

# Årsrapport 2020



## Innhald

1	Leders beretning .....	2
2	Introduksjon til verksemda og hovudtal.....	8
2.1	Samfunnsoppdraget.....	8
2.2	Organisasjon og leiing.....	10
2.3	Økonomiske nøkkeltal .....	11
3	Aktivitetar og resultat i 2020 .....	13
3.1	Legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet .....	13
3.2	Bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val .....	31
3.3	Vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør .....	43
4	Styring og kontroll i verksemda.....	53
4.1	Tiltak under koronapandemien .....	53
4.2	Verksemdsstyring og ressursbruk .....	54
4.3	Internkontroll .....	55
4.4	IA og HMS.....	56
4.5	Tilsette i Medietilsynet.....	57
4.6	Arbeid for likestilling og mot diskriminering.....	58
4.7	Fellesføringar for 2020 .....	60
4.8	Kulturelt mangfald .....	61
4.9	Samfunnstryggleik og beredskap .....	62
4.10	Klima og miljøtiltak .....	62
4.11	Revisjon og rekneskap.....	62
5	Vurdering av framtidsutsikter .....	63
6	Årsrekneskap .....	65
6.1	Kommentarar til årsrekneskapen frå leiinga .....	65
6.2	Prinsippnote til årsrekneskapen.....	67
6.3	Årsrekneskap 2020 .....	69

ISBN: 978-82-8428-008-0

# 1 Leders beretning

*Koronapandemien gjorde at 2020 ble et helt spesielt år, også for Medietilsynet. Til tross for uvante arbeidsforhold og nye utfordringer har Medietilsynet klart å gjennomføre de fleste planlagte aktiviteter og nå målene som var satt for året. I tillegg har tilsynet bistått Kulturdepartementet med utredninger og vurderinger relatert til konsekvenser av pandemien, og forvaltet en midlertidig kompensasjonsordning for redaktørstyrte medier.*



På grunn av pandemien har Medietilsynets medarbeidere jobbet fra hjemmekontor det meste av året, både interne og eksterne møter og arrangement har i stor grad måttet avvikles digitalt, og vi har måttet løse ikke-planlagte oppgaver som følge av pandemien. Når tiltak og oppgaver likevel stort sett er gjennomført i henhold til planen, og nye arbeidsformer og løsninger er tatt i bruk for å håndtere en ny situasjon, er det etter min vurdering grunn til å være stolt over både medarbeidernes innsats og fleksibilitet og de resultatene Medietilsynet har levert i 2020.

Å fremme mediemangfold og bidra til kritisk medieforståelse i befolkningen er Medietilsynets viktigste arbeidsområder og bidrag til å oppfylle de mediepolitiske målene. Innenfor begge områder har Medietilsynet gjennomført en rekke tiltak i året som har gått, der sentrale innsatsfaktorer er å forvalte mediepolitiske virkemidler, utøve tilsyn, utvikle og formidle relevant innsikt og drive rådgivning.

I årsrapporten er det lagt vekt på å synliggjøre de viktigste prioriteringene og tiltakene i 2020 opp mot målene som er satt i tildelingsbrevet, og så langt som mulig vise til oppnådde resultater og effekter.

Kort oppsummert har Medietilsynets viktigste prioriteringer i 2020, utover ordinær drift og forvaltning, vært

- **koronapandemien:** fremskaffe og formidle fakta om medieutviklingen under pandemien og bidra til å utvikle og forvalte kompensasjonsordningen for de redaktørstyrte mediene
- **innsikt:** bidra til økt innsikt om temaer relatert til mediemangfold og kritisk medieforståelse, gjennom å gjennomføre og formidle resultater av nye undersøkelser, analyser og kartlegginger
- **råd, veiledning og formidling:** gjennomføre tiltak som kan bidra til å styrke befolkningens kritiske medieforståelse og kunnskap om mediemangfoldet, som råd og veiledning, undervisningsopplegg og kampanjer
- **ekstern dialog og synlighet:** styrke Medietilsynet som en relevant, tydelig og synlig samfunnsaktør, blant annet gjennom systematisk dialog med bransje og andre aktører og utadrettet virksomhet (egne arrangement, deltakelse på andres og aktiviteter rettet mot media)
- **digitalisering:** fortsette digitalisering av både interne arbeidsprosesser og kontaktpunkter mot eksterne aktører som samhandler med Medietilsynet

- **kompetanseutvikling:** styrke kompetansen i virksomheten, både gjennom interne utviklingstiltak og nyrekruttering

### **De redaktørstyrte mediens betydning under koronapandemien**

Undersøkelser fra Medietilsynet har vist at de redaktørstyrte mediene har spilt en viktig rolle under pandemien. Etter utbruddet i mars var informasjonsbehovet enormt, og det var avgjørende å ha medier som både informerte, stilte kritiske spørsmål og lot ulike stemmer komme til orde. Både mediebruken og nyhetsinteressen har vært stor under pandemien, og undersøkelsene viser også at norske redaktørstyrte medier oppleves som viktige nyhetskilder og jevnt over har høy tillit.

Gjennom pandemien har det vært viktig å følge den økonomiske situasjonen for bransjen tett, og Medietilsynet har hatt god og hyppig dialog med bransjeorganisasjonene for å få oppdatert informasjon. Med bakgrunn i betydelige tapte annonseinntekter, særlig i pandemiens første fase, besluttet Stortinget en midlertidig kompensasjonsordning for redaktørstyrte medier. Medietilsynet bistod Kulturdepartementet med å utarbeide ordningen og fikk raskt utviklet et teknisk system for søknader og behandling. I tillegg tilrettela Medietilsynet for at de ordinære støtteordningene ble utbetalt tidligere og med større rater på et tidligere tidspunkt enn normalt, for å bistå mediene i den krevende situasjonen som oppsto etter pandemi-utbruddet.

Under koronapandemien fikk Medietilsynet også en rekke søknader om korttidskonsesjon for drive-in-kino, gudstjenester og overføring av konserter. Det ble tilrettelagt for god informasjon om søknadsprosessen og rask saksbehandling.

Endringstakten på mediefeltet er fortsatt høy, både når det gjelder teknologi, brukervaner og konkurransebilde. For Medietilsynet er det viktig å forvalte de virkemidlene vi råder over slik at disse på best mulig måte understøtter de mediepolitiske målene, og å bidra aktivt til at virkemidlene videreutvikles for å treffe de utfordringene de skal bidra til å løse. Videre skal Medietilsynet bidra med innsikt og kompetanse, både som grunnlag for politikktutforming og for at befolkningen skal få kunnskap og informasjon som gjør det enklere å delta i en åpen og opplyst offentlig samtale, og å navigere aktivt og trygt i medielandskapet.

### **Arbeid med regelverksendringer på flere områder**

De direkte mediestøtteordningene som Medietilsynet forvalter, er viktige virkemidler for å sikre mediemangfoldet. For flere av ordningene har det vært behov for å oppdatere regelverket, og i desember 2020 leverte Medietilsynet et forslag til Kulturdepartementet om endringer i forskriften om produksjonstilskudd for nyhets- og aktualitetsmedier. Det er også jobbet med endringer i støtteordningen for samiske aviser. Medietilsynet har videre gjennomgått alle råd, utvalg og styringsdokumenter for de ulike direkte mediestøtteordningene og kommet med forslag til diverse endringer.

I 2020 har Medietilsynet også gjennomgått bildeprogramloven, og da særlig bestemmelsene som gjelder aldersklassifisering av kinofilm. I desember ble det levert et notat til Kulturdepartementet med forslag om lovendringer som innebærer at ansvaret for aldersklassifisering blir flyttet fra Medietilsynet til filmdistributørene. På den måten blir det tilsvarende ordning som for aldersklassifisering av film og bildeprogram på andre plattformer. Dette sikrer likebehandling, samtidig som Medietilsynet kan frigjøre ressurser for eksempel til

forebyggende tiltak blant barn og unge. Forslaget ligger nå til vurdering i Kulturdepartementet.

Videre har arbeidet med å revidere kringkastingsregelverket fortsatt i 2020, men det er blitt noe forsinket på grunn av koronapandemien. Revisjonen skal sikre at regelverket tar opp i seg endringer i europeisk lovgivning.

I 2020 kom det på plass en endring i kringkastingsloven som gir Medietilsynet mulighet til å pålegge norske distributører å sørge for at det ikke er ulovlig pengespillreklame i de kanalene som formidles i deres nett. Lovendringen gjelder fra 2021, og når årsrapporten skrives, har Medietilsynet igangsatt tilsynsarbeidet.

### **Få brudd på regelverket i 2020**

Medietilsynet har ansvar for å etterse at regelverket følges på sentrale områder på mediefeltet, og utfører kontroller etter en risiko- og vesentlighetsvurdering. Tilsynet har en god struktur og metodikk for tilsynsarbeidet, med treårige og årlige planer. Medietilsynet vektlegger dialog og veiledning i tilsynsarbeidet, men tar i bruk sanksjoner når det er nødvendig. Jevnt over vurderer Medietilsynet at aktørene både er godt kjent med og følger gjeldende lover og retningslinjer, og det ble tatt i bruk få sanksjoner i 2020. Evalueringer som ble gjort av konkrete veilednings- og tilsynsaktiviteter, viste at disse etter all sannsynlighet har medvirket til større etterlevelse av regelverket.

Medietilsynet gjennomførte i 2020 for første gang tilsyn med at TV 2 oppfylte kravene i avtalen med staten om kommersiell allmennkringkasting. Tilsynet både med TV 2 og NRK ble oppsummert i en egen allmennkringkastingsrapport, som viste at begge kringkasterne i stor grad leverte i tråd med krav og avtaler. Noen brudd ble konstatert, og for TV 2 sin del resulterte det i en viss avkortning i kompensasjonen.

Medieklagenemnda behandlet 15 klager på Medietilsynets vedtak i 2020, der tilsynet fikk medhold i elleve saker, tre klager ble delvis tatt til følge, og én klage ble fullt ut tatt til følge. Tallene viser at Medietilsynets saksbehandling er solid og i de fleste tilfeller står seg under klagebehandling.

### **Mediemangfold: første rapport om avsendermangfoldet**

For å følge utviklingen i det norske mediemangfoldet tett og systematisk over tid er Medietilsynet i gang med å utvikle et mediemangfoldsregnskap. Gjennom fastsatte indikatorer skal tilsynet årlig gi en status for mediemangfoldet i et avsender-, innholds- og brukersperspektiv. I 2020 kom den første rapporten om avsendermangfold. Arbeidet med en rapport om bruksmangfold ble også så godt som slutført, og selve rapporten ble offentliggjort i januar 2021. I forbindelse med framleggelsen av delrapportene har det vært gjennomført arrangement og debatter, og informasjon er formidlet i ulike kanaler. På denne måten har Medietilsynet bidratt både til å fremskaffe nyttig innsikt og skape debatt om det norske mediemangfoldet.

I 2022 skal Stortinget for første gang behandle fireårige styringssignaler både for NRK og den direkte mediestøtten. Medietilsynet vurderer at dette er tiltak som kan øke både forutsigbarheten og langsiktigheten for aktørene, og på den måten også bidra til å sikre mediemangfoldet. Mediemangfoldsregnskapet kan gi nyttig innsikt i forbindelse med

utarbeidelse av forslag til styringssignaler. I 2021 skal Medietilsynet også gjennomføre egne utredninger både om NRKs bidrag til mediemangfoldet og om de direkte mediestøtteordningene, som skal inngå i arbeidet med styringssignalene.

### **Nasjonal strategi for trygg digital oppvekst**

Den nye medievirkeligheten setter store krav til den enkelte mediebrukeren, som trenger kunnskap og ferdigheter på en rekke områder for å kunne navigere både aktivt og trygt i et stadig mer komplekst medielandskap. Som grunnlag for tiltak er det behov for et godt kunnskapsgrunnlag, og her bidrar Medietilsynet aktivt. I 2020 ble det gjennomført en ny *Barn og medier*-undersøkelse, der flere tusen barn og unge og foreldre svarte på en rekke spørsmål om den digitale mediehverdagen. Resultatene fra undersøkelsen viser at aktiviteten på nett har mange positive sider, men samtidig eksponeres barn og ungdom også for medieinnhold som kan være skadelig. Innsikten fra undersøkelsene danner grunnlag for tiltak både for å sikre de unges rett til informasjon og deltakelse og for å beskytte dem mot skadelig innhold. I 2020 har Medietilsynet blant annet utviklet et nytt undervisningsopplegg om «deepfakes» og et nytt samtaleverktøy beregnet for familier med barn fra 1. til 4. klasse.

Gjennom en rekke delrapporter som er lagt fram utover året, har Medietilsynet brukt resultater fra *Barn og medier 2020* og *Foreldre og medier 2020* til å sette søkelyset på og skape debatt rundt ulike sider ved barn og unges digitale hverdag.

Medietilsynet har også vært opptatt av at den statlige innsatsen på barn og medier-feltet i større grad bør koordineres, og foreslo i 2020 i sitt innspill til en ny kulturmelding for barn og unge å utvikle en statlig strategi for trygg digital oppvekst. I statsbudsjettet for 2021 er det avsatt midler til å starte dette arbeidet, som skal ledes av Medietilsynet.

Høsten 2020 forberedte Medietilsynet en ny undersøkelse om den kritiske medieforståelsen i den norske befolkningen, som ble gjennomført helt på tampen av året. Resultatene blir klare og skal presenteres gjennom første halvår 2021.

### **Økt synlighet og deltakelse i samfunnsdebatten**

Gjennom 2020 har Medietilsynet fortsatt arbeidet med kommunikasjon og formidling. For tredje år på rad økte tilsynet sin synlighet i media, og økningen var på 16 prosent fra 2019. Også i sosiale medier, gjennom nyhetsbrev og egen podkast har Medietilsynet økt både aktiviteten og oppslutningen i 2020. Digitale kampanjer er en annen måte å nå ut til publikum på, og i forbindelse med koronapandemien gjennomførte Medietilsynet en kampanje mot falske nyheter med stor rekkevidde.

Til tross for pandemien fikk Medietilsynet arrangert en rekke møter, debatter og presentasjoner om faglige temaer i 2020. Smitterestriksjoner gjorde at mange av arrangementene måtte gjennomføres digitalt, men oppsiden var at Medietilsynet på den måten nådde ut til flere. Erfaringene med digitale arrangement har vært positive, og har gitt læring Medietilsynet kommer til å dra veksler på i arbeidet videre framover.

### **Digitaliseringen fortsetter**

Medietilsynet har i 2020 fortsatt arbeidet med å digitalisere både interne arbeidsprosesser og samhandlingen med eksterne aktører. Ved årsslutt ble prosjektet Medietilsynet har fått digitaliseringsmidler til, formelt avsluttet, men også i 2021 skal det gjennomføres en rekke tiltak for å effektivisere og digitalisere driften ytterligere.

I 2020 har det også vært jobbet med å visualisere informasjon på nye måter. Medietilsynet har blant annet lansert Mediedatabasen, en søkbar database for diverse informasjon om norske medier.

Gjennom digitaliseringstiltakene har Medietilsynet både forenklet og forbedret samhandlingen med eksterne aktører og i større grad tilgjengeliggjort innsikt og data overfor både beslutningstakere, bransje og publikum. Arbeidet fortsetter i 2021.

### **Nytt internkontrollsystem er på plass**

I 2020 har Medietilsynet sluttført arbeidet med å gjennomgå og fornye sentrale dokumenter for retningslinjer og rutiner, dokumentasjonen er systematisert og gjort tilgjengelig for alle ansatte, og det er gjennomført opplæring. Videre er det iverksatt et opplegg for jevnlig og systematisk oppdatering av internkontroll-dokumentasjonen.

For Medietilsynet er det viktig å kunne dokumentere hvordan ressursene brukes, og hvordan ressursbruk og effektivitet utvikler seg over tid. 2020 er det første hele året der det er registrert tidsbruk på ulike prosjekter. Dermed kan ressursbruk på ulike aktiviteter og prosjekter dokumenteres, og etter hvert blir det mulig å se utviklingen over tid. Dette er nyttig informasjon blant annet i planleggings- og budsjetteringsarbeidet.

### **Vurdering av måloppnåelse**

Medietilsynet har etter min vurdering gjennomført tiltak og skapt resultater som understøtter de tre hovedmålene som er satt i tildelingsbrevet for 2020, og har samlet sett god måloppnåelse dette året.

Kort om måloppnåelse for hvert enkelt mål, ref. tildelingsbrevet:

1. Legge til rette for et mangfoldig redaksjonelt tilbud av høy kvalitet: *Som forventet*
2. Bidra til å utvikle aktive mediebrukere som tar informerte valg: *Som forventet*
3. Være en relevant, tydelig og synlig samfunnsaktør: *Bedre enn forventet*

For nærmere vurdering av hvert enkelt mål viser vi til rapportens del 3.

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

### **Forhold som har hatt innvirkning på oppnådde resultater**

2020 har, som allerede nevnt, vært sterkt preget av koronapandemien. Pandemien førte til at noen planlagte tilsyn måtte utsettes, enkelte digitaliseringstiltak måtte skyves til 2021 fordi utviklingsressursene måtte omprioriteres til kompensasjonsordningen for redaktørstyrte medier, og det ble gjennomført færre eksterne kontaktmøter enn i et normalår. Med disse unntakene har Medietilsynet gjennomført tiltak og oppgaver i henhold til det som var planlagt for 2020.

Medietilsynet har gjennom 2020 hatt noe nyrekruttering, og har fått på plass nye medarbeidere med god og relevant kompetanse. Imidlertid erfarer vi at den geografiske plasseringen gjør det utfordrende å rekruttere spisskompetanse på noen områder.

Plasseringen i Fredrikstad setter også noen begrensninger sett opp mot Medietilsynets mål om tettere dialog med bransje/eksterne aktører, økt deltakelse og synlighet.

Medietilsynet har vært opptatt av at en for fragmentert og lite koordinert innsats på barn og medier-feltet er en utfordring. Det er derfor gledelig at regjeringen nå har besluttet at det skal utvikles en nasjonal strategi for trygg digital oppvekst.

### **Samlet ressursbruk innenfor bevilgning**

Medietilsynets samlede ressursbruk i 2020 ble holdt innenfor godkjent bevilgning. Den inkluderer en ekstrabevilgning på 1,6 millioner kroner til utgifter relatert til koronapandemien, i hovedsak utvikling av en ny digital løsning for å håndtere kompensasjonsordningen for redaktørstyrte medier. For nærmere detaljer om økonomiske forhold viser vi til rapportens del 6, årsregnskap.

Fredrikstad, 15. mars 2021



Mari Velsand  
direktør i Medietilsynet



## 2 Introduksjon til verksemda og hovudtal

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

### 2.1 Samfunnsoppdraget

Ansvar og fullmakta til Medietilsynet går fram av verksemdsinstruksen frå Kulturdepartementet, sist oppdatert 07.06.20.

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

#### 2.1.1 Tildelingsbrev 2020

I tildelingsbrevet for 2020 var følgande mål sette for Medietilsynet:

- legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet
- bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val
- vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør

I tildelingsbrevet kom det også fram at Medietilsynet skal sikre at mest mogleg av ressursane blir brukte på kjerneverksemda, og at administrative oppgåver blir gjennomførte effektivt og med god kvalitet. Det skal vere system og rutinar for å kunne måle effektar av tiltak som blir sette i verk.

Medietilsynet skal styrke kompetansen gjennom utvikling av medarbeidarar og rekruttering, for å kunne ta hand om prioriterte oppgåver og nå dei måla som er sette. Tilsynet skal vidare fortsette arbeidet med å styrke intern samhandling og auke gjennomføringskrafta og effektiviteten i organisasjonen gjennom å vidareutvikle ein bedriftskultur som bidrar til trivsel, positivt fagleg fellesskap og eit godt arbeidsmiljø.

Medietilsynet skal fortsette med å bygge sterkare relasjonar med mediebransjen og andre relevante samarbeidspartnarar, vere ein synleg aktør i samfunnsdebatten og sikre god mediehandtering.

Tildelingsbrevet slo fast at kritisk medieforståing skulle vere eit prioritert område for Medietilsynet også i 2020. Gjennom arbeid med innsikt, kunnskapsformidling, rådgiving og kommunikasjon skal Medietilsynet bidra til auka kritisk medieforståing i prioriterte grupper i befolkninga.

Vidare skulle Medietilsynet fortsette arbeidet med å utvikle ein mediemangfaldsrekneskap. Rekneskapa skal vise status og over tid dokumentere utvikling i avsendarmangfald,

innholdsmangfold og bruksmangfold. Medietilsynet skal også hente inn og formidle kunnskap om den økonomiske og marknadsmessige situasjonen for norske medium.

I 2020 skulle Medietilsynet vidareføre arbeidet i ei tverrfagleg gruppe med representantar frå Lotteritilsynet, Forbrukartilsynet og representantar for forskning og teknologi, og gjennomføre tiltak i regjeringa sin handlingsplan mot speleproblem.

Eit anna oppdrag Medietilsynet fekk i tildelingsbrevet, var å bidra til Kulturdepartementets arbeid med å følge opp stortingsmeldinga om mediestøtte gjennom blant anna å legge om produksjonstilskottet og innovasjonstilskottet. Vidare skulle Medietilsynet vurdere om det var behov for å halde ved lag dei eksisterande fagutvala i forvaltninga av mediestøtta.

Medietilsynet skulle vidare stå for utbetalingane av tilskottet til NRK i 2020 og bidra med å revidere kringkastingsregelverket. I tillegg kom tilsyn med TV 2-avtalen om kommersiell allmennkringkasting, som tredde i kraft 1. januar 2019.

### 2.1.2 Tiltak for å løyse oppdraget

Medietilsynet har i 2020 sett i verk fleire nye initiativ som skal bygge opp under dei strategiske måla. For å løyse samfunnsoppdraget samarbeider Medietilsynet med ei rekke offentlege etatar, styringsorgan, private verksemder og interesseorganisasjonar – nasjonalt og internasjonalt.

Den første delrapporten om avsendarmangfoldet i mediemarknaden blei publisert i januar 2020, og ein oppdatert versjon kom i desember. Delrapportane inngår i Mediemangfaldsrekneskapan, som skal dokumentere status for det norske mediemangfoldet og korleis det utviklar seg over tid. Gjennom 2020 blei det også arbeidd med ein rapport om bruksmangfold, som blei publisert i januar 2021. Den første rapporten om innholdsmangfoldet kjem seinare i 2021. Medietilsynet gjorde også ei ny undersøking om medievanane til barn og unge i 2020.

Det er eit mål at Medietilsynet skal drivast effektivt, blant anna ved å digitalisere og modernisere tenester overfor både interne og eksterne brukarar. Prosjektet *Digital kvardag* har samla alle fagprosessane i eitt system, og i 2020 er prosessane utvikla vidare for å betre kvaliteten på datahandteringa og gjere den mindre sårbar. Det er utvikla «Mi side»-løysingar for fleire tenester, som forenkler interaksjonen mellom eksterne brukarar og Medietilsynet. Dette effektiviserer også arbeidsprosessane internt og betrar brukardialogen på nye digitale kommunikasjonsflater. Å samle all informasjon i éin database har gitt betre oversikt over dataa, og nye moglegheiter for å analysere og presentere den innsikta og kompetansen som Medietilsynet har. Blant anna er det i 2020 etablert ein søkbar mediedatabase med informasjon om dei ulike medieaktørane, *Mediedatabasen*. Løysinga gir høve til å navigere både via kart og namn på eigar eller medium.

Medietilsynet har i 2020 gjennomført ei rekke tiltak for å bli meir relevant og synleg, særleg i digitale kanalar. Gjennom året var det i underkant av 3300 mediesaker om Medietilsynet, ein vesentleg auke frå året før. Medietilsynet har også deltatt i fleire offentlege debattar, gjennomført digitale kampanjar med stor rekkevidde, produsert sin eigen podkast om aktuelle mediespørsmål og hatt fleire konstruktive samarbeid med andre verksemder.

Medietilsynet har i 2020 revidert verksemdsstrategien og vedtatt ein strategisk plan for perioden 2021–2023. Planen vidarefører dei overordna måla om å bidra til eit breitt mediemangfald og til kritisk medieforståing i befolkninga, og slår fast at Medietilsynet skal vere ein relevant og synleg aktør og ein premissgivar på mediefeltet.

## 2.2 Organisasjon og leiing

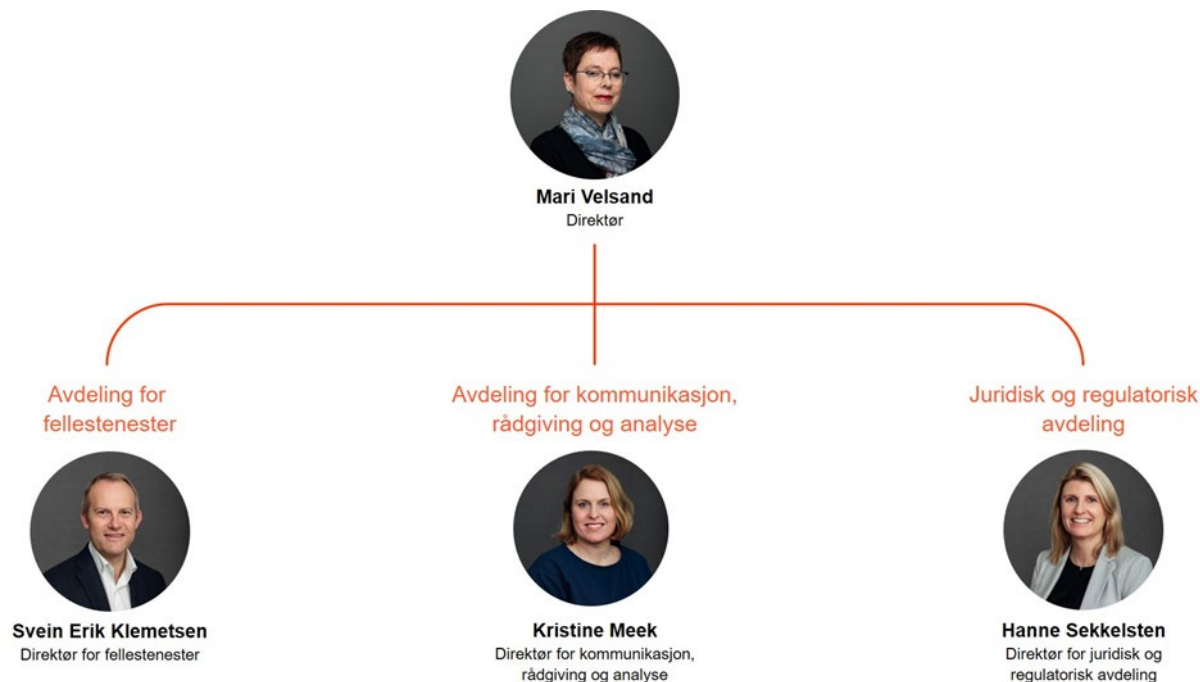
Medietilsynet har kontor i Fredrikstad og blir leia av direktør Mari Velsand. Verksemda har ein bemanningsplan på 36 faste årsverk. I 2020 hadde Medietilsynet 35 medarbeidarar i gjennomsnitt – 26 kvinner og ni menn.

Fire nye medarbeidarar begynte å jobbe i Medietilsynet i 2020. To slutta, og ein av desse gjekk av med pensjon.

Det har ikkje vore endringar i organiseringa eller leiinga i Medietilsynet i 2020.

Medietilsynet er organisert i to fagavdelingar (avdeling for kommunikasjon, rådgiving og analyse, og juridisk og regulatorisk avdeling), og har ei avdeling for administrative fellestenester.

Organisasjon og leiing i Medietilsynet per 31.12.20:



## 2.3 Økonomiske nøkkeltal

Drifta av Medietilsynet blir finansiert over statsbudsjettet. Driftsbudsjettet utgjorde 55,2 millionar kroner i 2020. Lønnsutgiftene var på 29,5 millionar kroner mot 33,5 i 2019.

Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet. Rekneskapsførte driftsutgifter var på 54,9 millionar kroner.

Tabell 1 – nøkkeltal 2018–2020

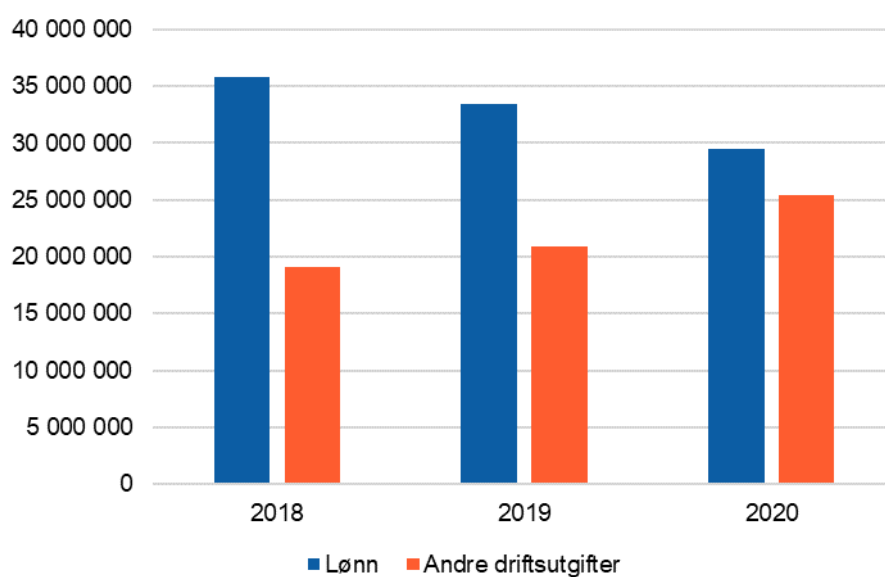
	2018	2019	2020
Tal på utførte årsverk*	38	32	31
Tal på avtalte årsverk	43	35	35
Tal på tilsette	44	35	35
Samla driftsløyving	54 318 000**	52 756 000	55 238 000
Rekneskapsførte driftsutgifter	54 820 688	54 378 961	54 934 235
Lønn og sosiale utgifter per årsverk	941 154	1 045 993	951 768
Lønnsandel av driftsutgifter i prosent	66	62	54
Utnyttingsgrad post 01–29			96,26
Samla utgiftsløyving til tilskottsordningar	376 395 800	541 381 000	561 400 000
Samla rekneskapsført gebyr	1 318 235	645 340	333 321

\* Korrigert for fråvær > 1 dag

\*\* Inkluderer overføring av 1,2 millionar kroner i ubrukte løyvingar frå 2017

«Rekneskapsført gebyr» er gebyr for omsetning av videogram i næring. I 2020 registrerte Medietilsynet 1610 videoar, mot 1540 i 2019, ein auke på fem prosent.

Figur 1 – driftsutgifter 2018–2020



Dei totale lønnskostnadene er dei siste åra reduserte som følge av nedbemanninga i perioden 2018–2019. I 2019 ligg det inne sluttvederlagskostnader knytte til nedbemanningsprosessen. 2020-tala viser effekten av nedbemanninga og inneheld også

refusjonar av sjukepengar. Andre driftsutgifter aukar som følge av digitaliseringsprosjektet *Digital kvardag* og auka innsats på områda innsikt, analyse, kommunikasjon og formidling. Andre driftsutgifter inneheld også utviklingskostnader i samband med kompensasjonsordninga for redaksjonelle medium på grunn av koronapandemien.

## 3 Aktivitetar og resultat i 2020

Som for alle andre blei 2020 også for Medietilsynet eit heilt spesielt år på grunn av koronapandemien. Alle tilsette har stort sett arbeidd frå heimekontor etter 12. mars. Medietilsynet har gjennom året hatt tett dialog både med bransjeaktørar og Kulturdepartementet om den økonomiske utviklinga i mediebransjen og aktuelle tiltak. Tilsynet forvalta kompensasjonsordninga for redaktørstyrte medium og la til rette for at andre støtteordningar kunne betalast ut tidlegare enn normalt. Det blei også sett i verk ein kampanje mot falske nyheiter. Vidare gjorde Medietilsynet fleire undersøkingar om mediebruken og tilliten til redaktørstyrte medium under pandemien.

Trass i den spesielle arbeidssituasjonen har Medietilsynet i all hovudsak fått gjennomført den planlagde aktiviteten i 2020. Smitteverntiltaka gjorde at ein måtte tenke nytt blant anna med tanke på møtepunkt, og gjennom året er det gjennomført digitale arrangement med god oppslutning.

Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert resultat i tråd med måla i 2020.

### 3.1 Legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet

#### 3.1.1 Fremme mediemangfald

##### 3.1.1.1 Mediestøtteordningar

Medietilsynet har ansvar for å forvalte dei ulike statlege mediestøtteordningane. Det gjeld produksjonstilskott for nyheits- og aktualitetsmedium, tilskott til lokale lyd- og bildemedium, bruksretta medieforsking, innovasjons- og utviklingstilskott, tilskott til samiske aviser, driftstilskott til avisene i Finnmark og tilskott til etterutdanning. I 2020 har Medietilsynet i tillegg forvalta kompensasjonsordninga for redaktørstyrte medium som følge av koronapandemien.

#### **Produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium**

Produksjonstilskottet er den største direkte mediestøtteordninga. Tilskottet skal bidra til eit mangfald av nyheits- og aktualitetsmedium av høg kvalitet og uavhengig journalistikk over heile landet, slik at befolkninga er breitt og generelt orientert om ulike samfunnsspørsmål. Tilskottsordninga er plattformnøytral og likestiller papirutgåver og digitale utgåver.

I 2020 fekk 152 aviser produksjonstilskott på til saman nær 358 millionar kroner, mens 318 millionar kroner blei fordelte på vel 155 aviser i 2019. Av auken på 40 millionar kroner gjekk 30 millionar kroner til lokalavisene. Dette er i tråd med føringane i mediestøttemeldinga om at meir av støtta skal gå til små, lokale aviser.

Når nye aviser søker støtte, vurderer Medietilsynet søkaren opp mot forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium, som blant anna har krav til innhald, utgåver/opplag og driftsøkonomi. Endringar i opplagsutviklinga og talet på utgåver er hovudårsaker til at storleiken på produksjonstilskottet til dei ulike avisene endrar seg frå år til år.

Av dei 358 millionar kronene som blei fordelte i 2020, gjekk 215 millionar kroner til dei ti største tilskottsmottakarane. Klassekampen fekk mest støtte i 2020 med nær 43 millionar kroner, etterfølgt av Bergensavisen og Vårt Land. Størst auke i tilskott fekk Fiskeribladet, med nær sju millionar kroner. Årsaka var at publikasjonen etter ei samanslåing mellom Fiskeribladet og fiskeribladet.no fekk rekna ut tilskottet for dei samla nettutgåvene sine.

Fire aviser gjekk ut av støtteordninga i 2020, og tre nye aviser kom inn: nettavisa Medier24 og dei to lokalavisene Rana No og porten.no. Seks aviser fekk avslag på søknaden om produksjonstilskott fordi dei ikkje oppfylte vilkåra for støtte.

Tabell 2 – produksjonstilskott for 2018, 2019 og 2020 (tal i millionar kroner)

Type avis	2018		2019		2020	
	Tal på medium	Tilskott	Tal på medium	Tilskott	Tal på medium	Tilskott
Til saman	158	313,0	154	318,0	152	357,9
Åleinemedium	113	60,1	111	62,9	106	89,9
Nr. 2-medium	33	243,3	31	246,4	34	258,1
Nr. 1-medium	12	9,6	12	8,1	12	9,9

### Tilskott til lokale lyd- og bildemedium

Målgruppa for tilskott til lokale lyd- og bildemedium er lokalkringkastingskonsesjonærar og registrerte kringkastarar som hovudsakleg tilbyr innhald retta mot eit lokalt publikum. Lokalkringkastingskonsesjonærar og anleggskonsesjonærar kan søke om tilskott til å digitalisere lokalradio og bygge ut digitale lokalradionett.

I 2020 kom det inn 455 søknader om til saman 60 millionar kroner – ein auke på vel 100 søknader frå 2019. Medietilsynet fordelte 20,4 millionar kroner på 89 mottakarar. Om lag halvparten av midlane gjekk til å digitalisere lokalradio. I 2020 tildelte Medietilsynet nærmare 7,5 millionar kroner til 20 prosjekt for å bygge ut lokale digitale nett. I tillegg fekk radiostasjonane 2,9 millionar kroner til digitaliseringstiltak i den enkelte stasjonen.

Medietilsynet får rapportar frå tilskottsmottakarane om gjennomføringa av tiltaka som dei får tilskott til. Av dei 20 prosjekta som fekk støtte til å bygge ut digitale nett i 2020, var sju prosjekt ferdigstilte ved utgangen av året. Dei andre har fått forlengd frist til å gjennomføre prosjekta. Fleire prosjekt som fekk støtte til andre formål, har også fått forlengd frist, i hovudsak på grunn av koronapandemien.

Regelverket om tilskott til lokale lyd- og bildemedium blei endra og notifisert av ESA hausten 2020. Den øvre grensa for kor mykje ein tilskottsmottakar kan få per år, blei auka frå til saman vel 2 millionar kroner over ein tre-årsperiode til 1,5 millionar kroner årleg. Vidare blei det mogleg å gi driftstilskott til digitalisering av lokalradio.

Tabell 3 – tilskott til lokale lyd- og bildemedium for 2018, 2019 og 2020 (tal i millionar kroner)

År	2018	2019	2020
Totalt	19,3	19,8	20,4
Investeringstilskott til digitalisering av lokalradio	9,9	9,4	10,4
Prosjektilskott til lokale programproduksjonar	6,7	6,1	6,2
Prosjektilskott til kompetansehevande tiltak	0,6	1,1	1,0
Prosjektilskott til utviklingsprosjekt	0,3	1,1	0,5
Driftstilskott for etniske og språklege minoritetsgrupper	0,4	0,4	0,5
Driftstilskott til samanslutningar for lyd- og bildemedium	1,4	1,7	1,8

### Bruksretta medieforskning

Støtte til bruksretta medieforskning skal gå til forskingsprosjekt som er praktisk orienterte og som ein kan dra nytte av i mediekvardagen. I tillegg til den ordinære støtta på 3 890 000 kroner blei det i 2020 øyremerkt 250 000 kroner til forskning på dataspel gjennom regjeringa sin handlingsplan mot speleproblem. Formålet er å bidra til å førebygge speleproblem gjennom auka kunnskap om dataspel.

I tillegg til ulike forskingsprosjekt og forprosjekt fekk Norsk mediekonferanse midlar frå potten til bruksretta medieforskning. Sju mastergradsstudentar fekk 25 000 kroner i støtte i 2020. For tilskottsåret 2021 skal prosjekt som omhandlar kritisk medieforståing og mediemangfald, bli særleg prioriterte.

Tilskottsmottakarane leverer rapportar om korleis dei gjennomførte prosjekta dei har fått støtte til, året etter tilskottsåret. I 2020 fekk Medietilsynet blant anna rapport frå NLA Høgskolen om bruken av tilskott til prosjektet «Forebygging mot problemspilling blant ikke-vestlig ungdom: Et samarbeidsprosjekt med familien i fokus». Prosjektet skulle utarbeide informasjon om og kunnskapsverktøy for å regulere dataspel. Eit informasjonshefte blei utarbeidd, og informasjonen blir delt på <https://www.nla.no/dataspill>. NLA Høgskolen opplyser å ha fått gode tilbakemeldingar på ressursane dei har utarbeidd. Oslomet rapporterte om bruken av tilskott til prosjektet «Exploring the consumer literacies of teenagers in virtual gaming». Studien viser blant anna at spel er ein viktig og sentral del av kvardagslivet til barn og bidrar til sosialisering og læring, men at det også kan føre til sosial eksklusjon og kommersiell utnytting.

Tabell 4 – tilskott til bruksretta medieforskning for 2018, 2019 og 2020

Tilskott	2018	2019	2020
Totalt	3 700 000	3 800 000	3 890 000
Medieforskning	16	12	12
Masterstipend	0	6	7



## Innovasjons- og utviklingstilskott

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

I 2020 fordelte Medietilsynet om lag 20 millionar kroner på 40 prosjekt innanfor denne støtteordninga. Det kom inn 53 søknader på til saman om lag 28 millionar kroner.

Det blei gitt midlar til fleire samarbeidsprosjekt. Blant anna fekk avisa Grannar saman med ni andre lokalaviser tilskott til å utvikle ein eigen, nettbasert brukarportal og ei abonnementsløysing tilpassa dei mindre lokalavisene som ikkje er knytte til eit konsern.

Fleire av avisene som fekk tilskott i 2020, hadde som mål å få fleire yngre lesarar. Til dømes ønskte avisene Vigga og Fjuken å auke kontakten med dei unge gjennom ein ungdomsredaksjon. Landslaget for lokalaviser (LLA) fekk midlar for å finne ut korleis dei kan få personar i alderen 25–40 år til å bli avislesarar i framtida.

Tilskottsmottakarane leverer rapportar om korleis dei gjennomførte prosjekta dei har fått støtte til, året etter tilskottsåret. Av dei 23 prosjekta som fekk støtte i 2019, var vel halvparten av prosjekta ferdigstilte i 2020. Dei andre har fått forlengd frist til å gjennomføre prosjektet. Fleire av tilskottsmottakarane melder om at koronapandemien hindra dei i å ferdigstille prosjekta etter opphavelig tidsplan.

*Tabell 5 – tilskott til innovasjon for 2018, 2019 og 2020*

Tilskott	2018	2019	2020
Innovasjonstilskott	7 000 000	10 000 000	20 250 000

## Andre tilskottsordningar

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

Tilskottet til samiske aviser og samiskspråklege avissider skal legge til rette for demokratisk debatt, meiningsdanning og språkutvikling i det samiske samfunnet. I 2020 kom vekeavisa SÁMI ođasmagasiidna inn i ordninga.

Det meste av tilskottet gjekk til avisene Ságat (18,8 millionar kroner) og Avvir (12,6 millionar kroner). Vekeavisa SÁMI ođasmagasiidna fekk 2,8 millionar kroner i støtte i 2020. I tillegg fekk lulesamiske og sørsamiske innstikk i Snåsningen og Lokalavisa Nordsalten støtte.

Det er ei eiga støtteordning til distribusjon for avisene i Finnmark. Tilskottet blir fastsett ut frå talet på dokumenterte distribuerte eksemplar.

Det blir vidare gitt tilskott til etterutdanning i mediebransjen. Fordelinga av tilskottet er fastsett i statsbudsjettet, og midlane går blant anna til Institutt for Journalistikk og kurs- og seminarverksemd i Landslaget for lokalaviser (LLA).

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

*Tabell 6 – distribusjonstilskott til aviser i Finnmark, tilskott til samiske aviser og tilskott til etterutdanning for 2018, 2019 og 2020*

Tilskott	2018	2019	2020
Distribusjonstilskott	2 135 000	2 190 000	2 260 000
Samiske aviser	28 100 000	33 770 000	36 750 000
Etterutdanning	7 810 000	7 980 000	8 205 000

### **Ekstraordinære utbetalinger av støtte**

Medietilsynet framskunda støtteutbetalingane i 2020 for å hjelpe støttemottakarane i ei krevjande tid under pandemien.

Media som får produksjonstilskott og tilskott til samiske aviser, får vanlegvis støtta utbetalt fire gonger i året. Første utbetaling skjedde som vanleg i januar, mens andre og tredje utbetaling, som vanlegvis kjem i april og i juli, blei betalte ut i mars.

Halvparten av støtta til lokale lyd- og bildemedium blir vanlegvis utbetalt når søknaden er ferdigbehandla, men i 2020 auka Medietilsynet den første delen av utbetalinga til 75 prosent.

### **Kompensasjon for inntektsbortfall som følge av koronapandemien**

I september 2020 løyvde Stortinget 300 millionar kroner til redaktørstyrte medium som blei ramma av pandemien, slik at dei i størst mogleg grad skulle kunne halde fram med den redaksjonelle verksemda. Ordninga skulle kompensere for inntil 60 prosent av inntektsbortfallet i perioden frå 15. mars til 30. juni 2020. For å kvalifisere til tilskott måtte mediet oppfylle visse kriterium. Blant anna blei det stilt krav om at mediet må drive regelmessig journalistisk produksjon og kunne dokumentere eit fall i omsetninga på minst 15 prosent frå same periode i 2019.

132 medium fekk utbetalt til saman 92 millionar kroner i kompensasjon for inntektsbortfall som følge av pandemien: 59 papiraviser, ti nettaviser, 47 tidskrift og 16 radioverksemder. Tre medium har seinare valt å betale tilbake kompensasjonen.

#### **3.1.1.2 Lokalradiokonsesjonar på FM og DAB**

Lokalradio er ein viktig del av mediemangfaldet i Noreg. Talet på lokalradiostasjonar som framleis sender på FM, har vore relativt stabilt dei siste tre åra. Sjølv om nokre har avslutta verksemda, har andre starta opp med nye lokalradioprojekt. Det har vore ein auke i tildelingar av lokalradiokonsesjonar på DAB i same periode. Dei nåverande FM-konsesjonane går ut ved utgangen av 2021, men i tråd med framlegg frå Medietilsynet har Stortinget vedtatt at radiokanalar kan sende på FM i fem nye år. Medietilsynet har utarbeidd forslag til endringar i kringkastingsforskrifta og i konsesjonsvilkåra til radiokonsesjonærane på FM. Forslaget blei ferdigstilt i februar i 2021 og er sendt til Kulturdepartementet.

Medietilsynet har tildelt to anleggskonsesjonar til drift av sendaranlegg i Lokalradioblokka, éin i region 21 (Sogn) og éin i region 2 (Oslo, Asker og Bærum).

Tabell 7 – lokalradiokonsesjonar på FM og DAB frå 2018 til 2020

Lokalradio	2018	2019	2020
Lokalradiokonsesjonar på FM	195	197*	203***
Lokalradiokonsesjonar på DAB**	160	217	246

\*Fire har sendepause/opphald i sendingane

\*\*Innhaldskonsesjonar i Lokalradioblokka og Riksblokk II

\*\*\*Tre har sendepause/opphald i sendingane

Tabell 8 – lokalradiokonsesjonar på FM frå 2018 til 2020

Type lokalradio	2018	2019	2020
24/7-konsesjonar	18	18	18
Allmenradiokonsesjonar	77	80	81
Nisjeradiokonsesjonar	100	99	104

Når det gjeld lokalradiokonsesjonar på FM, finst det både reine innhaldskonsesjonar og innhalds- og sendaranleggskonsesjonar.

Tabell 9 – innhalds- og sendaranleggskonsesjonar på FM frå 2018 til 2020

Lokalradio	2018	2019	2020
Reine innhaldskonsesjonar	51	50	53
Innhalds- og sendaranleggskonsesjonar	144	147	150

Tabell 10 – innhaldskonsesjonar på DAB frå 2018 til 2020

	2018	2019	2020
Lokalradioblokka	147	203	231
Riksblokka	17	17	17
Riksblokk II	13	14	15

Tabell 11 – sendaranleggskonsesjonar på DAB frå 2018 til 2020

	2018	2019	2020
Lokalradioblokka	35	32	34
Riksblokk II	1	1	1

## Riksblokk II

I juli utlyste Medietilsynet i samarbeid med Nasjonal kommunikasjonsmyndigheit (Nkom) frekvensressursen Riksblokk II. Ressursen skal nyttast til digital radiokringkasting. Det er ikkje krav om befolkningsdekning eller om at anlegget må nyttast til riksdekkande eller lokale sendingar.

Ifølge oppdraget frå Kulturdepartementet skulle ressursen gå direkte til søkaren dersom det berre var éin søkar. Ved konkurrerande etterspurnad skulle tildelinga skje gjennom pengeauksjon. Fleire aktørar melde interesse for frekvensressursen, og auksjonen blei

gjennomført 8. desember 2020. Selskapet A-media AS vann auksjonen og har anleggskonsesjon for Riksblokk II fram til 31.12.31.

### 3.1.2 Utvikle og gjere ny innsikt tilgjengeleg

#### 3.1.2.1 Informasjon om den økonomiske utviklinga i norske medieverksemdar

Ein sunn driftsøkonomi i medieverksemdene er ein føresetnad for mediemangfald. Derfor er det viktig å følge med på den økonomiske utviklinga i mediebransjen. Medietilsynet har ansvar for at styresmakter og samfunnsaktørar har tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om medieøkonomien i Noreg, og utarbeider årleg ein rapport om økonomien i norske aviser og kringkastarar. Rapporten greier ut om utviklinga det siste året og viser også utviklingstrekk for dei siste fem åra. [Den siste rapporten viser utviklinga i økonomien til norske medium frå 2015 til 2019.](#)

Dei årlege driftsinntektene for norsk mediebransje har vore stabile på i overkant av 26 milliardar kroner desse fem åra, og står for knapt éin prosent av BNP til Fastlands-Noreg. Den andelen som avisene har av den samla omsetninga i mediebransjen, gjekk ned også i 2019. Mens avisene mista 59 millionar kroner, tilsvarande 0,5 prosent, av driftsinntektene sine, auka kringkastarane inntektene med knapt 300 millionar kroner – tilsvarande 3,4 prosent.

I 2019 auka dei digitale inntektene til avisene med 273 millionar kroner eller 9 prosent, mens inntektene frå papirutgåvene fall med 346 millionar kroner eller 4,1 prosent. Brukarinntekter blir stadig viktigare for medieverksemdene. I 2019 utgjorde slike inntekter 59,7 prosent av dei totale inntektene til avisene og 53,4 prosent av inntektene til dei kommersielle tv-verksemdene. Dei kommersielle radiokanalane har i det store og heile ikkje brukarinntekter, og dei fleste er avhengige av reklameinntekter for å finansiere drifta.

Inntektene til dei kommersielle tv-verksemdene auka meir enn inntektene til NRK og var nær 2,7 milliardar kroner, eller 45 prosent, høgare enn inntektene til NRK i 2019. Kringkastingsavgifta utgjorde nær 5,8 milliardar kroner – 39 prosent av dei samla driftsinntektene til kringkastarane.

Ein liten auke i kostnadene til avisene gjorde at lønnsmda gjekk noko ned i 2019. Samla driftsmargin for avisene var på 8,2 prosent, for radioverksemdene 3,4 prosent, mens driftsmarginen for tv-verksemdene var ti prosent.

I samarbeid med bransjeorganisasjonane henta Medietilsynet inn tal for den økonomiske utviklinga i medieverksemdene under koronapandemien i 2020. Norske aviser, radio- og tv-verksemdar fekk eit betydeleg fall både i dei totale inntektene og i annonseinntektene frå april til august i fjor, samanlikna med same perioden året før. Kor stort fallet var, varierer mellom ulike typar medium. I perioden april til august 2020 blei driftsinntektene til dei lokale radioverksemdene reduserte med 16 prosent, mens dei nasjonale kringkastarane mista sju prosent i driftsinntekter og 18 prosent i annonseinntekter. Lokalavisene mista åtte prosent i driftsinntekter og 25 prosent i annonseinntekter, og dei riksdekkande avisene mista fem prosent i driftsinntekter og elleve prosent i annonseinntekter i same periode.

### 3.1.2.2 Undersøkingar og ny innsikt i samband med koronapandemien

#### *Tillit til media*

Medietilsynet utførte i 2020 to nye undersøkingar om tilliten nordmenn har til redaktørstyrte medium, éi i mars og éi i november, for å sjå på utviklinga under ei krise som koronapandemien. Undersøkingane viste at folk hadde høgast tillit til nyheitene frå NRK1 og TV 2 under koronautbrotet, noko som indikerer at nasjonale tv-kanalar blir oppfatta som særskilte viktige under ei krise. Tilliten til TV 2-nyheitene auka først kraftig frå same tid i 2019, før han sokk noko. Tilliten til lokalavisene fall kraftig i mars frå målinga i september 2019, men auka deretter i novembermålinga. Medietilsynet trur at desse variasjonane viser kor viktig tv-mediet var i den første tida under koronapandemien, mens betydninga og tilliten til lokalmedia tok seg opp da behovet for lokal informasjon auka utover hausten.

#### *Falske nyheiter*

Medietilsynet gjorde også ei undersøking for å sjå på omfanget av falske nyheiter under pandemien. Undersøkinga viste at nesten fem av ti nordmenn støytte på falske nyheiter om koronaviruset i løpet av den første veka med nasjonale tiltak knytte til pandemien i mars i fjor. Fire av ti kom over dei falske nyheitene i sosiale medium.

#### *Medieabonnement*

I april 2020 gjorde Medietilsynet ei undersøking som viste at det var fleire i befolkninga som hadde begynt å abonnere på ei avis, ein tv-kanal eller ei strøymeteneste i samband med koronapandemien, enn det var som hadde sagt opp eit abonnement i same periode. 13 prosent hadde starta, eller vurderte å starte, minst eitt medieabonnement i samband med koronautbrotet. Åtte prosent hadde starta eit nytt abonnement på avis, tv eller strøymeteneste, mens sju prosent vurderte eit nytt abonnement.

### **Forskning på medieinnovasjon under koronapandemien**

Medietilsynet er med som partner i eit prosjekt i regi av Stiftelsen Handelshøyskolen BI, som har fått fem millionar kroner frå Forskningsrådet for å forske på medieinnovasjon under pandemien. Institutt for Journalistikk og Kantar er andre partnerar i prosjektet. Arbeidet starta i 2020 og held fram i 2021.

### 3.1.2.3 Informasjon om eigarskap i norske medium

Eit mangfald av aktørar på eigarsida blir sett på som ein føresetnad for eit mangfald av informasjonsskjelder, ytringskanalar, produksjon og distribusjon av nyheitsinnhald. Det følger av lov om openheit om eigarskap i media at Medietilsynet skal bidra til å skape større openheit, merksemd og kunnskap om eigartilhøva i norske medium. Det skal tilsynet gjere ved å hente inn og systematisere informasjon om eigartilhøve og gjere informasjonen tilgjengeleg for borgarane.

Som eit ledd i dette arbeidet lanserte Medietilsynet ein ny mediedatabase i februar 2020. Mediedatabasen gir oversikt over dei norske medieaktørane innanfor avis, radio og tv. Arbeidet med mediedatabasen er eit ledd i eit større prosjekt med å gjere data om norske medium meir tilgjengeleg. Databasen viser informasjon om norske aviser med utgivarstad, opplag, namn på redaktør og informasjon om mediestøtte (produksjonstilskott for nyheits- og aktualitetsmedium). Her er også ei oversikt over dei største medieeigarane i Noreg, kva for aviser dei eig og kor store eigarandelar dei ulike eigarane har. I løpet av 2020 blei det også

utvikla ei oversikt over fagpublikasjonar som inngår i Fagpressens Fagpresse katalog (medlemsregister). For områda radio og tv viser databasen kva for lokalradiostasjonar som er tilgjengelege på FM og/eller DAB i heile eller delar av ulike kommunar/fylke – i kart og listeformat. Det er også laga ei oversikt over nasjonale radiokanalar som sender i Noreg, kven som eig dei, og korleis dei blir distribuerte. Databasen viser dessutan kva for tv-kanalar som sender frå Noreg, og eigarane deira. Oversikta viser både lokale og nasjonale kanalar.

Medietilsynet er også i gang med å utvikle ein mediemangfaldsrekneskap som skal gi informasjon om status og utvikling ved ulike sider av det norske mediemangfaldet, blant anna avsendarmangfald (sjå meir under punkt 3.1.2.4).

Målt i opplag har Schibsted den klart sterkaste posisjonen i avismarknaden nasjonalt, mens Amedia har den sterkaste posisjonen lokalt og regionalt. Denne fordelinga har vore stabil over fleire år, men likevel skjedd det fleire større endringar i eigartilhøva i norske medium i 2020. Polaris Media overtok dei fem avisene til Agderposten og dei fire avisene til Schibsted på Sørlandet og i Telemark. Det blei også kjent at Polaris-eigde Opdalingen fusjonerer med lokalavisa Opp. Polaris kjøpte i tillegg Hitra-Frøya, aksjeandelar i Stjørdals-nytt og aksjemajoriteten i Bladet Sunnhordland. Det blei også kjent at Sunnmørsposten, som er ein del av Polaris Media AS, kjøpte 100 prosent av aksjane i Sykkylven Media AS. Vidare blir Polaris-eigde Sunnmøringen og Sykkylvsbladet slått saman til avisa Nyss.

I desember 2020 annonserte Amedia at konsernet planlegg å kjøpe Asker og Bærums Budstikke (Budstikka). Det blei også starta fleire nye aviser i 2020. Amedia starta lokalavisa Avis Oslo, og Trønder-Avisa AS starta den lokale nettavisa iLevanger. I tillegg blei NT24 starta opp som eit samarbeid mellom Amedia-eigde Nidaros, Namdalsavisa AS og Trønder-Avisa AS. Polaris starta MN24 som ei ny næringslivsavis for Midt-Noreg og eit samarbeid mellom avisene Adresseavisen, Avis Sør-Trøndelag, Bladet, Brønnøysunds Avis, Fosna-Folket, Hitra-Frøya, Innherred, Opdalingen, Trønderbladet og Steinkjer24. Polaris Media etablerte Steinkjer 24 som ei heildigital lokalavis.

Eigarforholda i den nasjonale radiomarknaden og tv-marknaden er stabile. Den norske tv-marknaden har over lang tid hatt fire store eigarar av riksdekkande tv-kanalar målt i sjåartal: den offentleg finansierte allmennkringkastaren NRK, den kommersielle allmennkringkastaren TV 2 og dei to kommersielle tv-verksemdene NENT Group og Discovery. Noreg har tre store nasjonale radioaktørar: NRK, NENT og Bauer Media. Styrkeforholdet mellom dei tre har vore uendra dei seinare åra.

Medietilsynet skal gi Konkurransetilsynet relevant informasjon og sine vurderingar om eventuelle konsekvensar for mediemangfaldet i eigarskapssakene som Konkurransetilsynet behandlar. Medietilsynet uttalte seg i fire slike saker i 2020. I ingen av sakene fann Medietilsynet at dei negative konsekvensane transaksjonane kan ha for mediemangfaldet, gav tilstrekkeleg grunnlag for å komme med innvendingar mot føretakssamanslutningane.

#### 3.1.2.4 Mediemangfaldsrekneskapen

For å sikre eit faktabasert grunnlag for utforminga av mediepolitikken og dei regulatoriske verkemidla på mediefeltet er det nødvendig å følge utviklinga i det norske mediemangfaldet systematisk over tid. Ikkje minst er dette viktig etter at Stortinget har vedtatt ei ordning med fireårig styringssignal for NRK og den direkte mediestøtta.

Medietilsynet har derfor etablert Mediemandfaldsrekneskapan, som kvart år skal gi informasjon om tilstanden og utviklinga for mediemandfaldet i Noreg. Ambisjonen er å etablere ei felles forståing for kva indikatorar som er relevante for å måle utviklinga på dei ulike felt som utgjør mediemandfaldet: avsendarmangfald, innhaldsmangfald og bruksmangfald. Medietilsynet set saman og presenterer relevante data om desse dimensjonane for å gi ei open, tilgjengeleg og samla oversikt over status og utvikling for mediemandfaldet.

Mediemandfaldsrekneskapan skal bidra til større innsikt i relevante sider ved mediemarknaden. Tiltaket er også eit svar på Kulturdepartementets ønske om å vurdere status for mediemandfaldet meir jamleg for å få eit oppdatert og godt faktagrunnlag for mediepolitikken.

Medietilsynet er opptatt av at dette arbeidet skal vere breitt forankra i relevante fagmiljø, og har derfor knytt til seg ei ekstern referansegruppe.

I 2020 publiserte Medietilsynet to rapportar om avsendarmangfaldet i Noreg. Ein [hovudrapport](#) i februar 2020 og ei [oppdatering av hovudrapporten](#) med nye tal og data i desember 2020. Rapportane konkluderte blant anna med at Noreg har eit mangfald av redaktørstyrte journalistiske medium, både nasjonalt og lokalt. Det er positivt for avsendarmangfaldet. Rapporten slo også fast at det er ein auka eigarkonsentrasjon i avismarknaden. Færre aviser står utanfor eit konsern, det vil seie at nokre få kontrollerer ein stadig større marknadsandel. Dersom aviser med same eigar blir likare innhaldsmessig, kan det vere negativt for avsendarmangfaldet. Men det å vere ein del av eit konsern kan også vere med på å sikre mediemandfaldet, til dømes fordi avisene får tilgang til utviklingsressursar dei ikkje ville hatt åleine.

Den første delrapporten om bruksmangfald blei publisert i januar 2021, og seinare i år kjem den første delrapporten om innhaldsmangfald.

### 3.1.3 Aktivt forvalte regelverket på medieområdet

Medietilsynet bidrar i arbeidet til Kulturdepartementet med å implementere det reviderte AMT-direktivet i norsk rett og har gjennom 2020 tatt del i arbeidet med å revidere kringkastingsregelverket. I 2020 har Medietilsynet vidare utarbeidd forslag til revidert forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Eit anna oppdrag har vore å vurdere råd og utval i samband med dei ulike mediestøtteordningane, og Medietilsynet leverte anbefalingane sine til Kulturdepartementet før jul. Medietilsynet arbeidde i 2020 også med innspel til ny plattformnøytral tilskottsordning for samiske aviser og med endringar i kringkastingsforskrifta for analog lokalradio. Dette arbeidet fortset i 2021. Medietilsynet bidrog dessutan i Kulturdepartementets arbeid med å endre forskrift om tilskott til lokale lyd- og bildemedium. Vidare har Medietilsynet levert innspel i høyringar om regelverk som får innverknad på ansvarsområda til tilsynet. Medietilsynet leverte ni høyringsfråsegner i 2020.

Medietilsynet skal kontrollere at reglane i kringkastingslova, vallova § 9-9 og forskriftene på mediestøttefeltet blir følgde. Tilsynsarbeidet blir planlagt gjennom treårsplanar og årsplanar

etter ei vurdering av risiko og kva som er vesentleg. Medietilsynet bruker i stor grad dialog og rettleiing i tilsynet, men set i verk sanksjonar når det er nødvendig.

### 3.1.3.1 Tilsyn med reglane i kringkastingslova

#### **Reklame, sponing og produktplassering**

Medietilsynet fører tilsyn med reglane i kringkastingslova om omfang og plassering av reklame og sponsoridentifikasjonar og reglane om merking av – og innhald i – program med produktplassering.

I 2020 undersøkte Medietilsynet om dei riksdekkande lineære tv-kanalane TV 2, TVN, VGTV og Matkanalen merkte produktplassering slik dei skal. Kontrollen viste at kringkastarane i hovudsak merkte produktplassering i tråd med regelverket, men i to tilfelle blei det avdekt mindre brot. Brota blei følgde opp gjennom dialog med dei aktuelle kringkastarane.

Medietilsynet kartla våren 2020 korleis dei same mediehusa følgde reglane om reklame, sponing og produktplassering på YouTube-kanalane sine. Det blei avdekt eit par tilfelle av mindre regelbrot, som blei følgde opp direkte med kringkastarane. Ei ny kartlegging mot slutten av året avdekte ingen nye brot på regelverket.

Enkelte planlagde tilsyn i 2020 måtte utsettast på grunn av koronapandemien.

Frå 1. juli 2019 blei det tillate med produktplassering i radio. Medietilsynet har gjennom dialog med bransjen utarbeidd ein rettleiar om produktplassering på radio i 2020.

#### **Plikt til å innhente politiattest**

Etter kringkastingslova § 2-18 pliktar tilbydarar av audiovisuelle medietenester (fjernsyn og audiovisuelle bestillingstenester) å innhente politiattest når dei tilset medarbeidarar som gjennom stillinga si skal ha regelmessig kontakt med barn. Medietilsynet har bedt TV 2, Discovery og NRK om å gjere greie for dei interne rutine sine for å følge opp denne plikta. Kringkastarane har på ein tilfredsstillande måte gjort greie for korleis plikta blir følgd opp. Kontrollen førte også til at enkelte av aktørane har gått gjennom og skjerpt rutine sine.

#### **Tilgjengeleggjering av audiovisuelt medieinnhald for personar med funksjonsnedsetting**

Medietilsynet har i 2020 kartlagt korleis dei lineære tv-kanalane oppfyller krav til tilgjengeleggjering av innhaldet sitt for personar med funksjonsnedsetting. Krav til tilgjengeleggjering går fram av kringkastingslova § 2-19, med nærmare reglar i kringkastingsforskrifta §§ 2-5 og 2-6. NRK er pålagt omfattande krav til teksting, teiknspråktolking, norsk teiknspråk, synstolking og tilbod av lydtekst. Det er også eit krav til riksdekkande kommersielle tv-kanalar med ein sjåarandel på meir enn fem prosent (TV 2 og TVN), at dei skal ha teksting og teiknspråktolking kvar veke og synstolking kvar måned. Krava gjeld dersom det er teknisk og praktisk mogleg.

Medietilsynet har følgd opp kringkastarane tett gjennom heile 2020, både gjennom fleire skriftlege rapporteringar og dialog i møte og via e-post. Discovery har vist dei første



programma sine med både synstolking og teiknspråktolking i 2020. TV 2 er også på god veg til å oppfylle pliktene sine. NRK oppfyller alle pliktene sine med unntak av teksting på samisk, men kanalen har lagt fram ein plan for dette arbeidet.

### **Erverv av viktige hendingar**

Ein kringkastar som har kjøpt senderettar til hendingar av vesentleg betydning for samfunnet, slik som OL, VM og EM i fotball for menn eller VM og EM i handball for kvinner, må rapportere kjøpet til Medietilsynet. Medietilsynet har i 2020 fått slik rapportering frå alle norske kringkastarar.

### **Allmennkringkasting**

Kvart år utarbeider Medietilsynet ein rapport om allmennkringkastingstilbodet i Noreg. Rapporten som blei utarbeidd i 2020, viste at NRK leverte eit solid allmennkringkastingstilbod i 2019 og i det store og heile oppfylte samfunnsoppdraget.

For første gong på tre år oppfylte NRK kravet om jamlege program for unge på dei samiske språka. Dette blei gjort gjennom eit dagleg, direktesendt program for ungdom. NRK har også daglege program for barn og resten av den samiske befolkninga og program for nasjonale og språklege minoritetar.

NRK klarte ikkje å oppfylle kravet til 25 prosent nynorsk på nett i 2019, mens kravet til nynorsk blei oppfylt på tv og radio. Også på nett har nynorskandelen auka, men med 18 prosent er NRK framleis eit godt stykke unna minimumskravet.

NRK har eit breitt nyheits- og aktualitetstilbod og ei rekke debattprogram og faste program som forklarar nyheitsbildet og set det inn i ein større samanheng. NRK hadde ei brei dekning av kommune- og fylkestingsvalet i 2019.

Medietilsynet vurderte at NRK oppfylte krava til lokalt nærvær og lokal innhaldsproduksjon i 2019, og NRK har distriktssendingar alle kvardagar. Kravet om å ha eit tilbod både til breie og smale grupper i befolkninga og tilbod som appellerer til ulike aldersgrupper, blei også oppfylte. Vidare sende NRK program for nasjonale og språklege minoritetar i 2019. NRK har eit breitt tilbod til syns- og høyrselshemma og arbeider systematisk og godt med universell utforming av innhaldstilbodet sitt.

Sportssendingane til NRK dekker både breidda i norsk idrettsliv og store idrettshendingar – inklusive idrettsutøvingane til dei funksjonshemma. Vidare har NRK eit breitt og variert kulturtilbod, oppfyller dei ulike krava knytte til formidling av norsk drama og ein variasjon av norske kulturuttrykk.

NRK oppfylte i 2019 krava om å spele minst 40 prosent norsk musikk i NRK P1 og NRK P3 med god margin, og andelen norsk musikk i NRK P2 låg berre marginalt under kravet.

Medietilsynet vurderer at NRK oppfyller krava til at allmennkringkastingstilbodet skal vere reklamefritt, og at NRK skal utvise særleg varsemd med å tilby innhald som utset publikum for kommersielt press, særleg i program retta mot barn og unge.

Frå 2019 har staten og TV 2 ein avtale som inneber at TV 2 får dekt nettokostnader på inntil 135 millionar kroner årleg i fem år for å levere blant anna daglege nyheitssendingar, norskspråklege barneprogram og norsk film og tv-drama. Dei viktigaste mediepolitiske måla med avtalen er å halde ved lag med mangfaldet, sikre ein reell konkurrent til NRK og at det blir produsert og sendt riksdekkande nyheitssendingar utanfor Oslo. Avtalen varer ut 2023. Medietilsynet vurderte i 2020 om TV 2 oppfylte allmennkringkastarpliktene etter avtalen for 2019.

Medietilsynet vurderte at TV 2 leverte eit breitt og variert programtilbod i 2019. Programtilbodet i hovudkanalen er basert på prinsippa for allmennkringkasting, og TV 2 har sendt program for breie og smale grupper. TV 2 har nytta begge dei to offisielle norske målformene, og kanalen hadde over 50 prosent norskspråklege program. Det blei sendt tilstrekkeleg med program i kategoriane samfunns- og informasjonsprogram, dokumentarprogram, underhaldning og sport.

I eit mediemangfaldsperspektiv vurderer Medietilsynet det som positivt at TV 2 har styrkt satsinga på eigenproduserte riksdekkande nyheitsprogram som blir laga utanfor Oslo, at kanalen tilbyr eigne norskspråklege program både for barn og ungdom og investerer i ny norsk film- og dramaproduksjon. TV 2 har brukt over 250 millionar kroner i direkte redaksjonelle kostnader knytte til nyheitssendingane på hovudkanalen. Kanalen har sendt over 80 timar tv for dei yngste barna og norskspråkleg barne-tv minimum kvar veke. TV 2 har også investert over 50 millionar kroner i norsk film og tv-drama.

Medietilsynet vurderer at TV 2 har oppfylt kravet om at majoriteten av redaksjonelle avgjerder om programsamansetninga skal bli tatt i hovudredaksjonen i Bergen. Den sentrale nyheitsredaksjonen er lokalisert i Bergen. Majoriteten av dei redaksjonelle avgjerdene knytte til nyheitssendingane blei tatt der, og majoriteten av dei redaksjonelt tilsette i nyheitssendingane har arbeidsstaden sin i Bergen.

TV 2 hadde likevel ikkje majoriteten av dei redaksjonelle medarbeidarane ved hovudredaksjonen i Bergen gjennom heile 2019. Vidare sende ikkje kanalen nok innhald om religion og livssyn. Medietilsynet fann grunnlag for å avkorte kompensasjonen til TV 2 med 5,8 millionar kroner for brot på kravet om å lokalisere den redaksjonelle verksemda til TV 2 utanfor Oslo. Brotet kom av at TV 2 ikkje hadde majoriteten av dei redaksjonelle medarbeidarane på plass i hovudredaksjonen i Bergen før 1. august i 2019.

### **Tilsyn med konsesjonsvilkår**

I område der dei kommersielle lokalradioane har sløkt sendingane sine (Oslo, Stavanger, Bergen og Trondheim), kan nisjeradiokonsesjonærar framleis sende på FM. Eit vilkår er at konsesjonærane ikkje kan drive sam- eller vidaresending med andre radioaktørar. Dei kan heller ikkje ha større inntekt enn 135 000 kroner i året. Medietilsynet har også i 2020 kartlagt om desse vilkåra blir følgde. Kartlegginga avdekte ingen brot hos dei radioaktørane som blei kontrollerte. Éin av lokalradioaktørane i sløkkeområdet i Oslo blei ikkje kontrollert i 2020, ettersom Medieklagenemnda framleis har til behandling klage på vedtak frå 2019 frå denne radioaktøren.

Radiokonsesjonærar som søker om konsesjon til å opprette og drive sendaranlegg i Lokalradioblokka, får i konsesjonsvilkåra frist for å ta anlegget i bruk. Medietilsynet har ført

tilsyn med at konsesjonærane som hadde frist i løpet av 2020, har sett anlegget i drift. Éin aktør har fått innvilga utsett oppstart til 1. juli 2021.

### **Søknader om korttidskonsesjon til drive-in-kino, konsertar og gudstenester**

Medietilsynet opplevde i 2020 stor auke i talet på søknader om korttidskonsesjon for drive-in-kino, gudstenester og overføring av konsertar som følge av pandemien. I 2020 blei det tildelt 125 slike konsesjonar, mot om lag fem i eit normalt år. På bakgrunn av den store interessa, laga Medietilsynet ein rettleiar til aktørane med informasjon om kva tilfelle som krev konsesjon, og korleis ein skal gå fram for å søke.

#### **3.1.3.2 Implementering av det reviderte AMT-direktivet**

I 2018 blei direktivet om audiovisuelle medietenester (AMT-direktivet) revidert. AMT-direktivet regulerer audiovisuelle medietenester for alle land i EU. Direktivet gjeld også i Noreg gjennom EØS-avtalen.

I det nye direktivet får tilbydarar av plattformtenester for videodeling plikt til å verne mindreårige mot skadeleg innhald og befolkninga mot visse former for ulovleg innhald, slik som oppfordring til terror, barnepornografi og hatefulle ytringar. Plattformtenester for videodeling er tenester der brukarar kan laste opp videoinnhald; YouTube er ei slik teneste.

Reglane for fjernsyn og bestillingstenester blir meir like, slik at tilbydarar av bestillingstenester blant anna får plikt til å sende ein viss andel europeisk innhald og til å gjere innhaldet tilgjengeleg for personar med funksjonsnedsettingar.

Direktivet legg stor vekt på samarbeid mellom dei europeiske mediemyndighetene, både med tanke på å løyse konflikter om jurisdiksjon og i saker om vidareformidling av innhald over landegrensene. Det blir også innført ei eiga føresegn med minstekrav til kor uavhengige til mediemyndighetene skal vere.

Medietilsynet har i 2020 hjulpet i Kulturdepartementet i arbeidet med å vurdere korleis det endra direktivet kan gjennomførast i norsk rett. Arbeidet fortset i 2021, med sikte på å lage eit høyringsnotat med forslag til endringar i blant anna kringkastingslova og kringkastingsforskrifta.

EU-landa hadde frist til 20. september 2020 med å gjennomføre direktivet. Det endra direktivet er per nå ikkje tatt inn i EØS-avtalen. Når dette skjer, får EFTA-landa ein eigen frist for å gjennomføre det.

#### **3.1.3.3 Endringar i forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium**

Medietilsynet har i 2020 utarbeidd forslag til endringar i forskrift om produksjonstilskott for å sikre at regelverket er i samsvar med medieutviklinga og reflekterer formålet med tilskottsordninga. Forslaget blei sendt til Kulturdepartementet ved utgangen av 2020 for vidare behandling. Det er foreslått å modernisere og forenkle tilskottsordninga for å møte medieutviklinga og ein ny berekningsmodell for tilskott.

### 3.1.3.4 Klager på Medietilsynets vedtak

Klagenemnda for mediesaker (Medieklagenemnda) er klageinstans for vedtak i Medietilsynet. Det blei klaga på 24 av vedtaka i Medietilsynet i 2020.

#### **Produksjonstilskott**

Det kom to klager etter tildelinga av produksjonstilskott for nyheits- og aktualitetsmedium. Bodø Publishing AS og Bakkar og Berg Media AS klaga på avgjerdene om avslag på søknad om tilskott for 2020. Når årsrapporten blir skriven, er klagene til vurdering i Medietilsynet. Dagbladet Pluss har fått utsett klagefrist, sidan klaga deira på avslag om tilskott for 2019 ennå ikkje er ferdigbehandla i Medieklagenemnda. Klaga frå Bakkar og Berg Media AS på avslag på søknad om tilskott for 2019 er heller ikkje ferdigbehandla i Medieklagenemnda.

#### **Koronakompensasjon knytt til omsetningsfall i redaksjonelle medium**

Medietilsynet har i 2020 forvalta ei mellombels kompensasjonsordning knytt til omsetningsfall i redaksjonelle medium på grunn av koronapandemien. Det kom seks klager på vedtak om avslag på slik støtte. Fire klager blei sende vidare til Medieklagenemnda. To av desse klagene var knytte til krav om tilsette og fekk ikkje medhald i klagenemnda. Dei to andre klagene var knytte til berekninga av storleiken på omsetningsfallet, og er ikkje ferdigbehandla av Medieklagenemnda når årsrapporten blir skriven. Det kom ytterlegare to klager, men desse blei trekte da søkarane fekk utfyllande grunngiving for vedtaka frå Medietilsynet.

#### **Tilskott til lokale lyd- og bildemedium**

Det kom 13 klager på søknader om støtte til lokalkringkastingsformål i 2020. Majoriteten av klagene (ni) gjaldt avslag på søknader om støtte til programproduksjonar i lokalradio. Sju av dei 13 klagene blei ikkje behandla, fordi klagene blei sende inn lenge etter at klagefristen var gått ut. Medietilsynet fann grunn til å gjere om to avslagsvedtak, éin søknad om programstøtte og éin søknad om digitaliseringsstøtte. Dei fire andre klagesakene blei sende til Medieklagenemnda, som heldt på Medietilsynets vedtak om avslag i alle sakene.

#### **Konsesjonsvilkår for FM-radio**

Medietilsynet vedtok i 2019 eit gebyr til Norsk Lokalkringkasting AS for brot på konsesjonsvilkåra om forbod mot sam- og vidaresending og om inntektsavgrensing. Etter klage til Medieklagenemnda blei saka send tilbake til ny behandling hos Medietilsynet. Medietilsynet gjorde nytt vedtak i juni 2020, der gebyret blei redusert. Det kom inn klage også på dette vedtaket, og klaga er til behandling i Medieklagenemnda når årsrapporten blir skriven.

#### **Saker behandla i Medieklagenemnda i 2020**

Medieklagenemnda behandla i 2020 til saman 15 klager på vedtak som Medietilsynet har gjort. I elleve av klagene blei Medietilsynets vedtak ført vidare, éi klage blei tatt til følge, og tre av klagene blei delvis tatt til følge ved at gebyret blei redusert.

Medietilsynet gav i 2019 ISAMI.Press AS avslag på søknad om tilskott til samiske aviser fordi tilsynet mente at publikasjonen ikkje oppfylte kravet til nettoopplag. Medietilsynet meinte at gåveabonnement ikkje skulle telje med i opplaget og avslo søknaden. ISAMI.Press AS klaga på vedtaket til Medieklagenemnda, som i vedtak av 17. september 2020 gav selskapet

medhald i at g veabonnement skulle reknast med. Medietilsynet har på denne bakgrunnen omgjort avslagsvedtaket for 2019 og vedtatt å tildele eit tilskott på 9 146 122 kroner.

Medieklagenemnda behandla i vedtak av 10. februar 2020 klage fr  Tech Media Bureau Rolf Pedersen på avslag på søknad om tildeling av sendaranleggskonsesjon til ein lokalradio i Stavanger. Medieklagenemnda gav Medietilsynet medhald i at det var ein annan søkar som hadde søkt først, og dermed skulle få konsesjonen. Medietilsynets avslagsvedtak blei halde ved lag.

Medietilsynet vedtok i 2019 eit gebyr til Asker og Bærum Lokalradio, Radio Hurum BA og Norsk Lokalkringkasting AS for brot på konsesjonsvilkåra for lokalradio. Alle dei tre aktørane klage på vedtaka. 20. mars 2020 godkjende Medieklagenemnda Medietilsynets vurdering av at radioakt rane hadde brote regelverket, men meinte at gebyra var for høge. Vedtaka blei derfor sende tilbake til tilsynet for ny utmåling av gebyr.

Medieklagenemnda behandla i 2020 totalt sju klagesaker på vedtak om avslag på søknad om tilskott til lokale lyd- og bildemedium. Ingen av klagenes fekk medhald, og Medietilsynets vedtak blei ståande i alle sakene. Vidare behandla klagenemnda  i klage på avslag på søknad om innovasjons- og utviklingstilskott. Klaga fekk ikkje medhald. To klager på avslag om støtte etter den mellombelse kompensasjonsordninga for omsetningsfall i redaktørstyrte medium fekk heller medhald i Medieklagenemnda.

#### 3.1.3.5 Klager på kringkastingsavgift

Medietilsynet har vore klageinstans for vedtak gjorde i NRK Lisensavdelinga om innkreving av kringkastingsavgift (lisens). Lisensordninga blei avvikla frå 1. januar 2020, og NRK blir nå finansiert over statsbudsjettet. Medietilsynet har i 2020 ferdigbehandla dei siste klagenes etter den gamle lisensordninga. I 2020 fekk Medietilsynet totalt ni nye klagesaker. I alle sakene blei vedtaket i NRK Lisensavdelinga ståande.

#### 3.1.3.6 R d og utval i samband med mediestøtteordningane

Medietilsynet er sekretariat for følgande r d og utval: tilskottsutvalet, rådet for bruksretta medieforskning, fagutvalet for tilskott til lokale lyd- og bildemedium og fagutvalet for innovasjons- og utviklingstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Utvala bidrar n r Medietilsynet behandlar søknader til dei ulike støtteordningane.

På oppdrag frå Kulturdepartementet har Medietilsynet i 2020 vurdert behovet for å føre vidare dei ulike r da/utvala i forvaltninga av mediestøtta. Vidare har Medietilsynet vurdert behovet for endringar i styringsdokumenta for dei ulike utvala inkludert eventuelle endringar i formål, mandat og organisering.

Når staten tildeler tilskott til medieakt rar, kan det vere tenleg at eit eksternt fagutval/r d kjem med innspel til korleis midlane skal fordelast. Dette kan bidra til å gi den endelege fordelinga høgare legitimitet i bransjen. Men å nytte fagutval i saksbehandlinga kan også føre til at forvaltninga av tilskottsordningane blir meir ressurskrevjande, og at saksbehandlingstida kan bli lengre enn ho elles ville ha vore. Medietilsynet anbefalte å avvikle tilskottsutvalet, men å halde på dei andre fagutvala.

Medietilsynet har også vurdert om det er behov for å endre talet på medlemmer i råda/utvala, endre oppnemningsperiode, forskriftsfeste tilskottsordninga for bruksretta medieforskning og gi ut ein felles rettleiar til revisor og få på plass felles vedtekter.

Vurderingane i Medietilsynets blei sende til Kulturdepartementet i desember 2020. Kulturdepartementet har i brev av 5. februar 2021 gitt tilbakemelding, der departementet i all hovudsak støttar forslaga frå Medietilsynet. Det er ennå ikkje tatt stilling til om tilskottsutvalet skal bli avvikla slik Medietilsynet har foreslått. Dette skal vurderast i samband med høyringa av endringane i forskrift om produksjonstilskott.

### 3.1.4 Måloppnåing, effekt og utfordringar

#### 3.1.4.1 Måloppnåing

Gjennom å forvalte mediestøtteordningane er Medietilsynet med på å sikre eit breitt spekter av ulike nyheits- og aktualitetsmedium over heile landet. Ved å gi konsesjonar og registrere kringkastarar legg Medietilsynet til rette for å etablere radio- og tv-tilbod. Medietilsynet held tilsyn med at NRK og TV 2 oppfyller allmennkringkastingsforpliktingane sine, og tilsynet bidrar dermed til at dei to kringkastarane har eit innhaldstilbod som styrker mediemangfaldet.

Ved å utvikle den nye Mediedatabasen og produsere første del av Mediemangfaldsrekneskapen (om avsendarmangfald) har Medietilsynet i 2020 vore med på å synleggjere mediemangfaldet i Noreg.

Medietilsynet har gjennom rapporten om den økonomiske utviklinga i norske medium bidratt til kunnskap hos både styresmakter og samfunnsaktørar om den økonomiske situasjonen og utviklinga for mediebransjen i perioden 2015 til 2019. Vidare har Medietilsynet sørgt for oppdatert kunnskap om den økonomiske utviklinga i den norske mediebransjen under koronapandemien.

Medietilsynet har i 2020 gitt Konkurransetilsynet kunnskap om konsekvensar for mediemangfaldet i saker som gjeld kjøp av medium.

Medietilsynet fører tilsyn med at aktørane følger regelverket, og bidrar dermed til eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet. Gjennom arbeidet med å revidere kringkastingsregelverket og produksjonstilskottsforskrifta bidrar Medietilsynet til eit oppdatert og framtidsretta regelverk på mediefeltet.

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert som forventta i 2020 og i tråd med målet om å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet.*

#### 3.1.4.2 Ressursbruk

Totalt blei det brukt 14,7 årsverk på aktivitetar som kan knytast opp mot hovudmålet «å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet» i 2020. Dette inkluderer arbeid med tilskottsforvaltning, konsesjonar, tilsyn, behandling av klager og arbeid med utvikling og oppfølging av regelverk, medieeigarskap, medieøkonomi og mediemangfald. Tida brukt på leiing og «anna» (summen av ei rekke mindre aktivitetar) er fordelt likt på alle dei tre hovudmåla.

Ressursbruken på aktivitetar knytte opp mot det same hovudmålet var 11,1 årsverk i 2019. Det er to hovudårsaker til endringane frå 2019 til 2020: auka ressursbruk på tilskottsfeltet med bakgrunn i revisjon av forskrifter/styringsdokument og arbeid med kompensasjonsordninga på grunn av koronapandemien, og auka innsats i samband med Mediemangfaldsrekneskapen. I tillegg er ressursbruk på «fellestiltak» (sjå over) i 2020 fordelt på tre hovudmål, mot fire i 2019.

#### 3.1.4.3 Effekt

Medietilsynet gir konsesjonar til drift av radio- og tv-stasjonar. Dette gir befolkninga tilgang til eit breitt spekter av både lokalt og riksdekkande medieinnhald frå ulike kjelder. Gjennom rapporteringsplikta som følger mediestøtteordningane, går det fram at tilskott til lokale lyd- og bildemedium fører til redaksjonell programproduksjon og auka digitalisering av radio. Tildeling av produksjonstilskott bidrar til at befolkninga har tilgang til nyheits- og aktualitetsmedium over heile landet. Innovasjonstilskottet gir medium som elles ikkje hadde kunna sett i gang tilsvarande utviklingstiltak, høve til det.

Ved å utbetale tilskott tidlegare enn normalt og med ein større andel tidlegare enn vanleg, har Medietilsynet letta den økonomiske situasjonen for medieaktørane under koronapandemien. Gjennom kompensasjonsordninga har Medietilsynet gitt medieaktørar kompensasjon for delar av det økonomiske tapet dei hadde på grunn av pandemien.

Medietilsynet har kontrollert rutinane kringkastarane har for å hente inn politiattest når dei tilset medarbeidarar som gjennom stillinga skal ha regelmessig kontakt med barn. Kontrollen har ført til enkelte av aktørane har gått gjennom og skjerpt rutinane sine.

Medietilsynets arbeid med regelverksendringar fører til at mediereguleringa blir meir framtidretta og i tråd med medieutviklinga. Det har også vore eit mål å forenkle regelverka slik at det blir enklare for medieaktørane å rette seg etter dei.

#### 3.1.4.4 utfordringar

Noreg har eit sterkt mediemangfald, men medievanane er i endring, og nye globale plattformer utgjer ein større del av mediedietten til nordmenn enn tidlegare. Den globale konkurransen utfordrar også driftsgrunnlaget til norske redaktørstyrte medium. Derfor er det viktig å ha oppdatert informasjon om utviklinga i både konkurransetilhøva, økonomien og mangfaldet i mediemarknaden.

Det er ei utfordring å få tak i tilstrekkeleg kunnskap om internasjonale aktørar og den påverknaden dei har på den norske mediemarknaden.

Ei anna utfordring er at Medietilsynet per i dag ikkje har eit tilstrekkeleg system for å vurdere effekten av dei ulike tilskottsordningane på mediefeltet. Det er sett i gang eit arbeid med å systematisere og digitalisere rapporteringa frå støttemottakarane, slik at det blir enklare å følge opp effekten dei ulike tilskotta har. I 2021 skal Medietilsynet dessutan på oppdrag frå Kulturdepartementet vurdere om dei direkte mediestøtteordningane er treffsikre sett opp mot dei mediepolitiske måla.

## 3.2 Bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val

Kritisk medieforståing er eitt av dei to viktigaste arbeidsområda for Medietilsynet. Kritisk medieforståing handlar om den kompetansen mediebrukarane må ha for å kunne orientere seg i medielandskapet på ein aktiv og trygg måte, og for å kunne gjere informerte val ut frå det medieinnhaldet dei produserer eller konsumerer. Medietilsynet arbeider med å hente inn og systematisere fakta og innsikt på feltet, og utviklar også råd og verktøy mynta på ulike grupper i befolkninga, til dømes foreldre og dei som arbeider med barn og unge.

### 3.2.1 Utvikle og gjere ny innsikt tilgjengeleg

#### 3.2.1.1 Barn- og medium 2020

Sidan 2006 har Medietilsynet annakvart år gjort ei stor undersøking om medievanane til barn og unge, både blant barn og foreldre. [Barn og medium-undersøkinga](#) blei sist gjennomført i 2020. Undersøkinga er den største i sitt slag i Noreg, og gir viktig innsikt i mange aspekt ved den digitale mediekvardagen til barn og unge.

Cirka 3400 respondentar mellom 9 og 18 år svarte på spørsmål om eigen mediebruk og egne opplevingar knytte til nett og mobil, dataspel og sosiale medium. Undersøkinga kartla blant anna kva slags type reklame barn og unge blir eksponerte for, i kor stor grad dei ser potensielt skadeleg innhald, nyheitsbruk og bildedeling.

I tillegg svarte cirka 2000 foreldre med barn frå eitt til 17 år på spørsmål om mediebruken til barna deira. Undersøkinga kartla korleis foreldra oppfattar opplevingar og erfaringar barna har med digitale medium. Andre spørsmål var korleis foreldra regulerer mediebruken til barna, om dei deler bilde av sine egne barn på sosiale medium, og kven dei meiner bør ha ansvar for å beskytte barn på nett.

Gjennom året har Medietilsynet lagt fram i alt ni delrapportar om ulike tema relaterte til den digitale mediekvardagen til dei unge. Alle resultatane er også samla i ein hovudrapport som er tilgjengeleg på [nettsidene til Medietilsynet](#).

#### **Barn og medium 2020 – nokre hovudfunn**

Mediebruken til barn og unge har endra seg mykje dei siste åra. Nye plattformer, strøymetenester og sosiale medium er blitt ein viktig del av mediekvardagen. Norske barn og ungdommar er svært digitale og bruker mykje tid på nett.



- 97 prosent av 9–18-åringane har eigen mobil. Blant barna i 9–10-årsalderen har 87 prosent eigen mobil, og i 13–14-årsalderen har om lag alle barn eigen mobil.
- 90 prosent av 9–18-åringane er på eitt eller fleire sosiale medium. Halvparten av 9-åringane og 65 prosent av 10-åringane bruker sosiale medium. Dei mest populære sosiale media er Snapchat (80 prosent), TikTok og Instagram (begge 65 prosent) og Facebook (51 prosent).
- 62 prosent av 9–18-åringane har fått reklame for pengespel/gambling på nett, 48 prosent har fått reklame for produkt for å gå ned i vekt, og 41 prosent har fått reklame for produkt som skal gi større musklar.
- 86 prosent av 9–18-åringane spelar dataspel – 96 prosent av gutane og 76 prosent av jentene.

### Foreldre og medium 2020 – nokre hovudfunn

- Tre av ti foreldre synest det er vanskeleg å halde oversikt over kva barnet deira gjer på nett.
- 27 prosent av foreldra svarer at barnet deira fekk den første mobilen sin før dei fylte åtte år. 20 prosent av jentene i alderen 5–8 år har ei klokke dei kan ringe med, mens 15 prosent av gutane har det same.
- Eit stort fleirtal av foreldra (88 prosent) meiner det er foreldra og dei vaksne rundt barnet som bør ha hovudansvaret for å beskytte barn og unge på nett.
- Foreldra til dei yngste barna deler bilde av barna sine i sosiale medium i større grad enn foreldra med eldre barn.
- 77 prosent av foreldra med barn i alderen 9–17 år seier at dei spurde om lov sist gong dei delte eit bilde / ein video av barnet på nett, mens 52 prosent av 9–18-åringane seier at dei blei spurde av foreldra sine sist gong foreldra delte bilde av dei.

#### 3.2.1.2 Mediemangfaldsrekneskapen

I 2019 starta Medietilsynet arbeidet med ein [mediemangfaldsrekneskap](#) (sjå punkt 3.1.2.4). Mediemangfaldsrekneskapen skal bidra til meir kunnskap om relevante sider ved mediemarknaden og vere ei kjelde til oppdatert kunnskap om medietilbodet i Noreg og korleis det blir brukt. Som eit ledd i arbeidet har Medietilsynet lansert [Mediedatabasen](#), der publikum sjølv kan sjå kva for medium som finst i distriktet deira.

#### 3.2.1.3 Ny undersøking om kritisk medieforståing i befolkninga

Våren 2020 starta planlegginga av ei ny undersøking om kritisk medieforståing i befolkninga. Dette er ei oppfølging av undersøkinga som kom i 2019: «[Kritisk medieforståelse i den norske befolkningen](#).» Hausten 2020 blei spørjeskjemaet utarbeidd, og den nye undersøkinga gjekk i felt i desember. Dei første resultatane blei offentleggjorde i februar 2021.

#### 3.2.1.4 Undersøkingar om tillit til media og falske nyheiter under koronapandemien

Medietilsynet gjorde under den første fasen av pandemien i 2020 fleire målingar av kva tillit befolkninga hadde til utvalde medium, og gjennomførte ei undersøking om falske nyheiter, sjå punkt 3.1.2.2. Slike undersøkingar er med på gi mediebrukarane auka innsikt.

### 3.2.1.5 Undersøking om pengespelreklame

Som eit ledd i arbeidet med å hindre ulovleg pengespelreklame på norske tv-skjermar undersøker Medietilsynet årleg omfanget av slik reklame. Undersøkinga frå 2020 viser at for tredje år på rad brukte utanlandske pengespelselskap mindre pengar på reklame retta mot norske tv-sjåarar. Dei norske og utanlandske pengespelselskapa brukte til saman 865 millionar kroner på tv-reklame frå august 2019 til juli 2020. Det er 14 millionar kroner eller 1,6 prosent mindre enn same perioden året før (det reelle talet er lågare på grunn av rabattar på annonsering).

### 3.2.2 Bidra til ein trygg mediekvardag for barn og unge

Medietilsynet har ansvar for å bidra til at barn og unge får oppfylt retten til informasjon og deltaking, at dei får utvikla kritisk medieforståing og blir beskytta mot skadeleg medieinnhald. Medietilsynet er saman med hjelpelinja til Raudekrossen *Kors på halsen* det norske «Safer Internet Centre», eitt av 31 senter i Europa. Senteret har ansvar for å utvikle og dele tips og råd, filmar, undervisningsmaterieill og verktøy for barn og unge, foreldre, lærarar og andre som jobbar med barn og unge. Medietilsynet har mandat og støtte frå fleire departement og frå «EUs Safer Internet Programme», og skal vere ein nasjonal koordinator i arbeidet for å trygge den digitale kvardagen til barn og unge. Som eit ledd i dette arbeidet hentar Medietilsynet inn og systematiserer data og innsikt, og utviklar råd og verktøy, for eksempel til bruk i undervisning.

#### 3.2.2.1 Bidrag til kulturmelding for barn og unge

[Kulturdepartementet har starta arbeidet med ei eiga kulturmelding for barn og unge.](#)

Meldinga skal sjå nærare på barne- og ungdomskulturen og ulike kulturuttrykk som er ein del av kvardagslivet til barn og unge. Dette omfattar blant anna eigenproduksjon, deltaking i kulturaktivitetar og rammene for ytring og deltaking når det gjeld kunst- og kulturuttrykk på digitale plattformer.

Medietilsynet har vore med i meldingsarbeidet på feltet «trygg digital oppvekst for barn og unge», og leverte i starten av april 2020 sitt innspel til Kulturdepartementet.

Medietilsynets bidrag handla om trygg digital oppvekst og gir ei oversikt over sentrale trendar og utviklingstrekk relaterte til den digitale mediebruken til barn og unge, peiker på forbetningsområde og foreslår tiltak. Området barn og medium er stort og breitt med mange ulike forskingstema og fagfelt involvert. Medietilsynet avgrensa oppdraget til desse områda:

- kva for moglegheiter og risikoar barn og unge møter i den digitale kvardagen
- kva for aktørar som jobbar med – og engasjerer seg i – spørsmål relaterte til mediebruken til barn og unge
- forslag til tiltak som kan bidra til at barn og unge blir i stand til å navigere aktivt og trygt i det digitale medielandskapet

Medietilsynet har i arbeidet tatt utgangspunkt i kunnskap og erfaring opparbeidd gjennom mange års engasjement på området. Medietilsynets eiga kartlegging, *Barn og medium*, er

blant anna lagd til grunn for å skildre medievanane til barn og unge, moglegheiter og risikoområde. I tillegg er det sett til andre relevante undersøkingar og studium på feltet.

Medietilsynet understreka i innspelet behovet for ei nasjonal samordning av innsatsen for å trygge den digitale oppveksten til barn og unge og foreslo at det bør utviklast ein nasjonal strategi for dette arbeidet. Regjeringa har nå bestemt at Medietilsynet får ansvar for å utarbeide en slik strategi og samordne innsatsen, mens Barne- og familiedepartementet blir ansvarleg departement. Arbeidet startar i 2021.

### 3.2.2.2 Det norske Safer Internet Centre (NSIC)

Medietilsynet er nasjonal koordinator for det EU-finansierte prosjektet Safer Internet, som arbeider for å gi barn og unge ein trygg digital kvardag. Saman med samtaletilbodet som Raudekrossen har for barn og unge, hjelpelinja [Kors på halsen](#), utgjer Medietilsynet det norske Safer Internet Centre (NSIC). Senteret har eit eige fagråd (Advisory Board), som er eit rådgivande organ for det faglege arbeidet i prosjektet. I tillegg koordinerer fagrådet eit nettverk av offentlege og private aktørar og frivillige organisasjonar på barn og medium-feltet. Målet med prosjektet er å fremme den kritiske medieforståinga og auke den digitale dømmekrafta til barn og unge, slik at dei bruker digitale medium på ein trygg og god måte, tar fornuftige val og blir i stand til å handtere negative opplevingar og risikoar på nett.

Senteret arbeider aktivt med å involvere ungdom, utvikle råd, tiltak og ressursar og planlegge og gjennomføre nettverksmøte og arrangement, inkludert den årlege markeringa av Safer Internet Day (SID). NSIC samarbeider også tett med dei andre europeiske Safer Internet-senter gjennom nettverket *Insafe*. Tiltak og ressursar blir utvikla, utveksla og samla på [Better Internet for Kids-portalen](#), slik at dei kan bli nytta over heile Europa. Insafe-nettverket møtest éin gong i halvåret til «training meetings» for å utveksle kunnskap og erfaringar. I juni 2020 skulle det norske senteret ha vore vertskap for dette møtet i Oslo, men på grunn av koronapandemien blei møtet gjennomført digitalt.

I 2020 har Medietilsynet gjennom NSIC utvikla og lansert desse ressursane:

- «Stjernekolonien»: eit digitalt familiespel om utfordringar, gleder og dilemma på nett. Målgruppa er familiar med barn mellom seks og ni år.
- Foreldretips om sosiale medium: ei oversikt over dei mest populære sosiale media og råd om kva ein bør vere klar når ein bruker dei.
- «Nakenbildepraten» og «Pornopraten»: kampanjefilmar og samtaleguidar til unge og foreldra deira om kva lover og reglar som gjeld, og korleis ein kan prate saman om desse temaa.
- Deepfakes: eit undervisningsopplegg om deepfakes, kva det er, og korleis ein kan avsløre dei. Opplegget er utvikla i samarbeid med *tenk.no* (*faktisk.no*).

Det er gjennomført to ekspertgruppemøte (advisory board) og eitt nettverksmøte i 2020. Alle møta blei avvikla digitalt på grunn av koronasituasjonen.

I samband med publisering av resultatata frå Barn og medium 2020 arrangerte Medietilsynet to fagseminar for lærarar om kjeldekritikk (Oslo og Tromsø) i samarbeid med *faktisk.no* og Utdanningsdirektoratet, eit digitalt pressemøte om deling av nakenbilde i samarbeid med Kripos, og eit digitalt seminar om erfaringa ungdom har med porno på nett saman med *Redd*

*Barna*. I tillegg arrangerte Medietilsynet den årlege internasjonale markeringa av Safer Internet Day. Tema for dagen var sol- og skuggesidene på nettet – om den kontrastfylte digitale kvardagen til barn og unge. Saman med *Kors på halsen* arrangerte Medietilsynet i 2020 også eit heildags arbeidsmøte for ungdom, Youth Voices.

### 3.2.2.3 Kommunikasjon med barn og unge

Medietilsynet har gjennom mange år prioritert å ha direkte kontakt med barn og unge for å høyre synspunkta deira og lære av kunnskapen og erfaringa deira. Normalt gjennomfører Medietilsynet derfor jamlege møte og panel, både for å få innspel til aktuelle saker og for å involvere barn og unge i ulike tiltak. Denne forma for medverknad bidrar til å sikre rettane til barn etter FNs barnekonvensjon, og inngår i Medietilsynets overordna strategi om å legge til rette for auka kritisk medieforståing i befolkninga.

På grunn av koronapandemien blei det i 2020 gjennomført færre aktivitetar med barn og unge enn planlagt. Blant anna blei to planlagde filmpanel og to temakvelder med ekspertpanelet til *Kors på halsen* avlyste. Det blei heller ikkje inngått nye avtalar med barn og unge om å delta i Medietilsynets barne- og ungdomspanel.

I januar 2020 arrangerte Medietilsynet heildagssamlinga Youth Voices for 14 ungdommar i alderen 13 til 15 år. Målet var å få ei djupare innsikt i det digitale livet til dei unge knytt til utvalde tema og funn i *Barn og medium 2020*. Ungdommane jobba både individuelt, i fellesskap og i fokusgrupper med vekt på tema som gaming, personvern, deling av bilde og reklame og press i sosiale medium. Intervjua blei transkriberte og analyserte, og med utgangspunkt i innspela blei det utvikla tre rapportar og tre kampanjefilmar. I tillegg blei det laga ein kortfilm som dokumenterte arbeidsmøtet. Samlinga gav svært god innsikt i det digitale livet til dei unge, og funn frå dagen og sitat frå ungdommane har hatt ein sentral plass i Medietilsynets kommunikasjonsaktivitetar og i formidlinga av funn frå *Barn og medium* gjennom heile året.

Ungdomspanel og ungdomsmedverknad er ein avtalefesta aktivitet i Medietilsynets EU-prosjekt Safer Internet, og som tidlegare år har Medietilsynet i 2020 samarbeidd med hjelpelinja *Kors på halsen* om denne oppgåva. Hjelpelinja var blant anna medarrangør på heildagssamlinga Youth Voices. Ein ungdomsrepresentant har vore medlem av Safer Internet-senterets fagråd, og eit nasjonalt team med tre ungdommar har representert Noreg og NSIC gjennom jamlege digitale møte og aktivitetar i BIK Youth Panel (Better Internet for Kids) i 2020.

Medietilsynet bidrar med å svare på spørsmål frå ungdom på informasjonskanalen til Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet *Ung.no*. I 2020 svarte Medietilsynet på i overkant av hundre spørsmål om blant anna dataspel, sosiale medium og nettvett.

### 3.2.2.4 Dataspel

Dataspel er ein viktig hobby for mange barn og unge, men det er også ein aktivitet som skaper mykje diskusjon og vekker sterke kjensler. Medietilsynet bidrar saman med blant anna Lotteritilsynet i arbeidet med regjeringa sin handlingsplan mot speleproblem, og

gjennomfører konkrete tiltak som innhenting av innsikt og rådgiving. Tidsbruk, aldersgrenser og pengebruk er mellom anna viktige tema.

I 2020 gjennomførte Medietilsynet desse tiltaka:

### «Snakk om spill»

[Snakk om spill](#) er ein informasjonskampanje om data- og pengespel som starta i 2018 i regi av Medietilsynet og Lotteritilsynet. Tiltaket inngår i regjeringa sin [handlingsplan mot speleproblem for 2019–2021](#). I 2019 vidareutvikla Medietilsynet kampanjen og begynte arbeidet med eit digitalt familiespel, slik at familiar lettare kan snakke om dataspeling og utfordringane det fører med seg. Spelet blei lansert i september 2020 med statsråd Kjell Ingolf Ropstad til stades. I 2020 overtok Medietilsynet hovudansvaret for kampanjen.

### Informasjonsfilm om lootboksar

Medietilsynet lanserte i 2020 to informasjonsfilmar om speling, pengebruk og lotterimekanismar i dataspel. Gjennom eit familieunivers får foreldre innblikk i korleis kjøp i spel og forundringspakkar (lootboksar) fungerer. I løpet av året har kampanjen nådd over 190 000 personar på Facebook.

### Forsking på dataspel

Øyremerkte midlar til forsking på dataspel blei fordelte gjennom støtteordninga for bruksretta medieforsking i 2020. Midlane gjekk til eit forskingsprosjekt hos Vestlandsforskning, som skal undersøke dataspelvanar blant unge menn med innvandrarbakgrunn utan familie i Noreg. Prosjektet fokuserer på ei sårbar gruppe som er ekskludert frå tiltak og forsking; familien er ofte hovudarena for regulering av dataspeling.

### Dataspelkonferansen 2020

Medietilsynet gjennomførte i 2020 ein dataspelkonferanse der forskarar og ulike fagmiljø deltok. Tema var «kommersielt innhold i spill», «skole og fritid» og «barn, spill og psykisk helse». På grunn av koronapandemien blei heile konferansen tatt opp og strøymd på Facebook. [Sendinga blei lagd ut på Medietilsynets YouTube-kanal](#).

#### 3.2.2.5 Rettleiing og undervisningsopplegg

Som ein del av arbeidet med å bidra til å trygge den digitale kvardagen til barn og unge og styrke den kritiske medieforståinga deira, utarbeider Medietilsynet råd, rettleiing og undervisningsopplegg retta mot både barn, foreldre, lærarar og andre som jobbar med barn og unge. Alle rettleiingane og undervisningsressursane er samla på [nettsidene til Medietilsynet om barn og medium](#).

## Foreldretips om sosiale medium

I 2020 har Medietilsynet gått gjennom og revidert fleire brosjyrar og rettleiarar til foreldre. I tillegg er det arbeid med å fornye og forenkle metodar for å kommunisere og nå ut med relevant informasjon.

I samband med markeringa av Safer Internet Day 11. februar 2020 [oppretta Medietilsynet ei side med faktaark](#) om korleis dei fire mest populære media blant barn og unge (TikTok, Instagram, Snapchat og YouTube) fungerer, og kva foreldre bør snakke med barna om når dei skal bruke desse media. Nettsida har i løpet av 2020 hatt cirka 10 000 unike brukarar, mens faktaarka er lasta ned vel 4000 gonger.

## Samtaleguidar om porno og deling av nakenbilde

I samband med lanseringa av delrapportane til *Barn og medium 2020*: «[Om nakenbilder og seksuelle kommentarer](#)» og «[Ungdoms erfaring med porno på nett](#)» har Medietilsynet utarbeidd to samtaleguidar til foreldre. I rettleiarane får foreldre råd om kva dei kan snakke med ungdommane om, og kvifor dei bør ta [nakenbilde-](#) og [pornopraten](#). I samband med lanseringa av rettleiarane om nakenbilde blei det også laga ein [filmkampanje på Facebook](#), der målet nettopp var å få foreldre til å ta praten om dette temaet. Nettsida om nakenbilde- og pornopraten er besøkt nesten 1500 gonger.

## Undervisningsopplegg om deepfakes

Som ein del av oppdraget med å styrke den kritiske medieforståinga i befolkninga lanserte Medietilsynet hausten 2020 eit [undervisningsopplegg om fenomenet deepfakes](#). I samband med lanseringa blei det arrangert ein direktesend digital skoletime, der elevar frå Fyrstikkalléen skole (F21) stod for produksjonen. Undervisningsopplegget er berekna for ungdom på ungdomsskolen og vidaregåande skole, og inneheld varierte læringsaktivitetar som [deefake-filmar](#), eit [magasin med artiklar, oppgåver, quizar](#) og ein [plakat med tips og råd](#) for å avsløre deepfakes. Gjennom opplegget får elevane praktisert og utvikla evnene sine i kritisk tenking og kjeldemedvit, i tråd med fagfornyninga og nye læreplanar. Undervisningsopplegget er utvikla av *Tenk*, skoleavdelinga til faktisk.no, i samarbeid med Medietilsynet. Det er finansiert av EU gjennom programmet Connecting Europe Facility. Nettsida er sidan lanseringa besøkt vel 1100 gonger.

## Familiespel om nettvett og digitale medium

Hausten 2020 lanserte Medietilsynet familiespelet [Stjernekolonien](#). Spelet er eit samtaleverktøy i form av et dataspel retta mot barn i alderen frå seks til ni år og foreldra deira. I spelet kan vi følge sjuåringane Luna eller Noah ei veke i livet deira, og utforske utfordringar, gleder og dilemma dei støyter på online. Spelet tar utgangspunkt i samtaleverktøyet «[Digital dømmekraft – foreldre som rollemodell](#)», men kan også nyttast utan kjennskap til dette verktøyet. Tematikken som blir tatt opp i spelet, er blant anna digital kommunikasjon i grupper, uønskt bildedeling i sosiale medium, aldersgrenser på film og dataspel, passord-bruk, kjøp av gjenstandar i dataspel, reglar for skjermtid, foreldre som rollemodellar og positive ting å bruke nettet til. «Stjernekolonien» er utvikla av Specifique på oppdrag frå Medietilsynet og i samarbeid med elev-, lærling- og mobbeombodet i Viken. Prosjektet er finansiert med midlar frå handlingsplanen mot speleproblem og EU-prosjektet Safer Internet. Sidan lanseringa 2. september har spelet hatt nesten 4000 unike brukarar.

### 3.2.2.6 Aldersgrenser på kinofilm

Medietilsynet har ansvaret for å aldersklassifisere filmar som skal visast på kinoar i Noreg. I 2020 blei 171 kinofilmar vurderte og aldersklassifiserte, mot 297 året før. Av dei 171 filmene var fire reklassifiseringar. Hovudvekta av kinofilmene fekk aldersgrense 15 år (43 filmar).

Nedgangen i talet på vurderte filmar heng saman med at fleire kinoar har vore stengde i lange periodar på grunn av koronapandemien. For heile kinobransjen samla var det ein nedgang på 57,1 prosent i besøket i 2020 frå 2019.

Ingen filmar fekk aldersgrense 18 år i 2020. Det blei heller ikkje registrert filmar med 18-årsgrense.

Tabell 12 – aldersgrenser for vurderte kinofilmar i 2018 til 2020

	2018	2019	2020
Tillate for alle	50	57	41
6-årsgrense	33	40	23
9-årsgrense	33	51	23
12-årsgrense	83	77	41
15-årsgrense	71	70	43
18-årsgrense	4*	2*	0

\*Filmene som fekk aldersgrense 18 år, blei ikkje vurderte av Medietilsynet, berre registrerte.

### 3.2.3 Andre tiltak for å auke den kritiske medieforståinga i befolkninga

#### 3.2.3.1 Tiltaksplan mot hybride truslar og desinformasjon

I 2019 blei det oppretta ei arbeidsgruppe som skulle utarbeide ein tiltaksplan for å styrke motstandsevna mot påverknad og hybride truslar under kommunestyre- og fylkestingsvalet. Arbeidsgruppa var breitt samansett av departement, etatar og direktorat og blei leia av Kommunal- og moderniseringsdepartementet. Det er peikt på at arbeidsgruppa har bidratt til å betre samarbeidet og koordineringa på tvers av sektorar og fagfelt. Det er vedtatt at arbeidsgruppa skal først vidare fram mot stortings- og sametingsvalet i 2021 med eit justert mandat.

Medietilsynet deltar i denne gruppa og skal i samarbeid med Direktoratet for samfunnsstryggleik og beredskap (DSB) og Valdirektoratet vurdere om det er behov for – og eventuelt foreslå – ytterlegare tiltak for å auke motstanden til dei stemmeføre mot å bli påverka av desinformasjon og falske nyheiter i samband med stortingsvalet i 2021.

#### 3.2.3.2 Samarbeidsnettverk om kritisk medieforståing

Medietilsynet har i løpet av 2020 etablert eit nytt nasjonalt nettverk for kritisk medieforståing. 23 organisasjonar er med i nettverket, både statlege, private, frivillige og akademia. Det første møtet blei halde i oktober 2020. Tilbakemeldingane frå deltakarane var veldig positive.

Nettverket skal vere ein arena for å styrke samarbeid og kunnskapsutveksling mellom aktørar på feltet. Dette er viktig for at Medietilsynet skal kunne skaffe relevante fakta, følge

utviklinga og utvikle målretta tiltak som bidrar til å auke den kritiske medieforståinga i befolkninga over tid.

### 3.2.4 Aktivt forvalte regelverket på medieområdet

#### 3.2.4.1 Tilsyn med reglane i bildeprogramlova

For å beskytte mindreårige mot skadeleg påverknad frå levande bilde skal Medietilsynet kontrollere at reglane i bildeprogramlova om aldersklassifisering, informasjonstiltak og vernetiltak blir følgde. Sentrale verkemiddel i tilsynsarbeidet er dialog og opplæring i tillegg til informasjon til bransjeaktørane om dei plattformene som er omfatta av regelverket. Medietilsynet gjennomfører også planlagde kontrollar.

I 2020 har Medietilsynet gitt informasjon og opplæring til norske nettaviser om plikta dei har etter bildeprogramlova til å sette aldersgrenser på videoinnhald, og retningslinjene for aldersklassifisering. Formålet var å følge opp tilsynskontrollen frå 2019 og gjere nettavisene kjende med regelverket i bildeprogramlova. Tiltaket blei deretter følgt opp med tilsyn for å undersøke om nettavisene hadde retta seg etter regelverket. Vidare kontrollerte Medietilsynet om dei norske kringkastarane og bestillingstenestetilbodet deira følgde reglane i bildeprogramlova.

Begge kontrollane omfatta plikta til å informere om og merke program med aldersgrenser og plikta til å sette i verk tiltak for å hindre at mindreårige får tilgang til skadeleg innhald. I tillegg kontrollerte Medietilsynet nokre av programma for å vurdere om aldersklassifiseringa var riktig. Kontrollane avdekte enkelte avvik, som blei følgde opp med individuelt tilpassa rettleiing i dialogmøte med aktørane og tilbod om opplæring. I tillegg kan det bli gjennomført nye tilsyn i 2021.

Medietilsynet kontrollerte også YouTube-kanalane til dei etablerte mediehusa og pliktene til å aldersklassifisere og merke innhald etter bildeprogramlova. Ein liknande kontroll blei gjennomført i 2019, og formålet var å sjå om informasjonstiltak som Medietilsynet har gjennomført overfor mediehusa, har hatt positiv effekt. I 2019 var det fleire aktørar som hadde inga merking eller svært mangelfull merking av innhaldet, mens kontrollen i 2020 avdekte at det berre var éin aktør som ikkje merkte innhaldet sitt med aldersgrenser. For dei andre aktørane blei det berre avdekt mindre avvik.

Medietilsynet deltok på filmfestivalen i Haugesund, og gjennomførte tilsyn med at filmene som blei viste, hadde riktig aldersgrense og var merkte. Medietilsynet registrerte berre eitt avvik mellom aldersgrensene til filmfestivalen og aldersgrensene Medietilsynet sette i forkant av festivalen. Avviket blei raskt retta opp. Det blei også avdekt mangelfull merking av aldersgrensene på informasjonsskjermene til kinoen. Medietilsynet vil gjere festivalen merksam på dette i forkant av festivalen i 2021.

Medietilsynet har også gjennomført fleire enkeltståande tilsyn etter bildeprogramlova på bakgrunn av tips og meldingar frå publikum i 2020. I dei tilfella der det blei funne brot på regelverket, fekk dei aktuelle aktørane informasjon om regelverket, og Medietilsynet bad om ei utgreiing dersom det blei vurdert som nødvendig. I nokre tilfelle blei aktørane bedne om å endre aldersgrensene. I alle tilfella retta aktørane seg etter oppfordringa frå Medietilsynet.



Sjå meir om aldersgrenser på kinofilm i punkt 3.2.2.6.

#### 3.2.4.2 Forslag til revidering av bildeprogramlova

Medietilsynet har ansvar for å sette aldersgrenser på filmar som blir viste på kino i Noreg. For alle andre plattformer er det bildeprogramdistributørane sjølve som set aldersgrensene i tråd med retningslinjer frå Medietilsynet.

På oppdrag frå Kulturdepartementet leverte Medietilsynet i desember 2020 ei utgreiing der tilsynet foreslo ein revisjon av bildeprogramlova. Forslaget inneber at ansvaret for å sette aldersgrenser på kinofilm blir flytta frå Medietilsynet til kinofilmdistributørane sjølve.

Medielandskapet er i stadig endring, og barn og unge møter utfordringar på mange ulike plattformer. Ved å gi kinofilmdistributørane det same ansvaret for å sette aldersgrenser som dei andre bildeprogramdistributørane allereie har for plattformene sine, blir kinobransjen gjord ansvarleg ved at aktørane sjølve får ansvaret for å sette riktige aldersgrenser. Samtidig blir filmar og program sikra likebehandling, uavhengig av kva for plattform dei blir viste på.

Ei slik endring gjer i tillegg at Medietilsynet kan frigjere ressursar frå arbeidet med aldersklassifisering og i staden styrke både førebyggjande arbeid relatert til mediebruken til barn og unge på dei plattformene dei bruker mest, og tilsynsverksemda.

I utgreiinga vurderte Medietilsynet korleis aldersklassifisering av kinofilm kan bli organisert på ein måte som sikrar ein felles og fagleg basert standard for alle visningskanalar utan førehandskontroll i tilsynet. Vidare blei det vurdert moglege alternativ til å avvikle Medietilsynets førehandskontroll av kinofilm. Desse vurderingane, i tillegg til innspel frå bransjen og erfaringar frå andre land, danna grunnlaget for Medietilsynets anbefaling.

Forslaget inneber at Medietilsynet framleis skal ha ansvaret for å utarbeide retningslinjer for aldersklassifisering og for å gjennomføre opplæring og gi rettleiing, i tillegg til å føre tilsyn med at bransjen set aldersgrensene i tråd med gjeldande regelverk og retningslinjer.

Når årsrapporten blir skriven, avventar Medietilsynet tilbakemelding frå departementet om vidare oppfølging av utgreiinga.

#### 3.2.4.3 Film- og videogramlova

Film- og videogramlova regulerer blant anna omsetninga av videogram i næring. Den som vil registrere eit videogram for slik omsetning, må betale ei avgift på kr 3,50 til staten per videogram. Alle videogram som skal omsettast i næring, må også vere registrerte i eit videogramregister som Medietilsynet administrerer. Aktørane må betale eit gebyr på kr 0,60 per eining for denne registreringa. I tillegg til å administrere videogramregisteret avklarar Medietilsynet om aktørar er omfatta av regelverket, og om dei dermed pliktar å innrapportere omsetning og betale gebyr og avgift. Tilsynet opplever at dei aller fleste aktørane rettar seg etter regelverket, men det er ein del arbeid med purring. Enkeltaktørar som ikkje etterlever pliktene sine, blir av likebehandlingsomsyn følgde opp av Medietilsynet gjennom ytterlegare saksbehandlingssteg. Medietilsynet vurderer å politimelde distributørar som ikkje betaler det dei pliktar, etter å ha blitt purra fleire gonger. Ingen distributørar blei melde i 2020.

Videogrammarknaden har endra seg dramatisk frå den gongen lova blei vedtatt. Blant anna er omsetninga av elektroniske videogram nå mykje høgare enn omsetninga av fysiske videogram. Strøymetenestene medfører at elektroniske videogram som blir tilbydde via ulike plattformer, ikkje er likeins regulerte, og distribusjonsnettlet har endra seg vesentleg ettersom mange av distributørane nå er etablerte i utlandet. Medietilsynet opplever derfor stadig større utfordringar med å handheve regelverket i film- og videogramlova, og har i 2020 hatt dialog med Kulturdepartementet om behovet for å revidere lova.

Medietilsynet registrerte 1610 filmar/program for sal i 2020, mot 1540 i 2019.

#### 3.2.4.4 Klager på Medietilsynets vedtak

### **Aldersgrenser på kinofilm**

Medietilsynet fekk éi klage på vedtak om aldersgrense i 2020. Dette vedtaket blei endra av Medietilsynet, utan at klaga blei behandla av Medieklagenemnda. Klaga var frå distributøren Storytelling Media på vedtak om aldersgrense på filmen *Husnissene – Operasjon bakverk*. Aldersgrensa blei endra frå seks år til tillaten for alle.

### 3.2.5 Måloppnåing, effekt og utfordringar

#### 3.2.5.1 Måloppnåing

Trass i koronapandemien har Medietilsynet hatt eit aktivt år med aktuell innsiktsproduksjon. I 2020 har særleg tema relaterte til medievanane til barn og unge vore prioriterte, og innsikta blir nytta aktivt når råd og informasjonstiltak blir utforma. Medietilsynet haustar store gevinstar ved at dei som jobbar med innsikt og analyse, i stor grad også er involverte i utvikling av råd, rettleiingsmateriell og informasjonskampanjar, og ved at dei som jobbar med råd og informasjon, er tett på innsiktsproduksjonen. Dette sikrar ein raud tråd i arbeidet med å legge til rette for aktive mediebrukarar som gjer informerte val.

Totalt hadde Medietilsynet 35 000 nedlastingar av rapportar, råd og undervisningsopplegg frå nettsidene sine i 2020, mot 24 000 nedlastingar i 2019, altså ein auke på over 45 prosent. Desse tala er eit tydeleg teikn på at den innsikta og dei råda Medietilsynet utviklar, er interessante for mange.

Barn og medium 2020 blei lasta ned nesten 9000 gonger i 2020, og det er det høgaste talet nedlastingar Medietilsynet har hatt for denne undersøkinga nokon gong. Til samanlikning blei tilsvarande undersøking i 2018 lasta ned vel 3000 gonger.

Medietilsynet lanserte fleire nye undervisningsopplegg og informasjonstiltak i 2020, der innsikt frå Barn og medium 2020 blei brukt aktivt. Til dømes blei familiespelet «Stjernekolonien» utvikla. Spelet er brukt over 3000 gonger etter lanseringa i september 2020. Informasjonsfilmen om lootboksar, som gir foreldre innblikk i korleis kjøp i spel og forundringsspakkar (lootboksar) fungerer i dataspel, har nådd over 190 000 personar på Facebook. Faktaarka om kva foreldre treng å vite om dei mest brukte sosiale mediekanalane, blei lasta ned over 4000 gonger i 2020. Samtaleguidane om nakenbilde og porno er også besøkte nær 1500 gonger på medietilsynet.no. Undervisningsopplegget om

bildemanipulering og deepfakes er besøkt over 1000 gonger sidan lanseringa i starten av november 2020.

Medietilsynet lanserte ein ny mediedatabase i 2020 for å gjere opplysningar om media i Noreg lett tilgjengelege, Mediedatabasen. I 2020 hadde denne databasen heile 3279 sidevisningar, noko som tyder på at det har vore interesse og behov for ei slik oversikt.

Medietilsynets arbeid med å aldersklassifisere kinofilmar og halde tilsyn med at regelverket i bildeprogramlova blir følgt, førte til at befolkninga i større grad kunne gjere informerte val om skadeleg innhald for barn på kino, tv og i audiovisuelle bestillingstenester.

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert som forventa i tråd med målet om å bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val.*

### 3.2.5.2 Ressursbruk

Totalt blei det brukt 9,8 årsverk på aktivitetar som kan knytast opp mot hovudmålet «bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val» i 2020. Årsverka inkluderer arbeid med kritisk medieforståing generelt og barn og medium spesielt, aldersklassifisering av kinofilm og tilsyn (etter bildeprogramlova). Tida som har gått til leiing og «anna» (summen av ei rekke mindre aktivitetar er fordelt likt på alle dei tre hovudmåla. Ressursbruken på desse «fellestiltaka» blei i 2020 fordelt på tre hovudmål, mot fire i 2019, og det er hovudforklaringa på at den totale ressursbruken som kan knytast opp mot hovudmålet «bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val» auka frå 8,9 årsverk i 2019 til 9,8 årsverk i 2020.

### 3.2.5.3 Effekt

Det kan vere krevjande å få tak i informasjon om i kva grad målgrupper har nytte av tiltak som Medietilsynet har sett i verk. Men Medietilsynet inkluderer effektmålingar der det er mogleg, blant anna i samband med digitale kampanjar.

I samband med koronapandemien gjennomførte Medietilsynet i 2020 kampanjen «Stopp. Tenk. Sjekk.» om korleis ein kan avsløre falske nyheiter. Mellom 50 og 60 prosent at dei som blei eksponerte for kampanjen, svarte at dei lærte noko. Dei eldre (55+) sa at dei hadde lært meir enn dei mellom 30 og 50 år. Det er positivt, fordi undersøkingar har vist at dei godt vaksne har lågast kompetanse på dette feltet.

70 prosent av foreldra som har spelt «Stjernekolonien», seier at dei og barna deira har lært noko av spelet.

Medietilsynet har i 2020 evaluert tilsynsarbeidet med aldersmerking av YouTube-kanalane til kringkastarane. Mens få av dei kontrollerte mediehusa hadde merkt innhaldet i tråd med regelverket i 2019, var merkinga markant betre i 2020. Mellom dei to kontrollane hadde Medietilsynet rettleia aktørane, og resultatet kan tyde på at tiltaket gav effekt.

Medietilsynet meiner forslaget til revidering av bildeprogramlova fører til at mediereguleringa blir meir framtidretta.

#### 3.2.5.4 Utdfordringar

Den teknologiske utviklinga gjer at det er blitt enklare å produsere og distribuere falske nyheiter og desinformasjon. I ytste konsekvens kan denne utviklinga påverke demokratiske prosessar, og det er eit samfunnsproblem som må takast på største alvor.

Undersøkingane til Medietilsynet viser at både dei unge og dei eldre er spesielt sårbare, og det er truleg behov for større ressursar og fleire tiltak for å auke den kritiske medieforståinga framover.

På feltet barn og medium er det stort engasjement og mange aktørar, men innsatsen er per i dag for fragmentert, slik Medietilsynet ser det. Medietilsynet er derfor glad for at regjeringa har bestemt seg for å få på plass ein nasjonal strategi for trygg digital oppvekst, som tilsynet skal bidra til å utvikle i 2021.

Fordi medielandskapet er i rask endring, er det ei utfordring å halde regelverket tilstrekkeleg oppdatert. Eit døme er film- og videogramlova, som blant anna regulerer omsetninga av videogram i næring. Videogrammarknaden har endra seg dramatisk frå den gongen lova blei vedtatt. Blant anna er omsetninga av elektroniske videogram nå mykje høgare enn omsetninga av fysiske videogram. Strøymetenestene fører til at elektroniske videogram som blir tilbydde via ulike plattformer, ikkje er likeins regulerte, og distribusjonsnettlet har endra seg vesentleg ettersom dei fleste distributørane nå er etablerte i utlandet. Medietilsynet meiner at denne lova bør reviderast snarleg.

Eit anna døme er aldersklassifisering av kinofilm, som Medietilsynet i dag er lovpålagt å gjere, mens aktørar som sender film og program på andre plattformer, set aldersgrenser sjølve. Medietilsynet meiner at også kinobransjen bør kunne utføre denne oppgåva sjølv med rettleiing og tilsyn frå Medietilsynet. Medietilsynet har derfor foreslått overfor Kulturdepartementet å endre bildeprogramlova, slik at lova på dette punktet blir lik uavhengig av kva plattform filmene blir viste på. Ei slik endring gir dessutan Medietilsynet høve til å flytte ressursar over til andre tiltak som for eksempel kan bidra til å styrke den kritiske medieforståinga til barn og unge.

### 3.3 Vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør

#### 3.3.1 Ein tydelegare og meir synleg posisjon

Eitt av måla til Medietilsynet er å sørge for at styresmakter, samfunnsaktørar og publikum har tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om områda tilsynet jobbar med, til dømes mediebruk, medieregulering, mediemangfald og kritisk medieforståing. For å nå dette målet må Medietilsynet vere utoverretta, sørge for at innsikt blir formidla i relevante kanalar, og sjølv delta aktivt i samfunnsdebatten.

Media er ei av dei viktigaste kjeldene til informasjon i samfunnet, og Medietilsynet jobbar målretta for å nå ut i ulike mediekanalar med innsikt som kan komme befolkninga til gode. Medietilsynet har dei siste åra blitt mykje meir synleg i media: tal på mediasaker om tilsynet auka med 68,4 prosent frå 2016 til 2020. Det er òg verdt å merke seg at Medietilsynets omdømme har betra seg ved at 34 prosent hadde eit godt inntrykk av Medietilsynet i 2020,

mot 28 prosent i 2018. Det viser at fleire får med seg kva Medietilsynet gjer, og at dei meiner tilsynet gjer ein betre jobb nå enn tidlegare.

Statsorgan som Medietilsynet skal veksle mellom begge målformene i skriftlege publikasjonar på nett og papir. 25 prosent av innhaldet skal vere på nynorsk, og alle skjema skal vere tilgjengelege på begge målformer. Medietilsynet hadde 30 prosent nynorsk i 2020, og auka nynorskandelen særleg i sosiale medium.

### 3.3.1.1 Medietilsynet er meir synleg i media

Medietilsynet jobbar kontinuerleg for å gjere oppdatert og relevant kunnskap om blant anna mediebruk, medieregulering, mediemangfald og kritisk medieforståing tilgjengeleg for styresmakter, samfunnsaktørar og publikum.

Både redaktørstyrte medium og sosiale medium er viktige kjelder til informasjon i samfunnet, og derfor også relevante kanalar for kommunikasjonsarbeidet til Medietilsynet. Medietilsynet har sidan 2017 blitt mykje meir synleg, både i redaktørstyrte media, gjennom digitale kampanjar og anna aktivitet i sosiale medium, nyheitsbrev og podkastsendingar.

Talet på mediesaker om Medietilsynet auka med 16 prosent frå 2019 til 2020. Det er høgare enn målet for 2020, som var ein auke på ti prosent. Frå Medietilsynet begynte å jobbe meir aktivt med kommunikasjon og formidling hausten 2017, har talet på mediesaker auka kraftig. Frå 2017 til 2020 auka talet på saker med 49 prosent.

Medietilsynet hadde i underkant av 3300 medieoppslag i 2020, der 98 prosent av sakene enten var positive eller nøytrale. Litt under 73 prosent av sakene blei publiserte på nett, 22 prosent på papir og litt under fem prosent på tv eller radio. Andelen saker på radio eller tv auka med 37 prosent frå 2019 til 2020.

Dei sakene som fekk størst mediemerksemd i 2020, handla om resultat frå undersøkinga *Barn og media 2020*, falske nyheiter, dataspel, mediestøtte, nye reglar om pengespelreklame, radiotilbodet, dei to rapportane om avsendarmangfald, allmennkringkastarrapportane, økonomien til norske medium, deepfakes, *Stjernekolonien*, reduksjon av kompensasjonen til TV 2 og dei nye oppdraga Medietilsynet har fått om utgreiing om NRK og mediemangfald og mediestøtteordningane.

Eit mål på medieomtale er omtale omsett i annonseverdi, og der hadde Medietilsynet ein auke på 25 prosent frå 2019 til 2020. Sidan 2017 har dette talet auka kvart år, og det fortel at Medietilsynet får fleire og større artiklar på trykk, og at det blir publisert fleire artiklar i media med større rekkevidde.

Tabell 13 – mediesaker og medieaktivitet 2018–2020

	2018	2019	2020
Saker i media med eller om Medietilsynet	2816	2823	3285
Tal på pressemeldingar	80	97	123
Besøk i presserommet	851	1192	1868
Tal på kronikkar publiserte i media	12	9	15

Medietilsynet hadde nesten 1900 besøk i presserommet sitt i 2020, mot i underkant av 1200 besøk i 2019 – ein auke på over 50 prosent.

### 3.3.1.2 Større gjennomslag og nye rekordar i sosiale medium og på nettsidene

Dei to føregåande åra har Medietilsynet årleg dobla talet på følgjarar på Facebook. I 2020 blei dette målet nådd enda ein gong, og Medietilsynet har nå over 11 000 følgjarar på Facebook. Facebook er ei plattform med stor rekkevidde i mange målgrupper, og med fleire følgjarar blir innlegg og postar med budskap frå Medietilsynet synlege for fleire. I 2020 nådde postar og innlegg frå Medietilsynet over 3,3 millionar unike brukarar – ei dobling frå 2019. Auken i både følgjarar og rekkevidde kom gjennom strategisk arbeid mot ulike målgrupper via digitale kampanjar gjennom året.

Også Medietilsynets nettsider og kanal på YouTube har sett nye rekordar i 2020. Både YouTube og nettsidene hadde ein auke på over 25 prosent frå 2019. Heile 35 000 gonger er det lasta ned ulike ressursar frå Medietilsynets nettsider, ein auke på 45 prosent frå 2019. Fleire produksjonar i videoformat har gitt langt fleire avspelingar av seminar, arrangement og informasjonsfilmar på YouTube, og nærmare 900 000 besøkte nettsidene til Medietilsynet i 2020. I tillegg har TV 2 Skole Elevkanalen tatt inn videoane med undervisningsopplegget Deepfakes. Desse videoane blei viste over 3000 gonger i 2020.

I tillegg til nettsider og sosiale medium driv Medietilsynet podkasten *Den norske mediepodden*. I 2020 blei det publisert 16 episodar om ulike aktuelle mediespørsmål, og talet på avspelingar blei dobla til nærmare 7000. Medietilsynets nyheitsbrev blir sendt til abonnentar på e-post kvar veke og har informasjon om aktuelle saker. I 2020 auka talet på abonnentar på nyheitsbrevet frå 800 til 1700.

Tabell 14 – aktivitet på sosiale medium og bruk av andre ressursar

	2018	2019	2020
<b>Facebook</b>			
Rekkevidde	200 000	1 500 000	3 300 000
Følgjarar	2 889	4 648	10 251
<b>YouTube</b>			
Avspelingar	17 482	8 900	15 000
<b>Nyheitsbrev</b>			
Abonnentar	658	744	1 700
<b>Podkast</b>			
Avspelingar	(podkast oppretta i 2019)	2 975	6 800
<b>Nettsider</b>			
Sidevisningar	611 886	640 134	836 000
<b>Ressursar (rapportar, brosjyrar, dokument)</b>			
Nedlastingar og utsendingar	41 749	35 456	36 328

### 3.3.1.3 Digital kommunikasjon og kampanjar

Koronapandemien gjorde at langt færre møte og arrangement kunne bli gjennomførte på ein tradisjonell måte i 2020, og Medietilsynet måtte tenke nytt om måtar å formidle innsikt på. Digitale arrangement blei svaret, og på denne måten har Medietilsynet fått spreidd budskapet sin til fleire og fått auka oppslutning om arrangementa.

Medietilsynet hadde ni opne arrangement i 2020, i tillegg til fleire mindre arrangement for arbeidsgrupper og nettverk. Dette er viktig for å nå ut med innsikt og skape arenaer for kunnskapsdeling, debatt, nettverksbygging og samarbeid. Nokre av arrangementa er gjennomførte i samarbeid med andre, til dømes med faktisk.no om deepfakes, og Kripos om presentasjon av resultat frå *Barn og medium 2020* om deling av nakenbilde. Alle opne arrangement i regi av Medietilsynet er blitt strøymde for å nå flest mogleg. Alle direktesendingane blir også gjorde tilgjengelege i etterkant på YouTube-kanalen til Medietilsynet. Til saman har Medietilsynets arrangement blitt sett over 25 000 gonger i 2020. Trass i at 2020 gav få høve for fysiske arrangement og konferansar, heldt Medietilsynet like mange arrangement som året før, og meir enn dobla avspelingane av desse.

I tillegg til arrangement i eigen regi har Medietilsynet deltatt på ei rekke andre konferansar og arrangement i 2020 for å bidra med tal, innsikt og debatt om tema relaterte til tilsynets portefølje.

#### **Oversikt over Medietilsynets arrangement og seminar i 2020:**

- 11. februar – [Medietilsynets Safer Internet Day 2020](#), Oslo
- 25. februar – [Medium: Status for det norske avsendarmangfaldet](#), Oslo
- 26. februar – [Kjeldekritikk i klasserommet – eit seminar for lærarar](#), Oslo
- 11. mars – [Kjeldekritikk i klasserommet – eit seminar for lærarar](#), Tromsø
- 19. mai – [Pressemøte: Barn og medium 2020 om nakenbilde](#), Oslo
- 26. mai – [Ungdoms erfaring med porno på nett – rapportlanseringar](#) (digitalt seminar)
- 6. november – [Digital skoletime: deepfakes](#) (digitalt seminar)
- 18. november – [Dataspelkonferansen 2020](#) (digitalt seminar)
- 27. november – [Korleis har koronapandemien verka inn på medieøkonomien?](#) (digitalt seminar)

#### **Oversikt over eit utval eksterne arrangement der Medietilsynet har deltatt i 2020:**

- 16. januar – Dataspelforedrag på debattmøte i Psykologistudentenes forening, Oslo
- 4. februar – Bergen journalistlag: «[Står NRK i veggen for mediemangfaldet?](#)», Bergen
- 12. februar – [Barneombodets høgnivåmøte for ein tryggare digital kvardag](#), Oslo
- 12. februar – «Nye medievanar i nytt medielandskap – kvifor kritisk medieforståing er avgjerande i 2020», Gjesteforelesing på Oslomet, Oslo
- 25. februar – «Hvordan jobbe med podkast», Kommunikasjonsforeningen i Østfold, Fredrikstad
- 9. mars – [Folkemøte «Skjermsslaver»](#), Litteraturhuset i Fredrikstad
- 16. juni – Kantars [Mediebarn 2020](#), Oslo
- 5. september – [Drammen Kommunale Foreldreutvalg «Barn og medier – hvilket ansvar har vi som foreldre?»](#), Oslo Drammen

- 1. desember – Personvernkommissjonen – medievane til barn og unge, Oslo
- 17. desember – Bufdir region Øst «Medievane til barn og unge», digitalt

Medietilsynet nådde over 1,9 millionar menneske via kampanjar på Facebook i 2020, over dobbelt så mange som i 2019. Den største kampanjen i 2020 var [Stopp. Tenk. Sjekk.](#) Kampanjen starta i 2019, men blei oppdatert og gjennomført på nytt i samband med koronautbrotet. Saman med Landslaget for lokalaviser (LLA), faktisk.no og med støtte frå Facebook lanserte Medietilsynet ein koronatilpassa versjon av kampanjen, der det blei gitt råd om kvar ein kan finne trygg informasjon, og korleis ein kan unngå å spreie falske nyheiter. Denne kampanjen nådde heile 1,5 millionar nordmenn på Facebook i 2020, og inspirerte også Island til å gjennomføre ein liknande kampanje basert på Medietilsynets modell.

Andre større kampanjar Medietilsynet gjennomførte i 2020, var [Nakenbildepraten](#), [Foreldretips om sosiale medier](#), [Snakk om spill](#) (pengebruk i dataspel) og [Stjernekolonien](#).

#### 3.3.1.4 Digitalisering

Medietilsynet fortsette digitaliseringa av saksbehandlingsprosessane gjennom 2020. Prosjektet *Digital kvardag*, der Digitaliseringsdirektoratet har bidratt med finansieringsstøtte, blei avslutta på slutten av året. Gjennom dette prosjektet er alle gamle fagsystem erstatta med nye løysingar i Salesforce, som nå er Medietilsynets saksbehandlingssystem. Alle data er lagde i ein felles database, og Mi side-løysingar er etablerte for mediestøtteordningane, dei fleste konsesjonsrelaterte ordningane og andre ordningar med registrerings- og rapporteringsplikt som Medietilsynet har ansvar for. Tiltaka har både effektivisert Medietilsynets saksbehandling og betra samhandlinga med eksterne aktørar.

Tidleg i 2020 blei *Mediedatabasen* lansert. Det er ei dynamisk og søkbar løysing som gir brukarane høve til å sjå alle medieaktørane innanfor avis, radio og tv og fakta om dei. Løysinga gjer det mogleg å navigere både via kart og namn på eigar eller medium. Dette er den første av fleire planlagde dynamiske løysingar for å presentere Medietilsynets data og innsikt. Medietilsynet har valt *Power BI* som system for å realisere desse løysingane.

Stortinget løyvde 300 millionar kroner til ei kompensasjonsordning for redaktørstyrte medium i samband med koronapandemien. Medietilsynet utvikla ei eiga digital løysing i Salesforce, som medieaktørane nytta for å søke om midlar frå denne potten.

Medietilsynet må fortsette arbeidet med å utvikle digitale løysingar framover, og må jobbe for å frigjere midlar til dette over eige driftsbudsjett.

#### 3.3.1.5 Kompetansetiltak

Trass i innskrenkingane pandemien har ført med seg, har Medietilsynet klart å gjennomføre eit planlagt utviklingsprogram for leiargruppa og teamleiarar i 2020. Når det ikkje har vore mogleg å gjennomføre fysiske samlingar, har dei vore erstatta med digitale møteplassar. Målet med programmet er særleg å utvikle teamleiarane i arbeidet med å styre et team og sørge for ei einsarta teamleing i Medietilsynet.



Det er gjennomført kurs for å auke den generelle IT-kompetansen, og opplæringstiltak i digitale system der fagprosessane blir handterte, og i nytt system for å kunne presentere data på meir dynamiske måtar.

Medietilsynet sette også av kompetansemidlar til kvar avdeling i driftsbudsjettet, slik at kurs og andre kompetansetiltak kan bli prioriterte ut frå ulike behov i kvar avdeling.

### 3.3.2 Betre samhandling med bransjen og andre eksterne aktørar

#### 3.3.2.1 Kontaktmøte med relevante aktørar

Medietilsynet har i 2020 hatt færre kontaktmøte enn normalt med aktørar i mediebransjen, tilsyn og organisasjonar på grunn av koronapandemien. I 2020 blei det i alt gjennomført 13 kontaktmøte, blant anna med Forbrukarrådet, P4 og Bauer Media AS, Nasjonal kommunikasjonsmyndigheit (Nkom), Telenor/Canal Digital, Discovery Norway, Lotteritilsynet, Elev-, lærling- og mobbeombodet i Viken, Konkurransetilsynet, TV 2, NRK, Norsk Tipping og Barnevakten.

I samband med koronapandemien hadde Medietilsynet tett kontakt med bransjeorganisasjonane for å få informasjon om til dømes utviklinga i annonsemarknaden og den økonomiske utviklinga i medieverksemdene.

#### 3.3.2.2 Brukarundersøking

Medietilsynet har i løpet av dei siste åra gjennomført ein god del endringar for å bli ei meir tydeleg, synleg og brukarorientert mediemyndigheit. Samtidig er det jobba med å utvikle og forbetre ulike delar av verksemda. Som eit ledd i dette arbeidet blei det gjennomført ei brukarundersøking i 2020, for å få tilbakemeldingar frå personar som på ulike vis bruker tenestene til Medietilsynet eller samhandlar med oss.

Undersøkinga viste at Medietilsynet har ei brei kontaktflate også med organisasjonar utanfor kjerneområdet sitt, at folk har tillit til tilsynet og opplever at Medietilsynet er blitt meir synleg dei siste tre åra. Dei aller fleste respondentane beskrev Medietilsynet som kompetent, fagleg og ryddig. Heile 84 prosent opplever kontakten som ganske eller svært god, og 93 prosent av respondentane opplever Medietilsynet som ein relevant aktør for verksemda si. Blant dei som ikkje var fornøgde med kontakten med Medietilsynet, var hovudårsaka at dei opplevde saksbehandlingstida som lang. Medietilsynet vil gå nærmare inn i dette for å sjå kva område dette kan gjelde, og kva som kan gjerast for at dei ikkje skal oppleve det slik.

Undersøkinga viste også at Medietilsynet spelar ei særskild viktig rolle overfor myndigheitene og for korleis rammevilkåra og politikken på mediefeltet blir utforma, og for dei redaktørstyrte media og rammevilkåra deira.

Ei slik brukarundersøking viser at Medietilsynet er på god veg når det gjeld å styrke samhandlinga med bransjen, og Medietilsynet blir opplevd som nyttig av brukarane.

### 3.3.2.3 Internasjonalt arbeid

Aktivitetsnivået i det internasjonale arbeidet på medieområdet har halde seg høgt gjennom 2020, sjølv om pandemien har gjort det nødvendig å gjennomføre alle møte og seminar digitalt. Både EPRA, som er eit samarbeidsforum for europeiske mediemyndigheiter, og ERGA, som er ei gruppe for dei uavhengige mediemyndigheitene i EU- og EØS/EFTA-landa, har gjennomført ei rekke digitale møte og seminar.

Mediemangfald og kritisk medieforståing, som er viktige arbeidsområde for Medietilsynet, blir også stadig meir sentrale tema i EU og i det internasjonale samarbeidet.

Mari Velsand er styremedlem i EPRA. Noreg skulle ha vore vertskap for plenumsmøtet i EPRA i mai 2021, men på grunn av pandemien blir det ikkje arrangert noko fysisk møte. Etter planen skal Noreg i staden vere vertskap for plenumsmøtet våren 2023.

På ERGAs plenumsmøte i november vedtok dei nasjonale mediemyndigheitene i EU-landa ein avtale om samarbeid i saker som gjeld audiovisuelle bestillingstenester og videodelingsplattformer. Medietilsynet, saman med mediemyndigheitene på Island og i Liechtenstein, slutta seg til avtalen. Samarbeidet sikrar at reglane blir handheva på tvers av landegrensene og gjer det lettare med sams tilnærming i saker som gjeld fleire land. Avtalen er ein ikkje-bindande samarbeidsavtale (Memorandum of Understanding), og mediemyndigheitene kan derfor velje andre samarbeidsformer i enkeltsaker når det passar betre. Samarbeidet gjeld saker etter EU-direktivet om audiovisuelle medietenester (AMT-direktivet).

I desember 2020 la Europakommisjonen fram to handlingsplanar og framlegg til to regelverk som kan få mykje å seie for blant anna regulering av globale aktørar i EU og EØS. Det gjeld handlingsplanar om demokrati (European Democracy Action Plan) og om økonomiske rammevilkår og omstrukturering på medieområdet (Media and Audiovisual Action Plan). Kommisjonen foreslår reglar som skal gjelde digitale formidlingstenester (Digital Services Act), og ei eiga regulering av svært store plattformer som kan fungere som digitale portvakter (Digital Markets Act). Gjennom ERGA-samarbeidet er Medietilsynet med i diskusjonar om desse tiltaka.

#### **Internasjonale forum og samarbeidsordningar der Medietilsynet deltek:**

- EPRA (European Platform of Regulatory Authorities)
- ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services)
- Europakommisjonens ekspertgruppe om tryggare internett for barn (Safer Internet for Children)
- Europakommisjonens ekspertgruppe om kritisk medieforståing (Media Literacy)
- INSAFE-nettverket (European Network of Awareness Centres promoting safe, responsible use of the Internet and mobile devices to young people)
- Europakommisjonens kontaktkomite etter AMT-direktivet
- Nordisk møte for kringkasting og mediestøtte
- ICC (International Classifiers' Conference)
- PEGIs råd (Pan-European Game Information Council)
- Det utøvande rådet for Det europeiske audiovisuelle observatoriet (Executive Council for the European Audiovisual Observatory)

### 3.3.3 Måloppnåing, effekt og utfordringar

#### 3.3.3.1 Måloppnåing

Arbeidet for å bli meir synleg i samfunnsdebatten har gitt resultat. Medietilsynet hadde ein stor auke i medieomtale (pluss 16 prosent frå 2019) og i aktivitet i sosiale medium (dobling i talet på følgjarar og kor mange brukarar Medietilsynet nådde på Facebook frå 2019). Både YouTube og nettsidene hadde ein auke i talet på besøk på over 25 prosent frå 2019. Fleire produksjonar i videoformat har gitt langt fleire avspelingar av seminar, arrangement og informasjonsfilmar på YouTube, og nærmare 900 000 besøkte nettsidene til Medietilsynet i 2020. Det blei lasta ned ulike ressursar frå nettsidene heile 35 000 gonger, ein auke på 45 prosent frå 2019. Talet på abonnentar på nyheitsbrevet meir enn dobla seg i 2020.

«Den norske mediepodden» etablerte seg i 2020, og det blei produsert 16 episodar med over 6800 avspelingar. Dei mest populære podkastane var «[Media i koronaens tid](#)», «[Ungdom, porno og nakenbilder](#)» og «[Møt toppsjefene i NRK og TV 2](#)».

Trass i innskrenkingane på grunn av koronapandemien arrangerte Medietilsynet ni opne arrangement i 2020, der tre var digitale. Dei fleste av Medietilsynets arrangement er i gjennomsnitt sett over 2300 gonger i sosiale medium, og fleire hundre har følgd dei digitale arrangementa direkte. Alle direktesendingane blei også gjorde tilgjengelege i etterkant på YouTube-kanalen til Medietilsynet, og til saman er arrangementa sett over 25 000 gonger i 2020.

Saman med Landslaget for lokalaviser (LLA), faktisk.no og med støtte frå Facebook lanserte Medietilsynet ein koronatilpassa versjon av kampanjen *Stopp. Tenk. Sjekk.*, som handla om falske nyheiter. Til saman nådde Medietilsynet over 1,9 millionar menneske med kampanjar via Facebook i 2020, over dobbelt så mange som i 2019.

Tidleg i 2020 blei *Mediedatabasen* lansert – ei søkbar løysing der brukarane kan finne informasjon om alle medieaktørane innanfor avis, radio og tv.

Medietilsynet gjennomførte 13 kontaktmøte med aktørar i mediebransjen, tilsyn og organisasjonar trass i koronapandemien, og hadde tett kontakt med bransjeorganisasjonane for å få informasjon om blant anna utviklinga i annonsemarknaden og den økonomiske utviklinga i medieverksemdene under pandemien.

Brukarundersøkinga som blei gjennomført i 2020, viste at Medietilsynet har ei brei kontaktflate også med organisasjonar utanfor kjerneområdet, at folk har tillit til tilsynet og opplever at Medietilsynet er blitt meir synleg dei siste tre åra. Dei aller fleste respondentane beskrev Medietilsynet som kompetent, fagleg og ryddig. 84 prosent opplever kontakten som ganske god eller svært god, og 93 prosent opplever Medietilsynet som en relevant aktør for verksemda si.

Aktivitetsnivået i det internasjonale arbeidet på medieområdet har halde seg høgt gjennom 2020, sjølv om pandemien har gjort det nødvendig å gjennomføre alle møte og seminar digitalt. Mediemangfald og kritisk medieforståing, som er viktige arbeidsområde for Medietilsynet, blir også stadig meir sentrale tema i EU og i det internasjonale samarbeidet.

Digitaliseringsprosjektet *Digital kvardag* blei avslutta, og vi har i stor grad nådd måla for prosjektet. Delar av prosjektet blei forseinka på grunn av utviklinga av ei løysing for å kompensere for bortfall av inntekter på grunn av koronapandemien. Totalt sett har prosjektet ført til at vi har effektivisert drifta og betra samhandlinga med eksterne aktørar.

Kompetanseutviklingstiltak har forbetra arbeidet i team, som igjen skaper betre samhandling og gjer arbeidet meir effektivt.

*Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert over forventning i 2020 og i tråd med målet om å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør.*

### 3.3.3.2 Ressursbruk

Totalt blei det brukt 6,7 årsverk på aktivitetar som kan knytast opp mot hovudmålet om å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør i 2020, mot 4,0 årsverk i 2019. Ressursbruken gjeld i hovudsak arbeid med ekstern kommunikasjon, blant anna pressearbeid, kampanjar, arrangement og dialog med eksterne aktørar, i tillegg til digitaliseringsprosjektet og kompetanseheving. Tida som er registrert på leiing og «anna» (summen av ei rekke mindre aktivitetar), er fordelt likt på alle dei tre hovudmåla.

Auken i ressursbruk frå 2019 knytte opp mot dette hovudmålet, kjem dels av at digitaliseringsprosjektet og kompetanseheving var knytte opp mot eit eige hovudmål i 2019 som vi ikkje har i 2020, slik at denne ressursbruken nå inngår i hovudmålet om å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør. Vidare er ressursbruk på «fellestiltak» fordelt på tre hovudmål i 2020, mot fire i 2019.

### 3.3.3.3 Effekt

Effekten av auka innsats og gjennomslag for Medietilsynet som ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør, er at tilsynet når fleire med kommunikasjon om viktige tema.

Auka målstyring av kva slags innhald som blir retta mot ulike grupper, gjer at budskapen i større grad kan bli tilpassa målgruppa.

I 2020 har Medietilsynet auka nærværet i radio og tv med 37 prosent frå 2019, og dette er positivt for å nå mange. Saker i aviser er også viktig for å nå ut med Medietilsynets budskap, og nær 70 prosent av artiklane Medietilsynet fekk på trykk i 2020, var i lokalaviser. Med så mange saker i lokalavisene er det mogleg å nå breitt ut. Det er i tillegg viktig å vere til stades i dei media som set dagsordenen. Dette har Medietilsynet lykkast med da 30 prosent av sakene som kom på trykk, var publiserte i regionale og riksdekkande aviser.

Eit anna mål på effekten er kva annonseverdi medieomtalen ville hatt om plasseringa var kjøpt. Som omtalt i punkt 3.3.1.1, auka Medietilsynet annonseverdien på medieomtale med 25 prosent frå 2019 til 2020. Denne auken indikerer at Medietilsynet får større artiklar publiserte, i tillegg til at fleire artiklar blir publiserte i medium med større rekkevidde.

Medietilsynet hadde nesten 1900 besøk i presserommet i 2020 mot knappe 1200 i 2019, ein auke på over 50 prosent. Det vitnar om ei auka interesse for saker frå Medietilsynet.

Medietilsynet evaluerer alle arrangementa sine og får jamt over gode tilbakemeldingar. I gjennomsnitt fekk arrangementa i 2020 karakteren 5, der karakteren 6 var den høgaste ein kunne gi. Når alle arrangement blir systematisk evaluerte, er det mogleg å gjere raske endringar når det er nødvendig, og Medietilsynet får også inn idear og innspel om kva folk ønsker å få vite meir om.

Kampanjen *Stopp.Tenk.Sjekk.* hadde som mål at folk skal bli meir bevisste på korleis dei kan avsløre falske nyheiter og unngå å spreie dei vidare. I svarresultata i ein quiz som var del av kampanjen, svarte 57 prosent (nær 39 000 personar) at dei hadde lært noko av å gjennomføre quizen.

Den utstrekte kommunikasjonsaktiviteten har ført til at fleire har fått med seg kva Medietilsynet jobbar med, og det har også styrkt omdømmet til Medietilsynet. 34 prosent hadde eit godt inntrykk av Medietilsynet i 2020, ein auke frå 28 prosent i 2018 og frå 32 prosent i 2019.

Digitaliseringa har betra kvaliteten på Medietilsynets data og effektivisert saksbehandlinga. Vidare er meir informasjon lettare offentleg tilgjengeleg og blir presentert enklare og på meir relevante måtar enn tidlegare. Digitaliseringa har også betra samhandlinga med eksterne aktørar, blant anna gjennom Mi side-løysingane som er etablerte.

Kompetansetiltaka har forbetra gjennomføringsevna for prosjekt og oppdrag, noko som gir utslag i at Medietilsynet har levert fleire rapportar og analysar til høgare kvalitet.

#### 3.3.3.4 Utfordringar

Arbeidet med å sikre at Medietilsynet er ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør, krev ressursar og innsats over tid. Innsikt og kommunikasjon er ferskvare og må kontinuerleg fornyast og oppdaterast for å vere relevant for målgruppene. Det krev god kompetanse, systematisk arbeid og at effekten av tiltak blir målt. Dei siste åra har Medietilsynet effektivisert og profesjonalisert kommunikasjonsarbeidet, men for å auke rekkevidda og effekten ytterlegare er det nødvendig å styrke og vidareutvikle både kompetanse, ressursbruk og verktøy. I 2021 blir blant anna nettsidene fornya.

Medietilsynet hadde stor teknisk gjeld i form av utdaterte fagsystem og skjemaløysingar da tiltak for å bøte på dette blei sette i verk frå 2017. Digitaliseringstiltaka har hjelpt mykje på utfordringane, men det står framleis att arbeid før Medietilsynet er i mål med einsarta og automatiserte løysingar for alle saksbehandlingsprosessar. Digitaliseringsarbeidet held fram i 2021 med tilnærma same innsats som i 2020.

Organiseringa i team har bidratt til ein betre prosjekt- og oppdragsproduksjon, men også her er det framleis behov for å vidareutvikle kompetansen og betre prosessgjennomføringa. Det er også nødvendig å kontinuerleg utvikle den generelle IT-kompetansen hos dei tilsette for å kunne utnytte fullt ut dei ulike IT-verktøya.

## 4 Styring og kontroll i verksemda

Medietilsynet har store og viktige oppgåver på mediefeltet. Tilsynet forvalta i 2020 tilskottsordningar på til saman 544 millionar kroner, kompensasjon til kommersiell allmennkringkasting (TV 2-avtalen) på 135 millionar kroner og tilskott til NRK på 6,2 milliardar kroner. Gode styringssystem og god internkontroll er derfor viktig. Medietilsynet fekk ingen merknader i revisjonsmeldinga frå Riksrevisjonen i 2020.

### 4.1 Tiltak under koronapandemien

Da Noreg Norge stengde ned på grunn av koronapandemien 12. mars 2020, innførte Medietilsynet, som mange andre, heimekontor. Sidan da og gjennom det meste av 2020 har hovudregelen vore at dei tilsette har jobba heimanfrå. Da pandemien braut ut, var Medietilsynet midt i ein ombyggingssituasjon, der det totale kontorarealet blei redusert med ein etasje. Nokre få måtte derfor vere på jobb for at byggearbeida skulle halde fram. I tillegg måtte filmsakkunnige vere til stades for å aldersklassifisere kinofilmar. Alle nødvendige smitteverntiltak blei sette i verk for å ta vare på dei som måtte vere på jobb, som ekstra reinhald og tilstrekkeleg avstand.

Den første tida under nedstenginga blei det gjennomført daglege digitale leiarmøte og avdelingsmøte for å kunne vurdere situasjonen raskt og sørge for god og hyppig informasjon til dei tilsette, både om pandemien og andre saker. Etter kvart som den unormale situasjonen blei meir normalisert, blei møta reduserte til tre gonger i veka. I tillegg har det under pandemien vore halde månadlege ein til ein-samtalar mellom leiaren og medarbeidarane, jamlege møte med dei tillitsvalde og i arbeidsmiljøutvalet og månadlege allmøte – alt digitalt. Da det på hausten var litt meir opning for fysiske samlingar, fekk Medietilsynet gjennomført avdelingsvise møte i samband med strategirevisjon.

Utviklingsprogrammet for leiargruppa og teamleiarane har også halde fram trass i pandemien, med nokre fysiske, men flest digitale samlingar.

Alt i alt vurderer Medietilsynet å ha fått gjennomført oppgåvene sine omtrent som planlagt i 2020, trass i store endringar i arbeidstilhøva. Erfaringa har vist at tilsynet kan vere fullt ut operativt utan å vere til stades i kontorlokala i Fredrikstad. Det er sjølvstøtt utfordrande for arbeidsmiljøet når kollegaene ikkje kan møte kvarandre fysisk, men alle har gjort det beste ut av situasjonen. Digitale løysingar er brukte for å kunne gjennomføre både interne og eksterne arrangement, og det er også mykje positivt å ta med seg vidare frå desse erfaringane.

#### 4.1.1 Utstyr til heimekontor

I mars 2020 tok dei tilsette med pc og anna nødvendig utstyr heim for å kunne jobbe derifrå. Etter kvart blei det behov for meir utstyr for at dei tilsette i større grad skulle kunne ha gode ergonomiske arbeidsplassar heime. Alle tilsette fekk derfor tilbod om ekstra utstyr til heimekontoret (kontorstol, ekstra skjermar etc.).

#### 4.1.2 Større fleksibilitet under pandemien

Etter drøfting med dei tillitsvalde blei kjernetida sett ut av kraft kort tid etter koronautbrotet i mars 2020. Avrekningstidspunktet for opparbeidd fleksitid blei flytta frå desember 2020 til august 2021, og DFØ melde om utvida rett til omsorgsdagar dersom skolar eller barnehagar blei stengde ved lokale utbrot av koronasmitte.

Sjølv om kjernetida blei sett ut av kraft, kunne det vere vanskeleg for nokre av småbarnsforeldra å arbeide heile arbeidsdagar da skolar og barnehagar var stengde. For at dei tilsette ikkje skulle få minustid på slike dagar, oppretta Medietilsynet eit eige prosjektnummer der dei tilsette kunne føre inn den tidea dei ikkje kunne arbeide fulle arbeidsdagar på grunn av tilsyn med små barn.

#### 4.1.3 Trening i arbeidstida

I tillegg til eige treningsrom støttar Medietilsynet dei tilsette med inntil 1800 kroner i året for å delta på organisert trening. Da treningsstudioa stengde, var det viktig å finne alternative treningsløysingar for dei tilsette. Medietilsynet har derfor inngått avtale med eit digitalt treningscenter der dei tilsette kan trene gratis med verknad frå januar 2021.

For informasjon om eksternt retta tiltak i samband med pandemien, sjå punkt 3.1.1.1.

### 4.2 Verksemdsstyring og ressursbruk

#### 4.2.1 Verksemdsstyring

Medietilsynet har ikkje endra organisering eller leiing i 2020. Medietilsynet har halde fram med å forbetre verksemdsstyringa, blant anna med tett oppfølging av verksemdsplan, satsing på teamorganisering og kompetansebygging. Hausten 2020 utvikla og vedtok Medietilsynet ein ny treårig strategiplan for tidsrommet 2021–2023. Trass i innskrenkingar på grunn av koronapandemien blei det gjennomført fleire samlingar, slik at alle tilsette fekk anledning til å delta i arbeidet med strategiplanen.

Med utgangspunkt i strategiplanen og tildelingsbrevet utarbeider Medietilsynet kvart år ein verksemdsplan. I planen blir alle mål operasjonaliserte i delmål og tiltak med tidsfristar og klar ansvarsfordeling både for leiarar og medarbeidarar. Planen blir følgd opp med regelmessig rapportering både i leiarmøte, avdelingsmøte, ein til ein-samtalar og allmøte.

Bemanningsplan og stillingsprofilar skildrar tydeleg alle funksjonane i organisasjonen. Ansvar, roller, oppgåver, leveransar, KPI-ar og kompetansekrav er dokumenterte og blir gjennomgått og om nødvendig justerte i samband med årlege medarbeidersamtalar.

Utviklingsprogrammet for leiargruppa og teamleiarane er vidareført i 2020 med ulike typar samlingar og tema. Det er også gjennomført eit arbeid for å betre prosjekt- og prosesstyringa.

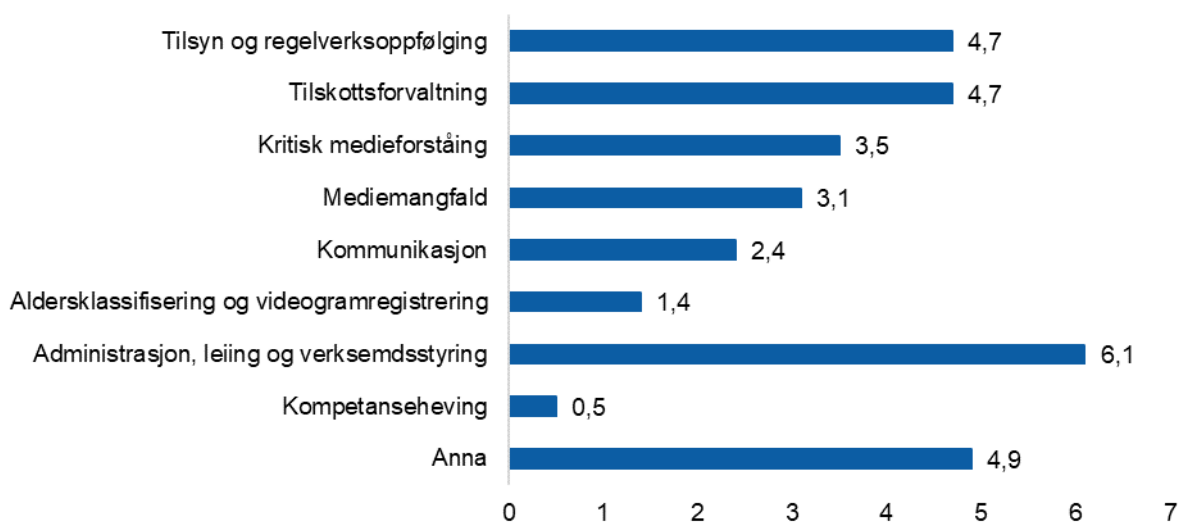
Medietilsynet utarbeider risikovurderingar både med utgangspunkt i mål frå tildelingsbrevet, generelle driftstilhøve og organisatoriske tilhøve. Risikovurderingane blir oppdaterte to gonger i året og er fast tema i styringsdialogen med Kulturdepartementet.

Medietilsynet vurderer dialogen med Kulturdepartementet som open og konstruktiv. Medietilsynet ser strukturen med strategiplan, verksemdsplan, delmål og tiltak og oppfølginga av desse gjennom leiarmøte, avdelingsmøte, ein til ein-samtalar og ikkje minst gjennom risikovurderingane og dialogen om denne med departementet som viktig for å nå måla og resultatkrava.

## 4.2.2 Ressursbruk

Frå april 2019 har Medietilsynet registrert all arbeidstid som blir brukt på prosjekt. Dette gjer det enklare å vite kor mykje ressursar som går til ulike aktivitetar og tiltak, noko som igjen er nyttig både med tanke på planlegging og evaluering. Informasjon om ressursbruk blir blant anna brukt i budsjettering og bemanningsplanlegging.

Figur 2 – ressursfordeling per kategori 2020\*



\*til saman 31,3 årsverk

Årsaka til avviket mot 35 tilsette er alle typar fråvær.

## 4.3 Internkontroll

Medietilsynet fekk oppdatert instruks om økonomi- og verksemdsstyring frå Kulturdepartementet i juni 2020. Denne dannar grunnlaget for verksemdsstyringa i Medietilsynet.

I 2020 har Medietilsynet også revidert internstyringsdokumenta i tråd med årleg plan for dette. Gjennom året er det gjennomført opplæring/informasjonsmøte med etterfølgande quiz for alle tilsette med utgangspunkt i dei sentrale internstyringsdokumenta. Dette er eit tiltak for



å sikre at alle har nødvendig kunnskap om sentrale retningslinjer, rutinar og internkontroll i verksemda.

Gjennom arbeidet med internkontrolldokumenta har Medietilsynet avdekt forbedringsområde når det gjeld tilskottsverksemda. Utbetring av retningslinjer og prosessframstillingar gjer det mogleg å avdekke og handtere styringssvikt, feil og manglar om slikt skulle oppstå.

I 2020 er det arbeidd med førebuingar til endring av fleire av tilskottsordningane. Det er levert utkast til høyringsnotat om endringar i forskrift om produksjonstilskott til Kulturdepartementet, og arbeidet med eit høyringsnotat om endring i forskrift om tilskott til samiske aviser blei starta i 2020. Det blei også utarbeidd eit notat med forslag til endringar når det gjeld råd og utval og tilhøyrande styringsdokument. *Forskrift om tilskott til lokale lyd- og bildemedium* blei endra i 2020 og rettleiinga for søkarane blei oppdatert i tråd med endringane.

Med utgangspunkt i dei kommande endringane blir interne rutinar oppdaterte i 2021.

## 4.4 IA og HMS

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

HMS-arbeidet i Medietilsynet skal bidra til:

- trivsel på arbeidsplassen
- ein open og inkluderande kultur med takhøgde for tydelege tilbakemeldingar
- god fysisk tilrettelegging (arbeidsplassar, fellesområde, møterom osv.)
- førebygging av yrkesrelatert sjukdom/skade – og god oppfølging dersom sjukdom/skade likevel oppstår
- at avtalen om eit inkluderande arbeidsliv (IA-avtalen) blir etterlevd
- å førebygge trakassering og mobbing på arbeidsplassen
- å fremme likestilling og hindre alle former for diskriminering
- at det blir arbeidd systematisk for å realisere inkluderingsdugnaden til regjeringa (5 prosent-målet)
- at det blir utvikla rutinar og arbeidsformer i personalarbeidet med sikte på å nå måla for dugnaden

Medietilsynet er IA-verksemd og arbeider systematisk med helse, miljø og tryggleik for å sikre trygge arbeidsforhold og likebehandling. Gode resultat på HMS-området krev eit sterkt engasjement frå leiarar og godt samarbeid med tillitsvalde, verneombodet og bedriftshelsetenesta. Medietilsynet legg vekt på at arbeidsmiljøet skal fremme god helse og

vere prega av tryggleik, openheit og respekt. Medietilsynet har eit eige arbeidsmiljøutval med representantar frå arbeidsgivaren og arbeidstakarane der også bedriftshelsetenesta deltar.

Arbeidsmiljøutvalet hadde fire møte i 2020 og har nytt godt av nær bistand frå bedriftshelsetenesta i samband med koronapandemien. Blant anna bidrog dei med opplæring i god ergonomi på heimekontor, både i ein digital fellessesjon og i digital ein-til-ein-sesjon for dei som ønskte ekstra tilpassing av arbeidsplassen heime.

Medietilsynet har inngått ein avtale med *&frankly* om ein ny type medarbeidarundersøking, som skal bli sett i verk i løpet av 2021. Denne undersøkinga blir gjennomført som kortare og hyppigare pulsmålingar.

Ombygginga av lokala i Nygata 4 blei ferdigstilt sommaren 2020, og arealet er redusert frå 2240 m<sup>2</sup> til 1423 m<sup>2</sup>. Det er nå eit meir ope areal som gjer samhandling enklare, men her er framleis mange stille- og møterom.

#### 4.4.1 Sjukefråvær

I 2020 var sjukefråværet i Medietilsynet på 5,8 prosent, mot 5,5 prosent i 2019. Hovuddelen av sjukefråværet er langtidssjukefråvær. Korttidssjukefråværet er lågt og utgjorde 1,6 prosent i 2020, mot 2,2 prosent i 2019. Med 35 stillingar utgjer éin person i fråvær 2,7 prosent.

#### 4.4.2 IT-drift

I 2019 blei IT-drifta sett ut til *Intility*, både for å effektivisere drifta og redusere sårbarheit. Risikoen ved drift av eige teknisk miljø er fjerna, og Medietilsynet opererer løpande på oppdatert og sikker programvare. Medietilsynet opplever bistanden frå Intility til utvikling av plattformen og som brukarstøtte for dei tilsette som god.

### 4.5 Tilsette i Medietilsynet

Medietilsynet sysselsette i 2020 totalt 35 personar i gjennomsnitt, 26 kvinner og ni menn. Éi kvinne var tilsett i vikariat, og éi kvinne var tilsett i 60 prosent stilling i delar av året, der redusert stilling var innvilga etter søknad. Leiargruppa består av tre kvinner og éin mann.

Det er liten lønnsforskjell mellom kvinner og menn på same stillingsnivå i verksemda. Gjennomsnittslønna i 2020 var for kvinner 667 000 kroner og for menn 671 000 kroner. Sett bort frå leiarstillingane er gjennomsnittslønna fordelt slik: 613 000 for kvinner og 645 000 for menn.

Medietilsynet hadde ikkje lærling i 2020. Tidlegare har tilsynet hatt lærling i IT-fag, men det er ikkje lenger aktuelt etter at IT-drifta er sett ut til ekstern leverandør. Det kan vere aktuelt å ha ein lærling i kontorlag, men det er vanskeleg for Medietilsynet som lita verksemd å ta ansvar for ein lærling på full tid. Tilsynet starta i 2020 å sonde korleis det er mogleg å samarbeide med andre statlege verksemder, men på grunn av koronapandemien, blei det

ikkje mogleg å prioritere dette. Medietilsynet vil sjå nærmare på korleis verksemda kan møte kravet om lærling.

Tabell 15 – tilsette og likestilling

Ar	Alle stillingar			Leiarstillingar			Lønn*
	Menn	Kvinner	Tal på stillingar	Menn	Kvinner	Tal på stillingar	Kvinner/menn
2018	17	21	38	1	3	4	649/621
2019	12	23	35	1	3	4	645/634
2020	11	26	37	1	3	4	667/671

\*gjennomsnittslønn (i 1 000 kroner)

## 4.6 Arbeid for likestilling og mot diskriminering

I tildelingsbrevet for 2020 er det, som eit ledd i fellesføringane til statlege verksemdar, angitt at Medietilsynet skal jobbe aktivt, målretta og planmessig for å fremme likestilling og hindre diskriminering. Tilsynet skal dokumentere dette arbeidet. Denne føresegna er forankra i endringa i aktivitets- og utgreiingsplikta etter likestillings- og diskrimineringslova.

Arbeidet med likestilling er for Medietilsynet som styringsorgan og tenesteytar ein integrert del av verksemdsstyringa. Oppfølging og rapportering er ein integrert del av Medietilsynets etablerte system for intern styring og kontroll.

I tråd med tildelingsbrevet for 2020 starta Medietilsynet i 2020 det systematiske likestillingsarbeidet i samsvar med § 26 i likestillings- og diskrimineringslova. På grunn av koronapandemien blei dette arbeidet dessverre noko forseinka.

Medietilsynet har aktivitets- og utgreiingsplikt, både i rolla som arbeidsgivar og som offentlig styringsorgan og tenesteytar. Tilsynet har derfor kartlagt eige likestillingsarbeid. Kartlegginga er gjennomført etter «firestegsmodellen» og i samarbeid med representantar frå dei tilsette.

Kartlegginga viste at Medietilsynet i stor grad har inkludert og operasjonalisert krava til systematisk likestillingsarbeid i verksemda. I rolla som arbeidsgivar er likestillingsarbeidet ein inkludert del av verksemdsstyringa, operasjonalisert frå konkrete mål til konkrete føringar i etablerte prosedyrar og rutinar. Dette gjeld på områda rekruttering, lønns- og arbeidsvilkår, forfremming og utviklingsmåtar, tilrettelegging og trakassering.

Kartlegginga avdekte også enkelte område der det er behov for forbetringar, for eksempel når det gjeld å sikre ei balansert kjønnsfordeling og legge til rette for menneske med nedsett funksjonsevne. Medietilsynet har ei omvendt skeivfordeling av menn og kvinner, med 76 prosent kvinner.

Når det gjeld rolla som offentlig styringsorgan og tenesteytar har Medietilsynet kartlagt arbeidet med likestilling knytt til oppgåvene tildeling av mediestøtte, tilsyn og innsikt/analyse.

Kartlegginga viste at Medietilsynets arbeid med likestilling og ikkje-diskriminering er ein integrert del av arbeidet med fleire av tilskottsordningane, ved at innvandrarar og språklege

minoritetsgrupper er prioriterte. Dette er også i tråd med føringane i tildelingsbrevet om å sikre kulturelt mangfald.

I tilsynsarbeidet følger Medietilsynet opp i kva grad kringkastarane styrker arbeidet sitt med å legge til rette for menneske med nedsett funksjonsevne.

I tillegg har Medietilsynet gitt tilskott til minoritetsgrupper som blant anna støttar opp om samar og samisk kultur.

Kjønnsforskjellar i mediebruk, medierepresentasjon og mediekompetanse, både i befolkninga generelt og hos barn og unge spesielt, er område Medietilsynet undersøker og rapporterer om årleg. I framtida er det planlagt å sjå på metodeutvikling som i større grad kan fange opp andre minoritetsgrupper i analysane.

*Tabell 16 – risikokartlegging og tiltaksversikt i samband med arbeid for likestilling og mot diskriminering*

Område	Bakgrunn for tiltak	Tiltak
Rekruttering	Kjønnsfordelinga i Medietilsynet er 76 prosent kvinner og 26 prosent menn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Den ansvarlege for rekrutteringsprosessar skal få opplæring i rekruttering – spesielt med sikte på å sikre kjønnsfordeling og førebygge diskriminering.</li> <li>• Ei oversikt over kjønnsfordelinga må til kvar tid ligge føre og vere kjend.</li> <li>• Før rekrutteringsprosessen skal ein sjå på kjønnsfordelinga i verksemda.</li> <li>• Eit kjønnsnøytralt språk skal nyttast i utlysingstekstane.</li> </ul>
Rekruttering	Det er frykt for at kandidatane ikkje har tilstrekkelege norskkunnskapar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stillingsannonsane oppfordrar kandidatar uavhengig av etnisk bakgrunn til å søke stillinga.</li> <li>• Den ansvarlege for rekrutteringsprosessar får opplæring i rekruttering – spesielt med sikte på å sikre kjønnsfordeling og førebygge diskriminering.</li> <li>• I rekrutteringsprosessen deltar følgande: tilsettande leiar, tilsettere representant i samband med intervju, tilsettingsrådet som består av direktør, avdelingsdirektør for fellestenester og tilsettingsrepresentant for rådet. I tillegg til å sikre medverknad er dette også med på å sikre likestilling.</li> </ul>
Forfremming og utviklingsmoglegheiter	Kjønnsfordelinga i Medietilsynet er 76 prosent kvinner og 26 prosent menn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Det er mogleg å utvikle seg og bli forfremma i organisasjonen, gjennom å stige i stillingskode og ved å få teamlederansvar.</li> <li>• Alle medarbeidarar har kvar månad éin til éin-samtalar med nærmaste leiar, der utviklingsmoglegheiter jamleg er tema.</li> <li>• Kompetanseutvikling for den enkelte medarbeidaren blir tatt opp i årlege medarbeidarsamtalar.</li> <li>• Ny medarbeidarundersøking. Frå april 2021 vil undersøkinga bli gjennomført kvar månad. Spørsmål om forfremming og høve til å utvikle seg vil vere ein del av undersøkinga.</li> </ul>

## 4.7 Fellesføringar for 2020

Regjeringa har som fellesføring for 2020 at statlege verksemder skal realisere inkluderingsdugnaden til regjeringa og utvikle rutinar og arbeidsformer i personalarbeidet med sikte på å nå måla for dugnaden.

### 1. Mål

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

### 2. Resultat

Sidan oppstarten av inkluderingsdugnaden 1. juli 2018 og ut 2020 har Medietilsynet hatt sju nyttilsettingar. Ingen av dei nyttilsette har hol i cv-en eller nedsett funksjonsevne.

### 3. Tiltak

Målet om at Medietilsynet skal bidra i inkluderingsdugnaden, er tatt inn i retningslinjene for HMS-arbeidet, og status for arbeidet blir jamleg rapportert til leiargruppa.

Det er utforma ein standardtekst som blir nytta i alle utlysingstekstar. Teksten informerer om at Medietilsynet skal bidra i inkluderingsdugnaden, og at kandidatar med nedsett funksjonsevne og hol i cv-en blir oppfordra til å søke (gitt at dei fyller kvalifikasjonskrava til stillinga).

Det er lagt inn som rutine å informere rekrutteringsbyrå, i rekrutteringsprosessar der slike byrå blir nytta, om at Medietilsynet ønsker å vurdere kandidatar med nedsett funksjonsevne og hol i cv-en.

### 4. utfordringar

Medietilsynet har vore gjennom ein større omstillingsprosess med ei omfattande nedbemanning frå 2018–2020. Gjennom prosessen blei det kartlagt at tilsynet mangla kompetanse på fleire viktige område, og i rekrutteringar er det avgjerande å få inn rett og framtidiretta kompetanse. Medietilsynet er derfor avhengig av at eventuelle kandidatar med nedsett funksjonsevne eller hol i cv-en fyller kvalifikasjonskrava til stillinga.

Medietilsynet er ein liten organisasjon. Av erfaring er det lita utskifting, og Medietilsynet meiner det er vanskeleg for ei kompetanseverksemd på denne størrelsen å nå 5 prosent-målet i eit kort perspektiv. Vidare er erfaringa at Medietilsynets plassering i Fredrikstad er ei utfordring generelt for rekrutteringa.

Medietilsynet vil likevel gjere sitt beste for å bidra i inkluderingsdugnaden.

## 4.8 Kulturelt mangfald

Ein viktig del av Medietilsynets samfunnsoppdrag er å bidra til mediemangfald. Ein føresetnad er å ha kunnskap om status og utvikling på feltet. Tilsynet er derfor i gang med å utvikle ein ny mediemangfaldsrekneskap, som skal dokumentere status og utvikling for det norske mediemangfaldet, både i eit avsender-, innhalds- og bruksperspektiv.

Vidare er Medietilsynet opptatt av å fremme mangfald innanfor dei rammene som er lagde for dei ulike mediestøtteordningane tilsynet forvaltar.

For innovasjons- og utviklingstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium blei det i utlysinga for 2020 prioritert søknader som retta seg mot innvandrarak og språklege minoritetar, i tillegg til prosjekt retta mot tenester for personar med funksjonsnedsettingar. Kriteria for tildelingane blei kommuniserte på Medietilsynets nettsider og i pressemeldingar.

Medietilsynet forvaltar også tilskott til lokale lyd- og bildemedium. Éin av tildelingskategoriane i denne ordninga er driftstilskott til lokalradioar for etniske og språklege minoritetsgrupper. Dette er eit tiltak som bidrar til å sikre mangfaldet i lokalradiomarknaden. I 2020 blei det tildelt 515 000 kroner til desse formåla. Ordninga er lyst ut for 2021, og kriteria for tildelingane er kommuniserte på Medietilsynets nettsider og i pressemeldingar.

Medietilsynet forvaltar også tilskott til samiske aviser. I 2020 blei det tildelt om lag 34 millionar kroner etter denne tilskottsordninga. Ordninga har som formål å legge til rette for demokratisk debatt, meiningsdanning og språkutvikling i det samiske samfunnet.

Som eit ledd i å ta vare på eit mangfald av aviser i Finnmark deler Medietilsynet ut distribusjonstilskott til aviser i dette geografiske området. Støtta blir gitt basert på tal på distribuerte eksemplar.

Dei ulike støtteordningane skal på ulikt vis bidra til å sikre eit mangfald av tilbod, aktørar og verksemdar i mediebransjen. Fleire av støtteordningane har egne fagutval, som gir bistand til Medietilsynet i forvaltninga av ordningane. Medietilsynet legg vinn på å ha ein mangfaldig representasjon i dei råda og utvala som tilsynet peiker ut.

Medietilsynet driv eit omfattande innsikts- og analysearbeid på mediefeltet. I 2019 blei det for første gong gjennomført ei omfattande befolkningsundersøking om kritisk medieforståing. Undersøkinga avdekte at nokre grupper i befolkninga har større utfordringar på dette området enn andre. For å sikre likestilling og mangfald når det gjeld å orientere seg i mediekvardagen, har Medietilsynet i 2020 utvikla verktøy spesielt for dei unge, og det er sett i gang eit arbeid for å lage ein eigen ressurs for dei eldre. Verktøya blir spreidde blant anna gjennom utdanningsinstitusjonar og interesseorganisasjonar.

Medietilsynet er også opptatt av mangfaldsperspektivet i samansetning av brukarpanel, referansegrupper etc.

## 4.9 Samfunnstryggleik og beredskap

Medietilsynet gjennomfører jamleg risiko- og sårbarheitsanalysar på området samfunnstryggleik og beredskap og går årleg gjennom beredskapsplan og risikoanalyse.

Informasjonstryggleik blir stadig viktigare for å hindre at data går tapt eller kjem på avvegar. I 2019 tenesteutsette Medietilsynet IT-drifta til ein ekstern leverandør, noko som har betra tryggleiken vesentleg. Medietilsynet har i 2020 etablert internkontrolldokument for IT-bruk og IT-tryggleik.

Medietilsynet gjennomfører jamleg brannøvingar, brannrutinane er oppdaterte og sikrar at dei tilsette og andre som er i lokala, blir evakuerte når alarmen går.

Frå tidlegare er det sørgd for at inngangspartia er sikra med tilgangskontroll og utstyrte med kameraovervaking.

Medietilsynet oppdaterer løpande dokumentasjonen slik at tilsynet opererer i tråd med krava i personvernforordninga (GDPR).

## 4.10 Klima og miljøtiltak

I løpet av 2020 har Medietilsynet redusert husleigearealet frå 2240 m<sup>2</sup> til 1432 m<sup>2</sup>. Dette gir verksemda eit betydeleg lågare klimaavtrykk. Samtidig som areala er reduserte, er resten av lokala pussa opp og modernisert. Belysninga i lokala er nå basert på LED-teknologi, som bruker vesentleg mindre energi. Talet på skrivarar er redusert frå to til éin. Talet på kjøkken er redusert frå to til eitt, og vass- og energiforbruket er dermed også lågare.

Som følge av koronapandemien har det vore omfattande bruk av heimekontor i 2020, og dei nye lokala er ikkje tatt i bruk fullt ut. Det er derfor ikkje relevant med direkte samanlikningar av måleparameter frå 2019.

## 4.11 Revisjon og rekneskap

Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet og er fullservicekunde hos Direktoratet for økonomistyring (DFØ). Medietilsynet opplever at den løpande resultats- og rekneskapsinformasjonen er relevant, og at arbeidet som blir utført av DFØ og eigen organisasjon, er påliteleg.

Riksrevisjonen kontrollerer rekneskapen og disposisjonane gjennom året. Medietilsynet opplever samarbeidet med Riksrevisjonen som positivt og lærande for organisasjonen. Det har ikkje vore merknader frå Riksrevisjonen i 2020.

## 5 Vurdering av framtidsutsikter

Når dette blir skrive, er kvardagen til nordmenn framleis prega av koronapandemien. Pandemien har verkeleg vist kor viktige dei redaktørstyrte media er – både som informasjonskjelder, kritiske vaktbikkjer og debattarenaer. Det støttar opp under kor viktig det er å ta vare på det mediemangfaldet vi er så heldige å ha i Noreg.

Medietilsynet skal bidra til å oppfylle statens mediepolitiske mål, der det å fremme yringsfridom og demokrati ved å legge til rette for ein open og opplyst samtale står sentralt. Som forvaltningsorgan på mediefeltet skal Medietilsynet sørge for nødvendige fakta om utviklinga på ulike område, som grunnlag for både diskusjon og utforming av mediepolitikken. Vidare forvaltar Medietilsynet mediepolitiske verkemiddel, som for eksempel ulike mediestøtteordningar.

### **Store utgreiingsoppdrag**

I 2021 går Medietilsynet inn i ein ny treårig strategiperiode med tre viktige mål: å fremme mediemangfald, bidra til kritisk medieforståing og sørge for at Medietilsynet er ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør.

Medietilsynet ønsker å vere ein sentral kunnskapsleverandør. I 2021 skal vi gjennomføre fleire store og viktige utgreiingar for å skaffe til vegar fakta og innsikt som skal inngå i grunnlaget for Stortingets behandling av fireårige styringssignalar for NRK og den direkte mediestøtta. Medietilsynet skal gjennomgå dei ulike mediestøtteordningane og vurdere om samansetninga er treffsikker sett i lys av dei mediepolitiske måla, og om det er behov for nye tilskottsordningar. Vidare skal vi utarbeide ein rapport om korleis NRKs tilbod bidrar til mediemangfaldet og sjå på eventuelle konkurransemessige verknader av eit utval NRK-tenester.

Avtalen TV 2 har med staten om kommersiell allmennkringkasting, gjeld for perioden 2019–2023. Medietilsynet har i 2021 fått i oppdrag frå Kulturdepartementet å vurdere i kva grad avtalen er eigna til å ta hand om måla Stortinget har for kommersiell allmennkringkasting. Medietilsynet skal vidare vurdere om det er behov for å justere innretninga av ein eventuell ny avtale.

Medietilsynet skal også bidra med regelverksutvikling på fleire sentrale område overfor Kulturdepartementet. Blant anna er kringkastingsregelverket under revisjon for å implementere endringar i EU-direktivet om audiovisuelle medietenester (AMT-direktivet).

Globale aktørar står bak store plattformer som er blitt viktige også for mediebruken til nordmenn, men denne utviklinga skaper også utfordringar. Det gjeld både for norsk mediebransje som møter skarp konkurranse om annonsekroner og tidsbruken til folk, og for mediebrukarane som må orientere seg i eit stadig meir komplekst medielandskap.

I fleire samanhengar går det føre seg viktige diskusjonar om EUs digitale strategi og mogleg regulering av digitale plattformer. Her er det viktig at Medietilsynet deltar aktivt, blant anna gjennom samarbeid med andre europeiske mediemyndigheiter.



## Nye oppgåver

Medietilsynet får fleire nye og spennande oppgåver frå 2021. Etter ei endring i kringkastingslova, har tilsynet nå fått høve til å stanse reklame frå utanlandske pengespelselskap som er retta mot norske tv-sjåarar. Vidare har Medietilsynet fått i oppdrag å leie arbeidet med å utvikle ein nasjonal strategi for trygg digital oppvekst. Dette er viktig for å bidra til at barn og unge både får ein aktiv og sikker digital kvardag. Ein betre koordinert innsats kan forhåpentleg bidra til å få enda meir ut av den offentlege innsatsen på dette feltet.

I ei tid med rask endringstakt er det avgjerande med tilstrekkeleg fakta og innsikt, og at dette blir gjort tilgjengeleg. Medietilsynet har dei siste åra arbeidd med å effektivisere verksemda for å kunne frigjere meir ressursar til utgreiings-, analyse- og kommunikasjonsarbeid. Mediemandfaldsrekneskapen er etablert, der ulike delrapportar gir innsikt i status og utvikling for dei ulike aspekta ved mediemandfaldet. I 2021 skal vi for andre gong gjennomføre ei stor befolkningsundersøking om kritisk medieforståing, og annakvart år blir den store barn- og medium-undersøkinga gjennomført. Medietilsynet jobbar også kontinuerleg med å gjere data og innsikt tilgjengeleg på ulike måtar. Digitale løysingar gir nye moglegheiter, og under koronapandemien har vi gjennomført ei rekke digitale arrangement. På denne måten har Medietilsynet nådd ut til og engasjert fleire enn tidlegare. Erfaringane med nye format og kommunikasjonsformer blir viktige å ta med seg vidare – også etter at pandemien er over.

Medietilsynet held fram med å digitalisere tenester og tilbod og skal i løpet av 2021 ha alle fagprosessane over i eitt felles system. Dette bidrar både til å effektivisere interne arbeidsprosessar og til at det blir enklare for eksterne aktørar å samhandle med oss. «Nye» nettsider skal også gjere informasjonen frå Medietilsynet tilgjengeleg på ein enda betre måte.

## Kva påverkar evna til å løyse samfunnsoppdraget?

Evna Medietilsynets har til å løyse samfunnsoppdraget på ein framtidsretta måte er avhengig av at vi til kvar tid har god innsikt i utfordringane, statusen og utviklinga på ansvarsområda våre. Det er vidare sentralt at verkemiddel og tiltak er relevante for å handtere utfordringane vi står overfor. Det krev god kompetanse, tett dialog med bransjeaktørar og andre relevante samarbeidspartnarar – og riktig prioritering av ressursar og innsats. Her er det lagt eit godt grunnlag gjennom den omstillinga Medietilsynet har vore gjennom dei siste åra, og utviklingsarbeidet held fram.

## 6 Årsrekneskap

Årsrekneskapen til Medietilsynet omfattar driftsutgifter og inntekter, utbetalt mediestøtte og avgifter som tilsynet krev inn for arbeidet med film og video. Årsrekneskapen viser korleis midlane er disponerte i 2020.

### 6.1 Kommenterar til årsrekneskapen frå leiinga

#### Formål

Medietilsynet er underlagt Kulturdepartementet og er forvaltnings- og tilsynsorgan for staten på mediefeltet. Tilsynet skal bidra til å oppfylle måla regjeringa har om å sikre ytringsfridom, rettsvern og eit levande demokrati. Dette gjer Medietilsynet blant anna gjennom å forvalte mediepolitiske verkemiddel, kontrollere at dei ulike lovene på mediefeltet blir følgde, utføre innsikts- og analysearbeid og gjennom å gi rettleiing og informasjon til mediebransjen og befolkninga.

#### Stadfesting

Årsrekneskapen for 2020 er lagd fram etter *Bestemmelser om økonomistyring i staten*, rundskriv R-115 frå Finansdepartementet og krav frå overordna departement.

Årsrekneskapen gir eit dekkande bilde av dei disponible løyvingane til verksemda og av rekneskapsførte utgifter, inntekter, eigedelar og gjeld.

#### Vesentlege forhold

Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet.

Den samla tildelinga i 2020 var på 52 720 000 kroner. I tillegg blei løyvinga auka med 1 600 000 kroner for å dekke dei auka driftsutgiftene i samband med koronapandemien – primært knytte til kompensasjonsordninga for redaktørstyrte medium. Endringar i kringkastingslova gav Medietilsynet frå 2021 heimel til å gi pålegg om å hindre tilgang til ulovleg marknadsføring av pengespel som blir formidla på fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstenester, eller gjere denne tilgangen vanskeleg. For å kunne førebu seg på denne oppgåva fekk Medietilsynet auka løyvinga med 780 000 kroner. 138 000 kroner var midlar til kompensasjon av lønnsoppgjeret i 2020. Den totale ramma blei derfor på 55 238 000. Tilsynet disponerte lønnsrefusjonar på til saman 1 392 823 kroner. Resultatet for 2020 blei eit mindreforbruk på 303 765 kroner.

Lønn og sosiale utgifter utgjorde 29 504 817 kroner i 2020 mot 33 471 776 kroner i 2019, jf. note 2 i artskontorekneskapen. Lønnsdelen av driftsutgiftene var på 54 prosent mot 62 prosent i 2019.

Samla tildeling til eksternt finansierte prosjekt var på 2 427 000 kroner i 2020 medrekna EU-prosjektet Norwegian Safer Internet Centre (NSIC), som er delfinansiert med midlar frå EU-programmet Connecting Europe Facility (CEF).

Medietilsynet utbetalte 544 072 934 kroner i tilskottsmidlar i 2020. Tilskottsordningane er produksjonstilskott, innovasjonstilskott, tilskott til samiske aviser, distribusjonstilskott til

avisene i Finnmark, tilskott til bruksretta medieforskning og tilskott til lokale lyd- og bildemedium.

I samband med koronapandemien blei det oppretta ei mellombels kompensasjonsordning for redaktørstyrte medium med støtte på 86 514 809 kroner.

TV 2 fekk 135 000 000 kroner frå ordninga kompensasjon til allmennkringkasting. Nytt i 2020 var midlane til Norsk Rikskringkasting (NRK) på 6 212 924 760 kroner.

Medietilsynet eig saman med Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og Landslaget for lokalaviser (LLA) Norsk Opplagskontroll AS. Aksjane er registrerte med ein post i kapitalrekneskapen til staten og går fram av note 8 i artskontorekneskapen. Medietilsynet har starta ein prosess for å tre ut av eigarposisjonen i Norsk Opplagskontroll, og selskapet blir avvikla i løpet av våren 2021.

### **Tilleggsopplysningar**

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

Fredrikstad, 15. mars 2021



Mari Velsand  
direktør

## 6.2 Prinsippnote til årsrekneskapen

Årsrekneskap for statlege verksemder er utarbeidd og lagd fram etter nærmare retningslinjer i *Bestemmelser om økonomistyring i staten* (føresegnene). Årsrekneskapen er i samsvar med krav i føresegnene punkt 3.4.1, nærmare føresegner i Finansdepartementets rundskriv R-115 av desember 2019 og eventuelle tilleggskrav fastsette av overordna departement.

Oppstillinga av løyvingsrapportering og artskontorrapportering er utarbeidd med utgangspunkt i føresegnene punkt 3.4.2 – dei grunnleggande prinsippa for årsrekneskapen:

- a) Rekneskapen følger kalenderåret.
- b) Rekneskapen inneheld alle rapporterte utgifter og inntekter for rekneskapsåret.
- c) Rekneskapen er utarbeidd i tråd med kontantprinsippet.
- d) Utgifter og inntekter er førte i rekneskapen med brutto beløp.

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

Verksemda er knytt til statens konsernkontoordning i Noregs Bank i samsvar med krav i føresegnene pkt. 3.7.1. Bruttobudsjetterte verksemder får ikkje tilført likviditet gjennom året, men har rett til trekk på konsernkontoen. Ved årets slutt blir saldoen nullstilt på den enkelte oppgjerskontoen ved overgangen til nytt år.

### Løyvingsrapportering

Oppstillinga av løyvingsrapporteringa omfattar ein øvre del med løyvingsrapporteringa og ein nedre del som viser beholdningar verksemda står oppført med i kapitalrekneskapen. Løyvingsrapporteringa viser rekneskapstal som verksemda har rapportert til statsrekneskapen. Det blir stilt opp etter dei kapitla og postane i løyvingsrekneskapen verksemda har fullmakt til å disponere. Kolonnen samla tildeling viser kva verksemda har fått stilt til disposisjon i tildelingsbrev for kvar statskonto (kapittel/post). Oppstillinga viser i tillegg alle finansielle egedelar og forpliktingar verksemda står oppført med i statens kapitalrekneskap.

### Artskontorrapporteringa

Oppstillinga av artskontorrapporteringa har ein øvre del som viser kva som er rapportert til statsrekneskapen etter standard kontoplan for statlege verksemder, og ein nedre del som viser egedelar og gjeld som inngår i mellomværet med statskassa. Artskontorrapporteringa viser rekneskapstal verksemda har rapportert til statsrekneskapen etter standard kontoplan for statlege verksemder. Verksemda har ein trekkrett på konsernkonto i Noregs Bank. Tildelingane er ikkje inntektsførte og derfor ikkje viste som inntekt i oppstillinga.

Rekneskapstal i løyvings- og artskontorrapportering med notar viser rekneskapstal rapportert til statsrekneskapen. I tillegg viser noten til artskontorrapporteringa «Samanheng mellom avrekning med statskassa og mellomværet med statskassa» bokførte tal frå

kontospesifikasjonen til verksemda i kolonnen «Spesifisering av bokført avrekning med statskassa». Noten viser forskjellen mellom beløp verksemda har bokført på egedels- og gjeldskontoar i kontospesifikasjonen til verksemda (under dette saldo på kunde- og leverandørreskontro), og beløp verksemda har rapportert som fordringar og gjeld til statsrekneskapen, og som inngår i mellomværet med statskassa.

Verksemda har innretta bokføringa slik at ho følger krava i føresegnene om økonomistyring i staten. Dette inneber at alle opplysningar om transaksjonar og andre rekneskapsmessige disposisjonar som er nødvendige for å utarbeide pliktig rekneskapsrapportering, jf. føresegnene punkt 3.3.2, og spesifisering av pliktig rekneskapsrapportering, jf. føresegnene punkt 4.4.3, er bokførte. Føresegnene krev blant anna utarbeiding av kundespesifisering og leverandørspesifisering. Dette fører til at sals- og kjøpstransaksjonar blir bokførte i kontospesifikasjonen på eit tidlegare tidspunkt enn det blir rapportert til statsrekneskapen, og inneber kundefordringar og leverandørgjeld i kontospesifikasjonen.

## 6.3 Årsrekneskap 2020

### Oppstilling av løyvingrapportering for 2020

Utgiftskapittel	Kapittelnamn	Post	Samla løyving*	Rekneskap 2020	Meirutgift (-) og mindreutgift
0335	Driftsutgifter	01	55 238 000	54 934 235	303 765
0335	Spesielle kjøp	21	2 427 000	1 968 229	458 771
0335	Kompensasjon til kommersiell allmennkringkasting	70	135 000 000	135 000 000	0
0335	Diverse tilskott, spesifisert av prosjektnummer	71	518 630 000	512 619 605	6 010 395
0335	Medieforskning	73	12 095 000	12 071 661	23 339
0335	Tilskott til lokale lyd- og bildemedium	74	30 675 000	19 381 669	11 293 331
0335	Norsk rikskringkasting AS – NRK	79	6 212 925 000	6 212 924 760	240
1633	Nettoordning for mva. i staten	01	0	5 301 189	
Sum utgiftsført			6 966 990 000	6 954 201 347	
Inntektskapittel	Kapittelnamn	Post	Samla løyving*	Rekneskap 2020	Meirinntekt og mindreinntekt (-)
3335	Inntekter ved oppdrag	02	2 254 000	2 147 719	-106 281
3335	Gebyrinntekter	70	1 400 000	333 321	-1 066 679
5568	Sektoravgift – førehandskontroll av kinofilm	74	5 500 000	3 802 583	-1 697 417
5568	Sektoravgift – videogram	75	4 000 000	1 567 434	-2 432 566
5309	Tilfeldige inntekter	29	0	43 200	
5700	Arbeidsgivaravgift	72	0	3 645 147	
Sum inntektsført			13 154 000	11 539 404	
Netto rapportert til løyvingrekneskapen				6 942 661 943	
Kapitalkontoar					
60063901	Noregs Bank KK / innbetalingar			17 090 852	
60063902	Noregs Bank KK/ utbetalingar			-6 961 457 854	
703808	Endring i mellomvære med statskassa			1 705 060	
Sum rapportert				0	

\* Sjå note A for nærmare forklaring.

Behaldningar rapporterte til kapitalrekneskapen (31.12.2020)				
		2020	2019	Endring
xxxxx	Opplagskontrollen	34 000	34 000	0
703808	Mellomvære med statskassa	-1 032 243	-2 737 303	1 705 060

Note A: Forklaring av samla tildeling utgifter

Kapittel og post	Overført frå i fjor	Årets tildelingar	Samla tildeling
33 501	0	55 238 000	55 238 000
33 521	7 000	2 420 000	2 427 000
33 570	0	135 000 000	135 000 000
33 571	0	518 630 000	518 630 000
33 573	0	12 095 000	12 095 000
33 574	10 165 000	20 400 000	30 565 000
33 579	0	6 212 925 000	6 212 925 000

Note B: Forklaring til brukte fullmakter og berekning av mogleg sum som kan overførast til neste år

Kapittel og post	Stikkord	Meir-/mindreutgift	Utgiftsført av andre jamført med gitte belastningsfullmakter	Meir-/mindreutgift etter gitte belastningsfullmakter	Meir-/mindreinntekter jamført med meirinntektsfullmakt	Omdisponering frå post 01 til 45 eller til post 01/21 frå neste års løyving	Fullmakt til å overskride løyving med overtid, reisetid og timelønn for nov. 20*	Innsparingar	Sum grunnlag for overføring	Maks beløp som kan overførast*	Mogleg beløp som kan overførast, berekna av verksemda
33 501	kan overførast	303 765		303 765					303 765		303 765
33 521	kan overførast	52 493		52 493					52 493		52 493
33 574	kan overførast	11 293 331		11 293 331					11 293 331		11 293 331

Forklaring til bruk av budsjettfullmakter

Beløp på kapittel/post 033501 er mindreutgift og kan overførast til 2021

Beløp på kapittel/post 033521 er mindreutgift og kan overførast til 2021

Beløp på kapittel/post 033574 gjeld ubrukt tilskott til lokale lyd- og bildemedium og kan overførast til 2021



## Artskontorrapportering 2020

	Note	2020	2019
Driftsinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen			
Innbetalinger frå gebyr	1	333 321	645 340
Innbetalinger frå tilskott og overføringar	1	2 147 719	2 017 640
Sum innbetalinger frå drift		2 481 040	2 662 980
Driftsutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen			
Utbetalinger til lønn	2	29 504 817	33 471 776
Andre utbetalinger til drift	3	26 059 426	25 870 787
Sum utbetalinger til drift		55 564 243	59 342 563
Netto rapporterte driftsutgifter		53 083 203	56 679 583
Investerings- og finansinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen			
Innbetaling av finansinntekter	4	0	0
Sum investerings- og finansinntekter		0	0
Investerings- og finansutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen			
Utbetaling til investeringar	5	1 338 221	310 594
Utbetaling til kjøp av aksjar	5,8B	0	0
Utbetaling av finansutgifter	4	0	629
Sum investerings- og finansutgifter		1 338 221	311 223
Netto rapporterte investerings- og finansutgifter		1 338 221	311 223
Innkrevjingsverksemd og andre overføringar til staten			
Innbetaling av skattar, avgifter, gebyr m.m.	6	5 370 017	8 438 390
Sum innkrevjingsverksemd og andre overføringar til staten		5 370 017	8 438 390

		2020	2019
Tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten			
Utbetalinger av tilskott og stønader	7	6 891 997 694	531 253 372
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten		6 891 997 694	531 253 372
Inntekter og utgifter rapporterte på felleskapittel			
Gruppelivsforsikring konto 1985 (ref. kap. 5309, inntekt)		43 200	43 750
Arbeidsgivaravgift konto 1986 (ref. kap. 5700, inntekt)		3 645 147	3 965 350
Nettoføringsordning for meirverdiavgift konto 1987 (ref. kap. 1633, utgift)		5 301 189	5 217 985
Netto rapporterte utgifter på felleskapittel		1 612 842	1 208 886
Netto rapportert til løyvingsrekneskapen		6 942 661 943	581 014 673
Oversikt over mellomvære med statskassa			
Fordringar		-5 073	
Skyldig skattetrekk og andre trekk		-989 690	-1 140 095
Skyldige offentlege avgifter		-37 480	-58 241
Anna gjeld		0	-1 538 967
Sum mellomvære med statskassa	8	-1 032 243	-2 737 303

Note 1 Innbetalinger frå drift

	2020	2019
Innbetalinger frå gebyr		
Kontrollgebyr, klistremerke	0	1 327
Kontrollgebyr, trykte merke	308 321	644 014
Gebyr kringkasting	25 000	0
Sum innbetalinger frå gebyr	333 321	645 340

Innbetalinger frå tilskott og overføringar		
Tilskott frå EU	1 567 719	857 640
Tilskott frå kommunale og fylkeskommunale etatar	0	200 000
Tilskott frå andre departement	580 000	960 000
Sum innbetalinger frå tilskott og overføringar	2 147 719	2 017 640

Sum innbetalinger frå drift	2 481 040	2 662 980
-----------------------------	-----------	-----------

Note 2 Utbetalinger til lønn

	2020	2019
Lønn	23 522 627	24 112 406
Arbeidsgivaravgift	3 645 147	3 965 350
Pensjonsutgifter	2 770 153	2 730 324
Sjukepengar og andre refusjonar (-)	-1 392 823	-638 894
Andre ytingar	959 713	3 302 590
Sum utbetalinger til lønn	29 504 817	33 471 776

Tal på utførte årsverk:	31	32
-------------------------	----	----

Note 3 Andre utbetalinger til drift

	2020	2019
Husleige	3 984 475	4 190 869
Andre utgifter til drift av eigedom og lokale	810 429	446 820
Reparasjon og vedlikehald av maskiner, utstyr mv.	9 762	2 708
Mindre utstyrskjøp	156 722	-13 132
Leige av maskiner, inventar og liknande	1 295 701	1 726 608
Kjøp av konsulenttenester	7 445 984	10 366 396
Kjøp av framande tenester	9 351 309	5 862 034
Reiser og diett	476 784	1 248 072
Andre driftsutgifter	2 528 261	2 040 411
Sum andre utbetalinger til drift	26 059 426	25 870 787

Note 4 Finansinntekter og finansutgifter

	2020	2019
Innbetaling av finansinntekter		
Renteinntekter	0	0
Valutagevinst	0	0
Anna finansinntekt	0	0
Sum innbetaling av finansinntekter	0	0

Utbetaling av finansutgifter		
Renteutgifter	0	629
Valutatap	0	0
Anna finansutgift	0	0
Sum utbetaling av finansutgifter	0	629

Note 5 Utbetaling til investeringar

	2020	2019
Utbetaling til investeringar*		
Driftslausøyre, inventar, verkøy og liknande	1 338 221	310 594
Sum utbetaling til investeringar	1 338 221	310 594

\*Feilpostert beløp på konto 65 er samla kr 168 308,56 og gjeld seks fakturaer som etter kontoplanen skulle ha vore posterte på konto 4980.

Note 6 Innkrevjingsverksemd og andre overføringar til staten

	2020	2019
Sektoravgift	5 370 017	8 438 390
Sum innkrevjingsverksemd og andre overføringar til staten	5 370 017	8 438 390

Note 7 Tilskottsforvaltning og andre overføringar frå staten

	2020	2019
Tilskott til ikkje-finansielle føretak	6 891 997 694	531 253 372
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringar frå staten	6 891 997 694	531 253 372

Note 8 Samanheng mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa

Del A Forskjellen mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa		2020	2020	
		Spesifisering av bokført avrekning med statskassa	Spesifisering av rapportert mellomvære med statskassa	Forskjell
Finansielle anleggsmidler				
	Investeringar i aksjar og selskapsandelar*	34 000	0	34 000
	Sum	34 000	0	34 000
Omløpsmidlar				
	Kundefordringar	782 104	0	782 104
	Andre fordringar	-5 073	-5 073	0
	Bankinnskott, kontantar og liknande	0	0	0
	Sum	777 031	0	782 104
Kortsiktig gjeld				
	Leverandørgjeld	-1 134 467	0	-1 134 467
	Skyldig skattetrekk	-989 690	-989 690	0
	Skyldige offentlege avgifter	-37 480	-37 480	0
	Anna kortsiktig gjeld	0	0	0
	Sum	-2 161 637	-1 027 170	-1 134 467
	Sum	-1 350 606	-1 032 243	-318 363

Del B Spesifisering av investeringar i aksjar og selskapsandelar							
	Ervervsdato	Tal på aksjar	Eigarandel	Stemmedel	Resultat før skatt for 2020	Balanseført eigenkapital i selskapet	Balanseført verdi i rekneskapen
Aksjar							
Opplagskontrollen	01.05.2001	102	33,3	33,3	132 771	210 000	34 000
Balanseført verdi 31.12.2020							34 000