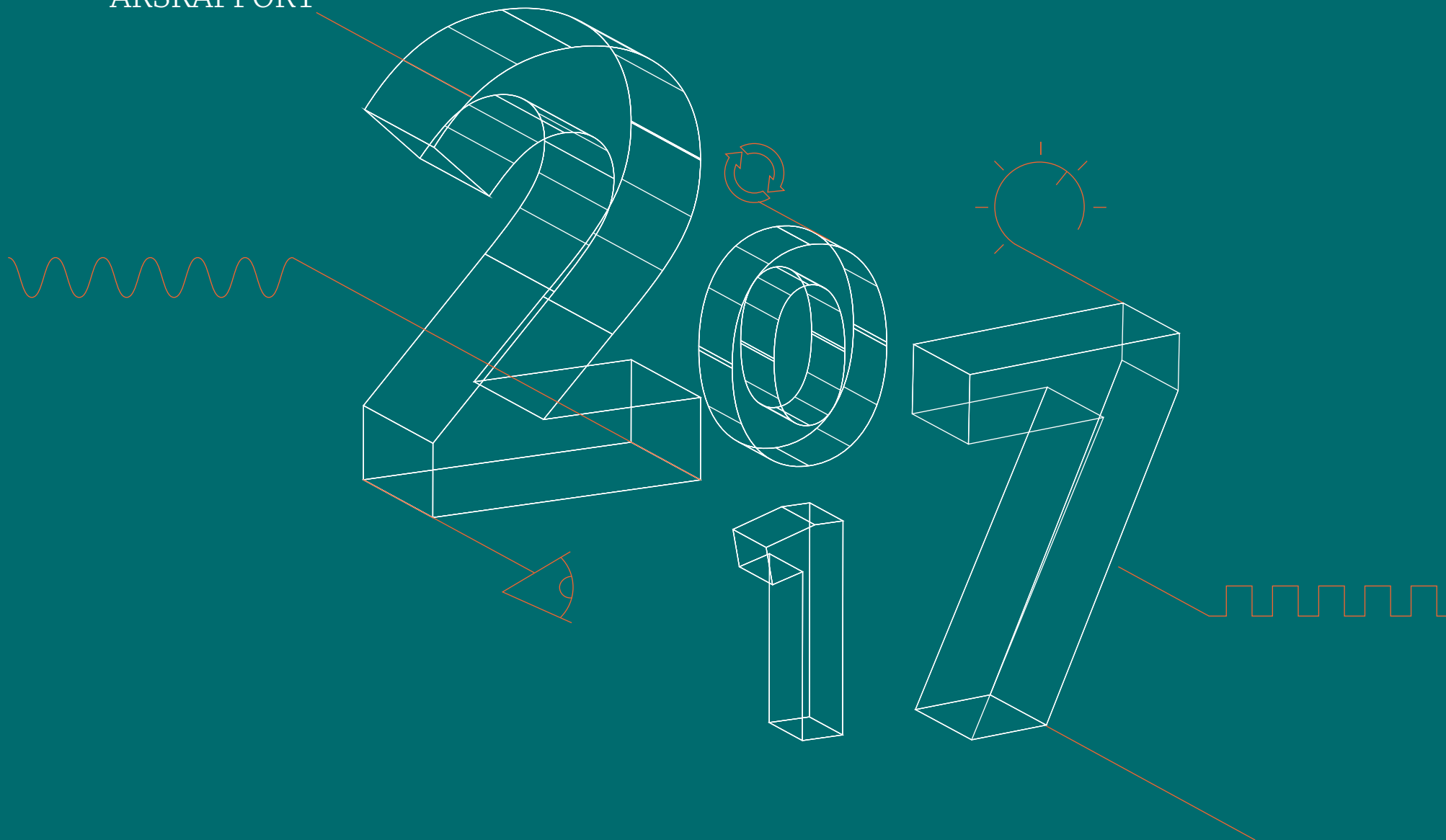


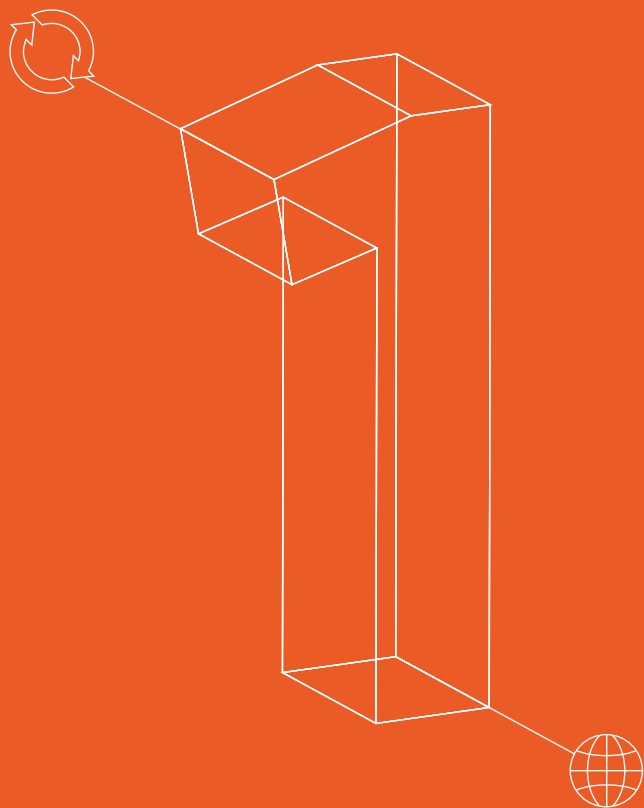
ÅRSRAPPORT



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

INNHALD

1. Leders beretning	>	3
2. Medietilsynet i samfunnet	>	6
3. Aktiviteter og resultat	>	11
3.1 Vern av mediekvardagen til barn og unge	>	12
3.2 Tiltak mot falske nyheiter	>	17
3.3 Medieøkonomi og eigarskap	>	19
3.4 Tilsyn	>	20
3.5 Tilskottsforvaltning	>	23
3.6 Klager	>	24
3.7 Tilsynet i tal	>	25
3.8 Mål og måloppnåing	>	28
4. Spesielle satsingar og prosjekt	>	31
4.1 Tiltak mot skjult reklame på YouTube og i sosiale medium	>	32
4.2 Informasjon om det digitale radioskiftet	>	35
4.3 Rapport om NRK og mediemangfald	>	36
5. Styring og kontroll	>	37
6. Framtidsutsikter	>	39
7. Årsrekneskap	>	42
7.1 Kommentarer til årsrekneskapen frå leiinga	>	43
7.2 Prinsippnote til årsrekneskapen	>	44
7.3 Årsrekneskap 2017	>	45



LEDERS BERETNING

Også 2017 har vært preget av store endringer i mediebransjen, og det påvirker krav og forventninger til Medietilsynet. Virksomheten har derfor satt i gang et omfattende utviklingsarbeid for å møte fremtiden på en offensiv måte. →



Endringene i mediemarkedet får konsekvenser for Medietilsynets rolle og oppgaver. Blant annet blir det både flere og andre aktører å føre tilsyn med.

Håvard Velsand

Fredrikstad, 15. mars 2018

HELE MEDIEMARKEDET ER I RASK og kontinuerlig endring, blant annet som følge av teknologisk utvikling, nye brukervaner, endrede verdikjeder og ikke minst globalisering. Digitaliseringen har bidratt både til et utvidet innholdstilbud og mange nye aktører og kanaler. Hvem som helst kan produsere og distribuere innhold. Publikum har mye større valgfrihet enn tidligere – både når det gjelder hva slags medieinnhold de vil konsumere, og når, hvor og hvordan de ønsker å gjøre det.

Endrede oppgaver

Endringene i mediemarkedet får også konsekvenser for Medietilsynets rolle og oppgaver. Blant annet blir det både flere og andre aktører å føre tilsyn med. Men det er også slik at et nasjonalt regime med forhåndskontroll og tilgangsregulering ikke kan løse alle utfordringer – ettersom brukerne har tilgang til medieinnhold på tvers av landegrenser. Stadig mer ansvar legges på den enkelte mediebruker, og dermed er det viktig at brukerne har tilstrekkelig kunnskap om det mediemarkedet de beveger seg i. En stadig viktigere oppgave for Medietilsynet blir derfor å bidra til kritisk medieforståelse i befolkningen, slik at folk har tilgang på nødvendig informasjon for å kunne ta informerte valg i sin mediebruk.

Flere nye prosjekter

I 2017 har Medietilsynet gjennomført flere viktige prosjekter for å møte nye behov. Et eksempel er arbeidet med å utvikle veiledere for merking av re-

klame på YouTube og sosiale medier, som ble gjort i samarbeid med Forbrukertilsynet. Målet var å øke bevisstheten rundt skillet mellom eget innhold og kommersielt innhold hos innholdsprodusentene. I prosessen var det nært samarbeid mellom myndigheter og bransje, og kontroller i ettertid har vist at mange aktører nå merker det kommersielle innholdet tydeligere enn før.

Et annet eksempel er tiltak mot falske nyheter. Medietilsynet samarbeidet i 2017 med Faktisk.no og Facebook om en nasjonal kampanje, der målet var å øke publikums kunnskap om kildekritikk gjennom konkrete, praktiske tips. Kampanjen traff bredt både i tradisjonelle og sosiale medier. Både arbeidet med YouTube-veiledere og kampanjen mot falske nyheter har vakt interesse internasjonalt.

2017 var året da det digitale radioskiftet ble sluttført i Norge, og rikskringkasterne og de større kommersielle lokalradioene avviklet sine FM-sendinger. Medietilsynets rolle har vært å sørge for informasjon om teknologiskiftet til befolkningen, for å bidra til en så smidig overgang som mulig. Det blir spennende å se hvordan digitaliseringen av radiomarkedet kommer til å påvirke lyttingen framover, og Medietilsynet vil følge utviklingen nøye.

Økt synlighet

Utover spesielle prosjekter og satsinger har Medietilsynet ansvar for en rekke løpende oppgaver på

mediefeltet. Det gjelder eksempelvis å følge opp at reglene i kringkastingsloven, bildeprogramloven, film- og videogramloven og lov om åpenhet om eierskap i medier overholdes, å gi lokalradiokonsesjoner og følge opp driftsvilkår knyttet til konsesjonene. Forvaltning av de ulike mediestøtteordningene, aldersgrensesetting på kinofilm og arbeid for trygg mediebruk blant barn og unge er andre oppgaver som er tillagt Medietilsynet. Aktiviteten på de ulike områdene i 2017 er nærmere beskrevet andre steder i årsrapporten.

Raskere endringstakt

De voldsomme endringene i mediemarkedet krever også en større og raskere endringstakt for Medietilsynet. Høsten 2017 ble det derfor satt i gang prosesser for å tydeliggjøre strategien og videreutvikle organisasjonen. Omstillingsarbeidet vil fortsette i 2018, med mål om at Medietilsynet skal lykkes med nødvendige tilpasninger for å framstå som en relevant og synlig aktør i en mediesektor i kontinuerlig endring.

De voldsomme endringene i mediemarkedet krever også en større og raskere endringstakt for Medietilsynet. Høsten 2017 ble det derfor satt i gang prosesser for å tydeliggjøre strategien og videreutvikle organisasjonen.

Økt synlighet og styrket kommunikasjonsarbeid har vært et prioritert område for Medietilsynet gjennom høsten. Arbeidet har gitt resultater, blant annet er antall medieoppslag doblet sammenlignet med tilsvarende måneder året før.

Vurdering av samlet måloppnåelse

Medietilsynets vurdering er at tilsynet samlet sett har akseptabel måloppnåing for 2017. Nærmere vurdering av oppgaver og mål kommenteres i rapportens del 3 og 4.



MEDIETILSYNET I SAMFUNNET

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

Tilgjengelege ressursar i 2017

ÅRSVERK

46

48 tilsette*
(2 i permisjon)

DRIFTSLØYVE

52,7

millionar kroner

LØYVE TIL SÆR- SKILDE PROSJEKT**

4,8

millionar kroner

LØYVE TIL MEDIESTØNAD***

372,9

millionar kroner

* blant andre juristar, medievitarar, pedagogar og økonomar

** gjeld midlar til Trygg bruk-prosjektet i regi av EU, handlingsplan mot speleproblem og Barn- og medium-undersøkinga 2017

*** gjeld tilskottsordningar for aviser og andre medieaktørar som tilsynet forvaltar

SAMFUNNSOPPDRAGET

Ansaret og fullmakta til Medietilsynet går fram av verksemdsinstruksen frå Kulturdepartementet, fastsett 23. juni 2014.

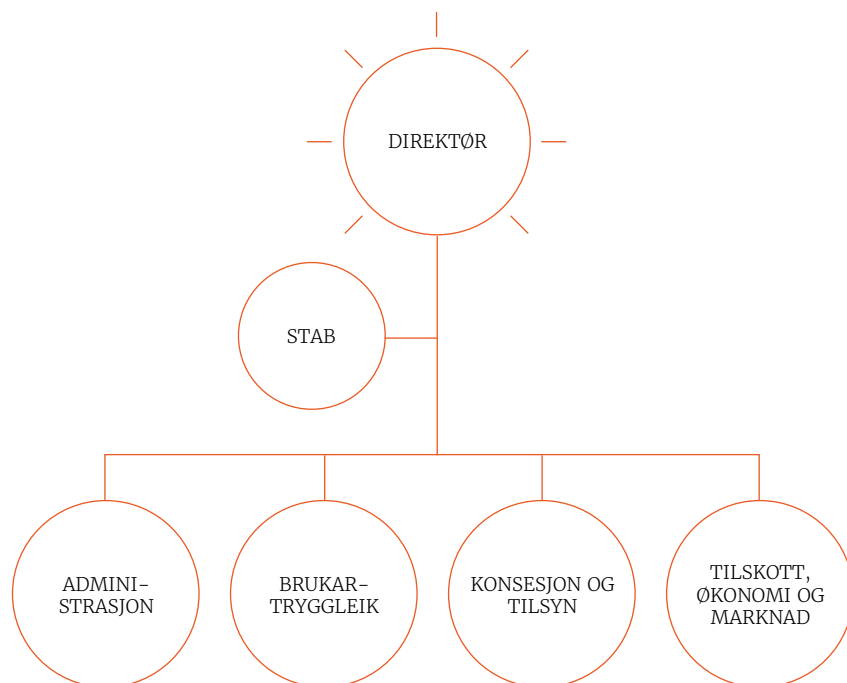
Medietilsynet får kvart år tildelingsbrev frå Kulturdepartementet. Tildelingsbrevet fastset mål, prioriteringar og resultatkrav for året. Brevet gir også enkelte faglege føringar og spesifiserer konkrete oppdrag med leveranse i 2017.

I tildelingsbrevet for 2017 var følgande mål sett for tilsynet:

- Medieaktørar skal handle i samsvar med reglane i kringkastingslova, bildeprogramlova og film- og videogramlova.
- Folket skal ha tilgang på informasjon om eigarforhold i norske medium, jf. lov om åpenhet om eierskap i medier.
- Befolkninga skal ha tilgang til eit breitt spekter av redaksjonelle medium.
- Mediebrukarar skal ha tilgang til relevant informasjon for å kunne bruke medium på ein bevisst måte og gjere val basert på kunnskap og kompetanse.
- Styresmakter og andre samfunnsaktørar skal ha tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om mediemangfald, medieregulering og medieøkonomi.

I tildelingsbrevet gjekk det vidare fram at Medietilsynet i samarbeid med departementet skal prioritere arbeidet med å følge opp stortingsmeldinga om kommersiell allmennkringkasting. Det var også ei prioritert oppgåve å assistere departementet i oppfølginga av Mediemangfaldsutvalet si utgreiing om mediemangfald i Noreg. Det blei særskilt peikt på at tilsynet framleis skal prioritere arbeidet knytt til sløkking av FM-netta for radio og overgangen til DAB. I 2017 skulle tilsynet også gjennomføre ei ny undersøking om mediebruken til barn og unge.

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



ORGANISASJON OG LEIING

Medietilsynet har kontor i Fredrikstad og blir leia av direktør Mari Velsand. Ho begynte i stillinga 1. september og tok over etter Tom Thoresen, som gjekk av med pensjon. Ved utgangen av 2017 var det 46 medarbeidarar i verksemda – 25 kvinner og 21 menn, blant desse er ein person mellombels tilsett i ei prosjektstilling. I tillegg har vi knytt til oss ein lærling på IT-området.

Drifta blir finansiert over statsbudsjettet. Driftsbudsjettet utgjorde 52,7 millionar kroner i 2017. Lønnsutgiftene var på 35,7 millionar mot 28,6 millionar kroner i 2016. 3,2 millionar av lønnsauken er pensjonspremie til Statens pensjonskasse, som blei betalt første gong i 2017.

Organisasjon og leiling i Medietilsynet per 31.12.17

Mari Velsand, direktør

Solveig Lind, konstituert direktør for stab

Gudmund Gjølstad, administrasjonssjef

Eva Liestøl, direktør for brukartryggleik

Hanne Sekkelsten, konstituert direktør for konsesjon og tilsyn

Tor Erik Engebretsen, direktør for tilskott, utgreiing og marknad



STRATEGI- OG ORGANISASJONSUTVIKLING

Hausten 2017 starta Medietilsynet eit omfattande arbeid med strategi- og organisasjonsutvikling. I arbeidet inngår utvikling av ny verksemdsstrategi, inkludert IT- og kommunikasjonsstrategi, og ny organisasjonsstruktur. Dei tilsette har vore involverte i prosessane gjennom arbeidsmøte og samlingar gjennom hausten.

Ny verksemdsstrategi og organisasjonsmodell blei fastsette i desember 2017. Den nye strategien slår fast at Medietilsynet skal vere ein synleg, sentral og relevant aktør og premissgivar innanfor medieområdet. Medietilsynet skal bidra til å nå måla om eit mangfald av redaksjonelle medium og mediebrukarar som er aktive og informerte. Tilsynet skal drivast effektivt gjennom auka digitalisering og tilbod om moderne tenester overfor både interne og eksterne brukarar.

Ny organisasjonsstruktur inneber at verksemda blir organisert i tre avdelingar: avdeling for administrative fellestenester, avdeling for kommunikasjon, rådgiving og analyse og ei juridisk og regulatorisk avdeling. Det er planlagt å innføre organisasjonsendringane i april 2018.

NØKKELTAL

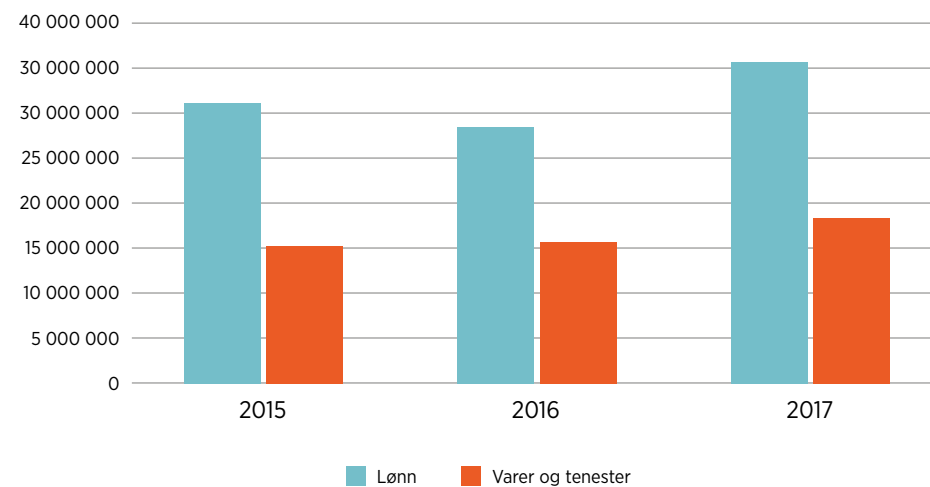
	2015	2016	2017
Tal på årsverk*	44	40	44
Samla driftsløyving	47 630 000	49 788 000	52 715 000**
Driftsutgifter rekneskapsført	46 408 696	44 286 189	54 063 989***
Lønn og sosiale utgifter per årsverk	708 644	715 476	812 713
Lønnsdel av driftsutgifter i prosent	67	65	66
Samla utgiftsløyving til tilskottsordningar	357 339 049	370 504 000	377 495 000
Samla rekneskapsført gebyr	7 204 113	12 841 503	15 335 440

* Korrigert for fråvær > 1 dag

** Inkluderer overføring av 2,3 millionar kroner i ubrukt løyve frå 2016

*** 2017 var første året verksemda betalte pensjonspremie til Statens pensjonskasse. Premien var 3 238 542 kroner

DRIFTSUTGIFTER



FAKE
NEWS



AKTIVITETAR OG RESULTAT

2017 har vore eit år prega av høg aktivitet i tilsynet. Medietilsynets gjeremål kan summerast i tre hovudområde; vern, råd og kunnskap om mediebruk, tilsyn med og rettleiing av medium og tildeling av stønadsmidlar til media. Tilsynet vurderer å samla sett ha akseptabel resultatoppnåing i 2017. —>



3.1 VERN AV MEDIKVARDAKEN TIL BARN OG UNGE

Medietilsynet skal bidra til å styrke den kritiske medieforståinga hos barn og unge. Dialog med målgruppene er viktig for å sikre at tiltaka treffer rett. Arbeidet med blant anna barne- og ungdoms- panel gir god kunnskap om kompetanse og mediebruk hos denne målgruppa.

Barnepanelet – eit tilskott til kunnskap

I 2017 gjennomførte Medietilsynet tre barnepanel: eit småbarnspanel med tre- og fireåringar, eit panel med niåringar og eit med tolvåringar. Hovudtema for panelet med niåringar var problemstillingar knytte til ni-årsgrensa i filmar og program. I tillegg snakka Medietilsynet med barna om sjårvarar, programinnhald på tv og om mediekompetansen deira.

Tolvårspanelet konsentrerte seg om realistiske katastrofefilmar og sjangerkompetansen til dei unge. Tolvåringane såg den norske filmen *Bølgen*, som var utgangspunkt for diskusjonen. Då filmen gjekk på kino, hadde han 15-årsgrense, og det blei difor på førehand henta inn eit særleg samtykke frå foreldra til dei som tok del i barnepanelet.

Småbarnspanelet med førskolebarn såg dei to kortfilmene *Supernova* og *Bendik og monsteret*, og etterpå teikna og snakka dei om filmene. Ved hjelp av nettbrett og spel gjennomførte Medietilsynet ein samtale med barna om mediebruk og kompetanse, og dei små delte villig sine verdifulle erfaringar.

Satsing på ungdom

I 2017 blei ungdomspanelet i større grad involvert i arbeidet til Medietilsynet. Panelet blei utvida med fleire representantar frå ulike delar av Noreg og blei i større grad konsultert når det gjaldt avgjerder og utvikling av verktøy retta mot barn og ungdom. Ein av ungdomsrepresentantane er også fast



Ungdommar frå ulike land laga ein videoblogg under Nordic Conference on Hate Speech.

medlem av styringsgruppa for Medietilsynet Trygg bruk. Ei gruppe ungdommar gav innspel i arbeidet med å utforme spørjeskjemaet som blei brukt i Medietilsynet si undersøking om barn og medium 2018.

Ungdommane skal både fungere som kvalitetssikring, sparringpartnarar og representantar for Medietilsynet Trygg bruk nasjonalt og internasjonalt.

Ungdommane skal både fungere som kvalitetssikring, sparringpartnarar og representantar for Medietilsynet Trygg bruk nasjonalt og internasjonalt.

To ungdommar frå panelet var saman med Medietilsynet med på Nordic Conference on Hate Speech

i Stavanger i juni. [Dei laga sin eigen videoblogg](#) om korleis dei oppfatta utfordringane og tema som blei tatt opp.

Ein av ungdomsrepresentantane var paneldeltakar under arrangementet [The Rise and Fall of Fake News](#) hos Fritt Ord, der temaet var falske nyheiter. Ungdomspanelet deltok også som norske representantar på både [Youth Panel Forum \(YPF\)](#) og den årlege europeiske [Safer Internet Forum](#), der relevante aktørar møtest for å diskutere dei nyaste trendane, risiko og løysingar relaterte til barn og nett. Tema for 2017 var *From children's tech to resilient youth – how to foster wellbeing online?*

Til konferansen *Ung & digital*, som blei arrangert i Oslo i juni 2017, inviterte Medietilsynet i samarbeid med Redd Barna og IKT-Norge ungdommar til å diskutere den digitale kvardagen sin. Tema for konferansen var korleis ungdommane sjølve opplever problemstillingar rundt falske nyheiter, personvern, mobbing og hatprat.

Ungdomspanelet hadde også ei sentral rolle i arbeidet med betre merking av reklame i sosiale medium. Dei bidrog med innspel om og innsikt i det dei ser på YouTube, korleis dei oppfattar reklamen dei ser, og korleis dei meiner ein bør informere om merking. Arbeidet resulterte i [ei av dei tre rettleiingane frå Medietilsynet og Forbrukartilsynet](#) (dåverande Forbrukarombodet) om merking av reklame på YouTube.



Alle grunnskolar i Noreg fekk ei digital oppfordring om å delta med nett-tips i tillegg til at dei fekk rettleiingar og idear til korleis skoleklasser kunne diskutere kva kvar og ein kan bidra med for å gjere internett betre.

Medietilsynet Trygg bruk – Norwegian Safer Internet Centre

Medietilsynet Trygg bruk er nasjonal koordinator i arbeidet for at barn og unge i Noreg skal ha ein trygg digital kvardag. Medietilsynet har eit særleg samordnings- og koordineringsansvar på dette området.

Grunnlaget for arbeidet er barnekonvensjonen til FN, og særleg dei artiklane som gjeld retten til informasjon, deltaking, tryggleik og vern. Eit mål er at barn og unge skal bruke internett og digitale verktøy på ein ansvarleg og trygg måte.

Prosjektet er delvis finansiert gjennom [EU-programmet Connecting Europe Facility \(CEF\)](#). Prosjektperioden er på 30 månader og varer ut 2018. Prosjektet skal auke den offentlege kunnskapen om og forståinga av korleis barn og unge bruker digitale medium, balansert med forståinga av og kunnskapen om potensielle farar og etterfølgande skade som barn og ungdom kan bli utsette for på nett.

Dialogduk: Ny ressurs til foreldre

Foreldre er ei viktig målgruppe når det gjeld å styrke den kritiske medieforståinga hos barn og unge, og etterspørselen etter foredrag om nettvett er stor. I samarbeid med Mobbeombodet i Buskerud har Medietilsynet utvikla og testa eit samtaleverktøy (ein dialogduk) for foreldre med barn i andre og tredje klasse. Dialogduken skal fremme den kritis-

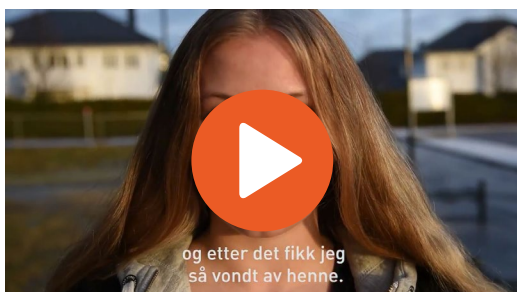
ke medieforståinga hos foreldre gjennom samtalar og diskusjonar under tema- og foreldremøte. Dialogduken er under vidareutvikling, og i 2018 skal Medietilsynet lansere samtaleverktøyet saman med Mobbeombodet i Buskerud og Utdanningsdirektoratet gjennom tiltaket [Dubestemmer.no](#).

Safer Internet Day 2017 – Be the change: unite for a better internet

Medietilsynet Trygg bruk organiserte og gjennomførte markeringa av Safer Internet Day i 2017 (SID 2017) under slagordet *Be the change: unite for a better internet*. SID 2017 blei gjennomført i nært samarbeid med den norske hjelpelinja [Kors på halsen](#).

Alle grunnskolar i Noreg fekk ei digital oppfordring om å delta med nett-tips i tillegg til at dei fekk rettleiingar og idear til korleis skoleklasser kunne diskutere kva kvar og ein kan bidra med for å gjere internett betre. For å spreie «best practice» blei klassene inviterte til å dele tankane og arbeida sine





på sosiale medium med emneknaggen #Bethe-changeNorway. Omtrent 6 000 barn mellom fem og 16 år deltok gjennom aktivitetar på skolen. I tillegg arrangerte Trygg bruk ein konkurranse der unge og skoleklasser kunne sende inn forslag til korleis kvardagen på nett kan bli betre.

Medietilsynet la også ut tre korte videoar på ulike sosiale medium under slagordet *Kva kan du gjere?* I kvar video deler ein ungdom frå ungdomspanelet til Kors på halsen ei historie om trakassering, truslar eller mobbing på nettet.

Alders- og innhaldsmerking av dataspel: PEGI (Pan European Game Information)

I 2017 fekk Medietilsynet ei rekke spørsmål frå publikum om gambling-liknande mekanismar i dataspel, også kjente som «loot boxes». Dette er skattkister med tilfeldige digitale gåver som ein kan kjøpe for ekte pengar i dataspel. Fenomenet blir kritisert for å legge kjøpepress på spelarar og for å freiste til kjøp gjennom verkemiddel som er lånte frå pengespelindustrien. [PEGI-systemet som blir brukt for alders- og innhaldsmerking av dataspel i Noreg og store delar av Europa](#), har ikkje

vurdert denne typen innhald tidlegare. Medietilsynet bidrog saman med andre medlemsland til å løfte problemstillinga opp på agendaen for PEGI.

Forum for speltrendar

I 2016 gav Kulturdepartementet Lotteritilsynet i oppdrag å etablere ei tverrfagleg gruppe som skal følge med på den teknologiske utviklinga på spelmarknaden og samansmeltinga av penge- og dataspelmekanismar. Gruppa har medlemmer frå Lotteri- og stiftelsestilsynet, Forbrukartilsynet, Medietilsynet og representantar for forskning, bransje og teknologi. Ulovleg gambling med digitale gjenstandar frå dataspel blir det første temaet for aktiviteten i 2018.

Handlingsplan mot speleproblem

Medietilsynet har gjennom [Handlingsplan mot spilleproblem 2016–2018](#) bidratt med tiltak for å spreie kunnskap om dataspel og speleproblem i 2017. I september blei magasinet [Spilltrøbbel – ti fagfolk om dataspillrikets tilstand](#) publisert, der fleire perspektiv på speleproblem blei løfta fram og diskuterte av ekspertar. Øyremerkte forskingsmid-

#SIDNorway17 #bethechangeNorway

lar til forskning på dataspel blei kunngjorde gjen-
nom *Rådet for anvendt medieforskning*.

Etterleving av lov om vern av mindreårige mot skadelege bildeprogram

Arbeidet med å verne mindreårige mot skade-
leg påverknad frå levande bilde inkluderer også å
informere og lære opp bransjeaktørar som har plikt
til å følge regelverket.

I 2017 har Medietilsynet ført tilsyn med korleis
reglane knytte til audiovisuelle bestillingstenes-
ter, aldersklassifiseringa blant kringkastarar,
informasjonsplikta til videogramdistributørar og
kinoar, i tillegg til reglane for alderskontrollruti-
nar hos skole, SFO og barnehage, blir følgde. Det
er også gjennomført kurs i aldersklassifisering for
kringkastarane, der merksemda er retta mot andre
programsjangrar enn fiksjon. Medietilsynet har vi-
dare gjennomført anna opplæring og rettleiing for
kringkastarar og kinofilm distributorar.

Medietilsynet har begynt arbeidet med å revidere
retningslinjene for aldersklassifisering av bildepro-
gram, og starta i 2017 eit forarbeid rundt infor-
masjon til og tilsyn med norske YouTube-kanalar.
Arbeidet blir slutført i 2018.

Kontrollane i 2017 viser at kringkastarane, kinoane
og videogramdistributørane i stor grad følger re-
glane. Kjennskapen til regelverket ser ut til å vere
lågare hos nettavisene, og Medietilsynet har også

avdekt brot hos dei tradisjonelle filmleige-
tenestene.

Svarprosenten frå kontroll med skole, SFO og
barnehage var for låg til at det er grunnlag for
å vurdere i kva grad dei etterlever regelverket.
Medietilsynet kjem til å følge opp desse forholda
i 2018.

Vern av mindreårige mot skadelege bildeprogram – aldersgrenser på kinofilm

I 2017 vurderte og aldersklassifiserte dei filmsak-
kunnige i Medietilsynet 294 kinofilmar, mot 280
året før. Hovudvekta av kinofilmane fekk alders-
grensa tolv år, mens færrest filmar fekk alders-
grense 18 år. Fordelinga var den same i 2016.

Tre filmar fekk aldersgrense 18 år i 2017. Årsaka
var at filmane inneheldt store mengder svært
grove, kyniske og detaljerte valds- eller draps-
skildringar.

3.2 TILTAK MOT FALSKE NYHEITER

Medietilsynet skal bidra til at mediebrukarane har tilgang til relevant informasjon for å kunne bruke media på ein bevisst måte, slik at dei kan gjere vala sine basert på kunnskap og kompetanse. Kritisk medieforståing og evne til kjeldekritikk kan motverke spreiding og uheldige konsekvensar av falske nyheiter og bevisst misvisande informasjon på nettet.

Undersøking om falske nyheiter

Medietilsynet gjennomførte i 2017 ei undersøking om falske nyheiter på oppdrag frå Kulturdepartementet. Undersøkinga hadde eit utval på tusen personar i alderen 18 til 80 år, og resultata blei publiserte i april 2017. Før resultata blei offentleggjorde, samarbeidde Medietilsynet med NRK *Nyheter*, som dekte temaet falske nyheiter gjennom ei veke.

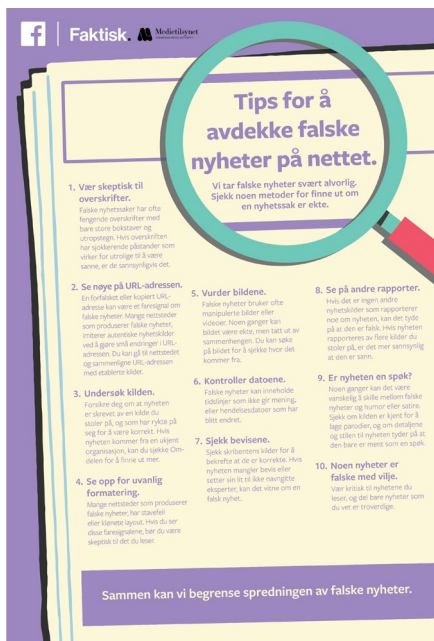
62 prosent svarer at dei oftast ser usann informasjon presentert som nyheiter på Facebook, og 21 prosent svarer at dei ser dette på tradisjonelle medium.

Hovudfunn frå undersøkinga

- 55 prosent les nyheiter dei ikkje oppfattar som heilt sanne, kvar veke eller oftare. 45 prosent ser nyheiter dei trur er funne på eller er bevisst usanne, kvar veke eller oftare.
- 23 prosent har ein eller fleire gonger delt ei nyheit som dei seinare fann ut var falsk, og 15 prosent har éin eller fleire gonger delt ei nyheit som dei visste eller mistenkte var usann.

62 prosent svarer at dei oftast ser usann informasjon presentert som nyheiter på Facebook, og 21 prosent svarer at dei ser dette på tradisjonelle medium. Deretter følger søkemotorar med 15 prosent, YouTube med 14 prosent og alternative nyheitsnettstader med 12 prosent.

- 47 prosent seier dei er ganske sikre eller veldig sikre på eiga evne til å oppdage falske eller usanne nyheiter. 40 prosent er usikre, mens 14 prosent veit ikkje.
- 22 prosent seier at dei er ganske eller veldig sikre på at andre har evne til å oppdage falske eller usanne nyheiter, 59 prosent er usikre og 18 prosent veit ikkje.
- 63 prosent melder frå eller kontrollerer informasjonen ved mistanke om falsk eller usann nyheit, 35 prosent gjer eit nettsøk, 24 prosent sjekkar saka opp mot tradisjonelle medium, 18



Facebook, Faktisk.no og Medietilsynet nådde nærmere 1,2 millionar leserar og 3,8 millionar Facebook-brukarar med kjeldekritikk-kampanjen.

prosent sjekkar ved hjelp av faktasjekktenester, og 37 prosent svarer at dei ikkje gjer noko.

Quiz og kampanjesamarbeid med Facebook og Faktisk.no

Ettersom 62 prosent svarte at dei oftast ser usann informasjon presentert som nyheiter på Facebook, laga Medietilsynet ein quiz på Facebook som testa evna til å oppdage falske nyheiter. Rundt 5 300 tok testen, og 65 prosent hadde rette svar.

Medietilsynet følgde opp med ein [kampanje i august 2017 saman med Facebook og Faktisk.no](#).

Målet med kampanjen var å spreie konkrete tips som «hjelp til sjølvhjelp» for å drive kjeldekritikk. Tipsa blei trykte som heilsides annonsar i 70 norske aviser både på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå, og treffe nærmare 1,2 millionar leserar over 18 år. Tipsa kom også øvst i nyheitsstraumen til alle norske Facebook-brukarar over 18 år, det vil seie 3,8 millionar brukarar. Logoen til Medietilsynet og lenka til tilsynet sine nettsider om kjeldekritikk og mediekompetanse gjorde at lesarane lett kunne finne meir informasjon.

Hausten 2017 heldt Medietilsynet fleire innlegg både i inn- og utland om undersøkinga. mellom anna for andre mediemyndigheiter og EU-kommisjonen.

Barn og medium-undersøkinga 2018

Medietilsynet har sidan 2003 gjennomført sju Barn

og medium-undersøkingar blant barn og unge i alderen ni til 16 år. I tillegg er det gjennomført undersøkingar blant foreldre med barn i alderen eitt til 16 år. Formålet med undersøkingane er å gi ei samla framstilling av korleis barn og unge bruker digitale medium. Aktuelle tema er den digitale deltakinga til barn og unge, kompetansen og dømmekrafta deira, i tillegg til deltakinga til foreldra og regulering av mediekvardagen til barn og unge. Forarbeidet til 2018-undersøkinga starta våren 2017 med evaluering og oppdatering av spørreskjemaet. For å fange heile ungdomsspekteret og utviklinga av medietrendar i den vidaregåande skolen, blei det bestemt at den nye undersøkinga også skulle inkludere svar frå 17- og 18-åringar. Undersøkinga gir då også eit betre utgangspunkt for å samanlikne funn med den svenske undersøkinga [Ungar & medier](#), som blir gjennomført av Statens medieråd i Sverige. Datainnsamlinga blei gjennomført av Sentio Research Norge på oppdrag frå Medietilsynet hausten 2017, og resultata er klare og blir presenterte våren 2018.

3.3 MEDIEØKONOMI OG EIGARSKAP

Medietilsynet skal sørge for at styresmakter og samfunnsaktører har tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om medieøkonomien i Noreg. Tilsynet utarbeider årleg ein rapport om økonomien i norske medium. Den siste rapporten viser utviklinga i økonomien til norske medium frå 2012 til 2016.

I 2016 omsette avisene og kringkastarane for 25,4 milliardar kroner, og stod for knapt éin prosent av bruttonasjonalproduktet til Fastlands-Noreg. I løpet av dei siste fem åra har omsetninga til bransjen falle med tre prosent.

Avisene sin del av den samla omsetninga til mediebransjen gjekk ytterlegare ned i 2016. Avisene hadde 47,8 prosent av omsetninga, mens radio- og tv-verksemdene stod for 52,2 prosent. Mens avisene miste nær éin milliard kroner av driftsinntektene sine i 2016, auka kringkastarane inntektene sine med nær 500 millionar kroner.

NRK og dei kommersielle tv-verksemdene auka inntektene sine med respektive 112 og 326 millionar kroner i 2016. Inntektene til dei kommersielle kringkastarane aukar meir enn NRK sine inntekter, og var nær to milliardar kroner høgare enn inntektene til NRK i 2016. Kringkastingsavgifta utgjorde vel 5,5 milliardar kroner i 2016, noko som svarer til 45 prosent av den samla omsetninga til kringkastarane.

I 2016 var norsk radio for første gong meir lønnsam enn tv. Radioane tente 102 millionar kroner på drifta. Tv-verksemdene svekte lønnsemda kraftig. Samla driftsoverskott var på 52 millionar kroner i 2016 mot 457 millionar kroner året før.

Medietilsynet skal bidra til å skape større openheit, merksemd og kunnskap om eigarforholda i norske medium. Tilsynet skal innhente og systematisere informasjon om eigarforholda, og informasjonen skal gjerast tilgjengeleg for allmenta, jf. [lov om åpenhet om eierskap i medier](#). På nettsidene til Medietilsynet ligg ei oversikt over eigarskap i norske aviser, men tilsynet har i 2017 ikkje oppdatert ein presentasjon av alle data om eigarforhold i andre medium. Målet er at denne informasjonen så raskt som mogleg skal inn i eit felles fagsystem.

Medietilsynet er ekspertorgan for staten når det gjeld mediemangfald og gir Konkurransetilsynet relevant informasjon og vurderingar som har konsekvensar for mediemangfaldet. I 2017 var det to eigarskapssaker der Medietilsynet støtta Konkurransetilsynet med vurderingar: salet av *Vestlandsnytt* til Polaris og salet av *Varingen* til Amedia.

3.4 TILSYN

Reklame, sponning og produktplassering

I 2017 gjennomførte Medietilsynet fire store tilsynsaktivitetar innanfor feltet reklame, sponning og produktplassering. I mars blei sponsoridentifikasjonar på tv kontrollerte. Kontrollen inkluderte eit utval av sponna program på NRK1 og NRK2, hovudkanalen til TV 2, Zebra, Livsstil, Nyhetskanalen og TVNorge. Totalt gjekk tilsynet gjennom om lag 40 unike sponsoridentifiseringar. To sponsoridentifiseringar på NRK blei vurderte som ulovlege og sanksjonerte med åtvaring.

Det blei også gjennomført tilsyn med riksdekkande radio og lokalradio. Tilsynet omfatta sponsoridentifisering og bruk av lydsignal for å skilje reklame frå ordinære program. Våren 2017 fekk alle radioar

på DAB og FM informasjon om reglane og orientering om at Medietilsynet ville følge opp med kontroll. Kontrollen blei gjennomført i oktober i eit utval riks- og lokalradioar og avdekte brot på regelverket hos fire radioar. Desse blei følgde opp med dialog utan bruk av sanksjonar.

I oktober gjennomførte Medietilsynet tilsyn med merking av reklameinnhald på YouTube-kanalar. Tilsynet var ei oppfølging av arbeidet med rett-leiarar til youtubarar. 22 YouTube-kanalar og 52 videoinnlegg blei gjennomgånne. 33 videoinnlegg var tydeleg merkte i tråd med krava. Medietilsynet følgde opp kontrollen med individuell rettleiing til alle som hadde mangelfull merking.

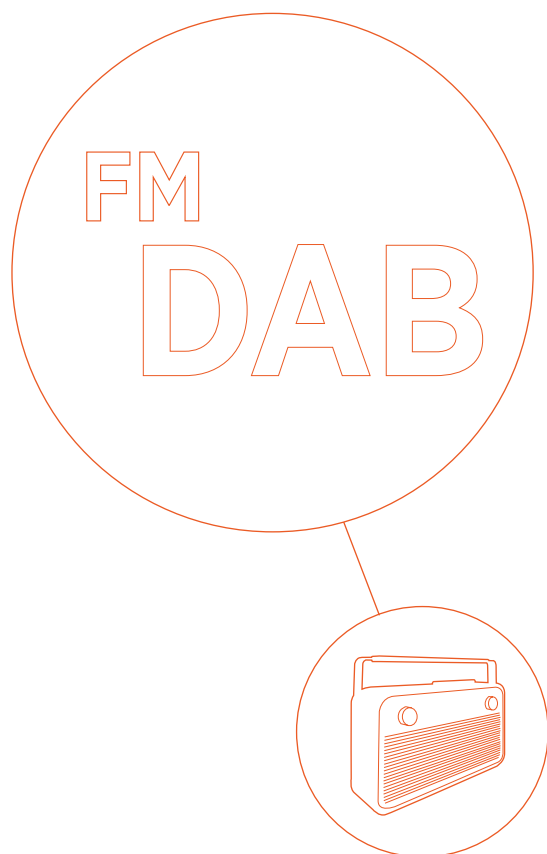
Medietilsynet gjennomførte ein kontroll med merkinga og innhaldet i program med produktplassering i november. Eit utval program hos følgande kanalar blei kontrollerte: TV 2, TV 2 Sumo, TVNorge, VGTV (bestillingsteneste), VGTV (lineær), AftenpostenTV, DagbladetTV og Matkanalen. Kontrollen avdekte brot på produktplasseringsreglane hos Matkanalen. Kanalen er relativt ny, og Medietilsynet valde derfor å følge opp brotet med dialog og invitasjon til møte for å gi ytterlegare informasjon om reglar som gjeld reklame, sponning og produktplassering.

Allmennkringkasting

[I den årlege allmennkringkastingsrapporten](#) vurderer Medietilsynet korleis allmennkringkastarane

I den årlege allmennkringkastingsrapporten vurderer Medietilsynet korleis allmennkringkastarane NRK, TV 2, P4 og Radio Norge oppfylte pliktene sine i føregåande år.





NRK, TV 2, P4 og Radio Norge oppfylte pliktene sine i føregående år. Vurderinga for programåret 2016 viste at alle allmennkringkastarane i det store og heile oppfylte samfunnsoppdraga sine. NRK hadde høg kvalitet og god tematisk og sjangermessig breidde i innhaldstilbodet. Medietilsynet vurderte at NRK oppfyller kravet til nyskaping. Programprofilen til dei tre kommersielle allmennkringkastarane var av allmenn karakter og interesse, og programtilboda hadde tematisk og sjangermessig breidde.

Enkelte forpliktingar blei ikkje overhaldne. P4 oppfylte ikkje kravet om å ha eigne program for smale grupper, mens TV 2 braut kravet om jamleg å sende program for unge. Vidare oppfylte ikkje NRK kravet om å ha 25 prosent nynorsk og heller ikkje kravet om jamleg å sende program for unge på samisk. Medietilsynet var i dialog med kringkastarane om brota, men valde å ikkje gi sanksjonar.

Lokalradiobransjen

Informasjonsarbeid og nye rammevilkår

2017 var eit år med store endringar for lokalradiobransjen. Medietilsynet har informert bransjen om dei politiske avgjerdene som er tatt og dei rammevilkåra som vil gjelde framover. Tilsynet har også vore til stades på ulike bransje arrangement.

2017 var det første året med meir liberale rammevilkår for lokalradio på FM etter at kapittel 7 i

forskrift om kringkasting blei revidert i 2016. Blant anna blei innhaldskrava og dei økonomiske avgrensingane som gjaldt for nisjeradioar, oppheva med unnatak for nisjeradioane i sløkkeområda.

Framleis interesse for å drive lokalradio på FM

I område der dei kommersielle lokalradioane har sløkt sendingane sine, har fleire av sendarnetta blitt ståande igjen utan ein sendaranleggsradiokonsesjonær. I desse tilfella har ein attverande nisjeradiokonsesjonær fått konsesjon for å drifte anlegget.

Tal på radioar med konsesjon på FM-nettet har naturleg nok gått ned i løpet av 2017. Likevel har Medietilsynet gitt fleire nye konsesjonar på FM-nettet i løpet av året, og opplever at interessa for å drive lokalradio på FM framleis er til stades.

Éin aktør sløkte ikkje etter planen

Overgangen frå FM til DAB gjekk utan større problem for dei fleste lokalradioane. Då Oslo og omland stod for tur i desember, var det éin aktør som ikkje sløkte som planlagt. Radio Metro AS hadde fire radioar som fortsette å sende utan konsesjon: The Beat Asker og Bærum, Radio Metro Follo, Radio Metro Stor-Oslo og Radio Rox.

Medietilsynet varsla tvangsmulkt og gebyr mot Radio Metro for å sende ulovleg kringkasting. Radio Metro stansa sendingane sine etter nokre dagar, og Medietilsynet gjekk då bort frå varselet om tvangs-

Medietilsynet opplever stadig større utfordringar med handhevinga av regelverket i film- og videogramlova. Marknaden har endra seg dramatisk frå då lova blei vedtatt.

mulkt. Varselet om gebyr blei oppretthalde, men endeleg vedtak er ikkje fatta.

Etterleving av reglane i film- og videogramlova

Medietilsynet opplever stadig større utfordringar med handhevinga av regelverket i film- og videogramlova. Marknaden har endra seg dramatisk frå då lova blei vedtatt. Fleire av føresegnene er ikkje tilpassa den faktiske situasjonen i dag der dei fleste distributørane er etablerte i utlandet.

Ved sida av å administrere videogramregisteret avklarar Medietilsynet om aktørar er omfatta av regelverket, og om dei dermed pliktar å innrapportere omsetning og betale gebyr og avgift. Tilsynet må regelmessig purre på innrapportering av omsetning, og opplever at dei aller fleste aktørane innrettar seg etter regelverket etter å ha blitt purra. Enkeltaktørar som ikkje etterlever pliktene sine, blir av likebehandlingsomsyn følgde opp av Medietilsynet.

Plan for evaluering av tilsynsverksemda

Medietilsynet har i 2017 starta arbeidet med å vurdere korleis effektane av tilsynsverksemda kan evaluerast i tida framover. Det blir arbeidd med eit forslag til evalueringssystem og ein langsiktig plan for å evaluere effekten av dei prioriterte verkemidla.

Formålet med ein slik evalueringsplan er todelt. For det første skal Medietilsynet bruke evalueringa som ein parameter for å vurdere i kva grad måla blir nådde. For det andre skal planen gi grunnlag for læring, og dermed vere med på å utvikle tilsynsmetodikken vidare. Medietilsynet vil bruke resultata av evalueringane i arbeidet med risikovurderingar og planlegging.

Oppgåver som har låg grad av måloppnåing, bør prioriterast for evaluering. Det same gjeld der tilsynet har lite informasjon om måloppnåinga.

3.5 TILSKOTTSFORVALTNING

Produksjonstilskott

Produksjonstilskottet er eit viktig verkemiddel for mediemangfald, og tilskottet blir forvalta av Medietilsynet. Produksjonstilskottet skal bidra til eit mangfald av nyheits- og aktualitetsmedium over heile landet og er retta mot økonomisk vanskelegstilte medium og medium med små opplag. Tilskottsordninga er plattformnøytral og likestiller papiropplag og digitalt opplag.

157 aviser fekk produksjonstilskott på til saman 313 millionar kroner i 2017. Endringar i opplagsutvalinga er hovudårsaka til at produksjonstilskottet til dei einskilte avisene endrar seg frå år til år.

Tre aviser gjekk ut av stønadsordninga i 2017:

- *Malvik-Bladet* (fusjonerte med *Stjørdalens Blad*)
- *Lokalavisa Verran-Namdalseid* (fusjonerte med *Steinkjer-Avisa*)
- *Sortlandsavisa* (blei lagd ned)

Samtidig kom tre nye aviser med i ordninga i 2017, alle lokalaviser:

- *Alvdal Midt i Væla* (kjem berre ut som nettavis og er den første nettbaserte lokalavisa som får produksjonstilskott)
- *Avisa Lofoten* (blir gitt ut på papir)
- *Bladet* (resultat av at *Malvik-Bladet* fusjonerte med *Stjørdalens Blad*)

Medietilsynet reknar med at fleire nettaviser vil kvalifisere til produksjonstilskott framover.

Bruksretta medieforskning

I tillegg til den ordinære stønaden på 3 640 000 kroner til bruksretta medieforskning, blei det i 2017 også øyremerkt 250 000 kroner til forskning på dataspel gjennom regjeringa sin *Handlingsplan mot spilleproblem 2016–2018*. Formålet med midlane er å bidra til å førebygge speleproblem gjennom auka kunnskap om dataspel.

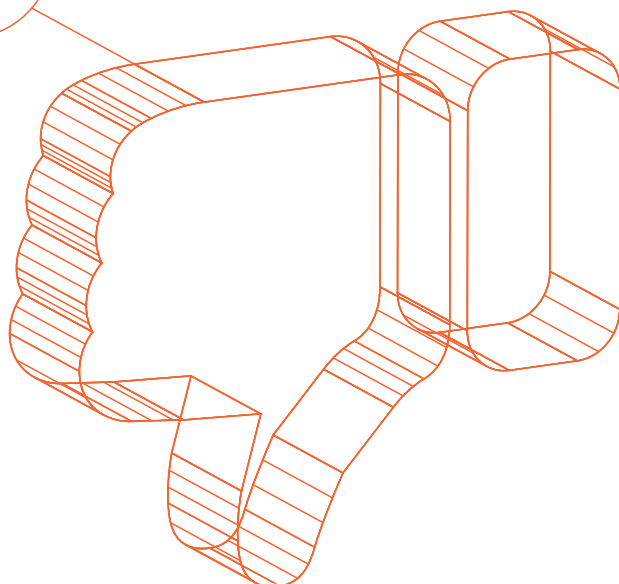
Tilskott til lyd- og bildemedium

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

I 2017 kom det inn 300 søknader, og til saman blei det søkt om 40 millionar kroner. Om lag 19 millionar kroner blei gitt i tilskott. Over halvparten av tilskottsmidlane var stønad til digitalisering av lokalradio. Totalt sju tilskottsmottakarar nådde taket for [bagatellmessig stønad](#) (maks. €200 000 over ein treårsperiode). Desse selskapa kan derfor ikkje få tilskott for 2018.

Ved utgangen av 2017 var det berre tre av totalt 37 lokalradiokonsesjonsområde for DAB der det enno ikkje hadde meldt seg interessentar for utbygging. Medietilsynet har gitt tilskott til utbygging i totalt 29 område.

10



3.6 KLAGER

Klagenemnda for mediesaker er klageinstans for enkeltvedtak i Medietilsynet. Klagenemnda behandlar klagesaker om kringkasting og audiovisuelle bestillingstenester, medieeigarskap, mediestønad og vern av barn og unge. Nemnda behandlar også klagesaker om tilskott til produksjon og formidling av audiovisuelle verk.

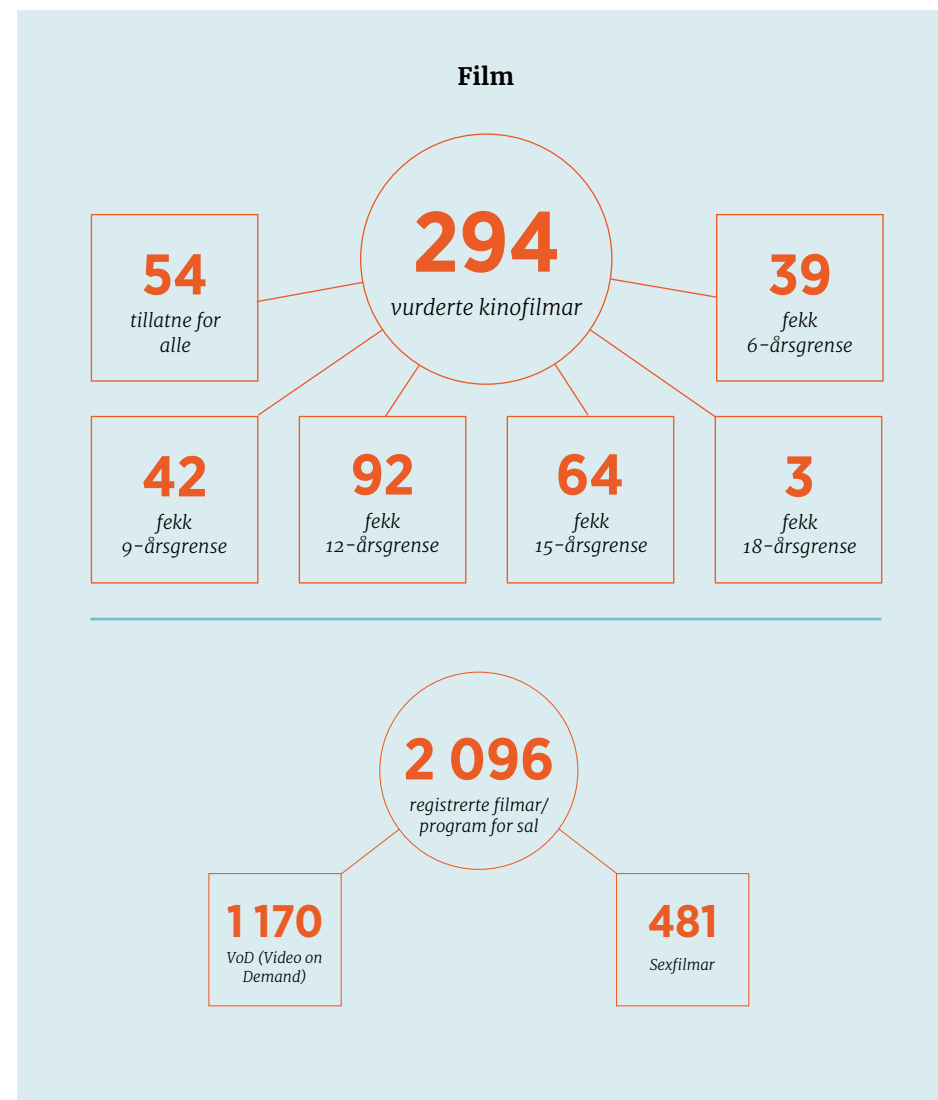
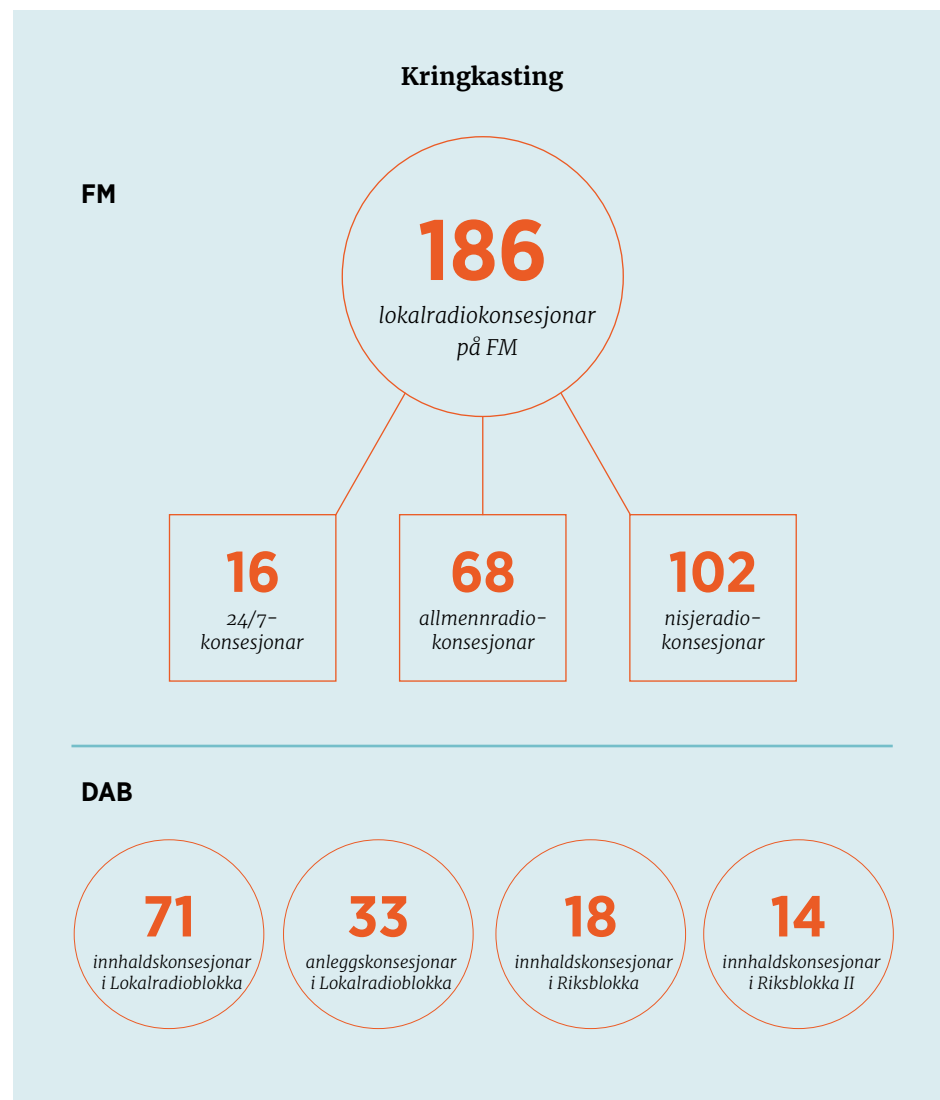
I 2017 kom det sju klager på tilskott til lokale lyd- og bildemedium. Medieklagenemnda heldt alle vedtaka ved lag.

Medietilsynet fekk éi klage på aldersgrense på kinofilm. Filmen *Løvetannbarn* fekk ni-årsgrense av tilsynet. Medieklagenemnda gjorde om vedtaket, og ny aldersgrense blei seks år.

Det var to klager på produksjonstilskott for 2017. Medietilsynet gjorde om den eine klaga til fordel for klagaren. Den andre saka er framleis til behandling i Medieklagenemnda.

Medietilsynet er også klageinstans for vedtak gjorde av NRK Lisensavdelinga. I 2017 blei det behandla 40 klager på kringkastingsavgifta. Ingen vedtak blei gjorde om.

3.7 TILSYNET I TAL



Støtteordningar

*Produksjonstilskott
til nyheits- og
aktualitetsmedium*

• **157 aviser fekk til saman
313 millionar kroner**

- Åleineaviser fekk totalt
114 millionar kroner
- Nummer to-aviser fekk
totalt 32 millionar kroner
- Nr. ein-aviser fekk totalt
11 millionar kroner

*Distribusjonstilskott for
aviser i Finnmark*

• **12 aviser fekk til saman
2 090 000 kroner**

*Tilskott til
samiske aviser*

• **4 aviser fekk til saman
27,5 millionar kroner**

*Tilskott til lokale lyd- og
bildemedium*

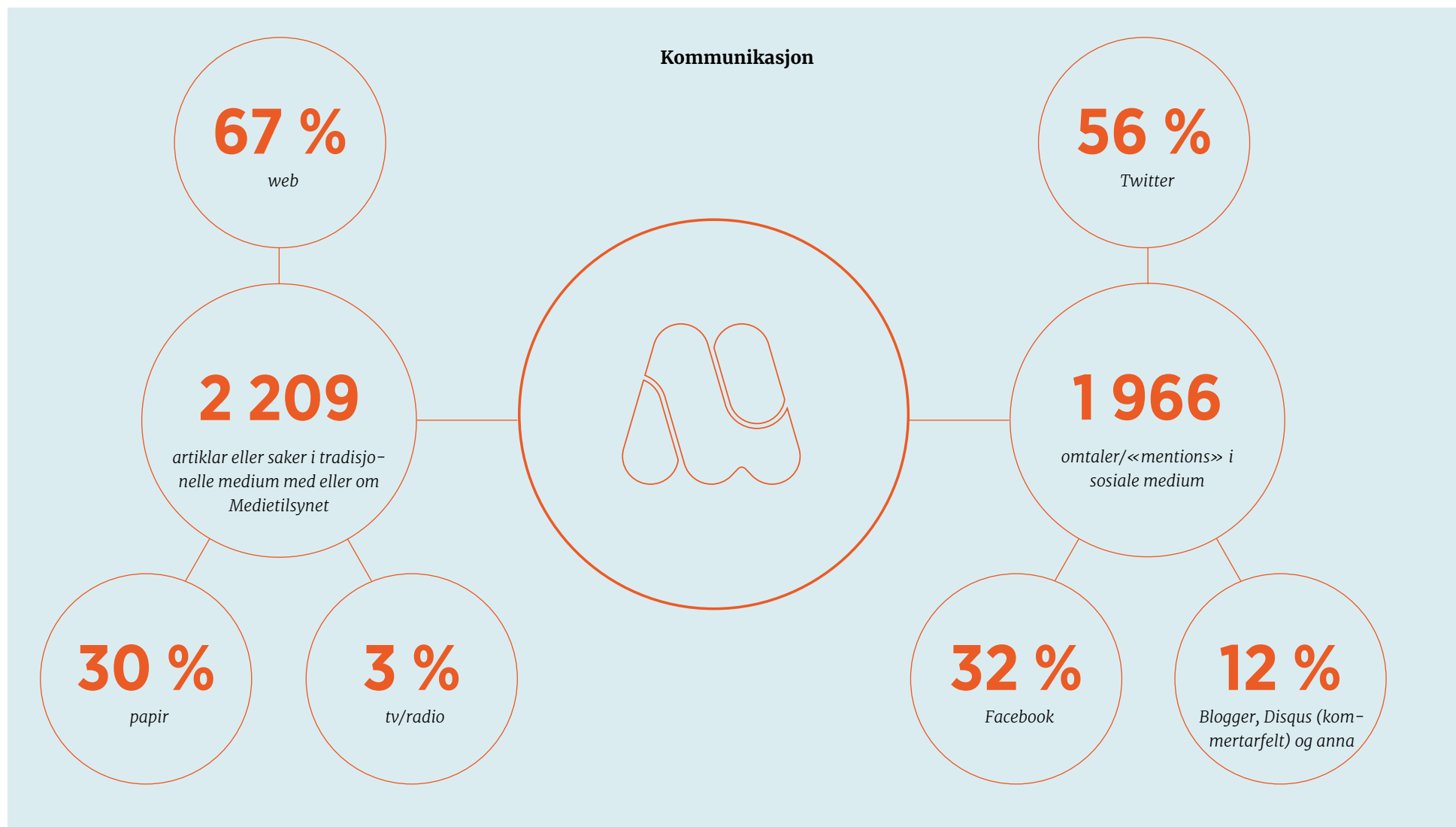
• **63 tildelingar på til saman
19 millionar kroner**

- 12 145 000 kroner i investeringstil-
skott til digitalisering av lokalradio
- 1 535 000 kroner i driftstilskott til
nasjonale samanslutningar for loka-
le lyd og bildemedium
- 405 000 kroner i driftstilskott til
lokalradioar for etniske og språklege
minoritetsgrupper
- 4 135 600 kroner i lokale program-
produksjonar
- 551 000 kroner i kompetansehevan-
de tiltak
- 260 000 kroner i utviklingsprosjekt

*Medieforskning og
etterutdanning*

• **Samla tilskott 11 330 000
kroner**

- Bruksretta medieforskning
(RAM) 3 640 000 kroner
- 16 forskingsprosjekt på til
saman 3 515 000 kroner
- 5 mastergradar à 25 000
kroner
- Norsk Mediebarometer (SSB)
2 030 000 kroner
- Institutt for Journalistikk
5 050 000 kroner
- Landslaget for lokalaviser
610 000 kroner



3.8 MÅL OG MÅLOPPNÅING

Medietilsynet vurderer å samla sett ha akseptabel resultatoppnåing i 2017, med god oppnåing for tre mål, akseptabel oppnåing for eitt mål og ikkje fullt ut resultatoppnåing for eitt mål.

MÅL 1:

Medieaktørar skal handle i samsvar med reglane i kringkastingslova, bildeprogramlova og film- og video-gramlova.

Måloppnåing:

Tilsyn er gjennomført gjennom året, sjå pkt. 3.4 for ei samla oversikt. I 2017 blei det gjort eitt vedtak om åtvaring overfor NRK for brot på sponseregelverket og eitt vedtak om inndraging av konsesjon overfor ein lokalradiokonsesjonær på grunn av manglande årsmelding.

Medietilsynet fokuserer på informasjon, rettleiing og dialogmøte med bransjen, og resultatet av tilsyna viser stor grad av etterleving. Eksempel på eit nytt og vellykka tiltak som gav gode resultat, var samarbeidet med Forbrukartilsynet om nye rettleiingar retta inn mot youtubarar for å auke medvitet om forskjellen på redaksjonelt og kommersielt innhald, sjå pkt. 4.1.

Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert godt på målet i 2017.

Utfordringar:

Aktørane opplever at regelverket rundt viktige hendingar er vanskeleg å forstå. Medietilsynet meiner derfor at ein bør sjå nærmare på dette regelverket. Tilsynet vurderer vidare at ordningane med førehandskontroll av kinofilm og registrering av videogram slik dei er i dag ikkje er i takt med medieutviklinga, og at moglege endringar bør vurderast framover.

MÅL 2:

Allmenta skal ha tilgang på informasjon om eigarforhold i norske medium.

Måloppnåing:

Det var to eigarskapssaker i 2017 der Medietilsynet støtta Konkurransetilsynet med vurderingar (salet av *Vestlandsnytt* til Polaris og av *Varingen* til Amedia). Konkurransetilsynet og Medietilsynet hadde eit godt samarbeid i begge sakene og er einige om at det per i dag ikkje er nødvendig med ei ytterlegare formalisering av samarbeidet på dette området.

Medietilsynet fekk ikkje utarbeidd ein oppdatert presentasjon av alle data om eigarforhold i norske medium i 2017. Målet er at denne informasjonen så raskt som mogeleg skal inn i eit felles system, sjå pkt. 3.3.

Medietilsynet vurderer å samla sett ikkje ha levert fullt ut på målet i 2017.

Utfordringar:

Medietilsynet har fleire utdaterte fagsystem og vil i 2018 jobbe for å få alle data inn i eit felles system. Det er også behov for eit nytt presentasjonsverktøy for å kunne gjere data tilgjengelege for omverda på ein betre måte. Tempo i gjennomføringa vil avhenge av finansiering. Medietilsynet har søkt Difi om midlar til digitaliseringstiltak i 2018.

MÅL 3:

Befolkninga skal ha tilgang til eit breitt spekter av redaksjonelle medium.

Måloppnåing:

Målet blei ikkje i tilstrekkeleg grad operasjonalisert for 2017. Medietilsynet vil forbetre dette i 2018. Ei viktig oppgåve på feltet er den årlege allmennkringkastingsrapporten som blir utarbeidd av Medietilsynet. Tilsynet si vurdering var at allmennkringkastarane i hovudsak leverte i tråd med krava i 2017. Unnatak frå dette var: P4 braut kravet om å ha eigne program for smale grupper, TV 2 braut kravet om å sende jamlege program for unge, og NRK oppfylte ikkje kravet om å ha 25 prosent nynorskdelen og kravet om å sende jamlege program for unge på samisk, jf. pkt. 3.4.

Eit viktig tiltak som bidrar til mediemangfald og som blir forvalta av Medietilsynet, er dei ulike stønadsordningane på mediefeltet. Den største stønadsordninga er produksjonstilskottet, der 313 millionar kroner blei fordelt til 157 aviser i 2017. I

tillegg forvaltar tilsynet tilskott til samiske aviser, distribusjonstilskott til aviser i Finnmark, tilskott til lokale lyd- og bildemedium og stønad til brukshøgskule, jf. pkt. 3.5.

I 2017 blei det gitt ti konsesjonar og godkjent seks konsesjonsoverføringar for lokalradio på FM. Det blei gitt 51 DAB-konsesjonar og godkjent to konsesjonsoverføringar av anleggskonsesjonar på DAB. Det blei gitt fem konsesjonar i det digitale bakkenettet for tv og 22 nye registreringspliktige kringkastarar blei registrerte, jf. pkt. 3.4.

Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert godt på målet i 2017.

Utfordringar:

Store og kontinuerlege endringar i mediemarknaden gjer det nødvendig å følge utviklinga i mediemangfaldet tettare og meir systematisk framover. Derfor ønskjer Medietilsynet å få plass ein modell for ein årleg mediemangfaldsrekneskap. Ei anna utfordring er at fleire av fagsystema til Medietilsynet, for eksempel systemet for å registrere konsesjonar, er utdaterte og lite formålstenlege. Utbetringstiltak er lagde inn i IT-planen til tilsynet.

MÅL 4:

Mediebrukarane skal ha tilgang til relevant informasjon for å kunne bruke medium på ein trygg og forsvarleg måte.

Måloppnåing:

Medietilsynet arbeider mykje med trygg mediebruk for barn og unge, blant anna som nasjonal koordinator for Norwegian Safer Internet Centre. I 2017 har Medietilsynet både arrangert og deltatt på ei rekke arrangement der trygg mediebruk for barn og unge har vore tema. Tilsynet har utvikla eit nytt samtaleverktøy for foreldre og starta arbeidet med ei ny undersøking om mediebruken til barn og unge, sjå pkt. 3.1. Vidare har Medietilsynet i 2017 gjennomført fleire tiltak knytte til falske nyheiter, blant anna ei eiga undersøking og ein omfattande informasjonskampanje saman med Faktisk.no og Facebook, sjå pkt. 3.2.

Medietilsynet vurderer å samla sett ha levert godt på målet i 2017.

Utfordringar:

Mange aktørar er aktive på området barn og trygg mediebruk. Det er bra, men samtidig er det ei utfordring å i tilstrekkeleg grad koordinere aktivitetar og innsats. Medietilsynet meiner derfor det er behov for ein samla, nasjonal strategi på feltet.

MÅL 5:

Styresmakter og andre samfunnsaktørar skal ha tilgang til oppdatert og relevant kunnskap om mediemangfald, medieregulering og medieøkonomi

Måloppnåing:

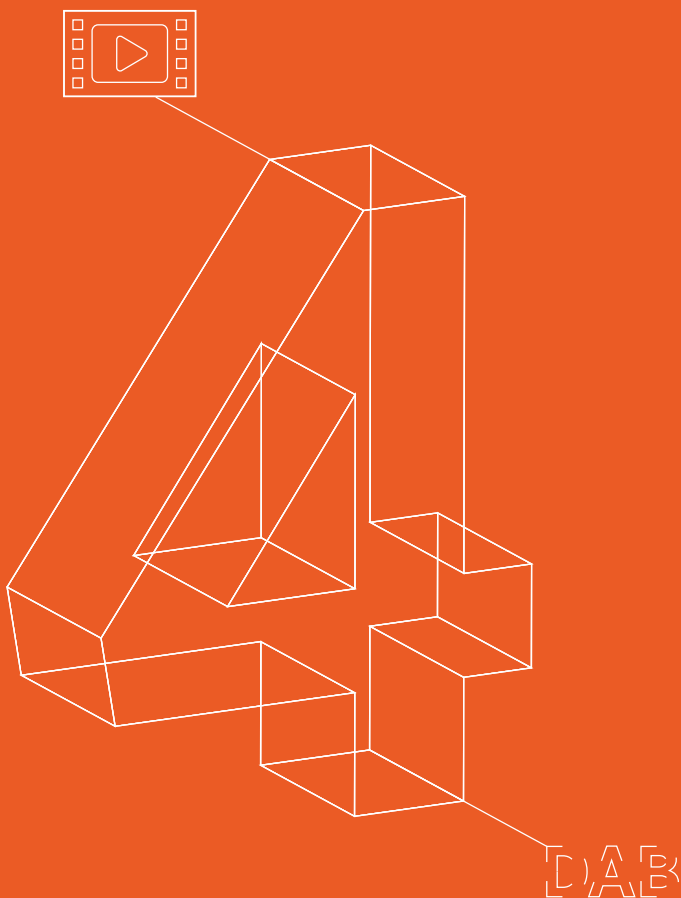
Medietilsynet har i 2017, som tidlegare år, levert

ein rapport om økonomien i den norske mediebransjen, jf. pkt. 3.3. Tilsynet har jamleg publisert aktuelle nyheitssaker via pressemeldingar og eigne kanalar om mediemangfald og medieregulering, men har ikkje utarbeidd ei samla oversikt med informasjon om desse områda.

Medietilsynet vurderer å ha levert akseptabelt på målet i 2017.

Utfordringar:

Når det gjeld måling og oppfølging av mediemangfald og medieeigarskap – sjå mål 2 og 4.



SPESIELLE SATSINGAR OG PROSJEKT

Reklame i bloggar, sosiale medium og YouTube-videoar representerer eit aukande kommersielt trykk mot barn og unge. I 2017 lanserte vi saman med Forbrukartilsynet rettleiarar og instruksjonsvideoar som viser korleis reklame, produktplassering og sponning kan merkast enkelt og tydeleg. I løpet av 2017 blei også FM-sendingane til rikskringkastarane og større kommersielle lokalradioar avvikla, og det digitale radioskiftet i Noreg er gjennomført. →



Reklame i bloggar, sosiale medium og YouTube-videoar representerer eit aukande kommersielt trykk mot barn og unge.

4.1 TILTAK MOT SKJULT REKLAME PÅ YOUTUBE OG I SOSIALE MEDIUM

I 2017 lanserte Medietilsynet og Forbrukartilsynet i fellesskap rettleiarar for merking av reklame på YouTube og i sosiale medium. Formålet var å auke merksemda blant youtubarar og bloggarar om krava til å skilje mellom eige innhald og kommersielt innhald.

Reklame i bloggar, sosiale medium og YouTube-videoar representerer eit aukande kommersielt

trykk mot barn og unge. Det er blitt svært attraktivt å drive marknadsføring gjennom influensarar, fordi populære bloggarar og youtubarar når målgruppene effektivt og med stor påverknadskraft. Men fordi videoane gjerne har ei blanding av rapportering frå eige liv og betalt marknadsføring, er risikoen for skjult reklame stor.

Stor risiko for skjult reklame

At alle former for skjult marknadsføring er forbodne i kringkasting og audiovisuelle bestillingstenester, kjem tydeleg fram i kringkastingslova. Video-bloggarar med eigen YouTube-kanal er tilbydarar av audiovisuelle bestillingstenester og derfor omfatta av kringkastingslova som Medietilsynet har ansvar for å følge opp. Reglane i marknadsføringslova om at reklame skal stå tydeleg fram som reklame, gjeld for sosiale medium som Instagram, Snapchat og bloggar. Desse plattformene er ansvarsområdet til Forbrukartilsynet.

Nært samarbeid mellom myndigheiter og bransje

Veksten i influensarmarknadsføring og faren for skjult reklame er årsaker til at både Medietilsynet og Forbrukartilsynet prioriterer tiltak på dette området.

I 2017 samarbeidde tilsyna om å lage rettleiarar og instruksjonsvideoar som viser korleis reklame, produktplassering og sponning kan merkast enkelt og tydeleg. For å få innspel til korleis rettleiarane burde bli utforma for at målgruppa skal forstå og

bruke dei, hadde tilsyna undervegs i arbeidet dialog med managementbyrå som Splay, United Screens, United Influencers, Blogg.no, Nordic Screens og Anti Brandpeople. Å involvere bransjen har gitt auka legitimitet til retningslinjene og har også bidratt til den positive innstillinga byråa har hatt til å formidle rettleiarane til influensarane.

Når influensarane følger rettleiaren reduserer dei risikoen for lovbrutsgebyr eller forbod mot å drive marknadsføring på kanalen.

Youtubarar som Prebz og Dennis, Amalie Olsen, Hanna Martine og Herman Dahl som har tusenvis

av følgarar, sette raskt i gang med merking av reklame i videobloggane sine etter at dei nye rettleiarane var lanserte. Andre youtubarar følgde etter, og managementbyråa formidla dei nye retningslinjene for merking av reklame til sine influensarar.

Tilsyn viste klar forbetring

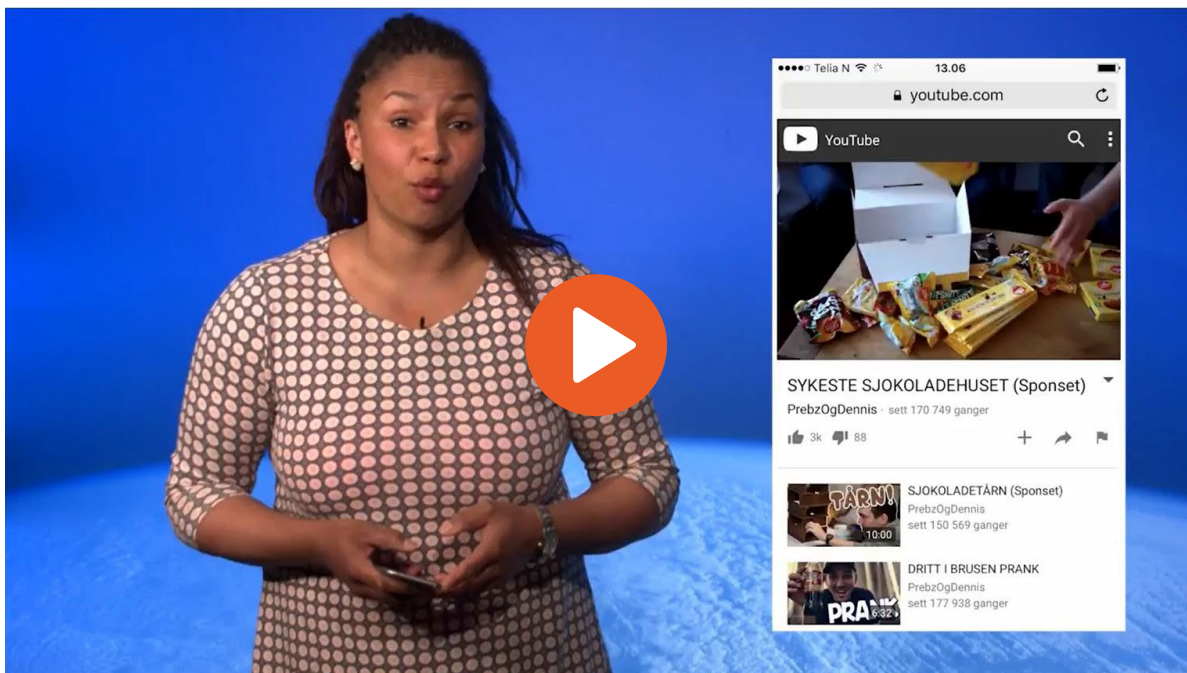
Hausten 2017 følgde Medietilsynet opp med ein omfattande kontroll. Tilsynet gjekk gjennom 22 populære YouTube-kanalar og kontrollerte 52 videoinnlegg. 33 av videoane, det vil seie to av tre videoar, var tydeleg merkte med «Reklame», «Annonse», eller «Produktplassering» i tråd med dei nye krava. Det var ei klar betring frå ei kartlegging av nokre av dei same youtubarane nokre månader tidlegare, då berre to videoar hadde god nok merking.

Medietilsynet trur mykje av forklaringa på at fleire influensarar merker innhaldet sitt rett nå enn tidlegare, er at dei forstår at dei har alt å vinne på å vere tydelege på kva som er reklame, og kva som ikkje er det. Når dette skiljet kjem tydeleg fram, er det enklare for youtubarane å halde på tilliten hos følgarane sine.

Det ser også ut til at barn og unge set pris på god og tydeleg reklamemerking i sosiale medium. I kommentarfelta minner følgarane ofte forbilda sine om å merke reklameinnlegga.

Youtubarar som Prebz og Dennis, Amalie Olsen, Hanna Martine og Herman Dahl som har tusenvis av følgarar, sette raskt i gang med merking av reklame i videobloggane sine etter at dei nye rettleiarane var lanserte.





NRK Supernytt laga eit opplysnande innslag om merking av reklame i sosiale medium då vi lanserte rettleiarane.

God merking er viktig for kritisk medieforståing

I eit større perspektiv er det viktig at mediebrukarane kan vurdere kor påliteleg medieinnhaldet dei konsumerer er. Store og små val blir tatt på bakgrunn av informasjon mediebrukarane stolar på. Effekten av å bruke influensarar som når målgruppene direkte og med stor påverknadskraft, er naturlegvis skyhøg i marknadsføringssamanheng. Slagsida er altså at den kommersielle budskapen blir blanda saman med influensarane sitt eige innhald. God merking blir dermed avgjerande for å kunne vurdere kor påliteleg innhaldet er.

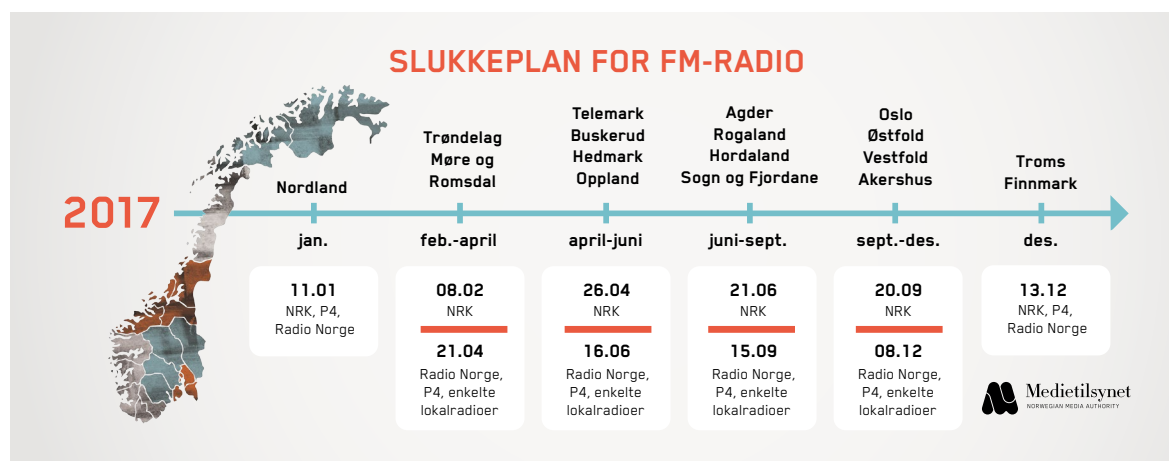
Medietilsynet skal bidra til aktive og bevisste mediebrukarar. Å auke kompetansen både hos aktørane som produserer videobloggjar og hos brukarane som konsumerer dei, er i tråd med dette målet. Samarbeid og rettleiing vil derfor ha høg prioritet for Medietilsynet også i 2018.

4.2 INFORMASJON OM DET DIGITALE RADIOSKIFTET

I løpet av 2017 blei FM-sendingane til rikskringkastarane og større kommersielle lokalradioar avvikla, og dermed er det digitale radioskiftet i Noreg gjennomført. Medietilsynet har hatt ansvar for informasjonsarbeidet i samband med radioskiftet. Informasjonen har hatt tre hovudformål: å auke kjennskapen i befolkninga om teknologiskiftet, å ta vare på behova til enkeltgrupper som kan ha behov for særleg informasjon og assistanse ved eit slikt skifte, og å informere om kva teknologiskiftet inneber for radiolytting i bil.

I 2017 har Medietilsynet konsentrert arbeidet om å informere om sløkkedatoane i dei aktuelle regionane. Det er laga informasjonspakkar som er sende til alle kommunale servicekontor i den aktuelle

I 2017 har Medietilsynet konsentrert arbeidet om å informere om sløkkedatoane i dei aktuelle regionane.

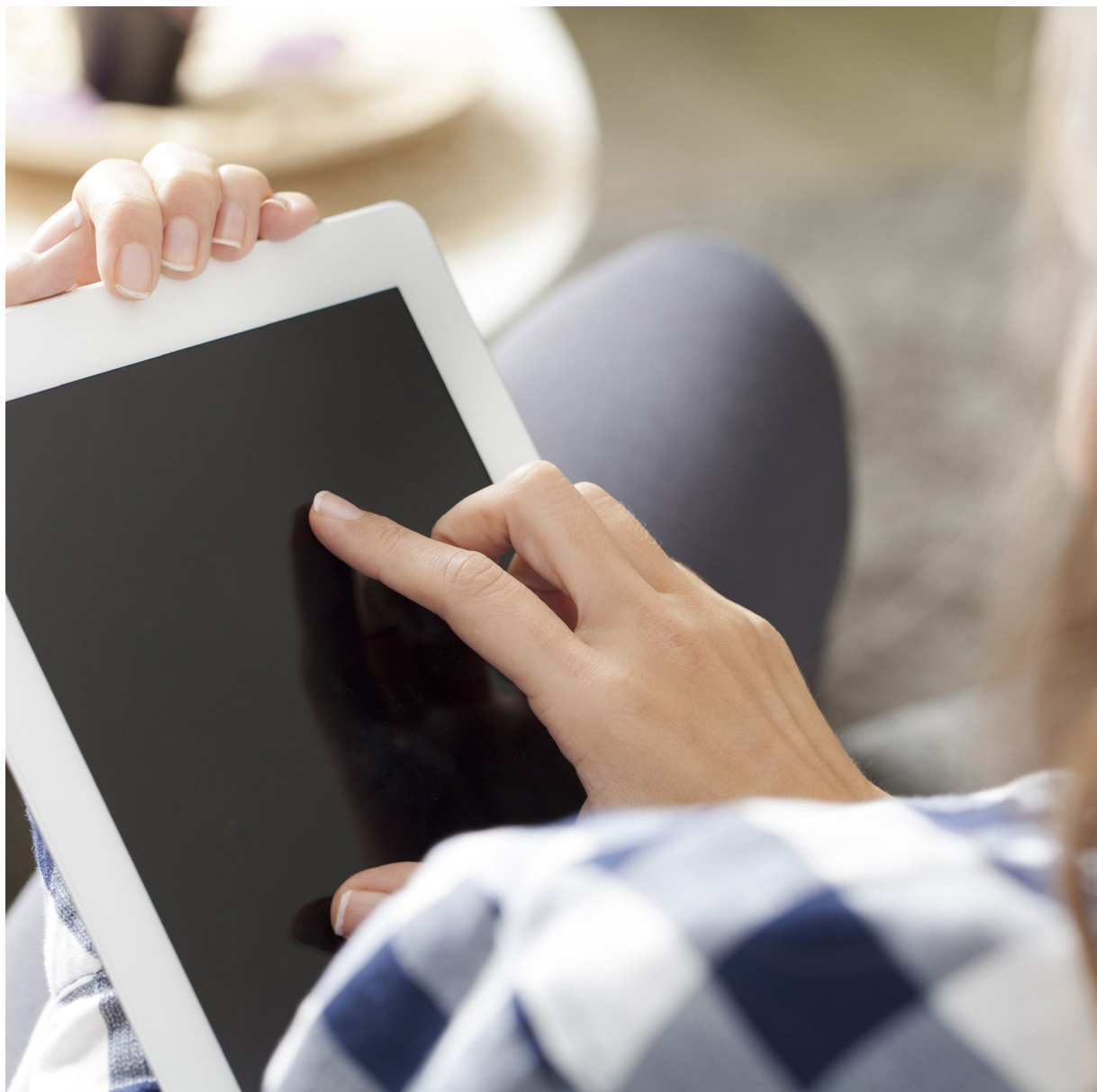


regionen før kvar sløkking, og Medietilsynet har også sendt kronikkar og informasjonspakkar til lokalavisene i kvar region.

Vidare har Medietilsynet hatt jamleg dialog med dei største interesseorganisasjonane for eldre og personar med ulike former for funksjonsnedsettingar og med hjelpemiddelsentralane. På bakgrunn av innspel frå desse organisasjonane er det utarbeidd tilpassa informasjon som organisasjonane har formidla til sine medlemmer.

Det var viktig at både bilbransjen og forhandlarleddet hadde god kjennskap til radioskiftet og at dei gav informasjon til kundane sine. Medietilsynet har derfor gjennomført ei rekke tiltak retta mot desse bransjane. Blant anna har tilsynet i samarbeid med Forbrukartilsynet og Forbrukarrådet laga ein informasjonspakat til elektronikkforhandlarar, skrive kronikkar i fagblada til elektronikkbransjen og autoriserte verkstader, og i samråd med Bilimportørenes Landsforening og Norges Bilbransjeforbund laga informasjon til medlemmene deira. I samarbeid med Digitalradio Norge er det laga ein rettleiar med praktiske råd som er distribuert til autoriserte verkstader.

Det har vore stor internasjonal interesse for det digitale radioskiftet i Noreg. Medietilsynet har orientert om radioskiftet og informasjonsarbeidet både på møte med styringsorgan frå andre land og på fleire internasjonale konferansar.



4.3 RAPPORT OM NRK OG MEDIEMANGFALD

Hausten 2017 fekk Medietilsynet i oppdrag av Kulturdepartementet å utarbeide ein rapport om korleis NRK bidrar til mediemangfaldet. Rapporten skal leverast i april 2018.

I oppdraget går det fram at Medietilsynet skal ta utgangspunkt i året 2017 og i det minste vurdere:

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

Medietilsynet har gjennomført eit ope innspelsmøte og opna også for skriftlege innspel til kva for forhold som bør vurderast. [Tilsynet har fått mange innspel](#) og tar sikte på å følge opp fleire av desse i rapporten.



STYRING OG KONTROLL

Medietilsynet har store og viktige oppgåver på mediefeltet og forvalta i 2017 tilskottsordningar på til saman 370 millionar kroner. God internkontroll er derfor viktig. Verksemda fekk ingen merknader i revisjonsmeldinga frå Riksrevisjonen i 2017. —>

Medietilsynet nyttar mål- og resultatstyring som grunnleggjande styringsprinsipp. Tilsynet legg vekt på å ha eit system for internkontroll og risikostyring som er tilpassa risikoen, ansvaret og storleiken på verksemda. Gjennom styringsdialogen med Kulturdepartementet blir risiko og måloppnåing vurdert. Medietilsynet opplever dialogen med departementet som god og konstruktiv.

Medietilsynet vurderer at styringa og kontrollen i verksemda i det store bildet er tilfredsstillande. Ein gjennomgang av dei ulike delane av organisasjonen i samband med utviklingsprosessane som blei starta hausten 2017, viser likevel at det er rom for forbetringar på ein del område:

- Ansvar, roller og oppgåver må definerast tydelegare. Eit slikt arbeid blir gjort i samband med utarbeiding av ny bemanningsplan for tilsynet våren 2018.
- Styringsinformasjon, prosess- og rutineframstillingar må i større grad bli formaliserte, dokumenterte og kommuniserte. Dette gjeld i større eller mindre grad på dei fleste område. Eit slikt arbeid er planlagt påbegynt våren 2018.
- På IT-feltet spesielt er det for svak dokumentasjon og dårlege backup-løysingar. Utdaterte fagsystem fører med seg risiko. Før nyttår 2017 starta Medietilsynet arbeidet med ein samla IT-plan, der manglane blir dokumenterte og tiltak

prioriterte. Medietilsynet er avhengig av ekstra midlar eller av å sjølv frigjere midlar for å kunne gjennomføre alle nødvendige tiltak på IT-sida.

Medietilsynet utarbeidde hausten 2017 ein ny strategiplan og vedtok ny organisasjonsstruktur som er planlagt innført i april 2018, jf. omtale i del 2. Dette, saman med dei skisserte forbetringstiltaka, vil vere viktige bidrag til betre styring og internkontroll i verksemda.

Medietilsynet reviderte den interne instruksen for økonomi- og verksemdsstyring og dei interne retningslinjene for innkjøp i 2017, blant anna som følge av endringar i økonomiregelverket for staten og regelverket for offentlege innkjøp. Tilsynet har også gått gjennom og oppdatert ein del andre interne styringsdokument i 2017, som varslingsrutinar og personalreglement.

Riksrevisjonen kontrollerer rekneskapen og disposisjonane gjennom året. Medietilsynet opplever samarbeidet og dialogen med Riksrevisjonen som positivt og lærande for organisasjonen.



FRAMTIDSUTSIKTER

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

I den nye strategien til Medietilsynet er oppdraget operasjonalisert i tre hovudmål: Å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet, å bidra til aktive og informerte mediebrukarar og å vidareutvikle Medietilsynet som ein tydeleg og relevant samfunnsaktør.

Utvikle og gjere kunnskap tilgjengeleg

Medietilsynet må ha oppdatert og relevant kunnskap og innsikt om medieutviklinga både nasjonalt og internasjonalt for å lukkast med oppdraget sitt. Det gjeld marknadsutvikling, økonomi, eigarskap, mediebruk, mediemangfald og teknologi, for å nemne noko. Ei viktig oppgåve for Medietilsynet er å utvikle og gjere kunnskapen tilgjengeleg slik at både myndigheiter, andre samfunnsaktørar, bransje og publikum har nytte av han. Analyse, kommunikasjon og formidling er derfor område som Medietilsynet kommer til å styrke framover. Tett dialog og samarbeid med alle relevante aktørar er også viktig.

Interne endringar

Medietilsynet må ha ei proaktiv tilnærming til korleis juridiske, økonomiske og kommunikasjonsmessige verkemiddel kan utviklast for å møte ein ny mediekvardag. Fordi mediemarknaden stadig blir meir kompleks og integrert, må også tilsynet sjølv arbeide meir heilskapleg og fleirfagleg. Framover vil det bli stilt store krav til organisasjonen sin evne til omstilling og kompetanseutvikling. Med utgangspunkt i ny strategi, skal Medietilsynet

net implementere ny organisasjonsstruktur våren 2018. Endringane skal legge til rette for auka heilskapstenking, samarbeid og meir rasjonell drift. At tilsynet lukkast med å omstille seg, vil vere viktig for evna til å løyse samfunnsoppdraget på ein god måte framover.

Medietilsynet må heile tida utvikle arbeidsmåtar, verkemiddel og kompetanse. Nye tilnærmingar får også konsekvensar for korleis tilsynet må bruke ressursane sine. For å auke det økonomiske handlingsrommet, må tilsynet redusere faste kostnader (og dermed talet på tilsette). Dette for å frigjere midlar til mellom anna digitalisering, aktivitetsbasererte tiltak og kompetanseheving. Ei slik omstilling er sjølvstendig krevjande, ikkje minst for dei tilsette. Medietilsynet ønsker å gjennomføre omstillinga på ein best mogleg måte, både for medarbeidarane og organisasjonen.

Viktige oppgåver i 2018

2018 blir eit spennande mediepolitisk år, og Medietilsynet er involvert i mange sentrale oppgåver. Først i løypa ligg ei utgreiing på oppdrag frå Kulturdepartementet om korleis NRK påverkar det samla mediemangfaldet, og Medietilsynet skal levere rapporten i løpet av våren. Tilsynet skal også bidra til departementet sitt arbeid med å utforme forslag til fireårig styringssignal for NRK og ei ny stortingsmelding om mediestøtte.

For å kunne følge det norske mediemangfaldet på ein god måte må Medietilsynet ha tilstrekkeleg innsikt i utviklinga. I 2018 kjem tilsynet i samarbeid med relevante forskings- og bransjemiljø til å jobbe med å etablere tydelege måleparametrar for å kunne dokumentere og følge opp utviklinga både i bruksmangfald, innhaldsmangfald og avsendarmangfald. Medietilsynet sitt mål for arbeidet er å utvikle ein modell for ein årleg mediemangfaldsrekneskap.

Det er vidare venta at det i 2018 blir inngått ein ny avtale om kommersiell allmennkringkasting. Ein slik avtale vil føre med seg nye tilsynsoppgåver for Medietilsynet.

I 2018 kjem det ein ny, innovasjonsretta tilskottsordning, og Medietilsynet skal bidra til å utforme

og implementere ordninga. Tilsynet skal også forvalte stønadsordninga når ho trer i kraft.

Medietilsynet gjennomfører annakvart år ei stor undersøking om medievanane til barn og unge, og neste rapport kjem i 2018. Resultata derifrå blir viktige for å kunne vurdere relevante tiltak som kan hjelpe til å styrke kritisk medieforståing hos både dei unge og foreldra deira. Medietilsynet kjem også til å fortsette dialogen med YouTube-miljøa, både når det gjeld merking av reklame og aldersgrenser.

Nye verkemiddel

Den digitale medieverksemda har bidratt til større mangfald og opna opp for at fleire har betre høve til både å produsere og ta imot innhald. Men utviklinga gir også nye utfordringar: Korleis sikre mediemangfald og redaksjonell kvalitet? Korleis legge til rette for ein innovativ og konkurransekyktig medieindustri og ein sterk allmennkringkastar, samtidig som ein nødvendig balanse blir halden ved lag? Korleis møte det auka presset mot skiljet mellom kommersielt og redaksjonelt innhald?

For ein medieregulator er ikkje svara lenger berre tradisjonelle kontrollmekanismer. Medietilsynet må derfor jobbe for å utvikle nye verkemiddel – som både bidrar til å ta vare på mediemangfaldet og til å auke den kritiske medieforståinga i befolkninga.

Den digitale medieverksemda har bidratt til større mangfald og opna opp for at fleire har betre høve til både å produsere og ta imot innhald. Men utviklinga gir også nye utfordringar.



ÅRSREKNESKAP

Medietilsynets årsrekneskap omfattar drifts-
utgiftene og inntektene våre, utbetalt presse-
stønad og avgift som vi krev inn for arbeidet
med film og video. Årsrekneskapen viser
disposisjonen av midlane i 2017. →

7.1 KOMMENTARAR TIL ÅRSREKNESKAPEN FRÅ LEIINGA

Formål

Medietilsynet er underlagt Kulturdepartementet og er staten sitt forvaltningsorgan på mediesektoren. Tilsynet skal bidra til å oppfylle regjeringa sine mål om å sikre ytringsfridom, rettsvern og eit levande demokrati, mellom anna ved å drive tilsyn med mediebransjen og gi rettleiing og informasjon både til mediebransjen og befolkninga. Medietilsynet forvaltar også statlege stønadsordningar på medieområdet.

Stadfesting

Årsrekneskapen for 2017 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, egedelar og gjeld.

Vesentlege forhold

Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet.

I 2017 var den samla tildelinga av ordinære driftsmidlar på 52 715 000 kroner. Av denne summen var 2 321 000 kroner overført mindreforbruk frå 2016. Verksemda disponerte i tillegg lønnsrefusjonar på 712 436 kroner. Rekneskapsførte driftsutgifter utgjorde 53 418 565 kroner, noko som resulterte i eit mindreforbruk på 8 871 kroner i 2017.

Lønn og sosiale utgifter utgjorde 35 759 392 kroner mot 28 619 022 kroner i 2016, jf. note 2 i artskontorekneskapen. 2017 var det første året verksemda betalte pensjonspremie til Statens pensjonskasse. Denne innbetalinga og det at færre tilsette var i permisjon enn året før, utgjør auken i lønnsutgifter frå 2016 til 2017. Lønnsutgifter utgjorde 67 prosent av dei totale driftsutgiftene i 2017 mot 66 prosent i 2016.

Samla løyve til eksternt finansierte prosjekt utgjorde 4 830 000 kroner i 2017, medrekna Trygg bruk, som delvis blir finansiert med midlar frå EU.

Medietilsynet betalte ut 371 386 318 kroner i tilskottsmidlar i 2017. 312 837 990 kroner av tilskottsmidlane gjaldt ordninga for produksjonstilskott til dagsaviser. Andre tilskottsordningar omfattar tilskott til medieforskning og etterutdanning, tilskott til lokale lyd- og bildemedium, tilskott til samiske aviser og distribusjonstilskott til avisene i Finnmark.

Medietilsynet er, saman med Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og Landslaget for lokalaviser (LLA), medeigar i Norsk Opplagskontroll AS. Aksjane er registrerte med ein post i staten sin kapitalrekneskap og går fram av note 6 til artskontorekneskapen.

Tilleggsopplysningar

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

Fredrikstad, 15. mars 2018



Mari Velsand
direktør

7.2 PRINSIPNOTE TIL ÅRSREKNESKAPEN

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

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

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

1. *Rekneskapen følger kalenderåret.*
2. *Rekneskapen inneheld alle rapporterte utgifter og inntekter for rekneskapsåret.*
3. *Utgifter er førte i rekneskapen med netto beløp, inntekter er førte med brutto beløp (ref.*

nettoordninga for meirverdiavgift).

4. *Rekneskapen er utarbeidd i tråd med kontantprinsippet.*

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

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

Løyvingsrapportering

Løyvingsrapporteringa viser rekneskapstal som Medietilsynet har rapportert til statsrekneskapen. Rekneskapstala blir stilte opp etter kapittel og postar i løyvingsrekneskapen som Medietilsynet har fullmakt til å disponere. Oppstillinga viser alle finansielle eigedelar og plikter Medietilsynet står oppførte med i staten sin kapitalrekneskap. Kolonnen «Samla tildeling» viser kva verksemda har fått stilt til disposisjon i tildelingsbrev frå Kultur-

departementet, på kapittel og post i statsrekneskapen.

Artskontorapportering

Artskontorapporteringa viser rekneskapstal Medietilsynet har rapportert til statsrekneskapen etter standard kontoplan for statlege verksemdar. Medietilsynet har ein trekkrett for disponible løyvingar gjennom konsernkonto i Noregs Bank. Løyvinga skal inntektsførast og står derfor ikkje som inntekt i oppstillinga.

Note 5 til artskontorapporteringa viser forskjellar mellom utrekning med statskassa og mellomrekning med statskassa.

7.3 ÅRSREKNESKAP 2017

Løyvingsrapport for 2017

Utgiftskapittel	Kapittelnamn	Post	Samla løyving*	Rekneskap 2017	Meirutgift (-) og mindreutgift
0334	Driftsutgifter	01	52 715 000	52 706 129	8 871
0334	Spesielle driftsutgifter	21	4 830 000	1 679 229	3 150 771
0335	Tilskott til lokale lyd- og bildemedium	74	23 575 000	17 634 400	5 940 600
0335	Produksjonstilskott	71	313 000 000	312 837 990	162 010
0335	Medieforskning og etterutdanning	73	11 330 000	11 324 083	5 917
0335	Tilskott til samiske aviser	75	27 500 000	27 499 844	156
0335	Distr.-tilskott til avisene i Finnmark	77	2 090 000	2 090 001	-1
1633	Nettoordning for mva. i staten	01	0	3 199 568	-3 199 568
Sum utgiftsført			435 040 000	428 971 244	

Inntektskapittel	Kapittelnamn	Post	Samla løyving*	Rekneskap 2017	Meir- og mindreinntekt
3334	Ymse inntekter	01	0	10	10
3334	Inntekter ved oppdrag	02	3 132 000	1 737 776	-1 394 224
3334	Gebyrinntekter	70	2 500 000	1 527 240	-972 760
5568	Sektoravgift – førehandskontroll av kinofilm	74	5 500 000	5 162 488	-337 512
5568	Videogramavgift	75	10 000 000	8 665 712	-1 334 288
5309	Gruppelivsforsikring	29	0	61 825	
5700	Arbeidsgivaravgift	72	0	4 371 536	
Sum inntektsført			21 132 000	21 526 587	

Rekneskap 2017

Netto rapportert til løyvingsrekneskapen		407 444 658
Kapitalkontoar		
60063901	Noregs Bank KK / innbetalingar	20 490 382
60063902	Noregs Bank KK / utbetalingar	-427 982 515
703808	Endring i mellomrekninga med statskassa	47 276
Sum rapportert		-200

Behaldningar rapporterte til kapitalrekneskapen (31.12.2017)				
Konto	Tekst	31.12.2017	31.12.2016	Endring
703808	Mellomvære med statskassa	-1 230 435	-1 277 711	47 276

Note A:

Forklaring av samla løyving

Kapittel og post	Overført frå 2016	Løyvingar 2017	Samla løyvingar
033401	2 649 000	50 066 000	52 715 000
033421	1 806 000	3 024 000	4 830 000
033571	0	313 000 000	313 000 000
033573	0	11 330 000	11 330 000
033574	4 575 000	19 000 000	23 575 000
033575	0	27 500 000	27 500 000
033577	0	2 090 000	2 090 000

Note B:

Forklaring til brukte fullmakter og berekning av mogleg sum som kan bli overført til neste år

Kapittel og post	Stikkord	Meir-/min-dreutgift	Utgiftsført av andre jamført med gitte belastnings-fullmakter	Meir-/min-dreutgift etter avgitte belastnings-fullmakter	Meir-/min-dreinntekter jamført med meirinntekts-fullmakt	Omdisponering fra post 01 til 45 eller til post 01/21 frå neste års løyving	Innsparingar	Sum grunnlag for overføring	Maks. beløp som kan overførast	Mogleg beløp som kan overførast, berekna av verksemda
334 21	Kan overføres	1 756 547		1 756 547				1 756 547		1 756 547
335 74	Kan overføres	5 940 600		5 940 600				5 940 600		5 940 600

Forklaring til bruk av budsjettfullmakter

Beløpet på kapittel/post 033421 gjeld midlar til eksternt finansierte prosjekt mot tilsvarande inntekter på kapittel/post 333402.

Beløpet på kapittel/post 003574 gjeld ubrukt tilskott til lokale lyd- og bildemedium

Artskontorrapport for 2017

	Note	2017	2016
Driftsinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen			
Innbetalinger frå gebyr og sektoravgift	1	15 355 440	12 841 503
Innbetalinger frå tilskott og overføringar	1	1 737 776	2 828 042
Sals- og leigeinnbetalningar	1	10	0
Sum innbetalningar frå drift		17 093 226	15 669 546
Driftsutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen			
Utbetalinger til lønn	2	35 759 392	28 619 022
Andre utbetalinger til drift	3	18 304 597	15 667 167
Sum utbetalinger til drift		54 063 989	44 286 189
Netto rapporterte driftsutgifter		36 970 763	28 616 643
Investerings- og finansutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen			
Utbetaling til investeringar	5	321 370	1 145 045
Utbetaling av finansutgifter	4	200	0
Sum investerings- og finansutgifter		321 570	1 145 045
Netto rapporterte investerings- og finansutgifter		321 570	1 145 045

	Note	2017	2016
Tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten			
Utbetalinger av tilskott og stønader	7	371 386 318	365 788 160
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten		371 386 318	365 788 160

Inntekter og utgifter rapporterte på felleskapittel			
Gruppelivsforsikring konto 1985 (ref. kap. 5309, inntekt)		61 825	59 476
Arbeidsgivaravgift konto 1986 (ref. kap. 5700, inntekt)		4 371 536	3 457 727
Nettoføringsordning for meirverdiavgift konto 1987 (ref. kap. 1633, utgift)		3 199 568	2 606 400
Netto rapporterte utgifter på felleskapittel		-1 233 793	-910 804

Netto rapportert til løyvingrekneskapen		407 444 858	394 639 045
--	--	--------------------	--------------------

Oversikt over mellomvære med statskassa			
Eigedelar og gjeld		2017	2016
Fordringar		0	18 375
Skyldig skattetrekk		-1 247 682	-1 231 461
Skyldige offentlege avgifter		3	-70 599
Anna gjeld		17 244	5 975
Sum mellomrekninga med statskassa	8	-1 230 435	-1 277 711

Note 1:

Innbetalinger frå drift

	2017	2016
Innbetalinger frå gebyr		
Kontrollgebyr, film	12 948 278	4 646 175
Kontrollgebyr, video	879 922	5 815 956
Kontrollgebyr, klistremærke	4 130	4 108
Kontrollgebyr, trykte merke	1 523 110	2 025 265
Gebyr kringkasting	0	350 000
Sum innbetalinger frå gebyr	15 355 440	12 841 503
Innbetalinger frå tilskott og overføringer		
Tilskott frå EU	387 776	2 078 042
Tilskott frå organisasjonar og stiftingar	250 000	0
Tilskott frå andre departement	1 100 000	750 000
Sum innbetalinger fra tilskott og overføringer	1 737 776	2 828 042
Sals- og leigeinnbetalinger		
Tilfeldige inntekter	10	0
Sum sals- og leigeinnbetalinger	10	0
Sum innbetalinger frå drift	17 093 226	15 669 546

Note 2:

Utbetalinger til lønn

	2017	2016
Lønn	27 795 487	25 650 088
Arbeidsgivaravgift	4 371 536	3 457 727
Pensjonsutgifter*	3 238 542	0
Sjukepengar og andre refusjonar (-)	-712 436	-1 618 136
Andre ytingar	1 066 263	1 129 343
Sum utbetalinger til lønn	35 759 392	28 619 022
Tal på årsverk	44	40

Nærmare om pensjonskostnader:

Frå og med 2017 betaler verksemda pensjonspremie til Statens pensjonskasse

Note 3:

Andre utbetalinger til drift

	2017	2016
Husleige	3 954 701	3 895 820
Vedlikehold og ombygging av leigde lokale	0	7 629
Andre utgifter til drift av eigedom og lokale	480 951	521 216
Reparasjon og vedlikehold av maskiner, utstyr m.m.	7 481	0
Mindre utstyrsjøp	623 768	127 472
Leige av maskiner, inventar og liknande	1 258 100	1 423 672
Kjøp av framande tenester	8 474 239	5 610 406
Reiser og diett	1 181 422	1 073 449
Andre driftsutgifter	2 323 935	3 007 503
Sum andre utbetalinger til drift	18 304 597	15 667 167

Note 4:

Finansinntekter og finansutgifter

	2017	2016
Innbetaling av finansinntekter		
Renteinntekter	0	0
Valutagevinst	0	0
Anna finansinntekt	0	0
Sum innbetaling av finansinntekter	0	0

	2017	2016
Utbetaling av finansutgifter		
Renteutgifter	0	0
Valutatap	0	0
Anna finansutgift	0	0
Sum utbetaling av finansutgifter	200	0

Note 5:

Utbetaling til investeringar og kjøp av aksjar

	2017	2016
Utbetaling til investeringar		
Driftslausøyre, inventar, verktøy og liknande	321 370	1 145 045
Sum utbetaling til investeringar	321 370	1 145 045

Note 6:

Tilskottsforvaltning og andre overføringar frå staten

	2017	2016
Tilskott til ikkje-finansielle føretak	371 386 318	365 788 160
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringar frå staten	371 386 318	365 788 160

Note 7:

Samanheng mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa

Del A: Forskjellen mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa

		2017	2017	
		Spesifisering av bokført avrekning med statskassa	Spesifisering av rapportert mellomvære med statskassa	Forskjell
Omløpsmidlar				
	Kundefordringar	1 284 249	0	1 284 249
	Sum	1 284 249	0	1 284 249
Kortsiktig gjeld				
	Leverandørgjeld	-1 075 990	0	-1 075 990
	Skyldig skattetrekk	-1 247 682	-1 247 682	0
	Skyldige offentlege avgifter	0	3	-3
	Anna kortsiktig gjeld	17 244	17 244	0
	Sum	-2 306 428	-1 230 435	-1 075 993
Sum		-1 022 178	-1 230 435	208 257

Del B Spesifisering av investeringar i aksjar og selskapsdelar

	Kjopsdato	Tal på aksjar	Eigardel	Stemme- del	Resultat for 2017	Balanse- ført eigen- kapital i selskapet	Balanse- ført verdi i rekne- skapen*
Aksjar							
Norsk Opplagskontroll AS	01.05.2001	102	33,3	33,3	26 842	167 700	34 000
Balanseført verdi 31.12.2017							34 000

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

Ansvarleg utgivar: Medietilsynet
Grafisk formgiving: Bly AS
Foto: Medietilsynet/Kine Jensen
ISBN: 978-82-91977-65-2



KONTAKT

www.medietilsynet.no
www.facebook.com/medietilsynet
www.twitter.com/medietilsynet
post@medietilsynet.no



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY