppfylt, bidrar rapporten til å synliggjøre hvilken rolle allmennkringkasterne forutsettes å fylle med sitt innholdstilbud. Manglende oppfyllelse av forpliktelsene kan følges av tilsynssaker, eller for NRKs del følges opp av NRKs generalforsamling. Erfaringen er at kringkasterne følger opp tilsynsfunnene fra rapporten, og gjennomfører tiltak med sikte på å bedre etterlevelsen av sine innholdsforpliktelser. Allmennkringkastingsrapporten 2011 ble oversendt Kulturdepartementet 9. juli 2012. Medietilsynets vurdering av NRKs oppfyllelse av allmennkringkastingsoppdraget ble oversendt 5. juni 2012.

Medietilsynets vurdering viste at NRK i det store og hele oppfylte sitt oppdrag i 2011, og en god ivaretagelse av kravet til nyskaping. Tilbud som ble fremhevet positivt var NRKs satsning på program som bidrar til kunnskap om mangfoldet i det norske samfunnet gjennom egne programmer, temavalg og rekruttering av medarbeidere. Vurderingen var også at NRK har et løpende oppdatert innholdstilbud på nett, og ivaretar sitt utvidede oppdrag på nye medieplattformer. NRK fikk også kritikk på enkelte punkter, herunder for lav nynorskandel på radio, tv og nett.

Vurderingen av TV 2 viste at hovedkanalen oppfyller kravet om å være av allmenn karakter og interesse, og ivaretar de spesifikke kravene til programinnhold.

Vurderingene av Radio Norge og P4 viste at begge hadde forbedret seg innen samtlige områder hvor tilsynet på bakgrunn av Allmennkringkastingsrapporten 2010 hadde reist tilsynssaker på grunn av manglende oppfyllelse av programforpliktelser. Radio Norge innfridde samtlige krav knyttet til programtimer og forpliktende programleveranser i 2011. Vurderingen av Radio Norge viste også en betydelig forbedring i sjangerbredden, selv om det er et stykke igjen før alle sjangerkravene er innfridd. P4 innfridde kravene på flere viktige programområder i 2011, og hadde forbedret sitt tilbud innen nyheter, kultur og ungdomsprogram. P4 har imidlertid fremdeles noen underleveranser på kultur. På bakgrunn av den positive utviklingen i etterlevelsen i 2011 ble det ikke reist tilsynssaker.

2.2 Mål: Motvirke uønsket mediekonsentrasjon

Når det gjelder målsettingen om å motvirke uønsket mediekonsentrasjon, vil Medietilsynet særlig trekke fram arbeidet med saken knyttet til A-pressen AS' erverv av Edda-Media AS. Den 5. desember 2011 inngikk A-pressen AS (nå Amedia AS) avtale med det britiske selskapet Mecom Holding Cooperatief W.A. om erverv av Mecom Europe AS' datterselskap Edda Media AS. Ervervet medførte økt eierkonsentrasjon i dagspressemarkedet, både nasjonalt og regionalt. I det nasjonale dagspressemarkedet økte A-pressens opplagsandel fra 17,0 til 26,7 prosent, og ervervet medførte i tillegg en reduksjon i antallet større aviseiere i Norge. I det regionale mediemarkedet økte eierkonsentrasjonen spesielt i medieregionene Østviken og Vestviken. Før ervervet hadde A-pressen en opplagsandel på 57,3 prosent i Østviken og 24,5 prosent i Vestviken. Etter ervervet ville A-pressen eie 14 av 17 aviser i medieregionen Østviken og 23 av 29 aviser i medieregionen Vestviken. Dette tilsvarte henholdsvis 87,6 og 73,6 prosent av opplagsandelene i disse regionene.

Medietilsynet vurderte ervervet opp mot medieeierskapslovens regler om krysseierskap og regionale eierskapsbegrensninger. Etter medieeierskapsloven foreligger det normalt en betydelig eierstilling i det regionale markedet for dagspressen dersom erververen har eller får kontroll med en andel på 60 prosent eller mer av det totale dagsopplaget innenfor en medieregion. Etter Medietilsynets vurdering medførte derfor ervervet at A-pressen ville få en betydelig eierstilling i Østviken og Vestviken. Eierkonsentrasjonen innebar videre at A-pressen ville få vesentlige påvirkningsmuligheter i dagspressemarkedet i disse regionene, noe som etter tilsynets vurdering måtte anses å være i strid med lovens formål. Medietilsynet varslet derfor at tilsynet vurderte å benytte inngrepsfullmakten i medieeierskapsloven § 9 første ledd ved å pålegge salg eller nedlegge forbud mot gjennomføring av ervervet.

Etter samtaler kom Medietilsynet og A-pressen frem til en minnelig løsning i saken. På denne bakgrunn fattet tilsynet 15. august 2012 vedtak om at kjøpet kunne tillates på vilkår av at A-pressen solgte avisen Varden i Vestviken og avisene Østlandets Blad, Vestby Avis, Enebakk Avis, Ås Avis, Smaalenenes Avis og Rakkestad Avis i Østviken. På dette tidspunktet hadde A-pressen solgt Demokraten i Østviken. I vurderingen la tilsynet vekt på at

de avisene som skulle selges måtte kunne drives videre som levedyktige avisforetak og at kjøperne måtte være uavhengig av A-pressen. Det ble derfor stilt vilkår for å sikre dette. Etter gjennomføring av disse salgene ville A-pressen få en opplagsandel på 62,3 prosent i Østvikens og 64,3 prosent i Vestvikens. Avisen Varden ble solgt i oktober 2012.

A-pressen påklaget likevel vedtaket til Medieklagenemnda. Medietilsynet oversendte klagesaken til nemnda for behandling i slutten av oktober. Medieklagenemnda vil ventelig fatte endelig vedtak i begynnelsen av 2013.

I tillegg har Medietilsynet vært involvert i to saker på eierskapsfeltet av større samfunnsmessig betydning. Den første gjelder Schibsteds tilbakekjøp av aksjer i Polaris Media i oktober 2012. Med tilbakekjøpet fikk Schibsted en andel i Polaris på 29 prosent, og økte sin andel av det nasjonale dagspresseopplaget til 31,5 prosent. Oppkjøpet bidro dermed til økt konsentrasjon i det nasjonale avismarkedet. Medietilsynet vurderte kjøpet etter de alminnelige bestemmelsene i medieeierskapsloven og fant imidlertid ikke grunnlag for å opprette en ny sak.

Videre ble det i desember 2012 kjent at det amerikanske selskapet Discovery Communications hadde kjøpt SBS Nordic fra tyske ProSiebenSat1 Group. Ervervet medfører i liten grad økning i eierskapskonsentrasjonen i kringkastingsmarkedene, og Medietilsynet fant ikke grunn til å opprette sak etter medieeierskapsloven.

Det er i 2012 etablert to nye gratisaviser; Byavisa Sarpsborg og Byavisa Fredrikstad, mens Varangeren og gratisavisen Nedre Glomma ble lagt ned. Vurderingen av om disse skal tas med i beregningen av nasjonalt og regionalt dagspresseopplag, blir avgjort i 2013.

2.3 Mål: Motvirke ulovlig reklame og kommersiell påvirkning i kringkasting

Medietilsynet lagde våren 2012 et informasjonsopplegg myntet på lokalradioer og riksdekkende kommersielle radioer om viktige radioregler (reklame, sponsing, lydsignal mv.). Opplegget inkluderte egne nettsider, samarbeid med Lokalradioforbundet, utsendelse av informasjonsbrev mv. Som en oppfølging av informasjonsopplegget ble det på høsten gjennomført en kontroll med et utvalg lokalradioer samt P4 og Radio Norge.

Kontrollen viste at bransjen langt på vei etterlever sentrale regler på området, men at sponsorplakater fremdeles er et problem. Mange lokalradioer blander inn reklamelignende budskap i forbindelse med identifisering av sponsor for sine sendinger. Kontrollen avdekket også at mange radioer ikke avspiller et tydelig lydsignal for å markere skille mellom ordinære sendinger og reklameinnslag, slik reglene krever. Dette gjelder også de riksdekkende radioene.

Kontrollen ble fulgt opp med "myke" virkemidler, der alle de kontrollerte radioene fikk brev med en gjennomgang av hvordan reglene skal forstås, eksempler og henstilling om å foreta de nødvendige endringer. Lokalradioforbundet ble trukket inn i arbeidet med å veilede konsesjonærene på dette området.

Høsten 2012 ble det gjennomført planlagt tilsyn rettet mot kommersielle fjernsynskanalers overholdelse av regelverket generelt. I tillegg har reklamevolumet på rikskanalene vært kontinuerlig overvåket med et automatisert system.

2.4 Mål: Beskytte barn og unge mot skadelig innhold i kinofilm og på fjernsyn

Forhåndsvurdere og sette aldersgrense på kinofilm

I 2012 ble til sammen 252 spillefilmer registrert i Medietilsynet, mot 253 i 2011. Av disse ble 235 filmer forhåndskontrollert, mot 241 filmer i 2011. 17 filmer ble registrert uten vurdering. I tillegg ble 5 kortfilmer og 270 trailere registrert og vurdert. Antall forhåndsvurderte filmer har vært stabilt de siste årene.

Ujevn tilgang på filmer i ulike sjangere, varierende tematikk og innhold gjør at spillefilmer fordelt etter aldersgrense varierer noe fra år til år. Det er likevel en tendens til at flertallet av filmene som vurderes i løpet av et år, får *11-* eller *15-årsgrense*. I 2012 fikk henholdsvis 35 og 30 prosent av filmene *11-* eller *15-årsgrense*. 22 prosent av filmene som ble vurdert ble *Tillatt for alle*. 13 prosent fikk *7-årsgrense*, mens én film (0,4 prosent) ble vurdert til å måtte vises med *18-årsgrense*.

Spillefilmer fordelt etter aldersgrense:

	2008	2009	2010	2011	2012
7 år	36	34	30	34	30
11 år	67	62	82	73	82
15 år	68	71	67	64	70
18 år*	22	9	10	12	18
Alle	49	62	51	70	52

*Kun én film ble vurdert av Medietilsynet til å måtte vises med 18-årsgrense i 2012. De resterende sytten 18-årsfilmene ble registrert av distributør uten forhåndskontroll, og måtte derfor vises med høyeste aldersgrense på kino.

Kun én film, westernfilmen *Django Unchained*, ble i 2012 vurdert av Medietilsynet til ikke å kunne vises med 15-årsgrense eller lavere på kino. Denne filmen måtte derfor vises med høyeste aldersgrense, 18 år. Sytten andre filmer ble registrert av distributør uten forhåndskontroll, og måtte derfor også vises med 18-årsgrense på kino. Disse filmene var i hovedsak såkalte "Bollywood-filmer" (til sammen ni filmer) samt dokumentarfilmer (totalt seks filmer).

Ingen saker ble oversendt Klagenemnda for film og videogram i 2012. Barneombudet klaget opprinnelig på aldersgrensen 11 år på filmen *The Hunger Games*, men sa seg senere enig med Medietilsynet i at filmen ikke krevde en 15-årsgrense. Barneombudet valgte deretter å trekke klagen, og utfordret i stedet til debatt om hvilke aldersgrenser som er hensiktsmessige – noe de anmodet Kulturdepartementet om å se på i arbeidet med nytt regelverk.

Ifølge funn fra undersøkelsen *Medieregulering og foreldre 2012* (se under kapitlet *Veilednings-, informasjons- og utredningsvirksomhet*), mener 72 prosent av foreldre med barn i alderen seks til tolv år at aldersgrenser er den beste måten å regulere film på kino på. 80

prosent mener videre at samfunnets regler for beskyttelse av barn og unge på kino (dvs. aldersgrenser og forhåndskontroll) fungerer "veldig" eller "ganske" bra, noe som kan tyde på tillit til Medietilsynets arbeid med aldersvurderinger – og at forhåndskontroll av kinofilm på mange måter virker etter hensikten.

Tilsyn med vannskillebestemmelsen i fjernsyn

Innenfor feltet beskyttelse av barn og unge mot skadelig innhold på tv har Medietilsynet i 2012 hatt særlig fokus på informasjon og oppfølging av tips og klager.

Tipstjenesten tipsvannskille@medietilsynet.no ble etablert høsten 2011 for å gjøre det lettere for publikum å ta kontakt med tilsynet og melde fra om programinnhold som oppleves som problematisk og skadelig. Gjennom tipstjenesten, telefonsamtaler med publikum og klager har Medietilsynet fått et 30-talls henvendelser med konkrete saker som publikum ønsker at tilsynet vurderer.

Med bakgrunn i innkomne tips og klager gjennomførte Medietilsynet to større ukeskontroller i løpet av 2012. Tema for kontrollen våren 2012 var satiriske animasjonsserier som ble vist på norske kanaler. Kontrollen avdekket ingen brudd. Tema for kontrollen høsten 2012 var ettermiddagssendinger på TV3. Medietilsynet henvendte seg ikke til britiske tilsynsmyndigheter, ettersom kontrollen ikke avdekket problematisk innhold.

Med bakgrunn i innkomne tips og klager var tilsynet også i dialog med kringkasterne om problematisk innhold i spesifikke egenreklamer og ettermiddagsserier. For å skape større forståelse for og kunnskap om regelverket ble også de øvrige norske kringkasterne opplyst om innhold Medietilsynet vurderte som problematisk hos en spesifikk kringkaster. Som et ledd i informasjons- og opplæringsarbeidet var Medietilsynet hos NRK Super for å foredra om retningslinjene.

Det har ikke vært noen saker etter kringkastingsloven § 4-5 (videresendingsforbud) eller kringkastingsforskriften § 2-5 (alvorlig til skade) i 2012.

2.5 Mål: Motvirke spredning av ulovlig vold og pornografi i fjernsyn og på videogram

Registrere og foreta stikkprøvekontroller av videogram

Medietilsynet har som oppgave å registrere alle videogram som skal omsettes i næring, dvs. utleie og/eller salg av DVD og klikkefilm (Video on Demand). Til sammen 5 157 videogram ble registrert i 2012, en nedgang på 1 338 registreringer sammenlignet med 2011. Flest videogram blir registrert med fortrykk (36 %), deretter fulgte klikkefilm og videogram registrert med merker (begge 31 prosent). 65 av videogrammene (1,3 prosent) som ble registrert i 2012 er oppført som "ikke aktive". Dette er filmer som av ulike grunner ikke omsettes – for eksempel fordi de er feilregistrert, pålagt innsendt eller trukket fra markedet.

En endret fortolkning av straffeloven § 204 i 2006 førte til en nesten tredobling av antall registrerte videogram i perioden fra 2005 til 2007. I 2008 gikk tallet på videogramregistreringer kraftig ned. Nedgangen fortsatte i perioden 2009 til 2011, og antallet registreringer gikk ytterligere ned i 2012. Antallet videogram registrert for omsetning er nå lavere enn på mange år. Nedgangen er markant for så vel erotisk film som for andre sjangre.

I 2012 utgjorde erotisk film om lag 18 prosent av de registrerte videogrammene. Til sammen 908 registreringer var innenfor denne sjangeren. Dette er en klart lavere andel enn i 2011, hvor nærmere 43 prosent av det totale antallet registreringer var erotisk film. I 2008 og 2009 utgjorde andelen erotisk film nærmere 60 prosent av antall registreringer.

I 2012 påla Medietilsynet totalt ni videogram å bli innsendt til vurdering. Fem av disse filmene har blitt sendt inn av distributør til vurdering. To av filmene var ikke ferdigbehandlet av Medietilsynet ved utgangen av 2012, mens tre andre ble godkjent for omsetning i næring.

Ingen vurderte filmer ble funnet i strid med straffeloven i 2012.

År	2008	2009	2010	2011	2012
Antall pålegg	102	47	14	13	9
Antall vurdert	45	12	7	4	3*
Antall nektet**	3	2	0	0	0
Antall godkjent	21	3	6	1	3
Antall forbud etter § 204	0	0	0	1	0
Antall forbud etter § 382	2	(1)	0	0	0
Antall forbud etter §§ 204 og 382	22	9	1	1	0
Antall forbud etter §§ 204a og 382	0	0	0	1	0

* Ytterligere to filmer er inne til vurdering i Medietilsynet. Disse var ikke ferdigbehandlet per 31.12.2012

** Filmene er ikke vurdert av Medietilsynet, men nektet registrert pga. tidligere forbud

Det er lite sannsynlig at Medietilsynet klarer å forhindre spredningen av ulovlig vold og pornografi på videogram gjennom registreringsordningen og stikkprøvekontroll. Det er rimelig å anta at denne type innhold ikke følges opp av distributør og dermed spres gjennom andre kanaler enn tradisjonelle videoforhandlere, som for eksempel global distribusjon direkte til norske forbrukere.

Hindre spredning av ulovlig vold og pornografi i fjernsyn

Med bakgrunn i tips fra publikum ble det opprettet dialog med en kringkaster etter at det i en kort periode ble sendt usladdet ulovlig pornografi på grunn av en teknisk svikt, og dette ble rettet opp.

Medietilsynet planlegger å gjennomføre en større kontroll av kringkastede filmer med pornografisk innhold i løpet av våren 2013. I den forbindelse har tilsynet høsten 2012 jobbet med å oppgradere det tekniske utstyret.

2.6 Mål: Sørge for tildeling av konsesjoner og at konsesjonsvilkår overholdes

Analog lokalradio

Medietilsynet ga Radio Metro Drammen (21st Venture) gebyr for verken å oppfylle minstekravet om daglig å sende 30 minutter lokalt nyhets- og aktualitetsstoff eller vilkåret om daglig å sende 509 minutter lokalt innhold utover minstekravet. Saken reiste en rekke problemstillinger knyttet til grensene for hva som kan regnes som lokalt innhold i lokalradio. Vedtaket er påklaget og Medieklagenemnda vil ventelig behandle klagen i begynnelsen av 2013.

Medietilsynet har i 2012 iverksatt ytterligere to saker som gjelder innholdskontroll med lokalradiokonsesjonærer.

Medietilsynet ble i februar kjent med at Radio FM, konsesjonær til 24/7-radio i Stor-Oslo, drev med ren videresending av 21st Ventures (den andre 24/7-konsesjonæren i Stor-Oslo) sendinger på sitt sendernett. Dermed ble 21st Ventures sendinger distribuert på begge sendernetene i Stor-Oslo. Pålegg til Radio FM om umiddelbart å avslutte videresendingen ble etterlevd.

I juni ble det gjennomført ny kontroll med nisjeradioer i forbindelse med begrensningene som gjelder generering av reklame- og sponseinntekter for denne type lokalradio, samt forbudet mot utbetaling av utbytte (kringkastingsforskriften § 7-2). Kontrollen viste at nisjeradioer i all hovedsak overholder reglene om begrenset kommersiell inntektsgenerering.

I en klagesak der en nisjeradio i Oslo påklagde Medietilsynets vedtak om sanksjon for manglende bruk av konsesjonen, fikk tilsynet i 2011 medhold av departementet. I 2012 har tilsynet gjennomført ny kontroll for å undersøke om konsesjonæren har innrettet seg. Kontrollen resulterte i vedtak om tvangsmulkt for fortsatt manglende bruk av konsesjonen. Vedtaket er påklaget.

Medietilsynet har i 2012 mottatt 13 søknader om konsesjon til lokalradio. Elleve konsesjoner er tildelt. Sju av disse er nisjeradiokonsesjoner, tre er konsesjoner til allmenradio og én er konsesjon til 24/7-radio. Elleve konsesjoner har opphørt i 2012.

Ni konsesjonsoverføringer ble godkjent i 2012. Tallene er generelt lavere enn i 2011, hva angår bevegelse i form av overføringer, søknader om konsesjon og henvendelser fra bransjen generelt.

Per 31. desember 2012 var det 251 gyldige konsesjoner til lokalradio, herav 138 nisjeradioer, 83 allmenradioer og 30 24/7-radioer.

Fjernsynskonsesjoner (DTT)

Ti DTT-konsesjoner ble overført fra TV8 Norge AS til TV8 Oslo og Akershus AS.

3 Tilskuddsforvaltning

3.1 Mål: Produksjonstilskuddet til dagsaviser skal bidra til å opprettholde et mangfold av avisutgivelser i hele landet og stimulere til lokal aviskonkurransen

Utviklingen innenfor avisgrupper som mottok produksjonstilskudd:

År	2008	2009	2010	2011	2012
Nr. 2-aviser, uten riksspredte	26	25	24	25	24
Riksspredte meningsbærende	5	5	5	5	5
Nr. 1- og aleneaviser	56	56	59	59	58
Ukeaviser	51	52	50	51	51
Totalt antall aviser	138	138	138	140	138
Totalt tilskuddsbeløp (i 1 000)	264 310	264 452	272 915	281 355	287 568

Nummer 2-avisen Varangeren ble lagt ned i løpet av 2012. Medietilsynet varslet vedtak om utestengelse av avisen Helgelands Blad fra tilskuddsordningen grunnet brudd på utbytteforbudet i forskrift om produksjonstilskudd til dagsaviser. Avisen søkte ikke om produksjonstilskudd i 2012.

Landets aviser har fremdeles en relativt sterk posisjon sammenlignet med andre medier, noe som bekreftes av at aviskonsumet per hushold er blant de høyeste i verden. Fra 1971 til 2012 har 32 nr. 2-aviser kommet inn i tilskuddsordningen. I samme periode er 50 nr. 2-aviser blitt lagt ned.

Tilskuddsordningen har særlig bidratt til vekst i antallet små lokalaviser. Videre er tilskuddordningen helt nødvendig for å sikre videre drift i nr. 2-avisene.

Utviklingen i antall aviser registrert i Medieregisteret i perioden 2005 til 2012, ser slik ut:

2008	2009	2010	2011	2012
236	235	233	240	230

Samlet sett fortsatte opplagsnedgangen i 2012. Som tidligere år rammer nedgangen i all hovedsak de større riks- og regionsavisene, mens såkalte nisjeaviser og mindre lokalaviser opprettholder og øker opplaget noe.

3.2 Mål: Tilskuddet til samiske aviser og samiskspråklige avissider skal legge til rette for demokratisk debatt, meningsdannede og språkutvikling i det samiske samfunnet

23,367 millioner kroner ble fordelt til samiske aviser. Avisene Avvir og Sagat mottok henholdsvis 12,974 millioner kroner og 9,458 millioner kroner i støtte. I tillegg mottok Lokalavisen NordSaltén støtte til lulesamiske sider med 570 000 kroner. Snåsningen ble tildelt 364 700 kroner til sørsamiske sider.

3.3 Mål: Tilskuddet til minoritetsspråklige publikasjoner skal bidra til framvekst av publikasjoner for språklige minoriteter og utvikling av redaksjonell kvalitet i disse publikasjonene

Tre publikasjoner på bosnisk og kinesisk mottok 818 000 kroner i 2012, en økning på 25 000 kroner.

3.4 Mål: Tilskuddet til anvendt medieforskning og etterutdanning skal legge til rette for økt kunnskap om og kvalitet i norske medier

I 2012 ble 2,9 millioner kroner fordelt til 19 forskningsprosjekt og fire masterstipend. Forskning om barn og unges mediebruk ble prioritert. Det samme gjaldt søknader om i hvilken grad personer med minoritetsbakgrunn bruker det tilgjengelige medietilbudet i Norge. Rådet for anvendt medieforskning ønsket å styrke formidlingen av forskningsprosjekt som har mottatt støtte og la til rette for at tilskuddsmottakere kan redegjøre for sine prosjekt på etablerte arenaer, for eksempel konferanser, årsmøter og fagmøter ved ulike medieinstitusjoner.

Bevilgningen til etterutdanning for mediebransjen utgjorde 9,33 millioner kroner. Landslaget for lokalaviser og Institutt for journalistikk fikk videreført sin bevilgning på 2011-nivå. Mediebedriftenes landsforening fikk avkortet sin bevilgning som følge av at målgruppen for kursene ble utvidet fra rene kvinnekurs til også å åpne for mannlig deltagelse.

3.5 Mål: Tilskuddet til lokalkringkastingsformål skal stimulere til et kvalitetsorientert og økonomisk livskraftig lokalkringkastingsmiljø som når et stort publikum

Tildelte midler fordelt etter type tilskudd i 2012:

Lokalradio:	
Programproduksjon	1 504 905
Kompetansehevende tiltak	1 153 177
Utviklingsprosjekt	428 000
Etniske radioer	647 540
Driftstilskudd til bransjeorganisasjon	2 200 000
Sum lokalradio	5 933 622
Lokal-tv:	
Programproduksjon	4 647 552
Kompetansehevende tiltak	81 100
Utviklingsprosjekt	683 100
Driftstilskudd til bransjeorganisasjon	2 200 000
Sum lokal-tv	7 611 752
Totalt lokalradio og lokal-tv	13 545 374

Den samlede tildelingen til lokalkringkastingsformål utgjorde i 2012 i overkant av 13,5 millioner kroner. Tilskuddet til lokalkringkasting bidrar til å styrke en bransje som har vært preget av store økonomiske utfordringer.

Blant annet gir støtte til programproduksjoner muligheten til å realisere programproduksjoner som ellers ikke kunne blitt finansiert. Tilskudd til kompetanseutviklingen og utviklingsprosjekt bidrar til å styrke kvaliteten på kringkastingsproduksjonene. Støtte til drift bidrar til å opprettholde radiostasjoner rettet mot etniske og språklige minoriteter. Bransjen får direkte støtte gjennom driftstilskuddet til lokalkringkastings-organisasjonene (Norsk Lokalradioforbund og Lokal-TV-grupperingen i MBL). Til sammen utgjør tilskuddordningen en bred støtte med mål om å ivareta en mangfoldig lokalkringkastingsbransje.

Fagutvalget for tilskudd til lokalkringkastingsformål gjennomfører en evaluering av de program som har fått tildelt midler gjennom støtteordningen. Evalueringen viser at særlig blant TV-stasjonene er kvaliteten ganske jevn og til tider høy. Når det gjelder radiostasjonene er vurderingen at programkvaliteten er mer ujevn. Vi anser samlet sett at støtten til både programproduksjoner, kompetansehevede tiltak og drifts- og utviklingsprosjekter bidrar til å skape en mer kvalitetsorientert lokalkringkastingsbransje.

3.6 Andre medietiltak

Postene omfatter øremerkede tilskudd til mediestatistikkjenesten "Norsk Mediebarometer" med 1 480 000 kroner og arrangementene Nordiske mediedager i Bergen og Radiodager med henholdsvis 410 000 kroner og 50 000 kroner.

4 Veilednings- informasjon- og utredningsvirksomhet

4.1 Mål: Bidra til at barn og unge blir bevisste mediebrukere

Pedagogiske studieark

Film & Kino har etablert en velfungerende ordning med filmstudieark for pedagogisk bruk i skolesammenheng. I løpet av 2012 har Medietilsynet arbeidet med å realisere et lignende konsept for dataspill. Prosjektet ble påbegynt gjennom et samarbeid med lærer og IKT-pedagogisk pioner *Magnus Henrik Sandberg* fra Stovner videregående skole. Han har tidligere gjort seg bemerket ved å ta i bruk kommersielle spill i skolesammenheng. I 2010 ble han tildelt pris som årets IKT-pedagog, og invitert til Microsofts store Partners in Learning-konferanse i Moskva der han demonstrerte pedagogisk bruk av actionspillet *Assassin's Creed 2*.

Spillstudiearket omhandler det populære byggespillet *Minecraft*, som ifølge Medietilsynets undersøkelse *Barn og Medier 2012* spilles i stor skala av barn i alderen 9-16 år. *Minecraft-arket* er i tillegg skreddersydd for gratisutgaven som er enkel å ta i bruk, og tilgjengelig direkte via nettleseren.

Gjennomføringen av tiltaket har skjedd i samarbeid med *Senter for IKT i Utdanningen*, som har stått for innspill, tilbakemelding og kvalitetssikring.

Gjennomføring av nasjonal informasjonskampanje om merkeordningen for dataspill

Medietilsynet er medlem av den europeiske merkeordningen for dataspill (PEGI) og har gjennom flere år gjort viktige informasjonstiltak rettet mot spillbransje, men også mot foreldre og barn. Aldersmerkingen angir anbefalt aldersgrense og opplyser om typer innhold i spillene som fører til den anbefalte aldersgrensen.

Medietilsynet har tidligere utført omnibus-undersøkelser om norske foreldres kjennskap til merkeordningen for dataspill. Med tidligere funn som utgangspunkt gikk kampanjen i 2012 et skritt videre ved å se på forståelse, fremfor kjennskap. Funnene fra undersøkelsen som ble gjennomført før kampanjen viste at norske foreldrene hadde en stor grad av forståelse for hva alderssymbolene betydde, og mente at det var viktig med en slik merkeordning.



En ny europeisk forbrukerundersøkelse som ble utgitt av ISFE (Interactive Software Federation of Europe) i november 2012 viste at norske foreldre er i Europa-toppen når det gjelder engasjement og deltakelse i barnas spilling. Med dette som utgangspunkt ønsket Medietilsynet en informasjonskampanje som understreket dette positive aspektet, og som oppfordret flere foreldre til både å spille på lag med barna og med merkeordningen PEGI.

Kampanjen besto av et informasjonskort som ble distribuert og delt ut via elektronikkforretningene Elkjøp og Spaceworld, og en ny kampanjeside på Facebook, med medfølgende quiz.

Med midler fra ISFE og Tiltaksplanen for barn, unge og Internett (2012-2013) gjennomførte Medietilsynet kampanjen i samarbeid med NSM (Norges Spill og Multimedia-leverandør Forening), Elkjøp, Spaceworld og Microsoft.

4.2 Mål: Frambringe kunnskap om barn og unges mediebruk

Barn og Medier-undersøkelsene 2012

September 2012 la Medietilsynet fram resultatene fra de landsomfattende spørreskjemaundersøkelsene blant barn og unge i alderen 9-16 år og foreldre med barn i alderen 1-12 år. Undersøkelsene er et tiltak finansiert av Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet, Justis- og beredskapsdepartementet, Kunnskapsdepartementet og Kulturdepartementet. Hovedfunnene fra undersøkelsen ble presentert på eget seminar 19. september i Oslo med over 100 deltakere.

Undersøkelsene fikk bred nasjonal mediedekning og ble tilgjengeliggjort på Medietilsynets nettsider.

Det ble laget egne trykte og digitale faktaark med utdrag fra undersøkelsene til bruk for elever, lærere og foreldre som kan bidra til gode samtaler om mediebruk.

Undersøkelsen Medieregulering og foreldre

Medietilsynet publiserte i 2012 en webbaseret undersøkelse blant 500 foreldre med barn i alderen 6 til 12 år, om deres syn på medieregulering og medieinnhold. Foreldrene svarte i undersøkelsen på spørsmål relatert til regulering av mediebruk, og hvilket medieinnhold de opplever at barna synes er ubehagelig, skadelig eller som de som foreldre ikke ønsker at barna skal komme i kontakt med.

Undersøkelsen ble gjennomført av *Sentio Researh*, og ble finansiert som et tiltak under *Tiltaksplanen for barn, unge og Internett* (se eget kapittel over).

Undersøkelsen har bidratt til å øke Medietilsynets kunnskap om foreldres synspunkter på og erfaringer med medieregulering, samt hvordan denne gruppen oppfatter sitt ansvar, sine utfordringer og hvilke informasjonsbehov de har om regulering av innhold. Denne kunnskapen har vært nyttig da foreldre er en sentral målgruppe i Medietilsynets informasjons- og kommunikasjonsarbeid. Funn fra undersøkelsen har vært brukt i presentasjoner og kronikker gjennom året – og således vært hensiktsmessig i arbeidet med håndtering av publikum, presse og tilrettelegging av informasjon, samt for å gi innspill til myndigheter gjennom arbeidet med utredninger og lovarbeid.

Publikumspanel

Barn og unge er en svært viktig målgruppe for Medietilsynets arbeid med trygg mediebruk, og det er derfor et prioritert område å ha jevnlig kontakt og dialog med denne gruppen. Som en del av arbeidet med å frambringe kunnskap om barn og unges mediebruk og bidra til at barn og unge blir bevisste mediebrukere, setter Medietilsynet ned ulike panel for utveksling av informasjon og dialog med barn, unge og foreldre. I 2012 har tilsynet gjennomført både barne-, ungdoms- og foreldrepanel.

Det ble holdt et foreldrepanel våren 2012. Hovedtemaet var foreldres synspunkter på medieregulering, vurdering av innhold og deres behov for informasjon. Formålet var å utdype spørsmål fra undersøkelsen *Medieregulering og foreldre 2012* (se over). Panelet kom med interessant tilleggsinformasjon til undersøkelsen, og ga nyttige innspill til det forestående arbeidet med ny lov om beskyttelse av mindreårige mot skadelige bildeprogram.

Medietilsynet etablerte et nytt ungdomspanel høsten 2012, og introduksjonsmøtet ble gjennomført med gruppa i desember 2012. Gruppa medvirker i en referansegruppe på *Facebook*, og besto ved årsskiftet av syv jenter på 13 år. Målet er å rekruttere samme antall gutter i tilsvarende aldersgruppe. Det forhenværende ungdomspanelet avsluttet sitt oppdrag i juni 2012. Representanter fra Medietilsynet har hatt jevnlig kontakt med også denne gruppa

via *Facebook*, og presentert og diskutert aktuelle problemstillinger i forumet. Noen av ungdommene fra panelet deltok som publikum under *Safer Internet Day*, og i tillegg til denne kontakten har én samling blitt arrangert med panelet i 2012. Temaet for dette møtet var språkbruk, fest og skildringer av rusbruk i film. Valget av film falt på den amerikanske komedien *Project X* som ble vurdert og gitt en 15-årsgrense av Medietilsynet på grunn av "gjennomgående seksualisert dialog og grenseoverskridende handlinger som kan virke forstyrrende på 11-åringer".

Tre barnepanel ble gjennomført i 2012. To samlinger ble arrangert for aldersgruppa 7-8 år, og én for aldersgruppa 11-12 år. Gruppene fikk se og snakke om sine opplevelser av forskjellige tema og innhold i ulike filmer. Barna fra den yngste gruppa fikk se filmene *Journey 2 – Den mystiske øya* og *De fem legendene*. Den eldste gruppe så og diskuterte den norske komedien *Tina & Bettina – the Movie*, samt snakket med representanter fra Medietilsynet om tidsbruk og aldersgrenser på dataspill.

Hovedtrekk fra samtalene, intervjuene og refleksjoner knyttet til barne-, ungdoms- og foreldrepanelene har blitt sammenfattet i interne rapporter etter møtene. Panelene har bidratt til å øke forståelsen om barn og unges mediebruk, og har gitt nyttig innspill til blant annet arbeidet med medieregulering, aldersvurdering av filmer og rådgivning om dataspill.

4.3 Mål: Bidra til åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i norske medier

Medietilsynet har bidratt til det uttalte målet om å skape økt åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i mediene ved ulike tiltak på informasjonssiden. Gjennom nettstedet medieregisteret.no gir Medietilsynet offentligheten tilgang til oppdaterte opplysninger om hvem som eier de norske medievirksomhetene. I 2012 ble det gjennomført en ny publiseringsløsning for registeret, noe som representerer en viktig milepæl i arbeidet med videreutviklingen. Den nye løsningen sikrer Medietilsynet bedre kontroll med vedlikehold av registeret. Medieregisteret oppdateres fortløpende.

Medietilsynet ga i mars 2012 ut rapporten *Eierskapsmelding 2011*. Rapporten gjør rede for eierforholdene i det nasjonale og regionale avismarkedet, samt det nasjonale tv- og radio-markedet ved utgangen av 2011. Videre omtaler rapporten de viktigste eierskiftene og andre relevante hendelser av betydning i mediemarkedet. De årene Medietilsynet har åpnet sak etter medieeierskapsloven, gjør rapporten rede for disse.

Medietilsynet har deltatt aktivt i det pågående arbeidet med utviklingen av ny medieeierskapslov. I tillegg til at en medarbeider under hele prosjektperioden var frikjøpt av Kulturdepartementet for å arbeide fulltid med *Medieeierskapsutredningen 2012*, var flere ansatte i Medietilsynet i utstrakt grad involvert i arbeidet med utredningen. Videre har Medietilsynet bistått Kulturdepartementet i den videre oppfølgingen av utredningen og avgitt høringssvar i departementets høring i august 2012.

I internasjonal sammenheng har Medietilsynet bidratt til en studie i regi av *Observatoriet for audiovisuelle medier* (Europarådet) om regulering av mediemarkedene, gjennom en større landrapport om Norge. Ettersom det for tiden er økt fokus på tiltak for å fremme mediemangfold, mediefrihet og åpenhet internasjonalt, har Medietilsynet prioritert å delta i ulike fora hvor disse temaene har blitt debattert utenfor Norge. I juni deltok Medietilsynet på konferansen *Pan-European Forum on Media Pluralism and New Media* i Brussel, i oktober på en konferanse ved *Centre for Media Pluralism and Media Freedom* i Firenze med tittelen *EU Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom*, og i november på konferansen *Towards Transparency 2.0 – Focus on Media Concentration* i regi av *Observatoriet for audiovisuelle medier* (Europarådet) i Strasbourg. Den tilegnede kunnskapen om internasjonale forhold er viktig for Medietilsynets videre arbeid på medieeierskapsfeltet på flere måter. Dette gjelder det pågående lovutviklingsarbeidet, og også det generelle informasjonsarbeidet knyttet til eierskap.

Høsten 2012 var Medietilsynet en aktiv bidragsyter i debatten om revisjon av medieeierskapsloven, blant annet gjennom kronikker i aviser. I løpet av 2012 har tilsynet også holdt foredrag om medieeierskap, den pågående revisjonen av medieeierskapsloven og internasjonale perspektiver på eierskap og mediemangfold, for ulike grupper som medielærere, mediestudenter og medieledere.

4.4 Mål: Utveksle informasjon innenfor medieområdet og bidra til økt informasjon om medieutviklingen

En viktig oppgave for tilsynet er å utveksle og å sørge for økt informasjon om medieområdet.

Sentrale rapporter og informasjon som tilsynet utarbeidet i 2012 er:

- *Rapport om økonomien i norske medievirksomheter 2007- 2011*. Rapporten viser at mediebransjen, tross opplagsnedgang og et utfordrende reklamemarked, er svært lønnsom som følge av god kostnadskontroll. Rapporten dokumenterer videre at avishusenes inntekter fra betalt digitalt innhold er i sterk vekst, og at det nye konsesjonssystemet synes å gi gode rammebetingelser for drift av lokalradio.
- *Rapport om eierstilling i norske medier*. Medietilsynet ga i 2012 ut rapporten *Eierskapsmelding 2011*. Rapporten gjør rede for eierforholdene i det nasjonale og regionale avismarkedet, samt det nasjonale fjernsyns- og radiomarkedet ved utgangen av 2011. Videre omtaler rapporten de viktigste eierskiftene og andre relevante hendelser av betydning i mediemarkedet.
- *Allmennkringkastingsrapporten for 2011*
- *Informasjonsbrosjyre om overgang til digitalradio*
- *Faktainformasjon om undersøkelse om barn og unges mediebruk 2012*
- *Retningslinjer for Medietilsynets tilsynsmetodikk*
- *Medietilsynets årsrapport og årsmelding for 2011*

Rapporter og informasjon formidles til bransje og allmennhet ved informasjonsmeldinger på nettsider, sosiale medier og aktivt bruk av media, blant annet i form av kronikker i pressen.

4.5 Mål: Bidra til økt mediekompetanse i befolkningen, og særlig med hensyn til bruk av digitale medier

Medietilsynets arbeid med mediekompetanse har i 2012 bestått av følgende hovedpunkter:

- Januar – bidrag til *Digital Agenda Norge*, avsluttet deltakelse og forslag fra arbeidsgruppen ble levert embedsmannsgruppen for videre behandling.
- Mars – nasjonalt nettverksmøte for mediekompetanse hos Telenor. Temaer: Presentasjon av nye forskning og innsikt på mediekompetanseområdet og rammeverk for grunnleggende digitale ferdigheter, orienterings- og informasjonsutveksling.
- April – deltakelse i ekspertgruppen for Media Literacy in Schools i Brussel.
- Juni – *Media Pluralism Conference*, EU-parlamentet, Brussel.
- Oktober – nasjonalt nettverksmøte for mediekompetanse hos IKT-senteret. Temaer: Endringer i lærerplan for norskfaget i videregående skole, visuell kompetanse inn i undervisningen, forskningsnytt, Seniornett, orienterings- og informasjonsutveksling.
- November – Medie- og filmkompetanse konferanse, *Creative Europe* in Brussel

I tillegg har nettverket opprettet en egen gruppe på et sosialt medium. Medietilsynets nettsider inneholder blant annet informasjon om mediekompetanse og det foreligger en egen nettside med øvelser og veiledning innen kildekritikk for grunnskoleelever.

På slutten av 2012 ble det utarbeidet et grunnlagsdokument og forslag til en tiltaksplan for Medietilsynets videre arbeid med mediekompetanse. Hovedtiltakene som er foreslått for 2013 inkluderer bl.a. en kartlegging av digital mediekompetanse blant eldre og mennesker med funksjonshemming og et seminar om innsats og tiltak innenfor mediekompetanse med bidrag fra eksterne organisasjoner.

5 Virksomhetsstyring og personalforvaltning

5.1 Økonomi

Medietilsynets samlede driftsbudsjett utgjorde 49,8 millioner kroner i 2012, fordelt med 45,5 millioner kroner i driftsbevilgning og 4,3 millioner kroner i disponible inntekter. Inntektene omfatter særskilte tiltaksmidler og lønnsrefusjoner fra NAV.

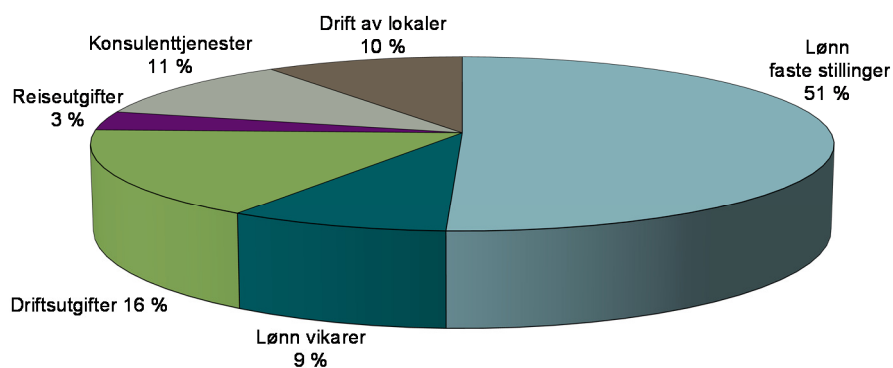
Totale driftsutgifter utgjorde 48,5 millioner kroner i 2012, fordelt med 29,6 millioner kroner i lønnsutgifter og 18,9 millioner kroner til varer og tjenester.

Regnskapet viser et mindreforbruk på 1 279 000 kroner. Mindreforbruket skyldes hovedsakelig betalte lønnsrefusjoner fra NAV for sykemeldte personer som ikke ble erstattet av vikarer, jf. post om sykepenger i regnskapet.

Årsregnskap (statsregnskapet)

Kap./konto	Type	Regnskap	Bevilgning	Avvik
	Utgifter			
03341111	Faste stillinger	22 174 034		
03341112	Vikarer/ekstrahjelp	3 447 339		
03341118	Overtid	191 924		
03341161	Andre Stillinger	243 217		
03341171	Styrer, råd og utvalg	116 910		
03341181	Trygder, pensjoner	3 470 853		
033411	Lønnsutgifter	29 644 277		
0334121	Maskiner, inventar og utstyr	1 250 326		
0334122	Forbruksmaterieell	443 348		
0334123	Reiseutgifter mv.	3 566 547		
0334124	Kontortjenester	2 747 448		
0334125	Konsulenttjenester	4 288 873		
0334126	Databehandlingstjenester	1 452 679		
0334127	Vedlikehold maskiner	186 282		
0334129	Bygningers drift	4 942 111		
033412	Varer og tjenester	18 877 614		
03341	Totale driftsutgifter	48 521 891	45 470 000	- 3 051 891
	Inntekter			
333411	Ymse inntekter	4 293 355	1 675 000	2 618 355
333416	Fødselspenger	676 382		676 382
333418	Sykepenger	1 036 954		1 036 954
	Disponible inntekter	6 006 691	1 675 000	4 331 691
	Resultat (mindreforbruk)			1 279 800

Etter en hovedgruppering fordeler utgiftene i regnskapet seg slik:



Lønnsutgiftene utgjorde vel 60 prosent av tilsynets samlede utgifter i 2012, om lag tilsvarende nivå som i 2011. Utgifter til konsulenttjenester vokste i 2012 og skyldes hovedsakelig økt

behov for bistand innenfor IKT-området. For øvrige poster er utgiftsendingene små sammenliknet med 2011.

Medietilsynet tok i 2012 i bruk statens nye kontoplan. Kontoplanen har gitt tilsynet bedre grunnlag for økonomisk analyse, styring og planlegging av virksomheten.

Inntekter

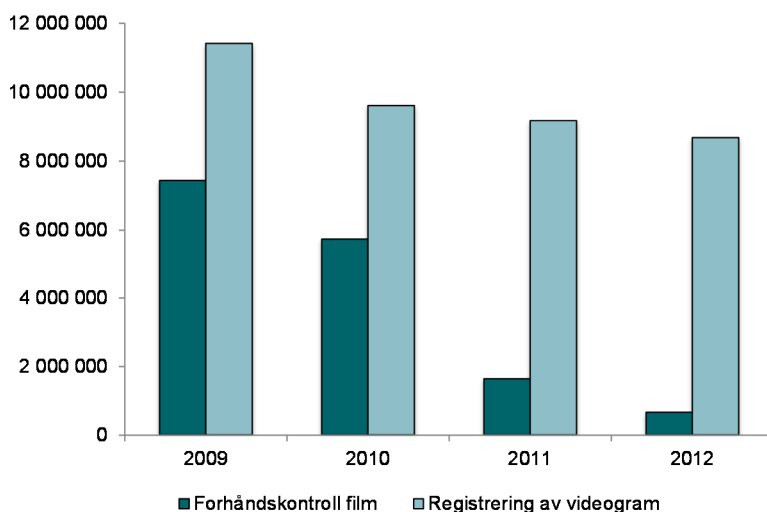
Post		Regnskap	Budsjett	Avvik
334401	Ymse inntekter	4 293 355	1 675 000	2 618 355
333416	Fødselspenger	676 382		
333418	Sykepenger	1 036 954		
3334 70	Gebyrer	9 347 296	15 500 000	- 6 152 704

Inntektskravet for ymse inntekter gjelder midler fra EU til drift av Trygg Bruk-prosjektet. Regnskapsførte inntekter for prosjektet utgjorde 2 262 000 kroner i 2012. Beløpet tilsvarer prosjektets driftsutgifter i 2012 med unntak av lønnsutgifter som dekkes av Medietilsynet.

Gebyrinntektene gjelder avgift for forhåndskontroll av film og merkeordning for registrering av videogram som utgjorde til sammen nærmere 9,4 millioner kroner, fordelt med henholdsvis 0,7 millioner kroner i avgift for filmkontroll og 8,7 millioner kroner for registreringsordningen av videogram.

Nedgangen i gebyrinntekter for avgiftsordningene er på nærmere 1,5 millioner kroner fra 2011 til 2012. Nærmere en million kroner av nedgangen gjelder ordningen om forhåndskontroll av film. Dette skyldes bortfall av kopigebyret for filmvurdering som følge av at storparten av dagens filmer distribueres digitalt. Avgiftsgrunlaget for ordningen foreslås endret fra 2013 slik at innkrevd avgift økes og samsvarer med tilsynets utgifter til arbeidet (selvkostprinsipp).

Utviklingen i gebyrinntekter for ordningene med forhåndskontroll av film og registrering av videogram:



5.2 Administrative forhold

Likestilling

Per 31.12.12	Totalt		Lederstillinger		Øvrige stillinger	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Kjønnfordeling - alle ansatte i prosent	53	47	40	60	54	46
Kjønnfordeling - heltidsansatte i prosent	51	49	40	60	52	48
Kjønnfordeling - deltidsansatte i prosent	67	33	0	0	67	33
Gjennomsnittslønn (i 1 000 kr)	497	520	664	761	484	485

Ved utgangen av 2012 sysselsatte tilsynet 51 personer med en gjennomsnittsalder på 46 år. Av de 51 ansatte var 27 kvinner og 24 menn. Ledelsen i virksomheten består av tre menn og to kvinner.

Tallene viser at menn i gjennomsnitt tjener 23 000 kroner mer enn kvinner i virksomheten, mot 39 000 kroner i 2011. Lønnsforskjellen mellom mannlige og kvinnelige ledere utgjør 97 000 kroner, tilsvarende forskjell som i 2011.

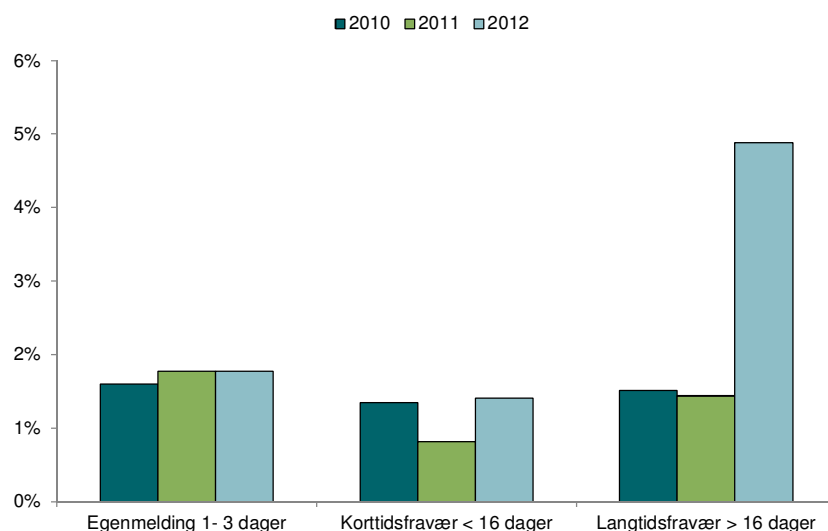
For øvrige stillingsgrupper tjener menn og kvinner tilnærmedesvis likt, mot at menn tjente 23 000 kroner mer enn kvinner i 2011. Utviklingen skyldes tilsetting av flere mannlige vikarer som tjener mindre enn personene de vikarierer for. Lønnsnivået for fast tilsatte innenfor samme stillingskategorier og stillingsnivå er tilnærmedesvis likt.

IA-arbeid og sykefravær

Medietilsynet er en IA-virksomhet. IA-arbeidet gjøres i et nært samarbeid mellom ansattes fagforeningsorganisasjoner, arbeidsmiljøutvalg og ledelse. Virksomheten er opptatt av å skape et godt og utviklende arbeidsmiljø, og å følge opp sykemeldte på en god måte etter fastsatte rutiner. Det er i den forbindelse utarbeidet veiledningsmateriale som omhandler oppfølgingsrutiner, plikter og krav for sykemeldte og ledere i virksomheten. Veiledningsmaterialet gjennomgås og deles ut til alle ansatte.

Det samlede sykefraværet gikk opp med 3,9 prosentpoeng i 2012 og utgjorde 8,1 prosent, mot 4,2 prosent i 2011. Økningen i sykefraværet gjelder langtidsfravær (mer enn 16 dager). Korttidsfraværet (< 16 dager) i virksomheten har vært forholdvis stabilt de siste årene og utgjorde 3,2 prosent i 2012.

Utviklingen i sykefraværet fordelt etter korttids- og langtidsfravær i perioden 2010 til 2012:



Integrering og inkludering

Medietilsynet har som målsetting om å sørge for en balansert alders- og kjønnssammensetning og å rekruttere personer med innvandrerbakgrunn og nedsatt funksjonsevne, noe som blant annet blir kunngjort ved utlysning av ledige stillinger i tilsynet.

Én person med innvandrerbakgrunn ble tilsatt i virksomheten i 2012.

Tilsynet har også i 2012 gjennomført seniorsamtaler med arbeidstakere som har fylt 55 år. Hensikten med samtalene er å tilrettelegge avslutningen av karrieren til eldre arbeidstakere på en best mulig måte.

Medietilsynet inngikk videre avtale med NAV om praksis og arbeidstrening i tilsynet for én person.

Miljøarbeid

Virksomheten søker å vise miljøhensyn innenfor områder der det er mulig. Dette gjelder avfallshåndtering av utstyr (papir, datautstyr mv.), transport i forbindelse med reisevirksomhet og etterspørsel etter miljøvennlige varer. Tilsynet har avtaler med selskap om miljøvennlig håndtering av utrangert datautstyr og retur av papir.

I tilsynets innkjøpsregelverk stilles det videre krav om at det skal etterspørres miljøvennlige og universelle produkter som er tilvirket etter etiske og sosiale standarder.

Risikovurderinger

Medietilsynets risikovurderinger for 2012 er utarbeidet med utgangspunkt i mål, utfordringer og satsningsområder fastsatt i departementets tildelingsbrev. Risikovurderingene er drøftet i etatsstyringsmøtene med departementet. Det er også arbeidet med utvikling av

tilsynsmetodikk og system for kategorisering av tilsynssaker, jf. ovenfor om prioriterte oppgaver. Medietilsynet vil videreutvikle disse systemene slik at de blir integrert med vårt mål- og resultatstyringssystem.

Informasjonsarbeid

Medietilsynet har i 2012 økt ressursene til informasjonsarbeidet i virksomheten.

Nettsidene våre er et sentralt verktøy i informasjonsarbeidet, og det ble derfor gjennomført en undersøkelse om hvordan ulike brukere opplevde nettsidene med hensyn til brukervennlighet, relevant informasjon mv. Tilbakemeldinger tyder på at det er rom for forbedringer. Vi vil derfor vurdere muligheten for å oppgradere og utvide nettløsningen vår framover.

Tilsynet benytter også sosiale medier (Facebook og Twitter) aktivt i sitt informasjonsarbeid. Det er lagt ned et betydelig kommunikasjonsarbeid knyttet til enkelttiltak, eksempelvis Safer Internet Day, overgang til digital radio, oppkjøpet av Edda Media og informasjon om problemer ved bruk av dataspill.

Medietilsynet hatt fokus på viktigheten av et godt og klart språk i vår kommunikasjon med brukerne. Blant annet har virksomheten utarbeidet interne retningslinjer for klart og godt språkbruk.