

Årsrapport 2023





1.	Leders beretning	3
1.1	Sentrale arbeidsområder og prioriteringer i 2023	4
1.2	Vurdering av måloppnåelse	8
1.3	Forhold som har hatt innvirkning på resultatoppnåelsen	8
1.4	Samlet ressursbruk innenfor bevilgning	9
<hr/>		
2.	Introduksjon til verksemda og hovudtal	10
2.1	Samfunnsoppdraget	11
2.2	Organisasjon og leiing	14
2.3	Utvalde nøkkeltal	15
<hr/>		
3.	Aktivitetar og resultat i 2023	17
3.1	Legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet	18
3.2	Bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val	46
3.3	Vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør	60
<hr/>		
4.	Styring og kontroll i verksemda	73
4.1	Verksemdsstyring og ressursbruk	74
4.2	Internkontroll	77
4.3	IA og HMS	77
4.4	Arbeid for likestilling og mot diskriminering	79
4.5	Fellesføringar for 2023	82
4.6	Språklova	83
4.7	Arkiv	84
4.8	Kulturelt mangfald	84
4.9	Klima og miljø	85
4.10	Revisjon og rekneskap	85
<hr/>		
5.	Vurdering av framtidsutsikter	86
<hr/>		
6.	Årsrekneskap	89
6.1	Kommentarar til årsrekneskapen frå leiinga	90
6.2	Prinsippnote til årsrekneskapen	92
6.3	Årsrekneskap for 2023	93

1. Leders beretning

Medietilsynet har gjennom 2023 jobbet målrettet for å oppfylle sitt samfunnsoppdrag gjennom følgende tre hovedmål slik de kommer frem i tildelingsbrevet: å legge til rette for et mangfoldig redaksjonelt innhold av høy kvalitet, å bidra til å utvikle aktive mediebrukere som tar informerte valg, og å være en relevant, tydelig og synlig samfunnsaktør.

Medietilsynet skal bidra til å oppfylle statens mediepolitiske mål, og prioriterte arbeidsområder er å fremme mediemangfold og kritisk medieforståelse i befolkningen. Betydningen av begge disse områdene blir stadig tydeligere, blant annet med bakgrunn i krig og kriser også i vår del av verden, og en økende fremvekst av desinformasjon, drevet særlig av den teknologiske utviklingen. Som Norges mediemyndighet må Medietilsynet være oppdatert på utvikling og trender, bidra til proaktiv regelverksutvikling og kontrollere at regelverket overholdes, forvalte mediepolitiske virkemidler på en korrekt og transparent måte, utvikle og formidle relevant innsikt, samt drive formidling og veiledning tilpasset ulike grupper i befolkningen.

I årsrapporten for 2023 synliggjøres prioriteringer og tiltak sett opp mot målene i tildelingsbrevet, og det er lagt vekt på å så langt som mulig dokumentere resultater og effekter av innsatsen.



1.1 Sentrale arbeidsområder og prioriteringer i 2023

For å realisere hovedmålene i Medietilsynets tildelingsbrev for 2023 er det gjennomført en rekke ulike oppgaver og aktiviteter. Oppsummert kan disse deles inn i følgende arbeidsområder og prioriteringer:

Forvaltning av mediepolitiske virkemidler: Medietilsynet fordelte i 2023 tilskudd gjennom de statlige mediestøtteordningene og forvaltet kringkastingskonsesjoner. Dette er virkemidler som bidrar til at Norge har et sterkt mediemangfold.

Regelverksutvikling: Medietilsynet har i 2023 bidratt til å utvikle regelverket på mediefeltet, både nasjonalt og på europeisk nivå. I en tid preget av raske endringer er det viktig at regelverket revideres og oppdateres. I 2023 har Medietilsynet også implementert nye lov- og forskriftsendringer på flere områder.

Tilsyn: I 2023 har det vært rekordstor tilsynsaktivitet for å påse at aktørene overholder de lovene Medietilsynet har ansvar for å håndheve. Det legges vekt på god veiledning og dialog med aktørene, men samtidig brukes sanksjoner når regelbruddene tilsier at dette er en adekvat reaksjon.

Innsikt: Medietilsynet bidrar til økt kunnskap om sentrale problemstillinger på mediefeltet, særlig relatert til mediemangfold og kritisk medieforståelse. Det er i løpet av 2023 produsert og formidlet resultater fra nye undersøkelser og rapporter på flere områder.

Råd, veiledning og formidling: Det er i 2023 gjennomført ulike tiltak for å styrke befolkningens kritiske medieforståelse, bidra til en tryggere digital oppvekst for barn og unge og øke kunnskapen om betydningen av mediemangfold. Blant annet er det utviklet nye læringsopplegg og informasjons- og holdningskampanjer, og andre kommunikasjonstiltak er satt ut i livet. Medietilsynet har både hatt egne faglige arrangement og bidratt med innlegg på andres, og det har vært god dialog med både bransje og andre relevante eksterne aktører og virksomheter.

Digitalisering og effektivisering: Medietilsynet har i 2023 gjennomført ytterligere digitaliseringstiltak for å forbedre og forenkle både dialogen med eksterne aktører og den interne arbeidsflyten. Det er gjort en organisatorisk endring på administrativt område for å redusere sårbarheten.

Endringstakten på mediefeltet er fortsatt høy, både når det gjelder teknologi, brukervaner og konkurransebilde. Derfor er det viktig at Medietilsynet bidrar til en fremtidsrettet utvikling av regelverket og til ny kunnskap og innsikt, både som grunnlag for å utvikle mediepolitikken og for at befolkningen skal ha et best mulig grunnlag for å delta både aktivt og trygt i den offentlige samtalen. Videre må Medietilsynet forvalte de mediepolitiske virkemidlene og gjennomføre tilsynsarbeidet slik at de mediepolitiske målene kan nås.

1.1.1 Modernisering av regelverket

Som fagetat blir Medietilsynet involvert når Kultur- og likestillingsdepartementet jobber med å utvikle regelverket. I 2023 har Medietilsynet bidratt i arbeidet med å forberede hvordan det endrede EU-direktivet om audiovisuelle medietjenester (AMT-direktivet) skal implementeres

i norsk rett. Medietilsynet har også deltatt i arbeidet med å endre forskriftene for flere av de direkte mediestøtteordningene, slik at disse i størst mulig grad skal være tilpasset medieutviklingen. Endringene er en oppfølging av Medietilsynets samlede gjennomgang av de direkte mediestøtteordningene i 2021.

I 2023 er den største tilskuddsordningen, produksjonstilskudd for nyhets- og aktualitetsmedier, for første gang forvaltet etter revidert forskrift. Dette er en kompleks tilskuddsordning, og implementeringen av endringene har krevd mange tilpasninger i saksbehandlingen og de digitale verktøyene som brukes i søknads- og tildelingsprosessen.

Medieklagenemnda behandlet i 2023 ti klager på vedtak fattet av Medietilsynet etter de ulike mediestøtteordningene. De fleste sakene gjaldt tildeling av innovasjons- og utviklingstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier. I fire av sakene ble Medietilsynets vedtak opphevet og sendt tilbake til ny behandling, mens i seks av sakene ble Medietilsynets vedtak opprettholdt.

I 2023 er det iverksatt en stor endring i bildeprogramloven. Den innebærer at ansvaret for å aldersklassifisere kinofilm er overført fra Medietilsynet til distributørene. Medietilsynet har vært en pådriver for denne endringen, som sørger for likebehandling av plattformene og effektiviserer forvaltningen.

Medietilsynet har brukt mye tid og ressurser på arbeid med europeiske regelverk i 2023. Særlig gjelder dette EU-forordningen for digitale tjenester (Digital Services Act – DSA), som skal styrke brukernes rettigheter og pålegger de globale plattformene et større ansvar. Det nye regelverket har tredd i kraft i EU, men når årsrapporten skrives, er det foreløpig ikke avklart hvordan arbeidet med DSA skal organiseres i Norge. Medietilsynet kommer uansett til å bli involvert i dette arbeidet. Det har derfor vært viktig å bidra i prosessen med å se på hvordan DSA i størst mulig grad kan bidra til å styrke norske brukeres rettigheter, med vekt på globale plattformer der risikoen både på individ- og samfunnsnivå er størst. Den europeiske mediefrihetsforordningen (European Media Freedom Act – EMFA) skal verne om selvstendigheten til redaksjonelle medier, og også i forbindelse med dette regelverket ser det ut til at Medietilsynet får nye tilsynsoppgaver.

Medietilsynet har også bistått departementet med å forberede den nye avtalen om kommersiell allmennkringkasting som ble inngått mellom staten og TV 2 i 2023.

1.1.2 Rekordhøy tilsynsaktivitet og god etterlevelse

Medietilsynet har ansvar for å håndheve sentrale lover på mediefeltet og fører tilsyn med kringkastingsloven, bildeprogramloven og deler av valgloven. I 2023 var det rekordhøy tilsynsaktivitet, der til sammen 36 tilsynsaktiviteter ble gjennomført (mot 29 i 2022). Frigjorte ressurser som følge av at distributørene har overtatt ansvaret for å aldersklassifisere kinofilm er overtatt av distributørene, har gjort det mulig for Medietilsynet å styrke tilsynsaktiviteten med eksisterende bemanning.

De mest omfattende kontrollene var på området reklame/sponsing/produkt plassering, og alle brudd på kringkastingsloven som ble oppdaget i 2023, gjaldt regler på dette feltet. I alt ga Medietilsynet fem advarsler for brudd på kringkastingsregelverket i 2023.

Medietilsynet har også prioritert tilsyn etter bildeprogramloven i 2023 for å forsikre seg om at overføringen av ansvaret for å aldersklassifisere kinofilm til distributørene, har gått som planlagt. Kontrollene har vist at distributørene i all hovedsak følger retningslinjer og lovverk. I 2023 fattet Medietilsynet kun ett vedtak om å endre en aldersgrense, og det ble gitt én advarsel for brudd på bildeprogramlovens regler om aldersgrenser.

I sum er det Medietilsynets vurdering at aktørene er flinke til å overholde regelverket.

1.1.3 Nye undersøkelser og rapporter gir ny innsikt

Som en del av Mediemangfoldsregnskapet utarbeidet og publiserte Medietilsynet i 2023 to nye delrapporter, én om avsendermangfold og én om bruksmangfold. Medietilsynet har en lovpålagt oppgave som innebærer å innhente og tilgjengeliggjøre informasjon om eierforholdene i norske redaktørstyrte medier, for å bidra til åpenhet, kunnskap og oppmerksomhet rundt dette. Disse forholdene er belyst i rapporten om avsendermangfold. Det ble også utarbeidet en ny rapport om den medieøkonomiske utviklingen siste år og i et femårsperspektiv. Disse rapportene gir viktig innsikt relatert til redaktørstyrte medier.

Som en oppfølging av den kvantitative undersøkelsen Barn og medier 2022 ble det i 2023 utarbeidet to kvalitative rapporter for å gå dypere inn i enkelte sider ved barn og unges digitale mediehverdag. Rapporten «Digitale dilemmaer – en undersøkelse om barns debut på mobil og sosiale medier» belyste dette området både fra barnas og foreldrenes perspektiv, mens rapporten «Hva kommuniserer norske og utenlandske influensere til norske ungdommer i sosiale medier?» gikk nærmere inn på hva slags innhold barn og unge eksponeres for digitalt.

I 2023 startet Medietilsynet dessuten arbeidet med å forberede nye undersøkelser som gjennomføres i 2024 (barn og medier, foreldre og medier og befolkningsundersøkelse om kritisk medieforståelse). For andre gang publiserte Medietilsynet i 2023 en rapport som presenterte den samlede tilsynsvirksomheten og resultatene fra denne foregående år. I sum har Medietilsynets undersøkelser og rapporter bidratt til ny innsikt og gitt grunnlag både for fremtidig politikktutforming og viktige diskusjoner i offentligheten.

Av utredningsarbeid ellers har Medietilsynet i 2023 hatt ansvar for å koordinere utviklingen av en handlingsplan for trygg digital oppvekst, som en oppfølging av den nasjonale strategien «Rett på nett». Medietilsynet har også bidratt i arbeidet med regjeringens nye dataspillstrategi og en ny stortingsmelding om trygg digital oppvekst, som utarbeides av Barne- og familiedepartementet. Medietilsynet er opptatt av samarbeid og best mulig ressursutnyttelse i den statlige forvaltningen og har gjennom disse prosjektene bidratt til dette.

1.1.4 Tiltak som kan bidra til en trygg digital hverdag og økt kritisk medieforståelse

Medietilsynet har gjennom 2023 gjennomført ulike digitale kampanjer for å øke befolkningens kunnskap og bevissthet om ulike digitale risikoer. Flere kampanjer ble gjennomført i forbindelse med kommune- og fylkestingsvalget, der Medietilsynet deltok i regjeringens arbeid for å hindre uønsket påvirkning i forbindelse med valget. Det ble gjennomført kampanjer både for å styrke motstandskraften mot desinformasjon og for å bedre debatt-

kulturen på nettet. Videre er det i samarbeid med ungdommer utviklet og gjennomført en kampanje for å gjøre ungdommene mer bevisste på sin egen skjermbruk. Som en del av regjeringens handlingsplan mot spilleproblemer har Medietilsynet gjennomført informasjonskampanjer om spill, risikoer og aldersgrenser. Det har også vært jobbet med et nytt undervisningsopplegg om dataspill. Det ferdigstilles i 2024.

Arbeidet med den nevnte handlingsplanen for trygg digital oppvekst er viktig for å få til en bedre samordning og målretting av innsatsen og tiltakene på området. Medietilsynet bidrar til dette gjennom å koordinere dette arbeidet. Medietilsynet leder også et nasjonalt nettverk for kritisk medieforståelse, et nettverk som også bidrar til kompetansedeling og samarbeid på tvers.

1.1.5 Digitalisering og effektivisering

Medietilsynet har i 2023 fortsatt arbeidet med digitalisering, både når det gjelder søknadsprosesser og intern saksbehandling. For flere av støtteordningene er søknadsskjemaer forbedret og modernisert, noe som både forbedrer brukeropplevelsen og effektiviserer arbeidet. Et stort løft i 2023 har vært å tilpasse de digitale systemene til omfattende endringer i forskriften om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier. Medietilsynet gjennomfører brukerundersøkelser etter hver søknadsprosess, og tilbakemeldingene på forbedringene som er gjort, har vært positive. Samtidig kommer det innspill som er nyttige i den videre utviklingen.

Fra og med 2023 har Medietilsynet endret hvordan en del oppgaver på det administrative området blir organisert. Endringene medfører at Arkivverket har overtatt oppgaver på områdene regnskap, lønn, personaladministrasjon og arkiv. Dette reduserer sårbarheten, øker fleksibiliteten og bedrer kvaliteten. Overgangen har gått svært bra, og det har vært et godt og konstruktivt samarbeid mellom Arkivverket og Medietilsynet.

1.1.6 Medietilsynet oppfylte språkloven og fikk utmerkelse fra Noregs Mållag

Ulike kommunikasjonstiltak er viktige virkemidler for å nå ut med innsikt, råd og veiledning, og for å bidra til offentlighet og debatt rundt sentrale mediespørsmål. I 2023 hadde Medietilsynet cirka 2400 medieoppslag. Det var cirka 20 prosent mindre enn året før, noe som kan tilskrives lavere produksjon av pressemeldinger og mindre mediekontakt. Dette henger igjen sammen med redusert bemanning siste halvåret i 2023. I 2024 har Medietilsynet igjen full bemanning, og har som mål å øke både medieaktiviteten og å forbedre resultatene på dette feltet.

Medietilsynet bruker også andre kommunikasjonskanaler, som egne nettsider, nyhetsbrev, podkast, sosiale medier og egne arrangement, og vi deltar med foredrag, debattinnlegg og så videre på andres arrangementer. I 2023 gjennomførte Medietilsynet cirka ti egne arrangement, med temaer relatert til både mediemangfold og kritisk medieforståelse. De fleste arrangement strømmes, slik at de kan følges av publikum over hele landet. Medietilsynet får i økende omfang forespørsel om å delta aktivt på arrangement i regi av andre, og prioriterer dette så langt ressursene strekker til.

Som offentlig virksomhet er Medietilsynet opptatt av å overholde språkloven, som gir

føringer for bruk av bokmål og nynorsk. Statsorgan med hele Norge som tjenestekrets skal ha minimum 25 prosent og maksimum 75 prosent av hvert skriftspråk. I 2022, som i 2021, var Medietilsynet den eneste statlige virksomheten som oppfylte alle kravene i loven. For sitt språkarbeid fikk Medietilsynet i 2023 utmerkelsen Målblomen av Noregs Mållag. Når årsrapporten for 2023 skrives, foreligger ennå ikke Språkrådets vurdering for 2023, men Medietilsynets interne målinger tilsier at lovkravene ble oppfylt også dette året.

1.1.7 Forbedret IT-sikkerhet

Gjennom 2023 har Medietilsynet gjennomgått og styrket sitt arbeid med IT-sikkerhet, både når det gjelder ansvar og roller, dokumentasjon og andre risikoreduserende tiltak. Med utgangspunkt i en ekstern modenheitsvurdering er det lagt ned et stort arbeid for å være best mulig rustet på dette viktige feltet. Medietilsynet har ekstern driftsleverandør på IT-området, noe som også bidrar til økt sikkerhet. Avtalen ble fornyet etter ny anbudsrunde i 2023, og det er jevnlig oppfølgingsmøter mellom Medietilsynet og leverandøren for å følge opp aktuelle forhold. Det er også gjennomført beredskapsøvelser og andre opplærings- og bevisstgjøringsaktiviteter i organisasjonen i 2023.

1.2 Vurdering av måloppnåelse

Medietilsynet har etter min vurdering gjennomført tiltak og skapt resultater som understøtter de tre hovedmålene som er fastsatt i tildelingsbrevet for 2023. Samlet sett vurderer jeg at Medietilsynet har god måloppnåelse dette året, både for hvert av de tre hovedmålene og sett under ett.

Se nærmere redegjørelse av aktiviteter og resultater knyttet opp mot hvert av de tre hovedmålene i rapportens del 3.

Alle oppdrag fra Kultur- og likestillingsdepartementet, som enten framkommer av tildelingsbrevet eller egne oppdragsbrev, er levert i henhold til bestilling.

1.3 Forhold som har hatt innvirkning på resultatoppnåelsen

Medietilsynet har over tid hatt stabil bemanning og god kompetanse på mange viktige fagområder. Dette gjør det mulig å blant annet bidra proaktivt til regelverksutvikling, drive en effektiv forvaltning og et aktivt tilsynsarbeid. På andre områder har det vært noe utskiftning i staben i 2023, og det tar tid å bygge ny kompetanse. Dette er en medvirkende årsak til en noe lavere ekstern aktivitet og mediesynlighet i 2023 enn året før.

Fra 1. januar 2023 opphørte Medietilsynets ansvar for å sette aldersgrenser på kinofilmer, og denne oppgaven ble overført til distributørene. Dette frigjorde ressurser og har gjort det mulig for Medietilsynet å øke tilsynsaktiviteten i 2023.

I 2023 omgjorde Medieklagenemnda flere av Medietilsynets vedtak som gjaldt tilskudd til innovasjon og utvikling, og påla Medietilsynet å gjøre mer omfattende vurderinger av innholdet søkerne tilbyr. Dette fører til økt arbeid med forvaltningen av søknadene, og kan medføre at Medietilsynet må nedprioritere andre oppgaver dersom det ikke tilføres økte ressurser. Medietilsynet er opptatt av at både byrden som pålegges søkerne, og

forvaltningens ressursbruk, må stå i forhold til støttens omfang, og har tatt dette forholdet opp med Kultur- og likestillingsdepartementet.

I 2021 la regjeringen fram en nasjonal strategi for trygg digital oppvekst: «Rett på nett». Gjennom 2023 har Medietilsynet ledet arbeidet med å utvikle en handlingsplan som skal følge opp strategien, i nært samarbeid med en rekke andre statlige virksomheter. Samordningsarbeid er krevende, særlig når det ikke ligger nye ressurser i potten. Likevel er vurderingen at dette samarbeidet har vært fruktbart og kan bidra til økt koordinering og bedre resultater.

2023 er det første driftsåret der Medietilsynet kjøper diverse tjenester på administrativt område fra Arkivverket. Endringen har hatt en positiv innvirkning både med hensyn til redusert sårbarhet og økt kvalitet.

Som liten virksomhet med tilsvarende lite driftsbudsjett har Medietilsynet svært begrenset økonomisk fleksibilitet. Dette påvirker muligheten for utviklingsarbeid og gjør at for eksempel digitaliseringstiltak tar lenger tid enn ønskelig. Medietilsynet opplever sårbarhet også på andre områder, og ved sykefravær eller permisjoner kan det være krevende å opprettholde kompetanse og leveranser. Stor innsats og fleksibilitet i staben bidrar positivt her.

1.4 Samlet ressursbruk innenfor bevilgning

Medietilsynets samlede ressursbruk i 2023 ble holdt innenfor godkjent bevilgning. Se nærmere detaljer i årsrapportens kapittel 6: årsregnskap.

Fredrikstad, 15. mars 2024



Mari Velsand
direktør

2. Introduksjon til verksemda og hovudtal

Medietilsynet er fag- og tilsynsorganet til staten på mediefeltet og er underlagt Kultur- og likestillingsdepartementet. Medietilsynet skal bidra til å oppfylle samfunnsmåla om ytringsfridom, rettstryggleik og eit levande demokrati og arbeider særleg med å fremme og legge til rette for mediemangfald og kritisk medieforståing. Medietilsynet forvaltar mediepolitiske verkemiddel, fører tilsyn med regelverk på mediefeltet og utviklar og formidlar innsikt, råd, rettleiingar og læringsopplegg. Vidare utarbeider Medietilsynet vurderingar og rapportar til Kultur- og likestillingsdepartementet på medieområdet.



Medietilsynets ansvar og fullmakter går fram av verksemdsinstruksen frå Kultur- og likestillingsdepartementet, sist oppdatert 30. januar 2023.

Mål, prioriteringar og resultatkrav for Medietilsynet blir fastsette i det årlege tildelingsbrevet frå departementet. Her blir det også gitt enkelte faglege føringar og konkrete oppdrag for gjeldande år.

2.1 Samfunnsoppdraget

2.1.1 Tildelingsbrev for 2023

Tildelingsbrevet for 2023 skildra følgande mål for Medietilsynet:

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

Desse måla skal bidra til at Medietilsynet når dei overordna måla for løyvingane til medieførmål i 2023. I tildelingsbrevet til Medietilsynet er følgande styringsparametrar sette opp:

- a. at mediestøtteordningane og kringkastingskonsesjonane blir forvalta i tråd med formål og regelverk
- b. at Medietilsynet aktivt forvaltar regelverket på mediefeltet og proaktivt bidrar til å utvikle regelverket
- c. at Medietilsynet bidrar til ein trygg mediekvardag for barn og unge
- d. at Medietilsynet utviklar og gjer tilgjengeleg relevant innsikt, særleg når det gjeld mediemangfald og kritisk medieforståing
- e. at Medietilsynet bidrar til å styrke den kritiske medieforståinga i befolkninga
- f. at Medietilsynet aktivt samhandlar med bransjen og andre relevante samarbeidspartnarar
- g. at Medietilsynet er synleg i offentlegheita og deltar aktivt i samfunnsdebatten
- h. at Medietilsynet utnyttar ressursane sine effektivt og samhandlar godt internt
- i. at Medietilsynet digitaliserer interne arbeidsprosessar og samhandling med eksterne aktørar i så stor grad som mogleg
- j. at Medietilsynet utviklar og fornyar kompetansen på prioriterte område

Tildelingsbrevet gir også føringar for prioriterte fagsaker. Medietilsynet skulle i 2023 delta i arbeidet med ei stortingsmelding om trygg digital oppvekst og bidra til at barn og unge kunne ta del i arbeidet med meldinga. Vidare skulle Medietilsynet koordinere arbeidet på direktoratsnivå med å følgje opp den nasjonale strategien for trygg digital oppvekst og ta del i arbeidet med å utviklinge Ung.no.

I tildelingsbrevet står det også at Medietilsynet skulle halde fram med å utvikle Mediemangfaldsrekneskapen, som skal vise status og utvikling for dei ulike perspektiva ved mediemangfald. Ei anna oppgåve som går fram av tildelingsbrevet for 2023, er å hente inn og formidle kunnskap om den økonomiske og marknadsmessige situasjonen for norske redaktørstyrte medium.



Medietilsynet skulle i 2023 gjennomføre ei ny undersøking om den kritiske medieforståinga i befolkninga og førebu ei ny barn og medium-undersøking.

Vidare skulle Medietilsynet hjelpe departementet med å revidere forskriftene på mediestøttefeltet og implementere endringar. Førebuingar knytte til nye oppgåver som følge av Digital Services Act (DSA) og forordninga om mediefridom (EMFA) er også nemnde i tildelingsbrevet for 2023. Medietilsynet skulle dessutan førebu arbeidet med å følge opp dei nye reglane i kringkastingslova som følge av endringar i AMT-direktivet.

Frå 2023 blei bildeprogramlova endra slik at distributørane, og ikkje Medietilsynet, skal sette aldersgrense på kinofilmar. Medietilsynet skulle i 2023 følge opp lovendringa gjennom å prioritere rettleiing av og tilsyn med distributørane.

Frå 2023 har Arkivverket utført ein del administrative oppgåver for Medietilsynet, og i tildelingsbrevet går det fram at Medietilsynet skal sørge for at denne endringa blir gjennomført på ein god måte.

2.1.2 Tiltak for å løyse oppdraget

Medietilsynet har i 2023 sett i verk mange aktivitetar, tiltak og initiativ for å realisere måla som er fastsette i tildelingsbrevet. For å løyse samfunnsoppdraget på best mogleg måte samarbeider Medietilsynet med andre offentlege etatar, private verksemdar og organisasjonar – både nasjonalt og internasjonalt.

For å legge til rette for og bidra til mediemangfald forvaltar Medietilsynet dei direkte mediestøtteordningane, tildeler kringkastingskonsesjonar og fører tilsyn med at regelverket på mediefeltet blir følgt. Vidare har Medietilsynet i 2023 utarbeidd nye rapportar, både om avsendarmangfald og bruksmangfald, som inngår i Mediemangfaldsrekneskapen. Det er også utarbeidd ein ny rapport om den medieøkonomiske utviklinga. Medietilsynet gav i 2023 uttale til Konkurransetilsynet om følgene for mediemangfaldet i samband med tre oppkjøpsaker. Medietilsynet har i 2023 også bidratt i departementets arbeid med å utvikle regelverket på fleire område, blant anna gjaldt det endringane i kringkastingslova som følge av det nye AMT-direktivet. I 2023 tildelte Medietilsynet for første gong produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium etter den reviderte forskrifta. Vidare har Medietilsynet deltatt i arbeidet med å utvikle regelverket på EU-nivå, og har da spesielt komme med innspel til EU-forordninga «Digital Services Act» (DSA).

For å bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som gjer informerte val har Medietilsynet både utvikla ny innsikt, utarbeidd nytt rettleiings- og læringsmaterieil og gjennomført ei rekke kommunikasjons- og formidlingstiltak i 2023. Vidare er det førebudd nye undersøkingar om mediekvardagen til barn og unge og kritisk medieforståing i befolkninga. Dei blir gjennomførte i 2024. Medietilsynet har gjennomført haldningskampanjar, både mot desinformasjon og for å synleggjere kor viktige redaktørstyrte medium er, blant anna i samband med kommunestyre- og fylkestingsvalet i 2023. Medietilsynet har leidd eit nasjonalt nettverk for kritisk medieforståing der ei rekke relevante aktørar har deltatt. Gjennom 2023 har Medietilsynet arbeidd med å følge opp den nasjonale strategien for trygg digital oppvekst, «Rett på nett», med ein eigen handlingsplan. Medietilsynet har i 2023 følgt opp endringa i bildeprogramlova, som overførte ansvaret for å sette aldersgrenser på kinofilm er flytta frå Medietilsynet til distributørane. Både opplæring og ekstra tilsyn har vore prioritert.

For å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør har Medietilsynet i 2023 drive eit aktivt formidlings- og kommunikasjonsarbeid. Det er gjennomført fleire haldnings- og informasjonskampanjar, og informasjon er gitt gjennom nettsider, pressemeldingar, nyheitsbrev, podkatar og oppdateringar i sosiale medium. Vidare har Medietilsynet gjennomført arrangement om ulike aktuelle tema, både fysisk og digitalt. Det er halde kontaktmøte med ulike eksterne aktørar, og Medietilsynet har deltatt med foredrag og innlegg på ei rekke faglege arrangement.

Arbeidet med å digitalisere arbeidsprosessar og kontaktpunkt med eksterne brukarar heldt fram gjennom 2023, og ei sentral oppgåve dette året har vore å legge til rette for endringar i forskrift for produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Vidare har Medietilsynet gjennomført endringar på det administrative området, slik at Arkivverket frå 1. januar 2023 løyser ein del administrative oppgåver for Medietilsynet. Ordninga er sett i verk for å redusere sårbarheita og auke fleksibiliteten og kvaliteten på dette området.

Medietilsynet vurderer å ha levert i tråd med bestillingane i tildelingsbrevet for 2023. Sjå del 3 av årsrapporten for meir detaljert informasjon om aktiviteten i 2023.

2.2 Organisasjon og leiing

Medietilsynet har kontor i Fredrikstad og er leia av direktør Mari Velsand. Ved utgangen av 2023 hadde Medietilsynet 32 medarbeidarar, 23 kvinner og 8 menn. Av desse var det éin vikar, mens resten var fast tilsette.

Seks medarbeidarar slutta i Medietilsynet i 2023, og fem begynte. I samband med overføringa av administrative funksjonar og oppgåver frå Medietilsynet til Arkivverket, blei tre årsverk/stillingar flytta over til Arkivverket frå 1. januar 2023. Bakgrunnen for endringa var stor sårbarheit og eit lite fagleg miljø på det administrative området i Medietilsynet. Funksjonar og oppgåver innanfor rekneskap, økonomi, lønn, personaladministrasjon og arkiv er flytta til Arkivverket, som er ein av dei største etatane under Kultur- og likestillingsdepartementet. Medietilsynet har ei stilling som seniorrådgivar for økonomi- og verksemdsstyring. Stillinga er tillagt arbeidet med styringsinformasjon og rapportering, og er bindeleddet mellom Medietilsynet og Arkivverket.

Under er organisasjonskartet og leiinga i Medietilsynet per 31. desember 2023. Medietilsynet har tre fagavdelingar: avdeling for kommunikasjon og rådgiving, avdeling for innsikt og analyse, og juridisk og regulatorisk avdeling. I tillegg har staben ein seniorrådgivar for økonomi- og verksemdsstyring.



2.3 Utvalde nøkkeltal

Drifta av Medietilsynet blir finansiert over statsbudsjettet. I tillegg forvaltar og fordeler Medietilsynet statlege løyvingar til ulike tilskottsordningar på medieområdet, som driftstilskott til allmennkringkasting (NRK og TV 2) og fleire direkte mediestøtteordningar. Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet.

Tabell 1 – nøkkeltal 2021–2023

	2021	2022	2023
Tal på utførte årsverk*	34	31	30
Tal på avtalte årsverk	36	36	32
Tal på tilsette	36	36	32
Løyving driftsutgifter post 01	56 441 000	59 937 000	59 075 000
Rekneskapsførte driftsutgifter post 01	55 459 119	58 899 180	56 821 634
Samla løyving post 01–99	6 878 144 000	7 424 206 000	7 686 127 000
Driftsutgifter totalt post 01–29	62 297 867	60 896 111	61 251 454
Utnytingsgrad post 01–29**	97,5	96,1	96,2
Lønnsdelen av driftsutgiftene i prosent	52	54	51
Lønn og sosiale utgifter per utført årsverk	954 378	985 916	997 737
Samla utgiftsløyving til tilskottsordningar***	6 810 974 000	7 359 156 000	7 622 329 000

* Utførte årsverk: Utførte årsverk er tal på årsverk justert for ulike former for meirarbeid eller fråvær (SSB). Det er korrigert for fråvær > 1 dag. Årsaka til at det var færre utførte enn avtalte årsverk i 2023, er i hovudsak sjukefråvær og at nokre stillingar har vore ledige delar av året.

** Driftsutgifter totalt post 01–29 gjeld lønnsutgifter og driftsutgifter.

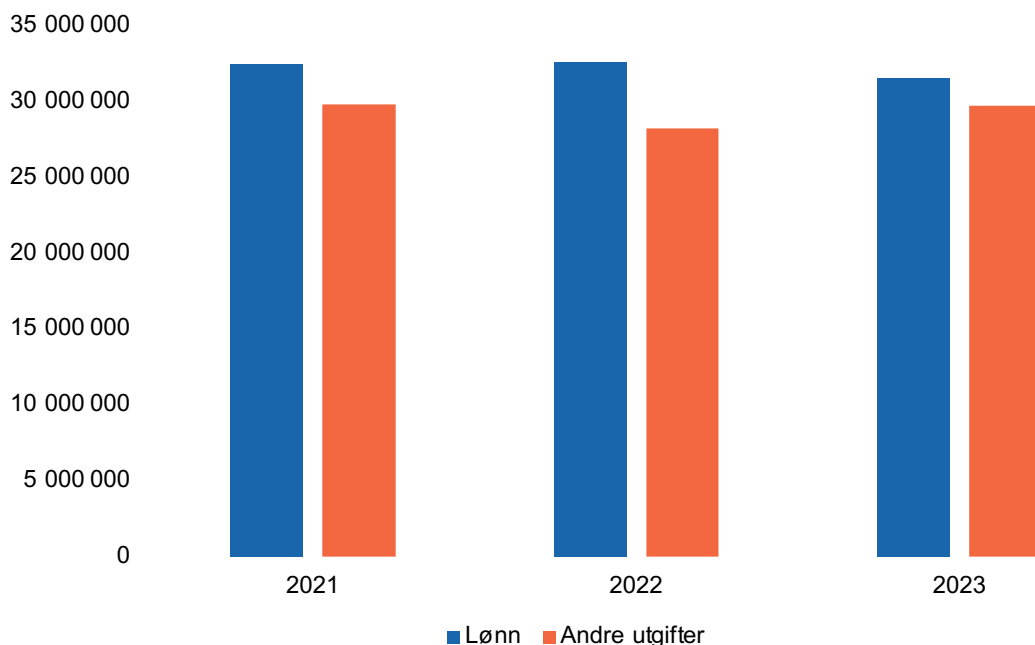
*** Samla utgiftsløyving til tilskottsordningar inneheld alle tilskott som Medietilsynet fordeler.

Medietilsynet hadde 32 tilsette i 2023. Lønnsutgiftene var på 31,5 millionar kroner, mot 32,6 millionar i 2022. Nedgangen har samanheng med verksomdsoverføringa av tre årsverk til Arkivverket frå og med 2023, som reduserte løyvinga til Medietilsynet med 2,4 millionar kroner.

Andre driftsutgifter var på 29,7 millionar kroner i 2023, mot 28,2 millionar kroner i 2022. Medietilsynet hadde eit mindreforbruk på 2,3 millionar kroner på driftspostane (post 01–29), som utgjer ein utnytingsgrad på 96,2 prosent av løyvingane.

Tilskottsordningane blir forvalta og tildelt etter særskilte regleverk. I 2023 blei det gitt ekstra løyvingar over revidert statsbudsjett (RNB) som følge av sterk prisvekst utover det som var grunnlaget for statsbudsjettet.

Figur 1 – samla driftsutgifter 2021–2023



Kjelde: Medietilsynet

Medietilsynet disponerer også midlar utanom sitt eige driftsbudsjett til tiltak i handlingsplanen mot speleproblem og eit EU-prosjekt som gjeld barn og medium. EU-prosjektet varer frå 2022 til 2024 og har totalt ei løyving på om lag 3,3 millionar kroner. Av dette blei 1,7 millionar mottatt i 2023 og rekneskapsført som forskottsbetalte prosjektinntekter (mellomvære med statskassa). I 2023 er det inntektsført 1,38 millionar kroner frå denne avsetninga, som er lik utgiftene for året. Prosjektet blir avslutta i 2024, og løyvinga som står att, blir utbetalt i samband med sluttrapporteringa.

Gjennom handlingsplanen mot speleproblem fekk Medietilsynet i 2023 tildelt 1,8 millionar kroner, og det er brukt 1,65 millionar kroner. Ubrukte midlar blir nytta i 2024.

I 2023 fekk Medietilsynet 1,4 millionar kroner til disposisjon over Kultur- og likestillingsdepartementets kapittel 325 post 01 for å arrangere møte for European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) i Noreg. Møtet var i Oslo i juni 2023.

Medietilsynet fekk i 2023 ei belastningsfullmakt frå Barne- og familiedepartementet på 500 000 kroner i samband med oppfølging av nasjonal strategi for trygg digital oppvekst, «Rett på nett», og arbeidet med tilhøyrande handlingsplan. Midlane blei blant anna brukte til å produsere videoar om digitale utfordringar og ein analyse av innhald i sosiale medium for å få større innsikt i det digitale mediekonsumet til ungdom.

3. Aktiviteter og resultat i 2023

Medietilsynet har gjennom 2023 gjennomført mange aktiviteter og tiltak for å nå måla som går fram av tildelingsbrevet. Medietilsynet vurderer samla sett å ha levert resultat i tråd med måla for 2023.



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

3.1.1 Fremme mediemangfald

Medietilsynet jobbar breitt for å fremme og legge til rette for mediemangfald. Arbeidet omfattar forvaltning av mediepolitiske verkemiddel, analyse- og innsiktsarbeid og formidlings- og kommunikasjonsaktivitetar.

3.1.1.1 Forvaltning av direkte mediestøtteordningar

Medietilsynet har ansvar for å forvalte dei direkte mediestøtteordningane som staten har. Ordningane omfattar produksjonstilskott for nyheits- og aktualitetsmedium, tilskott til lokale lyd- og bildemedium, tilskott til medieforskning, innovasjons- og utviklingstilskott, tilskott til samiske aviser og tilskott til etterutdanning. Ordninga med distribusjonstilskott til aviser i Finnmark blei avvikla frå og med 2023.

Medietilsynet har i 2023 hjelpt Kultur- og likestillingsdepartementet med å vurdere endringar i forskrift om tilskott til lokale lyd- og bildemedium. Departementet sende i desember 2023 eit forslag til endringar i forskrifta ut på høyring. I forslaget foreslo departementet å innlemme podkastar og audiovisuelle bestillingstenester (ikkje lineære bildeprogram), som hovudsakleg er retta mot eit lokalt publikum, i ordninga. Vidare blei det foreslått å heve tilskottstaket for lokalradioar for etniske og språklege minoritetsgrupper frå 75 000 kroner til 200 000 kroner. Det blei også foreslått å stille krav om at lokalkringkastarar som skal få tilskott, må ha ein redaktør med ansvar for innhaldet som blir publisert.

I samband med at Medietilsynet sender ut tilskottsbrev, blir vilkåra for tilskott, krava til rapportering og kontrolltiltaka presiserte. Det blir også informert om retningslinjene for driftstilskott og prosjektilskott.

I 2023 gjennomførte Medietilsynet brukarundersøkingar etter at produksjonstilskottet var tildelt. Tilbakemeldingane blir brukte til vidare utvikling av fagsystemet, og gir viktige innspel til saksbehandlinga.

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 kan halde seg breitt og generelt orientert om ulike samfunnsprosmål. Ordninga er plattformnøytral og likestiller papirutgåver og digitale utgåver.

Produksjonstilskottet for 2023 blei behandla etter revidert forskrift. Den endra forskrifta er betre tilpassa digital nyheitsproduksjon og publisering for å gjere ordninga meir treffsikker. I revidert forskrift er det vidare gjort endringar i fordelings- og berekningskriteria for tilskott. Nasjonale medium er plasserte i to kategoriar: nasjonale nummer to-medium eller nasjonale nisjemedium. Ei avis kan nå få maksimalt 40 millionar kroner årleg i tilskott. For nasjonale nisjemedium er årleg tilskottstak 15 millionar kroner. I revidert forskrift er det fastsett ei overgangsordning over tre år for at avisene skal kunne tilpasse seg endringane.

I 2023 fekk 156 aviser produksjonstilskott på til saman 401,8 millionar kroner, mens 383 millionar kroner blei fordelte på 146 aviser i 2022.

Når nye aviser søker støtte, vurderer Medietilsynet søkaren opp mot forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Forskrifta har blant anna krav til innhald, tal på abonnentar og driftsøkonomi.

Dei ti største tilskottsmottakarane fekk til saman 204,7 millionar kroner av dei 401,8 millionane som blei fordelte i 2023. Klassekampen fekk mest støtte i 2023 med 40 millionar kroner, som er den maksimale støtta ei avis kan få etter den reviderte forskrifta. Bergensavisen og Dagsavisen kom som nummer to og tre på lista over dei største tilskottsmottakarane.

Morgenbladet fekk den største auken i 2023, med eit produksjonstilskott på 22,4 millionar kroner mot rundt 11,1 millionar kroner i 2022. Årsaka til auken var at avisa etter revidert forskrift oppfylte krava for å få støtte som nasjonalt breiddemedium. Avisa blei dermed plassert i same kategori som for eksempel Klassekampen og Dagsavisen.

Lokalavisa Sydvesten oppfylte ikkje kravet til tal på abonnentar og fekk støtte etter overgangsordninga i 2023, mens Avisa Østhavet innstilte verksemda og derfor gjekk ut av ordninga.

Dei nasjonale publikasjonane Document.no og Filter Media fekk produksjonstilskott for første gong i 2023. Det same gjaldt lokalavisene Flatangernytt og Bodø Nu. Jarlsberg Avis, Lindesnes og Meråkerposten kom tilbake i tilskottsordninga i 2023. Dei tre avisene har vore ute av ordninga ein periode fordi dei ikkje har oppfylt vilkåra for tilskott.

Shifter fekk avslag på søknaden om produksjonstilskott fordi publikasjonen ikkje oppfylte krava i forskrifta om å vere retta mot allmenta og å ha tilstrekkeleg breidde i innhaldet.

Tabell 2 – produksjonstilskott 2021–2023 (tal i millionar kroner)¹

	2021		2022		2023	
	Antal medium	Tilskott	Antal medium	Tilskott	Antal medium	Tilskott
Totalt	148	366,5	146	383,0	156	401,8
Nummer to-medium	35	269,3	41	278,4	58	299,2
Nummer éin- og aleinemedium	113	97,2	105	104,6	98	102,6

Tilskott til lokale lyd- og bildemedium

Målgruppa for tilskott til lokale lyd- og bildemedium er lokalradioverksemder, lokal-tv-verksemder og registrerte kringkastarar som hovudsakleg tilbyr innhald for eit lokalt publikum. Lokalradioverksemder og selskap med anleggskonsesjon kan søke om tilskott til å digitalisere lokalradioen og bygge ut digitale lokalradionett i Lokalradioblokka.

¹ Aleinemedium er nyheits- og aktualitetsmedium som er aleine på utgivarstaden, nummer éin-medium er nyheits- og aktualitetsmedium som har det høgaste abonnementsstalet på utgivarstaden, og nummer to-medium er nyheits- og aktualitetsmedium som har ein konkurrent med høgare abonnementsstal på utgivarstaden.

Medietilsynet fekk 472 søknader om til saman 69,4 millionar kroner i 2023, om lag like mange søknader som i 2022. 21,5 millionar kroner blei fordelte på 105 mottakarar. Om lag halvparten av midlane gjekk til å digitalisere lokalradioar. 8,2 millionar kroner gjekk til vedlikehald/drift av lokale DAB-sendarar og til å dekke delar av utgiftene som 50 lokalradioverksemder har med å sende på DAB. I tillegg fekk ni prosjekt tre millionar kroner for å bygge ut lokale digitale nett til bruk for lokalradio.

Vidare blei det gitt støtte til utviklings- og kompetansetiltak og programproduksjon for lokalradio og lokal-tv. Lokalradioverksemder for språklege minoritetsgrupper og nasjonale bransjeorganisasjonar fekk eit særskilt driftstilskott.

Overgangen til sendingar på DAB er framleis krevjande for lokalradioverksemdene. Norsk Lokalradioforbund (NLR) fekk derfor også i 2023 midlar til å hjelpe lokalradioverksemdene med overgangen til DAB. Lokalradioverksemdene har blant anna fått teknisk bistand og rådgiving, noko som har gjort det enklare for radioverksemdene å gå over til DAB.

Tabell 3 – tilskott til lokale lyd- og bildemedium 2020–2022 (tal i millionar kroner)

	2021	2022	2023
Totalt	21,0	21,6	21,5
Tilskott til digitalisering av lokalradio	10,5	11,1	11,2
Prosjekttilskott til lokale programproduksjonar	6,7	6,9	5,2
Prosjekttilskott til kompetansehevande tiltak	0,7	0,4	1,7
Prosjekttilskott til utviklingsprosjekt	0,4	0,5	0,4
Driftstilskott til etniske og språklege minoritetsgrupper	0,4	0,5	0,7
Driftstilskott til samanslutningar for lyd- og bildemedium	2,3	2,2	2,3

Tilskott til medieforskning

Støtte til medieforskning skal gå til forskingsprosjekt som kan ha praktisk nytteverdi. I tillegg til den ordinære støtta på 4 270 000 kroner var 400 000 kroner i 2023 øyremerkte for forskning på dataspel gjennom regjeringas handlingsplan mot speleproblem.

Sju mastergradstudentar og ti forskingsprosjekt fekk støtte i 2023. Prosjekt som omhandla kritisk medieforståing og mediemangfald, blei særleg prioriterte.

Tabell 4 – tilskott til medieforskning 2021–2023

	2021	2022	2023
Totalt tilskott	3 980 000	4 060 000	4 270 000
Tal på mottakarar – medieforskning	11	13	10
Tal på mottakarar – masterstipend	8	6	7

Innovasjons- og utviklingstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium

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 2023 fordelte Medietilsynet 21,5 millionar kroner til 44 ulike prosjekt innanfor denne ordninga. Ettersom fleire søkarar samarbeider, fekk over 100 medium innovasjonsstøtte. Det kom 91 søknader på i overkant av 60 millionar kroner. Meir enn 75 prosent av midlane gjekk til små, lokale nyheits- og aktualitetsmedium. Eitt av prosjekta som fekk støtte i 2023, var eit samarbeid mellom 72 lokalaviser om å lage lokal, ambisiøs datajournalistikk. Dette prosjektet fekk 3,6 millionar kroner.

Tilskottsmottakarane leverer rapport og rekneskap for tildelte midlar året etter tilskottsåret.

Av prosjekta som fekk tilskott i 2022, blei om lag halvparten ferdigstilte i 2023. Fleire av prosjekta er av ulike årsaker forseinka. Medietilsynet følger opp at alle tilskottsmottakarane rapporterer.

Tabell 5 – tilskott til innovasjons- og utviklingstilskott 2021–2023 (tal i millionar kroner)

	2021	2022	2023
Innovasjons- og utviklingstilskott	20,9	20,9	21,5

Andre tilskottsordningar

Medietilsynet tildelte i 2023 også tilskott til samiske aviser 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. Dagsavisene Ávvir og Ságat fekk respektive 22,1 millionar kroner og 17,3 millionar kroner i støtte i 2023. Ávvir kjem ut på nordsamisk, mens Ságat i hovudsak har innhald på norsk. Avisene har den samiske befolkninga som hovudmålgruppe. Snåsningen fekk 731 929 kroner for innstikk på sørsamisk, mens NordSalten Avis fekk 914 911 kroner for innstikk på lulesamisk.

Lokalavisa NordSalten søkte om ordinær støtte, men fekk avslag fordi Medietilsynet vurderte at avisa ikkje har den samiske befolkninga som hovudmålgruppe.

Tilskott blir også gitt til andre medietiltak. Fordelinga er øyremerkt i statsbudsjettet, og midlane går til Institutt for Journalistikk, Landslaget for lokalaviser (LLA), Nordiske Mediedager, Kristelig Pressekontor og Senter for undersøkjande journalistikk (SUJO). I 2023

utbetalte Medietilsynet 200 000 kroner til Statistisk sentralbyrå (SSB) for å ferdigstille ei undersøking om mediebruken blant innvandrarar. Vidare betaler Medietilsynet ut tilskottet til NRK og kompensasjon for kommersiell allmennkringkasting til TV 2.

Tabell 6 – tilskott til samiske aviser og tilskott til andre medietiltak 2021–2023

	2021	2022	2023
Distribusjonstilskott	2 322 000	2 320 000	Avvikla
Tilskott til samiske aviser	38 438 000	39 155 000	41 171 000
Tilskott til andre medietiltak	9 280 000	9 470 000	9 645 000
Tilskott til NRK	6 262 986 000	6 721 680 000	6 965 639 000
Kompensasjon for kommersiell allmennkringkasting til TV 2	62 957 000	135 000 000	135 000 000

3.1.1.2 Lokalkringkastingskonsesjonar på FM og DAB

Talet på lokalradiostasjonar som framleis sender på FM, gjekk frå 227 i 2022 til 201 i 2023.

Talet på innhaldskonsesjonar på DAB i Lokalradioblokka har gått ned frå 325 i 2022 til 302 i 2023. I Riksblokk II har det vore ein mindre auke, frå 21 til 25.

Tabell 7 – talet på lokalradiokonsesjonar på FM og DAB 2021–2023

	2021	2022	2023
Lokalradiokonsesjonar på FM	236	227	201
Lokalradiokonsesjonar på DAB*	308	346	327

* Innhaldskonsesjonar i Lokalradioblokka og Riksblokk II

Tabell 8 – talet på innhaldskonsesjonar på FM 2021–2023

Type lokalradio	2021	2022*	2023*
24/7-konsesjonar	18	227	201
Allmenradiokonsesjonar	82		
Nisjeradiokonsesjonar	136		

*I samband med at eksisterande lokalradiokonsesjonar på FM blei forlengde frå 2022, blei enkelte rammevilkår endra. Blant anna blei inndelinga i tre ulike konsesjonstypar oppheva. Tala etter 2021 viser derfor berre det totale talet på analoge lokalradiokonsesjonar.

Når det gjeld lokalradiokonsesjonar på FM, finst det både reine innhaldskonsesjonar og innhalds- og sendaranleggskonsesjonar. Innhaldskonsesjon er løyve til å sende radio, og sendaranleggskonsesjon er løyve til å drive eit sendaranlegg.

Tabell 9 – tal på innhalds- og sendaranleggskonsesjonar på FM 2021–2023

	2021	2022	2023
Reine innhaldskonsesjonar	84	78	58
Innhalds- og sendaranleggskonsesjonar	152	149	143

Tabell 10 – tal på innhaldskonsesjonar på DAB 2021–2023

	2021	2022	2023
Lokalradioblokka	292	325	302
Riksblokka	18	18	19
Riksblokk II	16	21	25

Tabell 11 – tal på sendaranleggskonsesjonar på DAB 2021–2023

	2021	2022	2023
Lokalradioblokka	34	36	36
Riksblokk II	1	1	1

Større eigarendring i lokalradiomarknaden

Lokalradiomarknaden blei i 2023 prega av ei større eigarendring, som omfatta ei rekke konsesjonar. Medietilsynet behandla ein søknad frå selskapet Lokalradioene i Innlandet AS om godkjenning av aksjeervert i Radio Metro AS. Ervervet innebar at selskapet fekk aksjemajoritet i Radio Metro og dermed kontroll over ei rekke digitale (DAB) og analoge (FM) lokalradiokonsesjonar.

Medietilsynet vurderte at ervervet i hovudsak ville bidra til å halda oppe eit lokalt mediemangfald i mange område, og godkjente at 71 lokalradiokonsesjonar blei overførte til ny eigar. Fem FM-konsesjonar blei ikkje godkjente. Dette gjaldt konsesjonar i dei såkalla sløkkeområda (i og rundt dei fire største byane), der det er fastsett rammevilkår som blant anna inneber at det ikkje er tillate å gi eller overdra analoge lokalradiokonsesjonar. Dette var årsaka til at den delen av søknaden som omfatta fem analoge lokalradiokonsesjonar i sløkkeområde, ikkje blei godkjent. I praksis førte dette til inndraging av desse konsesjonane.

Medietilsynet behandla i 2023 også ein søknad frå Lokalradioene i Innlandet om godkjenning av ervert av 100 prosent av aksjane i selskapet Hutchinson AS. Bakgrunnen for søknaden var at erverta omfatta totalt 13 lokalradiokonsesjonar, blant anna konsesjonane til Hutchinsonsheileigde dotterselskap Asker og Bærum Lokalradio AS. Oppkjøpet blei godkjent med unntak av éin analog lokalradiokonsesjon i eit sløkkeområde. Denne konsesjonen blei inndratt som følge av avslaget.

Nye krav om årsmelding for DAB-konsesjonærar

Krav om innlevering av årsmelding omfatta frå 2023 alle konsesjonærar til lokalradio. Medie-

tilsynet innførte i 2023 ei ny rapporteringsform, der ein konsesjonær rapporterer om drifta både for FM- og DAB-konsesjonar. Tidlegare har berre lokalradioar på FM og anleggskonsesjonærar på DAB vore omfatta av kravet om rapportering. Gjennom Medietilsynets oppfølging av radioverksemdar som ikkje hadde levert årsmelding innan fristen, blei det avdekt at eit fåtal aktørar ikkje hadde tatt konsesjonane sine i bruk. Desse konsesjonane blei leverte tilbake til Medietilsynet.

Forlenging av FM-konsesjonar

Stortinget vedtok i 2023 å gjennomføre ei direktetildeling av FM-konsesjonar til eksisterande lokalradiokonsesjonærar for perioden 2027–2031. Medietilsynet kjem til å gjennomføre direktetildelingane i god tid før dagens konsesjonar går ut 31. desember 2026.

3.1.1.3 Utsegner til Konkurransetilsynet

Ved føretakssamanslutningar på medieområdet uttalar Medietilsynet seg til Konkurransetilsynet om dei eventuelle konsekvensane for mediemangfaldet. Medietilsynet uttalte seg i tre slike saker i 2023, mot ni saker i 2022. Medietilsynet fann ikkje at det var negative konsekvensar av desse transaksjonane som gav tilstrekkeleg grunnlag for å gå imot føretakssamanslutningane. I éi sak påpeikte Medietilsynet at føresetnaden er at den sjølvstendige redaksjonelle verksemda blir ført vidare, og at omfanget av stoffdeling ikkje blir så stort at det fører til at avisene blir vesentleg likare innholdsmessig.

3.1.1.4 Europeiske reguleringar

Europakommisjonen har innført ei rekke endringar av regelverket på innhalds- og medie-feltet, som har stor betydning for ytringsfridommen. Medietilsynet deltar i European Regulators Group of Audiovisual Media Services (ERGA). Dette er eit rådgivande organ for Europakommisjonen, og ERGA har vore svært involvert i arbeidet med å utvikle dei nye regelverka. Medietilsynet har deltatt med innspel i dette arbeidet. Fleire av reguleringane som har vore behandla, er forordningar som inneber at Noreg er forplikta til å innføre det same regelverket utan endringar i ordlyden. Regelverksendringane får dermed stor innverknad på ytringsfridomen, informasjonsfridomen og pressefridommen i Noreg.

Medietilsynet har dei siste åra styrkt det internasjonale arbeidet for å bidra til at norske mediepolitiske mål blir tatt vare på både i utforminga av reguleringane og i måten dei blir innførte på i norsk rett.

Forordninga for digitale tenester (Digital Services Act – DSA) skal styrke rettane til brukarane på globale innhaldsplattformer og andre internettenester der brukarane sjølve lastar opp innhald. Regelverket tredde i kraft i november 2022, har vore handheva av Europakommisjonen sidan juni 2023 og blir handheva i medlemslanda frå februar 2024. I kvart land i den indre marknaden skal det vere ein koordinator, og denne koordinatoren får ansvar for å handheve DSA i samarbeid med andre tilsynsmyndigheiter. Dersom globale eller utlandske tenester, for eksempel sosiale medium eller søkemotorar, bryt regelverket i Noreg, har koordinator ansvaret for å sikre at brottet blir etterforska, enten av Europakommisjonen eller av koordinatoren i landet der brottet skjer.

Medietilsynet har i 2023 arbeidd med å førebu korleis DSA i størst mogleg grad kan bidra

til å styrke ytringsfridommen, informasjonsfridommen og pressefridommen for norske brukarar, med vekt på globale plattformer der risikoen for individ og samfunn er størst. Medietilsynet har gitt innspel til Kultur- og likestillingsdepartementet om kva slags oppgåver etter DSA som bør bli lagde til Medietilsynet. Medietilsynet har vidare deltatt i ei tverrdepartemental arbeidsgruppe saman med andre tilsynsmyndigheiter. Når årsrapporten for 2023 blir skriven, er det ikkje avklart kva styringsorgan som får koordinatoransvaret for DSA i Noreg. Medietilsynet har tatt til orde for å få denne rolla, fordi regelverket i stor grad heng saman med Medietilsynets samfunnsoppdrag og grunnleggande rettar som ytringsfridom.

Den europeiske mediefridomsforordninga (European Media Freedom Act – EMFA) skal verne om sjølvstendet til redaksjonelle medium, både når det gjeld statleg og privat påverking, inkludert moderering av det redaksjonelle innhaldet på globale plattformer. I desember 2023 blei EU-institusjonane samde om lovteksten, som etter planen blir vedtatt våren 2024. Medietilsynet får fleire nye tilsynsoppgåver i samband med dette regelverket.

Forordninga om openheit og målretting av politisk marknadsføring (Regulation on the transparency and targeting of political advertising – TTPA) skal sikre meir openheit og innsyn i politisk marknadsføring. Regelverket er ein del av EUs handlingsplan for å styrke demokratiet og motverke risikoen for manipulering av demokratiske val og den offentlege samtalen. Forordninga heng tett saman med DSA og bransjenorma mot desinformasjon (nærmare omtala i del 3.2.4.).

3.1.1.5 Kommunikasjon om mediemangfald

Medietilsynet har som mål å auke kunnskapen blant folk om verdien av å ha eit mangfald av redaktørstyrte medium i Noreg. Mediemangfaldet gjer det mogleg å sjå ulike kjelder og opplysningar opp mot kvarandre og få ulike vinklingar av ei sak. Dette er ein sentral del av grunnlaget for ytringsfridommen. I ei tid der ny teknologi gjer det stadig enklare å produsere og distribuere desinformasjon, blir rolla til redaktørstyrte journalistiske medium enda viktigare.

I 2023 arrangerte Medietilsynet fleire opne seminar om mediemangfald i samband med at rapportane «Mediemangfald i et bruksperspektiv» og «Mediemangfald i eit avsenderperspektiv» blei publiserte. Rapportane inngår i Mediemangfaldsrekneskapen.

Arrangementa blei strøymde for å nå breiare ut, og rapportane fekk også mykje redaksjonell omtale.

Panelsamtale under framlegging av rapporten «Mediemangfald i eit bruksperspektiv» i Pressens hus 28. mars 2023. Frå venstre direktør Mari Velsand, ansvarleg redaktør i TV 2 Olav T. Sandnes, nyheitsdirektør i NRK Helje Solberg, senior produkteiar i Aftenposten Hilde Maartmann-Moe Sommerstad og sjefredaktør i Dagbladet Alexandra Beverfjord. Foto: Medietilsynet.



3.1.1.6 Ny avtale om kommersiell allmennkringkasting

2023 var siste året i den femårige avtalen staten hadde med TV 2 om kommersiell allmennkringkasting for perioden 1. januar 2019 til 31. desember 2023. I samband med fastlegginga av dei fireårige styringssignala for NRK og den direkte mediestøtta hausten 2022 behandla Stortinget også forslaget frå Kultur- og likestillingsdepartementet om å kunnngjere ein ny avtale om kommersiell allmennkringkasting på tv. Stortinget slutta seg til hovudtrekka for den nye kunnngjeringa.

Til grunn for forslaget frå departementet låg ei evaluering av kompensasjonsordninga, der Medietilsynet vurderte behovet for å justere innretninga av konkurransegrunnlaget og ein eventuell ny avtale. Hovudspørsmålet i oppdraget var å vurdere kor godt avtalen oppfylte dei tre mediepolitiske måla om å oppretthalde mediemangfaldet, sikre ein reell konkurrent til NRK og ha riksdekkande nyheitssendingar utanfor Oslo. Analysane viste blant anna at kommersiell allmennkringkasting bidrar til å styrke mangfaldet i tv-marknaden ved å vere eit klart alternativ til NRK når det gjeld innhald og bruk, og at den kommersielle allmennkringkastaren sikrar eit nasjonalt nyheitstilbod som blir produsert og sendt utanfor hovudstaden.

I hovudtrekk tilrådde Medietilsynet å føre vidare at avtalen omfattar innhald som blir formidla på både lineære og ikkje-lineære plattformer, krava til nyheiter, norskspråklege program for barn og unge og norskspråkleg film og tv-drama, og krava om lokalisering av sentral nyheitsredaksjon og hovudredaksjon med ein viss geografisk avstand frå Oslo. Vidare tilrådde Medietilsynet å inkludere eit krav om redaksjonelt nærvær i distrikta.

Ein ny femårig avtale om kommersiell allmennkringkasting blei lyst ut i april 2023, og TV 2 var einaste søkaren. 30. november 2023 signerte TV 2 og Kultur- og likestillingsdepartementet den nye avtalen om kommersiell allmennkringkasting, som gjeld frå 1. januar 2024 til 31. desember 2028. Den nye avtalen fører vidare krava knytte til å sikre ein kommersiell allmennkringkastar som er eit godt alternativ til NRK som nyheitsprodusent, for eksempel ved at hovudredaksjonen og den sentrale nyheitsredaksjonen skal vere lokalisert minst 100 kilometer utanfor Oslo. I tillegg kjem eit nytt krav om at TV 2 skal ha redaksjonelt tilsette på minst seks ulike stader i distrikta, noko som i kunnngjeringa blei nærmare presisert til å vere seks ulike fylke utanfor hovudredaksjonen, den sentrale nyheitsredaksjonen og Oslo kommune. Det nye lokaliseringskravet har som føremål å styrke det regionale journalistiske nærværet til den kommersielle allmennkringkastaren.

Medietilsynet har saman med Kultur- og likestillingsdepartementet medverka i førebuingane til å kunnngjere og inngå ein ny avtale om kommersiell allmennkringkasting. I 2024 førebur Medietilsynet tilsynsopplegget for den nye avtalen, og det første tilsynet skjer i 2025.

3.1.2 Utvikle og gjere ny innsikt tilgjengeleg

3.1.2.1 Mediemangfaldsrekneskapan

Mediemangfaldsrekneskapan (MMR) er eit viktig tiltak for å få auka kunnskap om status for det norske mediemangfaldet og korleis det utviklar seg over tid. Gjennom årlege opne og tilgjengelege rapportar skal MMR gi innsikt i dei ulike aspekta ved mediemangfaldet: avsendarmangfald, innhaldsmangfald og bruksmangfald.

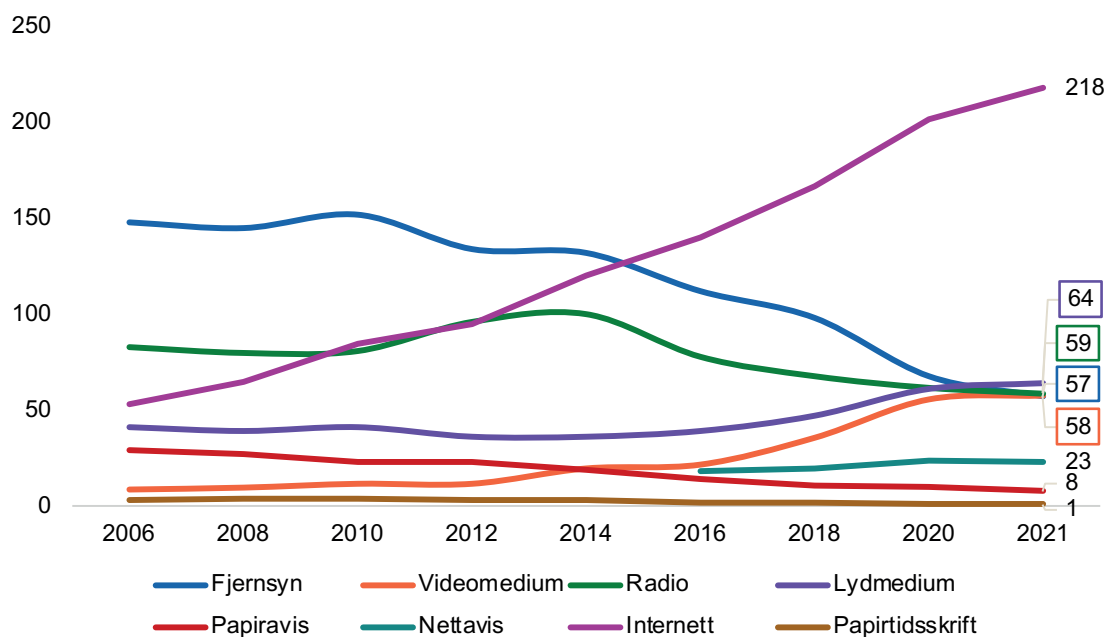
Denne kunnskapen skal bidra til eit faktabasert grunnlag for å vurdere om dei eksisterande mediepolitiske verkemidla fungerer tilfredsstillande, eller om det er behov for å justere dei for å oppfylle dei mediepolitiske måla. Mediemangfaldsrekneskapen er eit svar på Kultur- og likestillingsdepartementets ønske om meir jamlege statusvurderingar for å få eit oppdatert og godt faktagrunnlag for mediepolitikken, og han er eit viktig grunnlag når dei fireårige styringssignala for NRK og den direkte mediestøtta skal utformast.

Kunnskapen skal også bidra til større merksemd om kor viktig mediemangfald er for samfunnet, og synleggjere rolla til redaktørstyrte journalistiske medium i den demokratiske infrastrukturen for den offentlege samtalen. Det er også eit viktig mål å bidra til at eigarforhold er opne og å vise kva redaktørstyrte medietilbod som finst i det norske medielandskapet. Rapportane skal gi eit faktabasert grunnlag for relevante diskusjonar i bransjen og i interaksjonen mellom styresmaktene, bransjen og allmenta.

I 2023 publiserte Medietilsynet for andre gong [ein rapport om bruksmangfaldet i Noreg](#). Rapporten viste at mediebruken har stabilisert seg etter pandemien. Tida folk bruker på norske nettaviser, tv og strøyming – som auka mest under pandemien – gjekk seinare tilbake. Samtidig bruker folk framleis mest tid på tv, nettstader og strøyming. Mest tid blir brukt på levande bilde, men folk bruker også stadig meir tid på podkastar og strøyming av musikk.



Figur 2 – dagleg tidsbruk på ulike medieplattformer i minutt (heile befolkninga) 2006–2021



Kjelde: SSB Norsk mediebarometer 2006–2021

Bruksmangfaldsrapporten 2023 dokumenterte alt i alt eit godt bruksmangfald i Noreg. Hovudkonklusjonen i rapporten var at den journalistikken som norske redaktørstyrte medium leverer, har ein solid og viktig posisjon i befolkninga. Stabil, høg tillit til og bruk av norske redaktørstyrte journalistiske medium kjenneteiknar bruksmangfaldet. Noreg er verdslendiende i betaling for digitale nyheiter, og den offentlege allmenningkastaren NRK har høg oppslutning. Desse faktorane er sentrale for eit godt bruksmangfald i Noreg. Men medie- og nyheitsvanane er framleis aldersbestemte, og for mange unge er sosiale medium ein viktigare del av det daglege nyheitsrepertoaret enn for dei andre delane av befolkninga. Samtidig bekrefta alle undersøkingane at dei eldre blir stadig meir digitale i mediebruken sin, og at dette bidrar til å redusere generasjonsskiljet.

Medietilsynet har tidlegare avdekt at det er nokre demografiske og sosiale skilje i medie- og nyheitsbruken, og desse skilja står framleis ved lag. Yngre, kvinner, dei med låg utdanning og dei med låg inntekt orienterer seg i noko mindre grad enn andre grupper mot norske redaktørstyrte journalistiske medium. Når økonomien i norske hushald blir strammare på grunn av høg prisvekst, og renta stig, er det naturleg at fleire reduserer utgiftene sine, for eksempel til abonnement på medie- og nyheitsinnhald. Brukarinntektene er avgjerande for å halde ved lag det breie avsendarmangfaldet, som er ein føresetnad for bruksmangfaldet. Dersom dei sosiale forskjellane i mediebruksmønstra aukar, kan det oppstå informasjonskløfter mellom ulike grupper i samfunnet. Medietilsynet vil følge med på dette gjennom bruksmangfaldsrapportane framover.

I 2023 oppdaterte Medietilsynet for fjerde gong [status for avsendarmangfaldet](#). Rapporten viste at Noreg stadig har eit stort utval av redaktørstyrte medium, både når det gjeld breidde-

og nisjemedium, ulike geografiske nivå og på forskjellige medieplattformer. For eksempel var 175 av 356 kommunar utgivarstad for minst éi avis i 2022. 94 prosent av kommunane har ei avis med minst 30 prosent husstandsdekning i kommunen. Lokalradioar finst også så godt som over heile landet. For avsendarmangfaldet er det viktig at sentrale nyheitsleverandørar er til stades også utanfor Oslo. NRK har redaksjonelt nærvær på og nyheitsproduksjon frå over 40 ulike stader i landet, i tillegg til hovudredaksjonen i Oslo. NRK Sápmi har redaksjonar i ti ulike kommunar, frå Tana i nord til Oslo i sør. TV 2 har hovudredaksjonen sin og den sentrale nyheitsredaksjonen i Bergen, og har i tillegg redaksjonelt nærvær i Oslo og seks andre byar. Av dei nasjonale avisene har berre to samiske aviser utgivarstad ein annan stad enn Oslo eller Bergen. Det er Ávvir og Ságat, som blir gitt ut i respektive Karasjok og Porsanger.

Rapporten om avsendarmangfaldet viste at både avismarknaden og lokalradiomarknaden er konsentrerte, trass i ein desentralisert struktur. Dei tre største konserna, Amedia, Schibsted og Polaris Media, kontrollerte til saman 73,4 prosent av det totale avisopplaget i 2022. Ti av dei største lokalradioeigarane kontrollerte til saman 268 av 573 innhaldskonsesjonar, sjå meir om dette i punkt 3.1.1.2. Eit anna utviklingstrekk i avismarknaden er at omfanget av strategisk samarbeid aukar, ved at fleire av dei uavhengige avisene går inn i partnerskap om digital infrastruktur med dei store mediekonserna. Slike strategiske partnerskap, som gir tilgang til felles løysingar og digital innovasjonskraft, kan bidra til å sikre framtidig driftsgrunnlag for små lokalaviser, og dermed vere positiv for mediemangfaldet. I eit mangfaldsperspektiv er det samtidig viktig at auka eigarkonsentrasjon ikkje fører til at medium mister eigenarten sin. Av 244 aviser i avismarknaden i 2022 stod 58 utanfor konsern og/eller strategisk partnerskap med eit av dei store konserna. I eit avsendarmangfaldsperspektiv er det viktig å få meir kunnskap om kva dette betyr for rammevilkåra for dei avisene som står utanfor konsern.

Tilstrekkelege redaksjonelle ressursar er ein føresetnad for å nå målet om mediemangfald. Totalt sett var det ein auke i talet på journalistar i redaksjonane fram til 2022. Unntaket er lokalradiobrandsjen, der tal rapporterte til Medietilsynet viser at kvart sjetten årsværk blei borte frå 2021 til 2022. Samtidig var det i 2023 teikn på at større delar av mediebrandsjen blir råka av ein svakare økonomi og dårlegare marknadsutsikter, noko som fører til kostnadsreduksjonar og færre tilsette. Dette er ei utvikling som kan svekke avsendarmangfaldet, dersom ho gir den breie og den fordjupande samfunnsviktige journalistikken dårlegare vilkår. Dette er derfor eit område som det er viktig å følge tett også framover.

Resultata frå Mediemangfaldsrekneskapen er i 2023 delte og drøfta med brandsjen, forskingsmiljøa og avgjerdestakarane. Tilbakemeldingane er at innsikta bidrar til nyttige refleksjonar og er viktige for å forstå utviklinga i det norske mediemangfaldet. I 2024 planlegg Medietilsynet å oppdatere statusen for dei ulike perspektiva på mediemangfaldet. Førebuingane til ein ny innhaldsmangfaldsrapport starta i 2023, der Medietilsynet blant anna for første gong gjer ei større kartlegging av innhaldstilbodet frå lokalradioane, med kvantitative analysar og ei spørjeundersøking blant lokalradioaktørane.

3.1.2.2 Informasjon om eigarskap i norske medium

Media er ein viktig del av den demokratiske infrastrukturen, og eit mangfald av medium er ein føresetnad for ytringsfridom og demokrati. Infrastrukturkravet i Grunnlova gjer at det

er eit statleg ansvar å legge til rette for at befolkninga har tilgang til kanalar og institusjonar som gjer det mogleg å utveksle informasjon og meiningar på offentlege og felles arenaer. Derfor er det ei statleg oppgåve å fremme eit mangfald av frie og uavhengige medium av høg kvalitet, og som produserer og formidlar nyheiter, kritisk og undersøkjande journalistikk og debatt frå ulike samfunnsområde. Eit mangfald av medium som i stor grad er sjølvstendige overfor omgivnadene og til kvarandre, er viktig for ytringsfridommen. Eit mangfald av aktørar på eigarsida blir rekna som positivt for å kunne ha eit mangfald av informasjonskjelder og ytringskanalar, og for produksjonen og distribusjonen av nyheitsinnhald. Dei redaktørstyrte media bygger den journalistiske verksemda på eit solid og felles presseetisk regelverk, og norske medieeigarar har tradisjonelt hatt stor respekt for sjølvstendet til redaktøren. Openheit og merksemd om eigarskap i media er likevel viktig for å motverke at skjulte eigarinteresser kan påverke samfunnsdebatten.

Medietilsynet skal bidra til å skape større openheit, merksemd og kunnskap om eigarforholda i norske medium ved å innhente og systematisere informasjon om eigarforholda og gjere informasjonen tilgjengeleg for befolkninga. Oppgåva følger av [lova om openheit om eigarskap i medium](#), som gjeld for føretak som driv dagspresse, fjernsyn, radio eller elektroniske medium, og føretak som gjennom eigarskap eller samarbeidsavtalar har innverknad på slike føretak. Gjennom å komme med jamlege statusoppdateringar om avsendarmangfald som ein del av Mediemangfaldsrekneskapen følger Medietilsynet utviklinga i eigarforholda og marknadsandelane i mediemarknaden over tid. Den fjerde rapporten om avsendarmangfald blei som tidlegare nemnt lagd fram i desember 2023, og ei ny statusoppdatering kjem i 2024. Kunnskap om avsendarmangfaldet med tanke på eigarforhold og marknadsandelar er med på å gjere mediebrukarane merksame om kva for interesser som står bak ulike medium.

Oversikta over dei norske medieaktørane, eigarforholda og den geografiske spreinga av avis-, radio- og tv-verksemdar har sidan 2020 vore tilgjengeleg i Mediedatabasen. Databasen er for tida under utvikling.

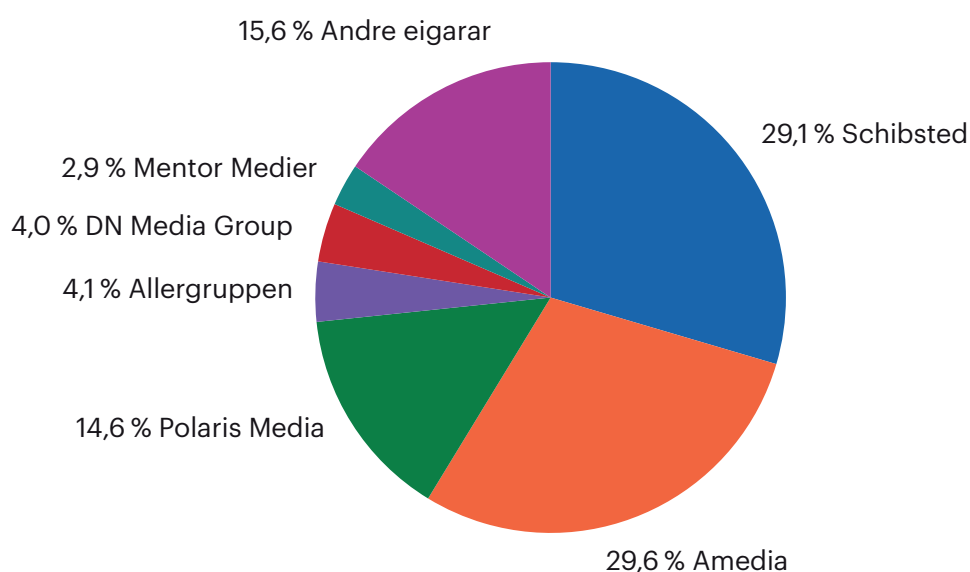
Avismarknaden har tradisjonelt vore desentralisert, kjenneteikna av små og store utgivarstader spreidde over heile landet. I fire av fem kommunar i Noreg abonnerer meir enn 40 prosent av husstandane på ei lokalavis. Talet på aviser som tar betalt for innhaldet og får berekna opplag, har auka frå 229 i 2018 til 244 i 2022.

Amedia og Schibsted har lenge vore dei to største eigarane i avismarknaden. Målt i opplag kontrollerte dei to mediekonserna respektive 29,6 og 29,1 prosent av marknaden i 2022. Polaris Media er framleis den tredje største aktøren i avismarknaden, med 14,6 prosent.

Konserna eig aviser som har både nasjonalt, lokalt og delvis regionalt nedslagsfelt og har dermed verksemd på alle geografiske nivå. Saman med Schibsted er DN Media Group og Allergruppen dei største eigarane av nasjonale aviser, mens Amedia er den klart største eigaren av lokalaviser, etterfølgd av Polaris Media. Ser vi på eigarkonsentrasjonen ut frå geografisk nedslagsfelt, er den noko høgare for dei nasjonale avisene. I 2022 var 87,2 prosent av opplaget til dei nasjonale avisene kontrollert av dei seks største aviskonserna. Blant lokal- og regionalavisene var 82,6 prosent av opplaget kontrollert av dei største avis-konserna.

Ei rekke mindre eigarar som har mindre enn 2,9 prosent av totalopplaget, kontrollerer éi eller nokre få aviser. I denne gruppa med aviser, som utgjør 15,6 prosent av totalopplaget, har fleire av aktørane strategisk samarbeid med dei store konserna, for eksempel om distribusjon, annonsar og tilgang til digital plattform. I 2022 stod berre 58 av 244 aviser i avis-marknaden utanfor konsern og utan strategisk partnerskap med eit av dei store konserna.

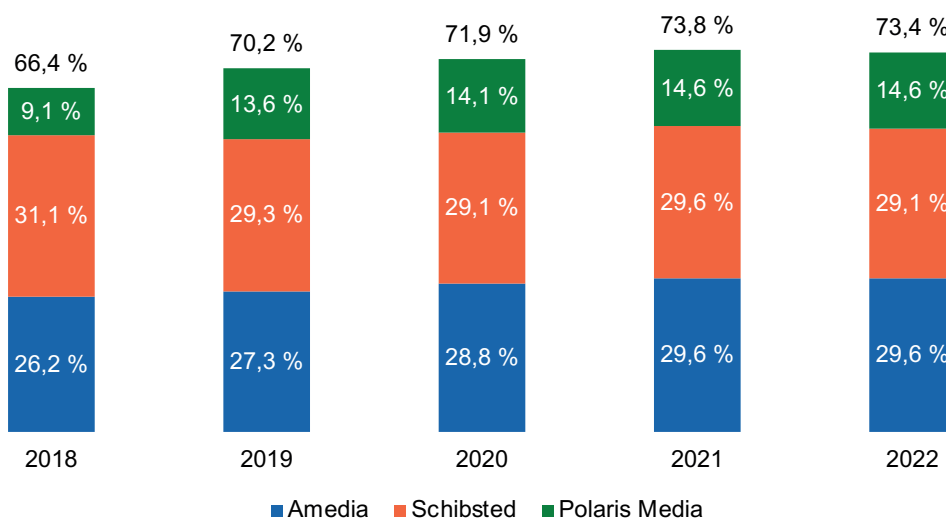
Figur 3 – andel av det totale avisopplaget i 2022 fordelt på dei største eigarane



Kjelde: Medietilsynet og MBL/LLA

Til saman kontrollerte dei tre største eigarane, Amedia, Schibsted og Polaris Media, 73,4 prosent av det totale avisopplaget i 2022. Den delen av opplaget som desse tre mediekonserna kontrollerer, har auka kvart år frå 2016 til 2021. I 2022 var den delen av totalopplaget som dei tre største aviskonserna kontrollerte, marginalt lågare enn året før. Dette kjem av at opplagsveksten for aviser utanfor dei store konserna var sterkare enn opplagsveksten hos dei tre største mediekonserna.

Figur 4 – andel av det totale opplaget for dei tre største mediekonserna 2018–2022



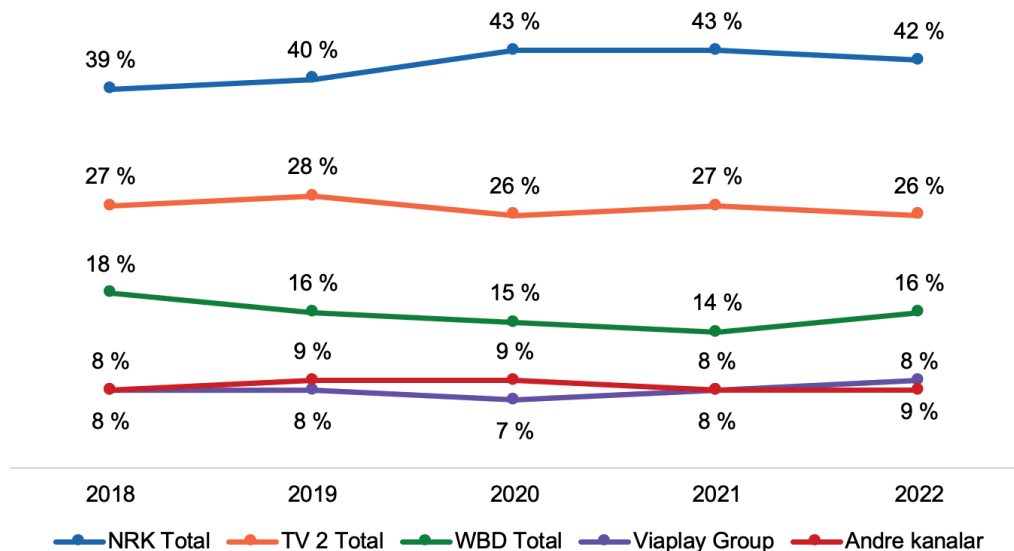
Kjelde: Medietilsynet

Over fleire år har det vore ei konsolidering, der dei store eigarane i avismarknaden har kjøpt opp mindre aktørar. Sjølv om eigarkonsentrasjonen i 2022 var stabil, har dei største mediekonserna gjort fleire oppkjøp i 2023. Dette kjem til å auke eigarkonsentrasjonen i avismarknaden ytterlegare.

I 2023 kjøpte Schibsted 51 prosent av aksjane i Shifter. Polaris Media kjøpte av Schibsted Porten.no og 51 prosent av aksjane i seks lokalaviser på Vestlandet: Vestnytt, Askøyværingen, Strilen, Bygdanytt, Øyposten og Randaberg24. Amedia etablerte nettavisen KRS i Kristiansand.

Eigarforholda i den nasjonale radio- og tv-marknaden er framleis stabile. Målt i sjåartal har tv-marknaden over lang tid hatt fire store eigarar av nasjonale tv-kanalar: den offentleg finansierte allmennkringkastaren NRK, den kommersielle allmennkringkastaren TV 2 og dei to tv-verksemdene Warner Bros. Discovery og Viaplay Group. Desse fire aktørane har til saman ein marknadsandel på 93 prosent. Norske tv-sjåarar har tilgang til mange kanalar, men berre eit fåtal av desse har ein sjåarandel på over fem prosent. Kanaltilbodet til dei norske allmennkringkastarane har den sterkaste posisjonen målt i sjåartal, og posisjonen har vore stabil over tid.

Figur 5 – marknadsandelane til tv-eigarane 2018–2022



Kjelde: Kantar Media TVOV «Årsrapport for konsum av TV og online video i Norge 2022»

Dei norske tv-aktørane er i direkte konkurranse med utanlandske strøymetenester, som dei siste åra har fått ein betydeleg posisjon i den konvergente tv- og strøymemarknaden i Noreg. Strøymetenestene til allmennkringkastarane, NRK TV og TV 2 Play, var mest brukte i 2022, saman med den globale strøymetenesta Netflix, i Kantars måling av bruken av strøymetenester kvar veke.

Det er tre store nasjonale aktørar i radiomarknaden: NRK, P4-gruppen og Bauer Media. I 2022 var NRK den største eigaren målt i lyttartal med rundt 65 prosent av den daglege lyttinga. Rundt 23 prosent lyttar til kanalane eigd av P4-gruppen dagleg, og rundt elleve prosent til kanalane til Bauer Media. Styrkeforholdet mellom dei tre største radioeigarane har vore stabilt dei siste åra.

Lokalradiomarknaden er desentralisert med både store og små aktørar spreidde over heile landet. I 2022 hadde dei ti største eigarane til saman 268 av 573 innhaldskonsesjonar, noko som svarer til 47 prosent av innhaldskonsesjonane. I lokalradiomarknaden var desse dei tre største eigarane i 2022, målt i talet på innhaldskonsesjonar: Metro Sounds, Lokalradioene i Innlandet og Polaris Media. Éin av fire lokalradiokonsesjonar var i 2022 kontrollert av ein av desse tre eigarane. Eigarane i lokalradiomarknaden skil seg frå kvarandre både i finansieringsform, innhaldsprofil og organisering.

Utviklinga i lokalradiomarknaden er at fleire konsesjonar blir samla på færre hender. I 2023 kjøpte den nest største eigaren, Lokalradioene i Innlandet, majoriteten av aksjane i den største lokalradioeigaren Metro Sounds. Etter oppkjøpet kontrollerer Lokalradioene i Innlandet to av ti lokalradiokonsesjonar og er i særstilling den største lokalradioaktøren i Noreg og den dominerande lokalradioaktøren på Sør- og Austlandet.

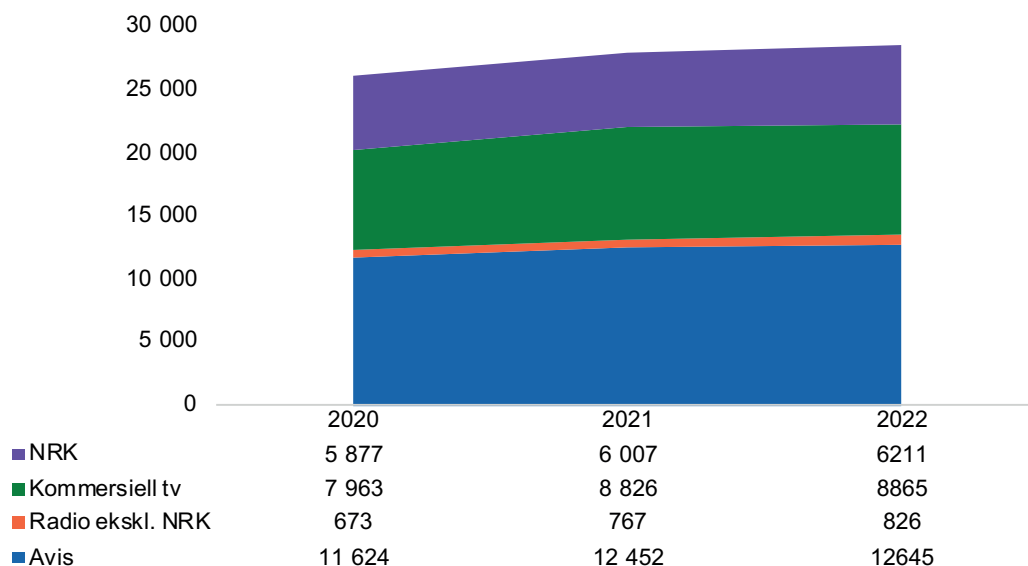
Blant fagpressepublikasjonane er det i hovudsak tre store eigargrupper: interesseorganisasjonar, fagforeiningar og kommersielle selskap. Eigarstrukturen i fagpressa er dermed meir mangfaldig enn i avismarknaden, der publikasjonane i all hovudsak er eigde av kommersielle og profesjonelle mediekonsern. I 2022 hadde Fagpressens 231 medlemspublikasjonar heile 192 ulike eigarar. Berre eit fåtal av desse, totalt åtte prosent, eig meir enn éin publikasjon.

3.1.2.3 Informasjon om den økonomiske utviklinga i norske medieverksemdar

Ein sunn driftsøkonomi er ein føresetnad for mediemangfald. Det er derfor viktig å følge med på den økonomiske utviklinga i mediebransjen. Medietilsynet utarbeider årleg ein rapport om den økonomiske utviklinga for norske aviser og kringkastarar. Rapporten tar for seg utviklinga det siste året og viser i tillegg utviklingstrekk for dei siste fem åra. [Den siste rapporten viser utviklinga frå 2018 til 2022.](#)

Norske medium står for vel 0,8 prosent av bruttonasjonalproduktet for Fastlands-Noreg. Bransjen hadde 28,5 milliardar kroner i driftsinntekter i 2022, der avisene hadde 44,3 prosent av driftsinntektene, kommersielle tv-verksemdar 31,1 prosent, NRK 21,8 prosent og kommersielle radioverksemdar 2,9 prosent. Driftsinntektene auka samla med 0,5 milliardar kroner, eller 1,8 prosent, frå 2021. Alle typar medium auka inntektene noko i 2022. Norske medium har samla aldri hatt høgare inntekter enn i 2022.

Figur 6 – inntektsutviklinga for aviser og kringkastarar 2020–2022 (tal i millionar kroner)



Kjelde: Medietilsynet ■ Avis ■ Radio ekskl. NRK ■ Kommersiell tv ■ NRK

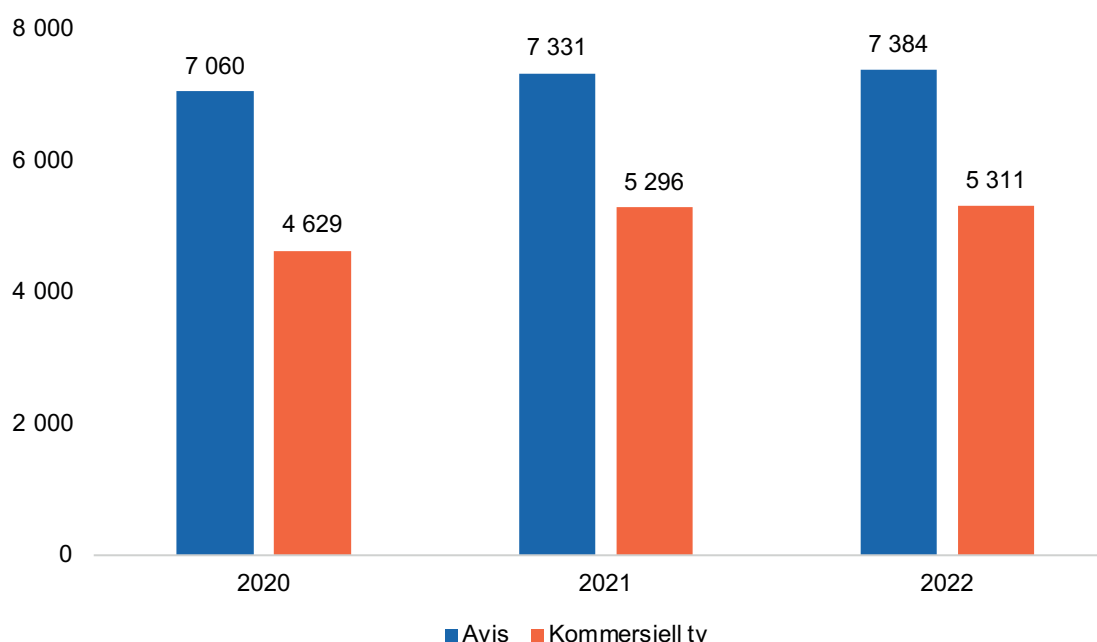
Frå 2020 til 2022 gjekk dei samla driftsinntektene opp med 9,2 prosent. Størsteparten av auken kom i 2021, og både reklameinntekter og brukarinntekter auka.

Brukarinntekter er den viktigaste inntektskjelda til avisene og tv-verksemdene. I 2022 auka desse inntektene samla med 68 millionar kroner, eller 0,5 prosent, til 12,7 milliardar kroner.

Brukarinntektene til avisene var på 7,4 milliardar kroner i 2022. 60 prosent, eller 4,4 milliardar kroner, kom frå avisprodukt der papirutgåvene inngår – såkalla komplettprodukt – og papiraviser selde i laussal. 2,9 milliardar kroner, eller 40 prosent, kom frå reine digitale avisprodukt. Frå 2021 til 2022 auka brukarinntektene for alle typar aviser, unntatt laussals-avisene.

Brukarinntekter utgjer også ein stadig større del av økonomien til kommersielle tv-aktørar. I 2022 utgjorde desse inntektene rundt 60 prosent av driftsinntektene i dei selskapa Medietilsynet har opplysningar om. Brukarinntektene var på 5,3 milliardar kroner i 2022, det same som i 2021.

Figur 7 – brukarinntektene til avisene og kringkastarane 2020–2022 (tal i millionar kroner)

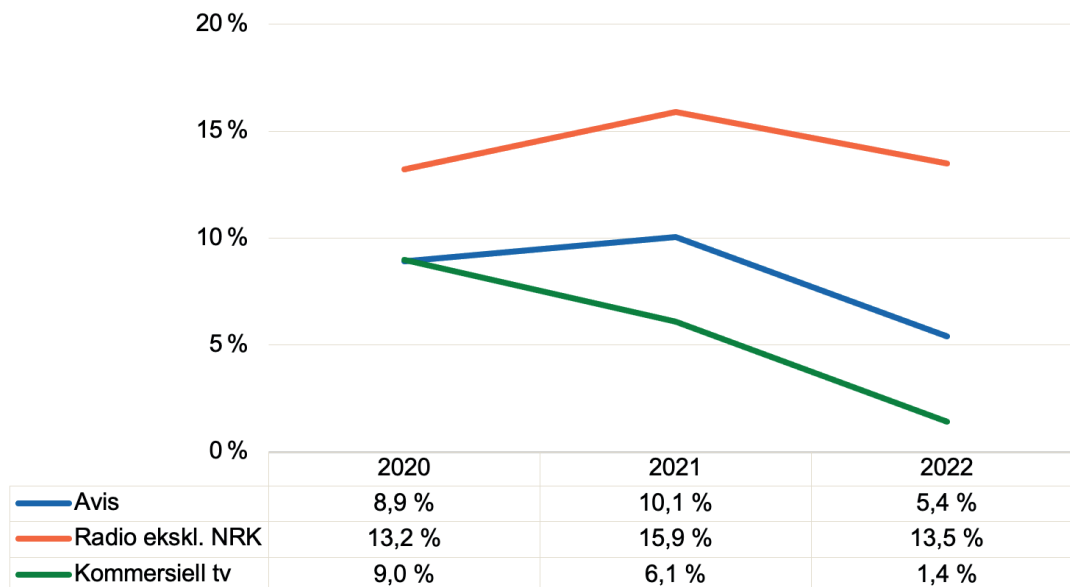


Kjelde: Medietilsynet

Totalt selde media reklameplass for om lag 8,6 milliardar kroner i 2022, 152 millionar kroner eller 1,8 prosent meir enn året før.

Facebook og Google styrkte marknadsposisjonen sin ytterlegare i 2022. Dei to globale aktørane har sidan 2018 auka sin del i den norske reklamemarknaden med 14 prosentpoeng, til 40 prosent i 2022, mens delen til avisene er redusert frå 22 til 18 prosent i perioden.

I 2022 var driftsresultatet for bransjen samla på 0,9 milliardar kroner (inkludert statlege tilskott på 550 millionar kroner), 930 millionar kroner lågare enn i 2021. Den svekte lønnsmda kom av at driftskostnadene for mediebransjen auka. For bransjen sett under eitt var driftsmarginen 4,3 prosent i 2022 mot 8,8 prosent i 2021.

Figur 8 – driftsmargin for aviser og kringkastarar 2020–2022 (tal i prosent)

Kjelde: Medietilsynet

3.1.2.4 Gjere ny innsikt tilgjengeleg

Medietilsynet utarbeider kvart år ei rekke rapportar, utfører anna innsiktsarbeid og gjennomfører tilsyn med at regelverket blir følgt. Det er eit mål å gjere denne informasjonen tilgjengeleg for publikum på ulike måtar. Medietilsynet arbeider kontinuerleg med å utvikle format og kommunikasjonsformer.

Alle rapportane som Medietilsynet utarbeider blir omtalte i pressemeldingar og lagde ut på nettsidene til verksemda. Nokre av rapportane kjem årleg, andre er enkeltstående rapportar. Medietilsynet arrangerer også ulike typar møte for å skape merksemd og debatt rundt undersøkingar og rapportar.

For eksempel blei det i 2023 arrangert eit seminar på Pressens Hus i samband med publisering av rapporten om mediemangfald i eit avsendarperspektiv. I tillegg til at hovudpunkta i rapporten blei lagde fram, deltok ulike medieieiarar i ein paneldebatt om avsendarmangfald.

3.1.3 Utvikle regelverket på medieområdet

Medietilsynet har i 2023 tatt del i arbeidet til Kultur- og likestillingsdepartementet med å sende ut på høyring forslag til endringar i forskrift om tilskott til lokale lyd- og bildemedium og med å notifikere endringane til EFTAs overvakingsorgan (ESA). Endringane er ei oppfølging av Medietilsynets [utgreiing av dei direkte mediestøtteordningane](#) i 2021. Departementet gjer framlegg om å utvide ordninga til å omfatte dei som tilbyr audiovisuelle bestillingstenester og podkasttenester som hovudsakeleg tilbyr innhald retta mot

eit lokalt publikum, slik at dei kan søke tilskott til lokale programproduksjonar, kompetansehevande tiltak og utviklingsprosjekt. Vidare ønsker departementet at det skal vere krav om at tilskottsmottakarar som produserer og publiserer innhald, skal ha ein redaktør. Departementet legg også fram forslag om å fjerne regelen om å ikkje gi tilskott til eit føretak som har økonomiske vanskar. I tillegg foreslår departementet å heve tilskottstaket for driftstilskott til lokalradioar for etniske og språklege minoritetsgrupper frå 75 000 kroner til 200 000 kroner.

Medietilsynet har også deltatt i arbeidet med å justere ordlyden i forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium § 27 når det gjeld overgangsordninga frå gammal forskrift og korleis storleiken på tilskottet skal reknast ut dels etter gammal forskrift og dels etter revidert forskrift.

EU-direktivet om audiovisuelle medietenester (AMT-direktivet) blei endra i 2018. Medietilsynet har bidratt i Kultur- og likestillingsdepartementets arbeid med å vurdere korleis direktivet skal implementerast i norsk rett. I samband med utarbeidinga av lovproposisjonen bidrog Medietilsynet i 2023 blant anna med marknadskunnskap og med vurderingar av kva konsekvensar ulike regulatoriske løysingar vil ha for tilsynsarbeidet. Medietilsynet har også skrive utkast til delar av proposisjonen.

Medietilsynet har i 2023 utarbeidd to nye rettleiarar om reglane i kringkastingslova. Ein rettleiar handlar om når «vloggarar» med eigen kanal på YouTube kan reknast som ein audiovisuell bestillingsteneste og må følge reglane i kringkastingsregelverket. Den andre rettleiaren gir meir informasjon om reglane for når tilbydarar av fjernsyn kan nytte delt skjerm når dei skal avvikle reklame i hendingar som varer i lang tid utan naturlege pausar. Medietilsynet har også starta arbeidet med å lage ein rettleiar for når tilbydarar av fjernsyn, audiovisuelle bestillingstenester og produksjonsføretak må innhente politiattest i produksjonar der mindreårige deltar. I tillegg har Medietilsynet i 2023 oppdatert [rettleiarane for produktplassering, sponing og YouTube](#) med ny informasjon og forvaltningspraksis.

Medietilsynet har også bidratt i arbeidet med å utvikle regelverk på europeisk nivå. Europakommisjonen har innført ei rekke endringar i regelverket på innhalds- og mediefeltet som har stor betydning for yringsfridommen.

Medietilsynet har i 2023 blant anna arbeidd aktivt med Digital Services Act (DSA), European Media Freedom Act (EMFA) og Regulation on the transparency and targeting of political advertising (TTPA). Sjå også punkt 3.1.1.4.



3.1.4 Forvaltning av – og tilsyn med – regelverket på medieområdet

Medietilsynet skal kontrollere at reglane i kringkastingslova, bildeprogramlova, 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 tilsynsarbeidet, men set i verk sanksjonar når det blir vurdert som nødvendig. I 2023 blei det totalt gjennomført 37 tilsynsaktivitetar.

3.1.4.1 Tilsyn med reglane i kringkastingslova

Medietilsynet gjennomførte 25 tilsyn etter kringkastingsregelverket i 2023 mot 21 i 2022.

I 2023 har Medietilsynet halde fram med å bruke dialog og rettleiing som primære verktøy for å følge opp brott på regelverket, men det er også gitt fem åtvaringar, mot sju i 2022. To sanksjonssaker frå 2023 blir ferdigstilte i 2024.

Kjøp av senderettar til viktige hendingar

Ein kringkastar som har kjøpt senderettar til hendingar av vesentleg samfunnsmessig betydning, som OL, VM og EM i fotball for menn eller VM og EM i handball for kvinner, må rapportere om ervervet til Medietilsynet. Medietilsynet har i 2023 fått slik rapportering frå norske kringkastarar.

Allmennkringkasting

Medietilsynet skal kvart år føre tilsyn med at NRK og TV 2 oppfyller allmennkringkastingsforpliktingane sine. Rapport om tilsynet blir publisert i Allmennkringkastingsrapporten.

NRK

For 2022 vurderte Medietilsynet at [NRK i det store og heile oppfylte samfunnsoppdraget i tråd med krava](#). I rapporten fastslo Medietilsynet kor viktig NRK og andre redaktørstyrte journalistiske medium er, sett i lys av utviklingstrekk som desinformasjon og framvekst av alternative og ikkje-redaktørstyrt medium. Medietilsynet viste også til at NRK bidrar til den opne og opplyste meiningsutvekslinga i samfunnet med faste debattprogram som jamleg set dagsorden og tar opp aktuelle spørsmål.

NRK skal oppfylle rundt 50 krav i sitt allmennkringkastaroppdraget sitt. I 2022 var det berre eitt krav som ikkje blei oppfylt. NRK oppfylte ikkje kravet om minst 25 prosent nynorsk på tv, radio og nett, og dette er eit gjentakande brott. Kravet blei oppfylt på tv, men ikkje på radio og nett. Utviklinga dei siste åra viser at det er ein auke i andelen nynorsk, og spesielt utviklinga på nettet indikerer at tiltaka som er sette i verk, har ein positiv effekt. Likevel vurderer Medietilsynet at utviklinga går for sakte, og at NRK må styrke arbeidet for å utvikle strukturar og system som fremmar konkrete resultat og motverkar at språkarbeidet blir for sårbart.

Medietilsynet stilte seg i rapporten kritisk til at NRK, ved inngåinga av avtale med påverka- rane Sofie Steen Isaksen og Fetisha Williams om podkasten Sophie & Fetisha i 2022, valde å gi unntak frå retningslinjer og avtalevilkår som skal sikre at publikum ikkje blir utsett for kommersielt press i allmennkringkastingstilbodet. Avtalen blei avslutta i 2023.

NRK blir i hovudsak finansiert gjennom ei direkteløyving over statsbudsjettet. I november 2022 vedtok Stortinget for første gong langsiktige rammer for mediestøtta i form av fireårige styringssignal, blant anna NRKs økonomiske rammer. Stortinget vedtok også at hovudlinjene i NRKs allmennkringkastingsoppdrag blir førte vidare, samtidig som justeringar knytte til språk og beredskapsansvar blir tatt inn i NRK-plakaten. NRKs vedtekter blei justerte i tråd med

Stortingets behandling i ekstraordinær generalforsamling 27. januar 2023. Vedtekts- endringane gjeld frå 2023 og skal ligge til grunn for den neste allmennkringkastingsrap- porten frå Medietilsynet.

TV 2

Medietilsynets tilsyn med [TV 2s allmennkringkastingsforpliktingar viser at TV 2 i 2022 opp- fylte alle krava i allmennkringkastingsoppdraget](#). Gjennom å oppfylle samfunnsoppdraget som følger av avtalen, bidrar TV 2 til å nå dei mediepolitiske måla for kommersiell allmenn- kringkasting og til å styrke det norske mediemangfaldet.

At faktabasert informasjonsformidling og kritisk journalistikk er viktig, gjeld framleis i eit nyheitsbilde prega av krig i Europa, langtidsverknader av koronapandemien, klima- endringar, økonomisk nedgang og auka inflasjon. TV 2 hadde i 2022 ei brei nyheitsdekning, og nyheitene blei produserte og sende frå Bergen. Medietilsynet vurderer at TV 2 løftar betydninga av å vere ei tydeleg stemme i det offentlege ordskiftet og jobbar for å treffe breitt i befolkninga.

TV 2 har gjennom avtaleperioden investert mykje i norskspråkleg film og tv-drama og bidrar på den måten til å fremme norskprodusert innhald som reflekterer norsk språk, kul- tur og identitet og norske samfunnsforhold i ein globalisert strøymemarknad.

TV 2 har også vist innhald retta mot smalare målgrupper og med smalare temaområde, noko som er eit viktig prinsipp innanfor allmennkringkastinga. Samtidig tyder tilsynet med allmennkringkastinga på at det er nødvendig å stille konkrete krav om slikt innhaldstilbod for at det skal bli programsett.

Ifølge avtalen som gjaldt i 2022, kunne TV 2 bli kompensert med inntil 135 millionar kroner for å levere allmennkringkastingsoppdraget. 2022 var første året der storleiken på kompensasjonen blei vesentleg avgrensa av støttetaket på 135 millionar kroner. TV 2 og staten har i 2023 inngått ny avtale om kommersiell allmennkringkasting for femårsperioden 2024–2029. Hovudlinjene i den nåverande avtalen blir vidareførte, og kompensasjonstaket blir heva til 150 millionar kroner i året.

3.1.4.2 Tilsyn med reglane i vallova

I samband med kommunestyre- og fylkestingsvalet i 2023 førte Medietilsynet tilsyn med § 99 i vallova om forbod mot å offentleggjere valresultat eller valdagsmålingar før tidlegast klokka 21.00 på valdagen, måndag. Valdagane var søndag 10. september og måndag 11. september 2023.

Før valet blei det informert om tilsynet på nettsidene til Medietilsynet og via presse-melding. Tilsynet bestod blant anna av ein gjennomgang av utvalde sendingar/kanalar på radio og tv. Det blei også oppretta ei eiga tips-e-postadresse der publikum kunne ta kontakt. Gjennom tilsynet avdekte Medietilsynet eitt brott på regelverket. Fredriksstad Blad publiserte ei sak som inneheldt informasjon om kor mange stemmar som var talde opp under eitt minutt før klokka 21.00. Denne saka enda med rettleiing, ikkje sanksjon, ettersom Medietilsynet ikkje vurderte brottet som alvorleg.



3.1.4.3 Tilsyn med mediestøtte

Medietilsynet gjennomførte i 2023 ein stikkprøvekontroll av tre aviser som fekk produksjonstilskott. Det blei sett på om krava til formålet med publikasjonen og innhald i § 5 i forskrifta første ledd bokstav a–e var oppfylte. Avisene som blei kontrollerte, var Midsundingen, Frolendingen og Avisa Hemnes. Det blei ikkje avdekt regelbrott.

Medietilsynet kontrollerte vidare tolv riksdekkande aviser, eit oppdrag som blei utført av Høgskulen i Volda. Utgangspunktet for denne gjennomgangen var at Medietilsynet frå 2023 behandla søknader om produksjonstilskott etter revidert forskrift. Forskrifta hadde for første gong eit skilje mellom nasjonale nummer to-medium og nasjonale nisjemedium. Medietilsynet bad derfor Høgskulen i Volda om å utarbeide ein rapport som blei brukt som bakgrunnsmateriale i behandlinga av søknadene for 2023, for å kunne trekke opp eit skilje mellom nasjonale nummer to-medium og nasjonale nisjemedium. Medietilsynet kontrollerte blant anna sjangerspreiing, eigenproduksjon, tematisk breidde og dagsaktualitet hos avisene. Avisene som blei kontrollerte, var Dagsavisen, Vårt Land, Nationen, Dagen, Klassekampen, Morgenbladet, Norge i dag, Minerva, Dag og Tid, Subjekt, Fiskeribladet og Medier24. Utfallet av kontrollen var at Dagsavisen, Vårt Land, Nationen, Dagen, Klassekampen og Morgenbladet blei plasserte i kategorien for nasjonale nummer to-medium, mens Norge i dag, Minerva, Dag og Tid, Subjekt, Fiskeribladet og Medier24 blei plasserte i kategorien nasjonalt nisjemedium.

3.1.4.4 Klager til Medieklagenemnda

Medieklagenemnda behandla i 2023 ti klager på vedtak fatta av Medietilsynet etter dei ulike mediestøtteordningane. Seks av sakene gjaldt klage på avslag på tildeling av innovasjons- og utviklingstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. To saker gjaldt klager på avslag på tildeling av produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium, og to saker gjaldt avslag på søknad om tilskott til lokale lyd- og bildemedium. I fire av sakene blei Medietilsynets vedtak oppheva og sende tilbake til ny behandling. I seks av sakene blei klagen ikkje tatt til følge, og Medietilsynets vedtak blei halde ved lag.

I dei to klagesakene etter forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium blei éi sak oppheva og send tilbake til ny behandling hos Medietilsynet. I den andre saka blei Medietilsynets vedtak halde ved lag, og klaga blei ikkje tatt til følge. Klaga frå Midtsiden AS på avslag på produksjonstilskott for 2022 blei tatt til følge. Medietilsynet vurderte søknaden på nytt i september 2023, og Midtsiden blei innvilga produksjonstilskott for 2022. Medieklagenemnda tok ikkje klaga frå Filter Media AS til følge.

I dei seks klagesakene etter forskrift om innovasjons- og utviklingstilskott blei tre av vedtaka til Medietilsynet haldne ved lag, og tre blei oppheva og sende tilbake til Medietilsynet for ny behandling. Dei tre vedtaka som blei haldne ved lag, var vedtak om avslag på tilskott for Snøfugl AS, Nye Medier Invest AS og Klassekampen AS. Medietilsynet av slo alle søknadene fordi prosjektsøknadene ikkje nådde opp i konkurransen med andre søkarar. Medieklagenemnda slutta seg til Medietilsynets vurdering og tok ikkje desse klagenene til følge.

Dei tre vedtaka som blei oppheva, var vedtak om avslag på tilskott for Stiftelsen LO Media, Utdanningsforbundet og Shifter Media AS. Medietilsynet av slo søknadene fordi søkarane ikkje fylte vilkåra for få tilskott etter ordninga. Medieklagenemnda meinte at sakene ikkje

var godt nok opplyste og peikte på behovet for grundigare analysar av innhaldet i publikasjonane. I tillegg meinte klagenemnda at Medietilsynet burde ha lagt søknadene fram for fagutvalet. Nemnda meinte at begge delar var saksbehandlingsfeil som kunne ha verka inn på innhaldet i sakene, jf. forvaltningslova § 41, og vedtaka blei oppheva. Medietilsynet vil ta stilling til søknadene på nytt i første del av 2024. Føringsane frå Medieklagenemnda betyr at Medietilsynet framover kjem til å bruke betydeleg meir ressursar på å vurdere innhaldet i medium som søker støtte, og søkarane får i tillegg større krav om dokumentasjon.

Medieklagenemnda tok ikkje til følgje dei to klagene på avslag på tilskott etter forskrifta om tilskott til lokale lyd- og bildemedium. Begge klagene var frå den same aktøren, Fin Radio.

3.1.5 Måloppnåing, ressursbruk, effektar og utfordringar

3.1.5.1 Måloppnåing og effektar

Medietilsynet legg til rette for eit breitt utval av ulike nyheits- og aktualitetsmedium over heile landet gjennom å forvalte dei direkte mediestøtteordningane. Produksjonstilskottsordninga og tilskottsordninga for samiske aviser gir driftsstøtte til eit stort utval aviser og er eit viktig bidrag for å sikre mediemangfaldet. Rapportar frå tilskottsmottakarar viser at tilskott til lokale lyd- og bildemedium fører til auka redaksjonell lokal programproduksjon. Tilskott til digitalisering har i stor grad bidratt til auka digitalisering av radio og utbygging i Lokalradioblokka. Innovasjonstilskottet har gjort at nyheits- og aktualitetsmedium har fått sett i gang innovasjonsprosjekt og utviklingstiltak dei elles ikkje hadde hatt høve til.

Medietilsynet registrerer og gir konsesjonar til radio- og tv-kanalar. Dette fører til at befolkninga får tilgang til eit breitt spekter av både lokalt og riksdekkande medieinnhald frå ulike kjelder.

Medietilsynet fører tilsyn med at NRK og TV 2 oppfyller allmennkringkastingspliktene sine, og med at medieaktørane elles følger regelverket. For Konkurransetilsynet har Medietilsynet i 2023 gitt vurderingar av konsekvensane for mediemangfaldet i tre saker som gjeld føretakssamanslutningar på medieområdet. Desse tilsyna og vurderingane er tiltak som bidrar til å sikre at publikum har tilgang på eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet.

Medietilsynet bidrar til eit oppdatert og framtidsretta regelverk gjennom å gi bistand til Kultur- og likestillingsdepartementet i arbeidet med å revidere kringkastingsregelverket og forskrifter på mediestøttefeltet.

Dei siste åra har Medietilsynet bidratt i internasjonalt arbeid for å sikre at norske mediepolitiske mål skal kunne takast vare på, både i utforminga av EU-reguleringar og ved innføringa i norsk rett. Forordninga for digitale tenester (DSA) har som mål å styrke tryggleiken til brukarane på nettet og skal gi dei som bruker tenestene, betre kontroll over egne data. Medietilsynet har i 2023 arbeidd med å forberede korleis koordinatormekanismen i DSA i størst mogleg grad kan bidra til å styrke yringsfridommen, informasjonsfridommen og pressefridommen for norske brukarar, og har gitt innspel til korleis forordninga skal følgast i Noreg.

Medietilsynet har vidareutvikla og utarbeidd Mediemangfaldsrekneskapen, som gjennom årlege rapportar gir informasjon om status og utvikling for ulike aspekt ved mediemangfaldet i Noreg. I 2023 publiserte Medietilsynet nye rapportar om bruksmangfald og avsendarmangfald, og informasjon om eigarforhold i norske medium blei gjort tilgjengeleg gjennom Mediemangfaldsrekneskapen. Medietilsynet har gjennom ein rapport om den økonomiske utviklinga i norske medium gjort tilgjengeleg innsikt om den økonomiske situasjonen og utviklinga for mediebransjen i perioden frå 2018 til 2022. Alt dette er innsikt som bidrar til auka merksemd både om kor viktig mediemangfaldet er for samfunnet, og om den viktige rolla redaktørstyrte journalistiske medium spelar i den demokratiske infrastrukturen for den offentlege samtalen. Innsikta kjem også til nytte i den vidare utviklinga av mediepolitikken.

Medietilsynet vurderer samla å ha levert som forventa i 2023 og i tråd med målet om å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet.

3.1.5.2 Ressursbruk

Totalt brukte Medietilsynet cirka 11,1 årsverk på aktivitetar relaterte til hovudmålet «å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet» i 2023. Dette inkluderer arbeid med tilskottsforvaltning, konsesjonar, tilsyn og regelverksarbeid, medieeigarskap, medieøkonomi og mediemangfald. Tid brukt på leiing og verksemdstyring, administrasjon 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 9,7 årsverk i 2022. I 2023 blei aldersklassering av film overført til distributørane og Medietilsynets ansvar endra til informasjon og tilsyn. Dette har gjort det mogleg å styrke arbeidet med tilsyn, og forklarar den auka ressursbruken knytt opp mot hovudmålet om mediemangfald i 2023.

3.1.5.3 Utfordringar

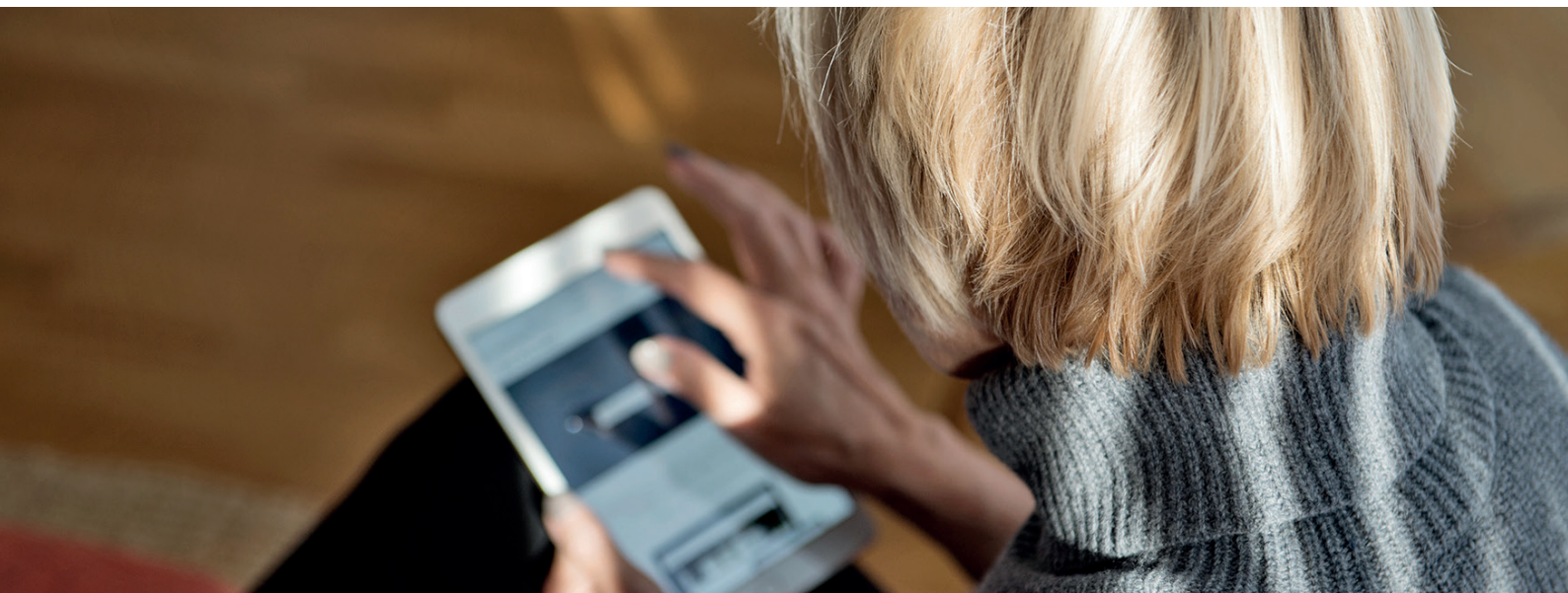
Noreg har eit sterkt mediemangfald, men medievanane er i stadig endring, og nye globale plattformer utgjer ein større del av mediekonsumet til nordmenn enn før. Den globale konkurransen om både brukarar og annonseinntekter utfordrar også driftsgrunnlaget til norske redaktørstyrte medium. Derfor er det viktig å ha oppdatert informasjon om utviklinga både for mediemangfaldet, mediebruken, medieøkonomien og konkurranse-situasjonen.

Dei globale innhaldsplattformene har fleire konkurransefordelar i den norske markna-den. Tilbydarane har lågare skattesats enn norske medieselskap, dei har i liten grad vore regulerte, og dei har eit avgrensa ansvar for innhaldet som blir publisert på plattformene. Tilgangen til persondata og bruk av åtferdsbasert marknadsføring har ført til at globale innhaldsplattformer er attraktive kanalar for annonsørar i den norske marknaden. Kombi-nasjonen av populære tenester og aktiv bruk av målrettingsteknologi fører til at globale plattformer har ein fordel i kampen om merksemda frå brukarane. I sum utfordrar denne utviklinga inntektsgrunnlaget til dei redaktørstyrte media, noko som kan bli ei utfordring for mediemangfaldet.

Samtidig er det ein tendens til at redaksjonelt innhald blir sletta eller avgrensa på sosiale medieplattformer.² Tenester som Facebook, Instagram, YouTube, TikTok og Snapchat står i dag fritt til å fjerne redaksjonelt innhald som bryt med brukarvilkåra, eller til å nedpriori-tere nyheits- og aktualitetsinnhald i anbefalingssystema som bestemmer kva slags inn-hald brukarane blir eksponerte for. Sidan desse plattformene er sentrale portvaktarar for informasjon og ein viktig del av innhaldsinfrastrukturen i Noreg, har slike inngrep negative konsekvensar for ytringsfridommen, informasjonsfridommen og pressefridommen. Sosi-ale medium er ein viktig inngang til redaksjonelt innhald, særleg for unge mediebrukarar, og det er viktig å sikre tilgang til truverdig innhald som ei motvekt til feilinformasjonen og desinformasjonen som blir spreidd i dei same kanalane.

På nokre område er det ei utfordring at regelverket heng etter den faktiske medie-utviklinga. I 2023 tok reviderte forskrifter om produksjonstilskott og innovasjons- og utviklingstilskott til å gjelde, og det blei arbeidd med endringar i ordninga for tilskott til lokale lyd- og bildemedium. I tillegg bidrog Medietilsynet i arbeidet med å revidere kring-kastingslova. Forskrift om tilskott til samiske aviser bør også bli oppdatert. Denne ordninga er per i dag ikkje plattformnøytral, men gjeld berre for papiraviser.

² https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf



3.2 Bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som tar informerte val

For Medietilsynet er det eit viktig mål å bidra til å auke den kritiske medieforståinga i befolkninga. Dette inneber at mediebrukarane skal ha kompetanse til å kunne orientere seg og navigere både aktivt og trygt i eit stadig meir komplekst medielandskap, som nå også er påverka av kunstig intelligens. Medietilsynet hentar inn og formidlar fakta og innsikt på feltet, legg til rette for kunnskapsdeling på tvers av ulike fagområde og utviklar råd og verktøy mynta på ulike grupper i befolkninga.

3.2.1 Utvikle og gjere ny innsikt tilgjengeleg

3.2.1.1 Den digitale kvardagen for barn og unge

Sidan 2006 har Medietilsynet annakvart år kartlagt dei digitale medievanane til barn og unge gjennom undersøkingar blant barn og foreldre. Undersøkingane «Barn og medium» og «Foreldre og medium» er dei største i sitt slag i Noreg, og gir viktig innsikt i mange aspekt ved mediekvardagen til barn og unge. Dei siste undersøkingane blei gjennomførte i 2022. I 2023 er innhaldet i undersøkingane revidert, og det er gjort klart for ny gjennomføring i 2024.

For å auke merksemda om og belyse ulike tema relaterte til den digitale mediekvardagen til barn og unge har Medietilsynet i 2023 publisert delrapportar om følgande tema:

- [erfaringar barn og unge har med deling av nakenbilde på nettet](#)
- [mediebruken til småbarn \(1–5-åringar\) basert på svara til foreldra](#)
- [erfaringar barn og unge har med reklame, influensarar og sosiale medium](#)

I 2023 gjennomførte Medietilsynet kvalitative intervju med barn frå ni til tolv år og foreldre, for å supplere informasjonen i dei kvantitative undersøkingane om barns bruk av mobil-

telefon. [Rapporten «Digitale dilemmaer» blei publisert våren 2023](#). Tema i rapporten er blant anna kva barn og foreldre meiner om kva grenser foreldra bør sette, både når det gjeld kva slags tenester barna skal få tilgang til, og tidsbruken. Rapporten handlar også om kva utfordringar barn kan møte på nettet, og korleis vi kan førebu dei slik at dei kan handtere ulike situasjonar best mogleg.

Tidleg mobilbruk fører med seg mange dilemma, både for foreldre og barn. Foreldre seier at dei ofte kjenner seg aleine, at det er vanskeleg å stå imot press som kjem frå fleire kantar, og at det kan vere vanskeleg å orientere seg i alle tilrådingane. Somme ønsker tydelegare råd og rettleiing, mens andre meiner familien sjølv er best eigna til å handtere spørsmål om dei digitale aktivitetane til barna.

I 2023 analyserte [Retriever på oppdrag frå Medietilsynet](#) innhaldet som dei 22 mest populære påverkarane blant barn og unge, publiserte i 2022. Kartlegginga viste blant anna at nær halvparten av dei publiserte innlegga inneheldt reklame, og at innlegga frå influensarane i liten grad handla om samfunnsaktuelle tema.

3.2.1.2 Kritisk medieforståing

Medietilsynet har i 2023 førebudd ei ny nasjonal undersøking om kritisk medieforståing. Undersøkinga blir ei oppfølging av undersøkingane som blei gjennomførte i 2019 og 2021. Ei slik kartlegging gir blant anna eit innblikk i den kompetansen innbyggjarane har for å kunne navigere i eit meir komplekst medielandskap. Innsikt om i kva grad folk kan skilje sann informasjon frå usann, kan avdekke desinformasjon og veit korleis dei skal handtere hatefulle ytringar, gir eit viktig grunnlag for arbeidet med haldningskampanjar og læringsopplegg. Resultata frå den nasjonale undersøkinga blir tilgjengeleg i 2024.

Det er også i gang eit arbeid med å utvikle ei undersøking om kritisk medieforståing på nordisk nivå. Eit utval personar frå ulike forskingsmiljø har i 2023 komme med forslag til metode for å måle og samanlikne kompetansen i befolkninga i dei nordiske landa, og det er eit mål å gjennomføre ei pilotundersøking i 2024.

3.2.1.3 Kampanjar for kritisk medieforståing

I 2023 har Medietilsynet hatt fleire kampanjar og kommunikasjonstiltak for å spreie kunnskap om mediekvardagen til barn og unge, tryggleik på nettet og ulike tema innanfor kritisk medie forståing. I samband med kommune- og fylkestingsvalet blei det gjennomført ein digital kampanje for betre ytringsklima. Vidare er det gjennomført ein kampanje om korleis ein kan avdekke såkalla «deepfakes», og ein kampanje om korleis ungdom kan ta betre kontroll over skjermtida si. Sjå meir om kampanjar og kommunikasjon under punkt 3.3.1.

3.2.2 Bidra til ein trygg mediekvardag for barn og unge

3.2.2.1 Handlingsplan for trygg digital oppvekst

Medietilsynet har vore ein pådrivar for betre samordning av offentlege etatar på området trygg digital oppvekst, og utarbeidde eit forslag til nasjonal strategi, «Rett på nett», som



regjeringa la fram i 2021. Som oppfølging av strategien har Medietilsynet fått i oppdrag frå Barne- og familiedepartementet å koordinere det vidare arbeidet på direktornivå. I 2022 blei det sett ned eit samarbeidsorgan der Utdanningsdirektoratet, Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, Helsedirektoratet, Politidirektoratet, Datatilsynet og Medietilsynet er med.

I 2023 har samarbeidsorganet arbeidd med å utvikle ein handlingsplan som skal følge opp måla frå Rett på nett-strategien. Samarbeidsorganet har hatt tematiske møte gjennom året.

I samband med handlingsplanarbeidet oppretta Medietilsynet i 2022 eit ungdomsnettverk. I tillegg til å gi innspel til handlingsplanen har ungdomsnettverket utforma egne krav til ein trygg digital oppvekst. Desse krava blei overleverte barne- og familieminister Kjersti Toppe på eit arrangement under Arendalsveka i 2023.

I november 2023 blei forslag til handlingsplan lagt fram for direktørane i dei etatane som er representerte i samarbeidsorganet, og for Barne- og familiedepartementet. Når årsrapporten blir skriven, er Medietilsynet i sluttfasen med det endelege forslaget til handlingsplan.

Medietilsynet fekk i september 2023 ei belastningsfullmakt frå Barne- og familiedepartementet i samband med koordineringsarbeidet på trygg digital oppvekst-feltet. Midlane blei brukte til å dekke utgifter til arbeid med handlingsplanen, ei kvalitativ undersøking for å sjå på kva ungdommane og deira føresette definerer som skadeleg innhald på sosiale medium, og til eit opplegg for å analysere kva slags skadeleg innhald barn og unge møter på sosiale medium. Rapporten frå den kvalitative undersøkinga blei publisert i februar 2024.



Panelsamtale om barns mobilbruk under Safer Internet Day 2023 på Kulturhuset i Oslo. Frå venstre direktør Mari Velsand i Medietilsynet, Kirsten Kolstad Kvalø frå Norges institusjon for menneskerettigheter, psykologspesialist Line Marie Warholm og Finn Myrstad frå Forbrukerrådet.

3.2.2.2 Det norske Safer Internet Centre (NSIC)

Medietilsynet har i mange år vore Safer Internet Centre (NSIC) i Noreg. Senteret er delvis EU-finansiert gjennom tilskott frå EU-kommisjonen. Medietilsynets nåverande prosjekt er finansiert under EU-programmet Digital Europe Programme og varer frå oktober 2022 til oktober 2024. EU-prosjektet var blant anna med på å finansiere arrangementet Safer Internet Day i februar 2023.

I 2023 har Medietilsynet utvikla fleire undervisningsopplegg, blant anna «Hekta» om skjermtid. Det er arrangert kampanjar om tryggleik på nettet, medverknad frå barn og unge er sikra i utviklinga av tiltak og politikk, tiltak er koordinerte mellom offentlege myndigheiter, og det er lagt til rette for samarbeid og kunnskapsdeling. Samtaletilbodet «Kors på halsen», som blir drive av Raudekrossen i Oslo, er også ein del av prosjektet.

Samla utgifter i EU-prosjektet i 2023 var 1 380 835, og dette er finansiert med tilskott frå EU-programmet. Medietilsynets eige bidrag i EU-prosjektet kjem i tillegg og er i hovudsak arbeidsinnsats.

3.2.2.3 Involvering av barn og unge

Medietilsynet er opptatt av å sjå på nye metodar for å involvere barn og unge. Blant anna er det viktig å legge til rette for at barn og unge kan medverke i arbeidet med trygg digital oppvekst. I samband med arbeidet med handlingsplanen for trygg digital oppvekst har Medietilsynet sett ned eit ungdomsnettverk med representantar frå relevante barne- og ungdomsorganisasjonar. Ungdomsnettverket representerer ein brei og mangfaldig del av



Ungdomsnettverket på Arendalsuka: frå venstre Maja Enerhaug Egge frå Press – Redd barna Ungdom, Luca Amundsen frå Skeiv Ungdom, Mathias Jørgensen frå Hyperion, barne- og familieminister Kjersti Toppe, Jasmin Kusainova frå Stopp Hatprat, Ragnhild Torstensen frå Lightup og direktør Mari Velsand i Medietilsynet.

norsk ungdom, frå paraplyorganisasjonar til organisasjonar som representerer særinteresser.

Ungdomsnettverket har gjennom 2023 gitt innspel til alle område i handlingsplanen for trygg digital oppvekst. Under Arendalsuka la nettverket fram eigne krav for barne- og familieministeren.

Ungdomsmedverknad er ein avtalefesta aktivitet i Medietilsynets EU-prosjekt, og som tidlegare år har Medietilsynet i 2023 samarbeidd med hjelpelinja Kors på halsen. Ein ungdomsrepresentant har vore medlem av fagrådet til Safer Internet-senteret. I fagrådet deltar ungdommar frå heile Europa og diskuterer utfordringar i den digitale kvardagen. Medverknadsarbeidet i samband med EU-prosjektet er supplert med Medietilsynets eige ungdomsnettverk.

Medietilsynet bruker barnepanel for å få innspel og tilbakemeldingar i arbeidet med blant anna retningslinjer for aldersklassifisering av kinofilm. Medietilsynet gjennomførte tre film-barnepanel i 2023, med barn fødde i 2018, 2010 og 2011. Formålet er å involvere barn og unge i ulike aldrar og ta dei med i arbeidet med å sette aldersgrenser. Barn og unge tilfører gjennom barnepanela relevante erfaringar og perspektiv til vurderinga av aldersgrenser.

3.2.2.4 Dataspel

Dataspel er ein viktig hobby for mange barn og unge, men det er også ein aktivitet som medfører ein del utfordringar. Medietilsynet bidrar saman med Lotteritilsynet og Helse- og sosialdepartementet i arbeidet med regjeringas handlingsplan mot speleproblem og gjennomfører tiltak som innhenting av innsikt, rådgiving og deling av kunnskap.

Ny dataspelstrategi

Medietilsynet har deltatt i arbeidsgruppa som har utvikla ein ny dataspelstrategi, som [regjeringa la fram i 2023](#). Strategien skal løfte dataspel som sjølvstendig kulturuttrykk, kunstform, næring og fritidsaktivitet. Eitt av tiltaka i strategien er å opprette eit kompetansesenter for dataspelkultur. I starten av 2024 blei det sett ned ei prosjektgruppe som arbeider med dette, med representantar frå Norsk Filminstitutt, Medietilsynet og Kulturtanken som arbeider med dette.

Ny handlingsplan mot speleproblem

Nåverande [handlingsplan mot speleproblem](#) varer frå 2022 til 2025. Planen varer dermed i fire år, mot tre år tidlegare. Dette gjer det mogleg med meir langsiktig planlegging og betre tid til å gjennomføre tiltak.

I 2023 har Medietilsynet gjennomført følgande tiltak som ein del av handlingsplanen mot speleproblem:

Snakk om spel

Informasjonskampanjen «Snakk om spel», som blei starta i 2018, er utvikla vidare til å bli ei kunnskapsplattform om barn og dataspel. Det er laga fleire artiklar med informasjon til vaksne om dataspel i 2023: [Slik spiller du med barna dine](#), [Korleis gi barnevernspedagogstudentar kunnskap om barn og gaming](#), [Slik fungerer Twitch](#), [PEGI 20 år](#), i tillegg til tre artiklar i samband med ein serie på YouTube. Artiklar om dei mest populære dataspela er omsette til engelsk og arabisk og er distribuerte via sosiale medium for å nå foreldre og vaksne som jobbar med barn.

Spelet «[Stjernekolonien](#)» er distribuert breitt for å nå nye familiar, og over 18 000 unike brukarar har brukt spelet så langt.

Forsking på dataspel

Medietilsynet tildelte i 2023 midlar til forskning på dataspel gjennom tilskott for medieforskning. Midlane gjekk til eit forskingsprosjekt i regi av Beate Hygen ved Noregs teknisk-naturvitenskaplege universitet (NTNU). Bakgrunnen for prosjektet er blant anna Medietilsynets rapport «[Spillfrelste tenåringsgutter og jenter som faller fra](#)». Prosjektet skal sjå på korleis dataspel kan bli brukte for å hjelpe dei som strevar med ulik problematikk.

Kunnskapsdeling

Medietilsynet arrangerte i 2023 eit seminar om korleis ein kan hjelpe sårbare unge gamarar, med innlegg frå forskning, utdanningssektoren, ungdomsorganisasjonar og hjelpeapparatet. Det blei også arrangert eit seminar om trakassering og hets i dataspelmiljøa.

Informasjonsprosjektet «Tryggare gaming»

Med bakgrunn i tala frå Barn- og medium 2022 om dataspel, og forskning på temaet, har Medietilsynet tatt initiativ til eit informasjonsprosjekt for å gjere dataspelarenaen tryggare og meir inkluderande for jenter. På oppdrag frå Medietilsynet har Level Up og kommunikasjonsbyrået Superponni produsert [YouTube-serien «CTRLZ»](#), som blei lansert på eit arrangement i november 2023. Serien blir blant anna distribuert via kampanjar i sosiale medium.

3.2.2.5 Rettleingar og undervisningsopplegg

Som ein del av arbeidet med 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 rettleiings- og undervisningsressursar er samla på Medietilsynets nettsider om barn og medium.

Undervisningsopplegg om skjermtid

I samarbeid med NDLA produserte Medietilsynet i mars 2023 undervisningsopplegget «[Hekta? Et kodekammer om din digitale hverdag](#)». Dette er eit spelbasert undervisningsopplegg for å bevisstgjere ungdom på sin eigen tidsbruk på nettet. Undervisningsopplegget er omsett til engelsk og er registrert brukt om lag 8000 gonger, mens det truleg er brukt av dobbelt så mange elevar.

Pilotprosjekt: åtferd og dømmekraft i gaming

Medietilsynet jobbar med eit undervisningsopplegg om åtferd og dømmekraft i gaming, og gjennomførte i 2023 eit pilotprosjekt for å undersøke moglege metodar for eit slikt opplegg for ungdomsskulen. Pilotprosjektet dreiv research og metodeutvikling for å komme fram til ein effektiv læringsstrategi for å forstå «giftig åtferd» i gaming. Opplegget skal vere tidseffektivt, tverrfagleg og engasjerande. Undervisningsopplegget skal vere ferdigstilt våren 2024.

Dataspelet «Stjernekolonien»: samtalespel for foreldre og barn

Samtalespelet «[Stjernekolonien](#)» blei relansert i 2023 med nye karakterar og omsett til engelsk for og å kunne nå minoritetsspråklege. Spelet nådde 3500 unike brukarar i 2023, og om lag 70 prosent av deltakarane svarte i ei undersøking at dei hadde lært noko av opplegget.

Ung.no

[Nettstaden Ung.no er statens informasjonskanal for og til ungdom](#) og blir driven av Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet. Ulike statlege aktørar samarbeider om tiltaket. I 2023 svarte Medietilsynet på 76 spørsmål på Ung.no, særleg frå barn i alderen 13–15 år, om blant anna aldersgrenser i spel og på kino, nettvett, trygge nettsider og speleproblem.

3.2.3 Andre tiltak for å auke den kritiske medieforståinga i befolkninga

3.2.3.1 Tiltak i samband med kommune- og fylkestingsvalet 2023

Medietilsynet har deltatt i regjeringas arbeid med å forebygge og motverke uønskt påverknad under kommune- og fylkestingsvalet 2023. I den samanhengen gjennomførte Medietilsynet ein informasjonskampanje for å bidra til å auke kunnskapen om desinformasjon. Kampanjen inkluderte informasjon om bruk av kunstig intelligens og såkalla «deepfakes». Kampanjen blei vist i ulike sosiale medium. Det blei også gjennomført ein kampanje for betre ytringsklima på nettet, sjå meir under punkt 3.3.1.3.

3.2.3.2 Nasjonalt nettverk for kritisk medieforståing

Medietilsynet leiar eit nasjonalt nettverk for kritisk medieforståing, der mange ulike aktørar deltar. Eit viktig føremål med nettverket er å dele kunnskap og kompetanse og å legge til rette for samarbeid. I 2023 blei det gjennomført to møte i nettverket. Tema var kunstig intelligens og desinformasjon. Over 80 prosent av deltakarane vurderte at møta var relevante for arbeidet deira.

3.2.4 Utvikle og aktivt forvalte regelverket på medieområdet

3.2.4.1 Tilsyn med reglane i kringkastingslova

I 2023 blei det gjennomført totalt 25 tilsyn etter kringkastingsregelverket.

Tilsyn med reglane om reklame, sponing og produktplassering

Medietilsynet gjennomførte 15 tilsyn med ulike reglar for reklame, sponing og produktplassering i 2023. Reglane skal blant anna beskytte publikum mot for stort kommersielt trykk og gjere dei merksame på når dei blir utsette for kommersielle bodskapar.

Tilsyna omfatta både lokal- og riksdekkande kringkastarar på radio og tv og audiovisuelle bestillingstenester (strøymetenester). Tilsynsverksemda er basert på ei vurdering av risiko og kva som er vesentleg. I 2023 har Medietilsynet prioritert å kontrollere større eller nye produksjonar som kan nå ut til eit stort publikum. Medietilsynet er opptatt av å reagere tidleg dersom det blir avdekt brott på regelverket. Da kan aktørane gjere endringar raskt, noko som er positivt for publikum.

I tre av dei 15 tilsyna blei det ikkje avdekt brott på reglane i kringkastingslova, mens det blei funne brott i tolv tilsyn. Enkelte brott blei følgde opp med rettleiing, mens det i fem av sakene blei reagert med åtvaring. Det blei også sendt ut to varsel om sanksjon i form av åtvaring eller gebyr. Medietilsynet vil gjere endelege vurderingar i desse sakene i 2024.

Medietilsynet kontrollerte i 2023 totalt 30 ulike programkonsept som normalt har høge sjåartal på ulike norske fjernsynskanalar og strøymetenester. I 14 av dei kontrollerte programkonsept blei det ikkje funne brott, mens det blei avdekt brott på reglane om sponing og produktplassering i 16 programkonsept. Kontrollane omfatta også reglar for aldersmerking. Det blei ikkje avdekt brott på reglane i bildeprogramlova i dette tilsynet. Sjå meir om dette i punkt 3.2.4.2.

For strøymetenester blei det gjennomført eit eige tilsyn med reglane for premiepresentasjon, lengd på merking av produktplassering, lengd på sponsoridentifikasjon og merking av kommersielt innhald. Enkelte brott blei følgde opp med rettleiing, og det blei gitt éi åtvaring.

Medietilsynet har hatt tilsyn med ulike idrettshendingar i 2023, både når det gjeld reglar for sponing og reglar for produktplassering. Kontrollane har blant anna omfatta Eliteserien i fotball på TV 2, Vasaloppet på NRK og VM på ski på NRK. To av kontrollane resulterte i vedtak om åtvaring, og i éi sak ble det gitt rettleiing.

Medietilsynet har hatt ein kontroll med reglar for bruk av reklame på delt skjerm og for

plassering av reklamen, i åtte ulike sportssendingar på TV 2s fjernsynskanalar og TV 2 Play. Det ble funne to moglege brott som Medietilsynet vil følge opp gjennom dialog og rettleiing.

Medietilsynet har også prioritert å følge opp to nye nasjonale tv-kanalar når det gjeld korleis dei følger reglane om sponing, reklame og produktplassering. Kontrollen viste at éin av tilbydarane ikkje følgde regelverket i konkrete program. Begge tilbydarane fekk rettleiing om regelverket.

I ein kontroll med lokal-tv-tilbydarar kom det fram at fleire kanalar ikkje følgde reglane for reklame, sponing og produktplassering. Tilbydarane blei følgde opp med individuell rettleiing. Medietilsynet kjem til å ha ein ny kontroll med dei same aktørane i 2024 for å sikre at rettleiinga er følgd opp.

Det blei ikkje avdekt brott på reglane om reklame, sponing og produktplassering i tilsyn med riksdekkande radio i 2023. Lokalradio var ikkje omfatta av denne kontrollen.

Gjere audiovisuelt medieinnhald tilgjengeleg for personar med funksjonsnedsettingar

Medietilsynet har i 2023 følgt opp korleis dei lineære tv-kanalane oppfyller krava til tilgjengeleggjing som går fram av kringkastingslova § 2-19 med nærmare reglar i kringkastingsforskrifta §§ 2-5 og 2-6. Tilsyn med tilgjengeliggjing var blant dei prioriterte områda for tilsyn i 2023.

NRK har omfattande krav til teksting, teiknspråktolking, norsk teiknspråk, synstolking og lyd tekst. Det er også krav om at dei riksdekkande kommersielle tv-kanalane med ein større del av sjåarane enn fem prosent (TV 2 og TVNorge) skal ha dagleg teksting, teiknspråktolking kvar veke og synstolking kvar månad. Krava for dei kommersielle kringkastarane til teksting av direktesende program, teiknspråktolking og synstolking gjeld dersom det er teknisk og praktisk mogleg.

Medietilsynet gjennomførte eit tilsyn i form av ein stikkprøvekontroll med reglane for teksting, både av ferdigproduserte og direktesende program, teiknspråktolking og program på norsk teiknspråk og synstolking. Kontrollen avdekte eit par brott, men viste at kringkastarane i det store og det heile oppfyller krava til tilrettelegging.

Medietilsynet gjennomfører ein ny kontroll våren 2024. Det går også klart fram av det reviderte EU-direktivet for tilbydarar av fjernsyn og strøymetenester (AMT-direktivet) at det blir lagt opp til større krav til tilrettelegging framover, og det blir nye skjerpande reglar på dette feltet i det norske kringkastingsregelverket.

Kontroll hos kringkastarar og strøymetenester med at personell som har regelmessig kontakt med mindreårige, legg fram politiattest

Medietilsynet skal føre tilsyn med føresegna i lov om kringkasting § 2-18. Føresegna gir kringkastarar, tilbydarar av audiovisuelle bestillingstenester og produksjonsføretak plikt til å innhente politiattest for personell med arbeidsoppgåver som inneber regelmessig kontakt med mindreårige. Kontrollen som Medietilsynet gjennomførte i 2023, var retta mot tilbydarar av fjernsyn og strøymetenester. Tilbydarane blei i tilsynet bedne om å gjere greie for rutineane dei har for å sikre at føresegna blir følgd. Tilsynet viste at tilbydarane hadde god kunnskap om kravet i kringkastingslova § 2-18. Der det var behov for rettleiing om

føresegna, fekk aktørane dette, og generelt fekk alle informasjon om den nye rettleiaren som kjem i 2024.

Andre tilsyn

I 2023 kontrollerte Medietilsynet om norske kringkastarar og strøymetenester gjer kontaktinformasjon og informasjon om kven som er tilsynsmyndigheit, lett tilgjengeleg for sjåarane. 13 kringkastarar og strøymetenester blei kontrollerte, og det mangla informasjon, eller informasjonen var lite tilgjengeleg, hos ti av aktørane. Medietilsynet følger opp dette med individuell rettleiing.

Medietilsynet har også følgd opp rapporteringar om europeisk programdel for tilbydarar av fjernsyn og strøymetenester. Det blei ikkje avdekt nokon brott på regelverket.

3.2.4.2 Tilsyn med reglane i bildeprogramlova

For å verne mindreårige mot skadeleg påverknad frå levande bilde har Medietilsynet ansvar for å kontrollere at reglane i bildeprogramlova om aldersgrenser, informasjonstiltak og vernetiltak blir følgde. Sentrale verkemiddel i tilsynsarbeidet er dialog og opplæring av bransjeaktørane på dei ulike plattformene som er omfatta av regelverket. Medietilsynet følger også opp spørsmål og tips frå publikum og gjennomfører planlagde kontrollar.

Tilsyn med aldersgrenser på kinofilm

Frå 1. januar 2023 blei Medietilsynets førehandskontroll av kinofilm oppheva, og distributørane fekk ansvar for å sette aldersgrense på filmene. Medietilsynet skal framleis utarbeide retningslinjer for fastsetting av aldersgrenser og føre tilsyn med at reglane blir følgde. Medietilsynet kan overprøve aldersgrensa som bildeprogramdistributørane har sett, og gi sanksjon ved lovbrott.

Sidan regelverket og ansvarsforholda blei endra frå 2023, prioriterte Medietilsynet tilsyn med aldersgrenser på kinofilm dette året. Kriterium for kva filmar som er valde ut til tilsyn, har vore publikumspotensial, målgruppe (filmarsom rettar seg særleg mot barn og unge) og mistanke om feil aldersgrense. Det er ført tilsyn med 19 kinofilmars i 2023. I tillegg er 20 kinofilmars fordelte på fire filmfestivalar vurderte, sjå nedanfor.

Berre tre filmars vurderte Medietilsynet at aldersgrensa var sett i strid med retningslinjene for aldersklassifisering. I kontrollane med kinofilm under filmfestivalar blei det avdekt ytterlegare éin film med for låg aldersgrense. I tre av tilfella endra distributøren aldersgrensa på eige initiativ etter dialog med Medietilsynet. I eitt tilfelle fatta Medietilsynet vedtak om endring av aldersgrensa og gav åtvaring. Vedtaket blei ikkje påklaga.

Medietilsynet har i 2023 også gitt rettleiing om enkeltfilmars i tilfelle der kinofilmndistributørane har vore usikre på aldersgrensa, og når Medietilsynet har avdekt manglande merking eller har hatt mistanke om at det har vore sett for låg aldersgrense. Ni konkrete filmars er vurderte etter spørsmål frå distributør, og i alle tilfella blei vurderinga frå Medietilsynet følgd.

Medietilsynet gjennomførte tre barnefilmpanel i 2023 med barn fødde i 2010, 2011 og

2018. Formålet er å involvere barn og unge i ulike aldrar og la dei medverke i arbeidet med å sette aldersgrenser. Barn og unge tilfører gjennom slike barnepanel relevante erfaringar og per spektiv i arbeidet med å vurdere aldersgrenser.

I 2023 kontrollerte Medietilsynet om filmfestivalar følger regelverket om aldersgrenser og vernetiltak i bildeprogramlova. Kosmorama i Trondheim, Barnefilmfestivalen i Kristiansand, Oslo Pix og Den norske filmfestivalen i Haugesund blei kontrollerte. Det blei undersøkt om festivalane oppfylte pliktane dei har til å gi informasjon om aldersgrenser og til å gjennomføre tilgangskontroll. I tillegg blei, som nemnt ovanfor, aldersgrensa vurdert på 20 filmar. Kontrollen avdekte brott på informasjonsplikta hos to av festivalane. I eitt tilfelle blei aldersgrensa på ein film vurdert som for låg. Brotta blei følgde opp med dialog og rettleiing.

Tilsyn med kinoar

Hausten 2023 gjennomførte Medietilsynet tilsyn med kinoane i Noreg i form av ei spørjeundersøking. Formålet var å finne ut om kinoane følger pliktene dei har etter bildeprogramlova. Undersøkinga inneheldt spørsmål om rutinar for alderskontroll, tilpassing av reklame, trailerar til filmvisningane og korleis kinoane informerer publikum om aldersgrensene. Kinoane fekk også spørsmål om dei hadde innspel til Medietilsynet når det gjeld aldersgrenser og vern av barn og unge, blant anna med tanke på endringane i bildeprogramlova frå 1. januar 2023 da filmdistributørane fekk ansvar for å sette aldersgrenser på filmmane.

Oppslutninga om undersøkinga var høg. Resultata viste at kinoane har tilfredsstillande rutinar for alderskontroll, informasjon om aldersgrenser til publikum og visning av reklame og trailerar. Dei var også nøgde med lovendringa som gav distributørane ansvaret for å sette aldersgrenser på kinofilmar.

Tilsyn med norske tv-kanalar

I oktober 2023 gjennomførte Medietilsynet eit tilsyn med tv-kanalane TV 2 Direkte, TV 2 Livsstil, TV 2 Zebra og TVNorge. Formålet var å kontrollere om tv-kanalane hadde merkt spelefilmar med aldersgrense, og om grensene var sette i samsvar med retningslinjene. I alt 25 spelefilmar blei kontrollerte. Berre éin film var merkt med feil aldersgrense. Dette var ikkje eit alvorleg brott, og filmen ble send om natta kl. 01.30. NRKs kanalar sende ikkje spelefilmar i den perioden tilsynet blei gjennomført.

Tilsyn med audiovisuelle bestillingstenester

I 2023 blei det også gjennomført tilsyn med reglane om aldersgrenser på filmar og program retta mot barn og ungdom i audiovisuelle bestillingstenester (strøymetenester). Tilsynet var ei oppfølging frå 2022, da det blei avdekt fleire brott på reglane om aldersgrenser, og fleire aktørar fekk ei åtvaring. Aktørane som blei kontrollerte i 2023, var TV 2 Play, VGTV, Dagbladet TV og Se og Hør Video. Kontrollen avdekte berre enkelte avvik som ikkje gav grunnlag for ny sanksjon. Avvika blei følgde opp med dialog og rettleiing.

Kombinert tilsyn

Medietilsynet gjennomførte i 2023 også ein annan kontroll med aldersmerking på norske tv-kanalar og i audiovisuelle bestillingstenester. Dette var eit kombinert tilsyn, der det også blei kontrollert korleis aktørane følgde reglane i kringkastingsregelverket om merking av kommersielt innhald, det vil seie sponsorplakatar, produktplassering og reklame. Tilsynet avdekte ingen brott på reglane i bildeprogramlova om aldersmerking.

Pengespelreklame

Medietilsynet gjorde i 2022 vedtak overfor fleire norske tv-distributørar om å stanse formidlinga av pengespelreklame som ikkje er tillaten i Noreg. I 2023 gjennomførte Nielsen Media Research på oppdrag frå Medietilsynet ei undersøking om pengespelreklame i perioden 1. august 2022–31. juli 2023. Undersøkinga viste at beløpa brukte på pengespelreklame, hadde falle betydeleg frå sommaren 2022, da fristen for å oppfylle pålegga frå Medietilsynet gjekk ut.

3.2.4.3 Klager på Medietilsynets vedtak

Medieklagenemnda behandla i 2023 ti klager over vedtak gjorde av Medietilsynet, i tillegg til to krav om å få dekt sakskostnader, jf. punkt 3.1.4.4. Ingen av klagenes gjaldt vedtak gjorde etter kringkastingslova eller bildeprogramlova.

3.2.4.4 Oppfølging av bransjenorma mot desinformasjon

Bransjenorma mot desinformasjon (Code of Practice on Disinformation) er ei frivillig ordning, men der verksemdene som har signert, forpliktar seg til å redusere spreiring av desinformasjon og samtidig forhindre at føretak som spreier desinformasjon, tener pengar i annonse marknaden. Vidare skal aktørane innføre tiltak for å motverke risikoen for manipulering av demokratiske val og uønskt påverknad av den offentlege samtalen, og forskarar og tilsynsmyndigheiter skal få tilgang til relevante data. Aktørane skal også innføre tiltak for å styrke faktasjekking og fremme kritisk medieforståing. Bransjenorma omfattar den indre marknaden og skal gi innsikt i korleis desinformasjon blir spreidd, og kva tiltak plattformene i Noreg har sett i verk.

European Regulatory Group of Audiovisual Media Services (ERGA), som Medietilsynet deltar i, har ansvaret for å sjå til at rapporteringspliktene i bransjenorma blir følgde.

Blant dei som har skrive under bransjenorma er Google, Meta, TikTok og Microsoft, og dei skal også rapportere om effekten av tiltaka. Bransjenorma er forankra i EUs handlingsplan for demokrati og retningslinjene til Europakommisjonen. Bransjenorma heng tett saman med DSA, som pålegg sosiale medium og søkemotorar å innføre tiltak mot spreiringa av desinformasjon.

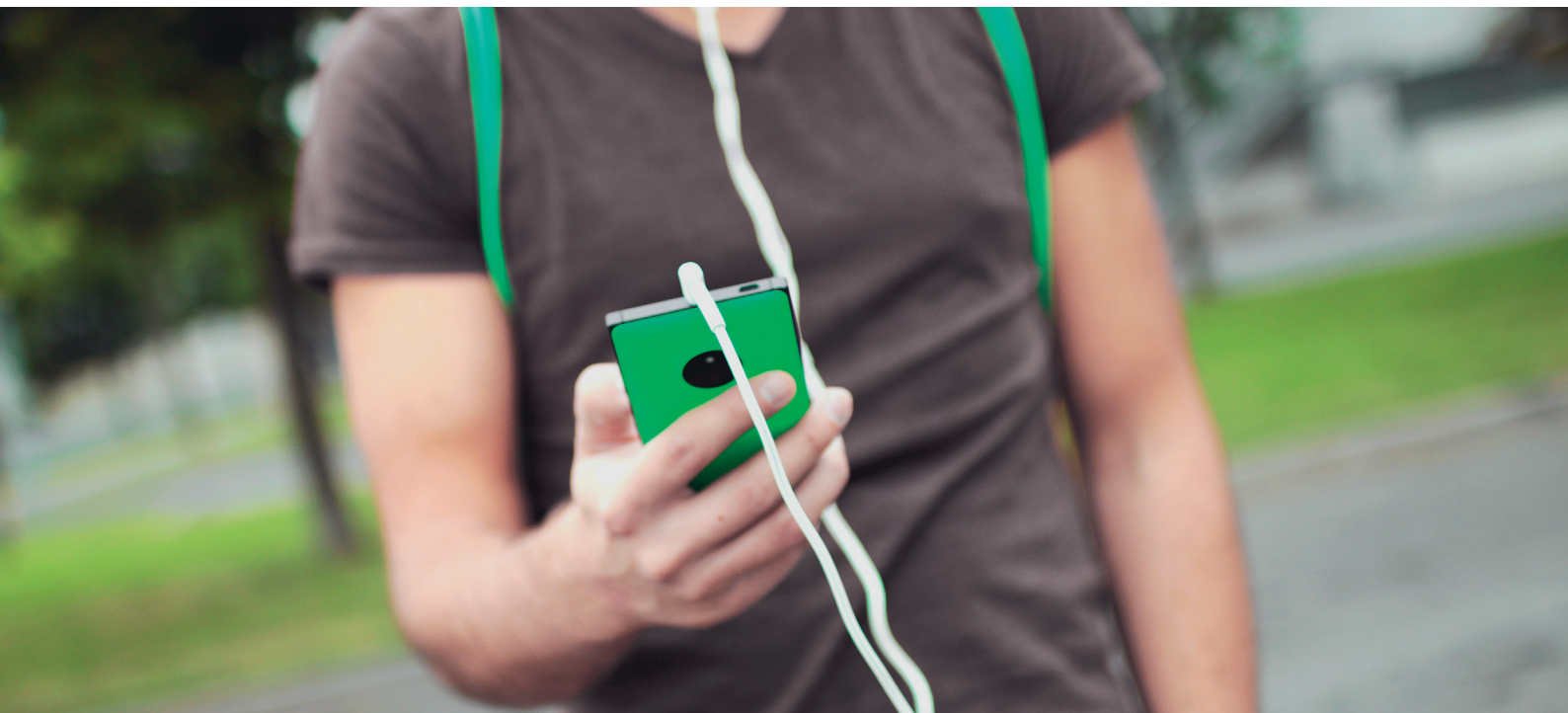
Dei første rapportane etter at bransjenorma blei revidert, blei leverte i januar og i juli 2023. Medietilsynet har på oppdrag frå Kultur- og likestillingsdepartementet vurdert rapportane frå Google, Meta, TikTok, Microsoft og Twitter³ og har påpeikt at dei kvalitative og kvantitative rapportane hadde betydelege manglar. Blant anna manglar norske tal i fleire av rapportane.

Meir informasjon om bransjenorma, underskrivarane og rapportane er tilgjengeleg på disinfocode.eu.⁴ Medietilsynets vurdering av rapportane er publisert på [Medietilsynet.no](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/231114_plattformenes_etterlevelse_av_bransjenormen.pdf).⁵

3 Twitter (X) rapporterte i januar, men har seinare trekt seg frå bransjenorma.

4 <https://disinfocode.eu>

5 https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/231114_plattformenes_etterlevelse_av_bransjenormen.pdf



3.2.5 Måloppnåing, effektar, ressursbruk og utfordringar

3.2.5.1 Måloppnåing og effektar

Medietilsynet har i 2023 bidratt til ny innsikt i mediekvardagen til barn og unge, blant anna gjennom to nye kvalitative undersøkingar. Den eine rapporten handlar om korleis barn og foreldre opplever ulike sider ved tidleg mobilbruk, mens den andre kartlegg kva slags innhald barn og unge blir eksponerte for når dei følger dei mest populære influensarane. Medietilsynet har også bidratt til større innsikt i korleis dei globale aktørane arbeider med tiltak mot desinformasjon ved å gå gjennom og oppsummere rapportar om bransjenorma. Arbeidet avdekte manglar som det blir viktig å følge opp vidare. Gjennom å fordele forskingsmidlar til prosjekt som handlar om kritisk medieforståing og problematikk relatert til dataspel, legg Medietilsynet til rette for ny innsikt.

Medietilsynet har bidratt i arbeidet med å forebygge speleproblem gjennom handlingsplanen mot speleproblem.

Vidare har Medietilsynet i 2023 bidratt til betre samordning på feltet trygg digital kvardag gjennom arbeidet med ein ny handlingsplan. Over tid vil betre koordinering føre til meir effektiv ressursbruk og meir målretta tiltak. På område som gjeld barn og unge, er det viktig at dei sjølve blir involverte. Medietilsynet har bidratt til dette blant anna gjennom å drive eit eige ungdomsnettverk og ved å gjennomføre barnepanel.

Medietilsynet har i 2023 ført tilsyn med at aktørane følger regelverket blant anna når det gjeld kommersielt innhald, og har dermed bidratt til at mediebrukarane kan gjere

informerte val og blir verna mot kommersielt press. Medietilsynet har også kontrollert at reglane i bildeprogramlova blir følgde, slik at barn blir verna mot skadeleg innhald. Dette tilsynsarbeidet har vore særleg viktig i 2023, sidan dette var det første året kinofilm distributorane hadde ansvaret for å aldersklassifisere kinofilm.

Haldnings- og informasjonskampanjar Medietilsynet har gjennomført i 2023, har bidratt til å auke merksemda om sentrale utfordringar i medielandskapet. I samband med kommune- og fylkestingsvalet blei det gjennomført to kampanjar. Den eine handla om korleis «deepfake» -teknologi blir brukt for å manipulere bilde og videoar. Kampanjen nådde cirka 395 000 personar i sosiale medium og fekk også dekning i Dagsrevyen. Det blei også gjennomført ein kampanje for betre ytringsklima, som nådde 1,6 millionar personar i sosiale medium. Ein kampanje laga av og for ungdom for å redusere skjermtida nådde vel 65 000 i aldersgruppa 18–25 år. Informasjonskampanjar om dataspel nådde nær 200 000 personar i sosiale medium.

Medietilsynet vurderer samla å ha levert som forventa i 2023 og i tråd med målet om å bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som gjer informerte val.

3.2.5.2 Ressursbruk

I 2023 brukte Medietilsynet om lag sju årsverk på aktivitetar relaterte til hovudmålet om å «bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som gjer informert val», mot ni årsverk i 2022. Årsverka inkluderer arbeid med kritisk medieforståing generelt og barn og medium spesielt, og også tilsyn og regelverksarbeid knytt til bildeprogramlova. Tid brukt på leiing/verksemdstyring, administrasjon og «anna» (summen av ei rekke mindre aktivitetar) er fordelt likt på alle dei tre hovudmåla.

Endringa frå 2022 kom i hovudsak av at distributørane har overtatt oppgåva med å aldersklassifisere kinofilmar.

3.2.5.3 Utfordringar

Desinformasjon, kunstig intelligens, avanserte algoritmar og høgt kommersielt trykk gjer det stadig vanskelegare å navigere trygt i medielandskapet. Dette skaper eit stort behov både for oppdatert innsikt og opplæringstiltak på feltet kritisk medieforståing, ei oppgåve som går langt utover dei ressursane Medietilsynet har til dette arbeidet i dag.

Medietilsynets eigne undersøkingar viser at nokre grupper er særleg utsette, og både dei yngste og dei eldste er sårbare på ulike område. Medietilsynet vil framover sjå nærmare på kva område som bør prioriterast, og på korleis vi best kan utvikle og distribuere opplegg for å nå ut til målgruppene.

På feltet trygg digital oppvekst trengst det betre koordinering for å få ein meir målretta innsats. Arbeidet med ein handlingsplan, der mange direktorat er involverte, er eit viktig tiltak her.

Med eit medielandskap i rask endring er det ei utfordring å halde regelverket tilstrekkeleg oppdatert. EU-forordninga Digital Services Act får positive effektar for den digitale trygg-

leiken til barn og unge på fleire område. Her blir det ei utfordring å få til ei god implementering i norsk rett og sikre ein effektiv koordinatorfunksjon.

Kva medieinnhald som kan vere skadeleg for barn i film og tv-program, er definert i bildeprogramlova. Lova omfattar dei tradisjonelle plattformene for formidling av levande bilde som kino, tv og strøymetenester. Ei utfordring er at lova ikkje femner sosiale medium – som er plattformer der barn og unge bruker mykje tid. Bildeprogramlova tar altså ikkje omsyn til at barn og unge konsumerer innhald på ein annan måte enn før, og at kva som er skadeleg, kan handle om meir enn det som blir omfatta av definisjonen i bildeprogramlova. Derfor bør det vurderast på nytt kva type medieinnhald og mediebruk som kan vere skadeleg, og korleis dette bør handterast i norsk lovgiving.

Ei anna utfordring er at regelverket som skal verne barn og unge på digitale plattformer, er fragmentert og uoversiktleg. Barne- og familiedepartementet har sett i gang eit arbeid med å gå gjennom kva forbrukarvern barn har i digitale medium, og har etablert ei samansett referansegruppe som skal ta del i dette arbeidet. Medietilsynet er representert i referansegruppa.

Film- og videogramlova er innretta med tanke på fysiske videogram, og det er ikkje i tilstrekkeleg grad tatt høgde for at dei fleste videogramma som blir omsette i dag, er digitale (ulike former for Vod – Video on demand). Ulik praksis for å berekne avgifta mellom elektronisk og fysisk sal gir elektroniske videogram ein fordel i konkurransen med fysiske videogram. Slik ordninga blir praktisert i dag, har aktørane også ulike plikter avhengig av kva plattform som blir brukt. Dagens system er ikkje teknologinøytralt og fører til ei konkurransevriding til fordel for strøymetenester og utanlandske aktørar. I tillegg er handheving og innkreving er vidare utfordrande, da systemet er basert på sjølvrapportering. Medietilsynet har derfor støtta forslaget frå Kultur- og likestillingsdepartementet om å oppheve avgifta på omsetning av videogram i næring blir oppheva i samband med innføringa av ei ny medfinansieringsplikt, jf. høyring av 16. desember 2022 *Gjennomføring av endringsdirektivet til AMT-direktivet mv.*

3.3 Vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør

3.3.1 Ein meir tydeleg og synleg posisjon

Ei viktig oppgåve for Medietilsynet er å gjere oppdatert og relevant innsikt om blant anna mediebruk, medieregulering, mediemangfald og kritisk medieforståing tilgjengeleg for flest mogleg. Det er også eit mål at Medietilsynet deltar og er synleg i den offentlege debatten, for å bidra til å skape merksemd om desse viktige samfunnsområda. Medietilsynet har dei siste åra jobba for å vere synleg både gjennom nyheitsoppslag, kronikkar og lesarinnlegg i redaktørstyrte medium, digitale kampanjar og aktivitet i sosiale medium, nyheitsbrev, podkastar, eigne arrangement og ved å delta på arrangement som andre står for.

Dei fleste arrangementa har vore fysiske, men er også strøymde. På denne måten blir Medietilsynets arrangement tilgjengelege for folk fleire stader i landet enn i Oslo-området. Les meir om dette i del 3.3.2.1.

3.3.1.1 Redaksjonell omtale

Medietilsynet blei omtalt i vel 2400 medieoppslag i 2023, ein nedgang på vel 20 prosent frå 2022. Frå 2015 har talet på mediesaker om Medietilsynet likevel auka med om lag 50 prosent. Ei sannsynleg årsak til nedgangen i 2022 var lågare produksjon av pressemeldingar og mindre grad av innsal til media, som igjen heng saman med at det ikkje var full bemanning på kommunikasjonsområdet siste halvdel av året. Frå starten av 2024 var det igjen full bemanning, og det er derfor venta at medieomtalen kjem til å auke igjen i 2024. 70 prosent av sakene i 2023 blei publiserte på nettet, 24 prosent på papir og seks prosent på tv eller i radio.

Sakene som fekk størst mediemerksemd i 2023, var undersøkingane «Barn og medium 2022» og «Foreldre og medium 2022», ein rapport om innhaldet til påverkarar og saker om brott på reklamereglane.

Tabell 12 – mediesaker og medieaktivitet 2021–2023

	2021	2022	2023
Saker i media med eller om Medietilsynet	2 952	3 116	2 426
Tal på produserte pressemeldingar	95	93	55
Tal på visningar av pressemeldingar i presserommet	12 727	11 356	8 438
Tal på kronikkar publiserte i media	18	14	10
Tal på presseoppslag genererte av pressemeldingar	1 451	1 779	1 053

3.3.1.2 Andre kommunikasjonsiltak

Medietilsynet kommuniserer både med andre styringsorgan, mediebransje og mediebrukarar. Redaktørstyrte og sosiale medium, nettsider, nyheitsbrev og podkastar er kanalar som blir brukte for å nå ut med informasjon. Kommunikasjon direkte med bransjeaktørar og samarbeidspartnarar skjer også via fagsystem og ulike møte.

Medietilsynet har egne nettsider som gir informasjon om oppgåver og aktivitetar, informasjon og rettleiing om mediestøtteordningar, registreringsordningar og regelverk. Nettsidene har også informasjonsartiklar, råd og rettleiing om kritisk medieforståing generelt og barn og medium spesielt. I 2023 hadde Medietilsynet.no om lag 750 000 sidevisningar, ein auke på om lag 150 000 frå 2022.

Medietilsynet har i 2023 delt informasjon og råd om tiltak og aktivitetar gjennom sosiale medium som Facebook, Instagram og LinkedIn. Særleg er Instagram ein kanal der responssen har vore god frå yngre mediebrukarar, som er ei viktig målgruppe for Medietilsynet.

Medietilsynet har eit nyheitsbrev som blir sendt ut kvar veke. Nyheitsbrevet hadde i 2023 om lag 2700 abonnentar, ein auke frå 2400 i 2022. Opningsraten er stabil på rundt 40 prosent. Medietilsynet har ein eigen podkast, «[Den norske mediepodden](#)», som tar opp tema knytte til blant anna undersøkingar og rapportar som Medietilsynet legg fram.

Tabell 13 – aktivitet i sosiale medium og bruk av andre informasjonskanalar

	2021	2022	2023
Facebook			
Rekkevidde	2 700 000	2 622 000	2 432 653
Tal på følgjarar	13 500	14 000	14 700
Instagram			
Rekkevidde	Na	1 009 400	1 450 912
Tal på følgjarar	Na	250	550
LinkedIn			
Rekkevidde	10 000	41 500	32 041
Tal på følgjarar	250	590	1 000
YouTube			
Tal på avspelingar	19 300	18 600	18 500
Nyheitsbrev			
Tal på abonnentar	2 000	2 400	2700
Podkast			
Tal på episodar	18	8	4
Tal på avspelingar	7 300	4 800	2 711
Nettsider			
Tal på sidevisningar	636 000*	600 000	750 000
Rapporter, brosjyrar, dokument			
Tal på nedlastingar og utsendingar	30 500	28 300	13 970**

* I årsrapporten for 2021 stod det 930 000. Det blei gjort ein teljefeil i samband med omlegginga av nettsidene, og dette talet var i realiteten lågare. Talet for 2021 som er oppgitt i denne tabellen, er korrekt og samanliknbart med tala for 2022 og 2023.

** Talet for 2023 gjeld utsendingar av rapportar og brosjyrar. På grunn av endring av målemetode, har vi ikkje samanliknbare tal for nedlastingar i 2023.

3.3.1.3 Haldnings- og informasjonskampanjar

Sosiale medium er viktige kanalar for å nå målgrupper med informasjon. I 2023 nådde Medietilsynet om lag 3,1 millionar med kampanjar på Facebook, Instagram, LinkedIn og Snapchat. Målgruppene er delte inn i tre hovudgrupper, der kommunikasjonen skjer på ulike plattformer: unge mellom 13 og 25 år (Instagram og Snapchat), vaksne mellom 25 og 55 år (Facebook, Instagram og LinkedIn) og vaksne frå 55 år (Facebook). Medietilsynet ønsker å vere forsiktig med annonsar retta mot unge som er utsette for mykje press og informasjon i digitale medium. Informasjon retta mot denne målgruppa blir derfor avgrensa til tema som kan bidra til å styrke den kritiske medieforståinga deira.

I 2023 sette Medietilsynet skjermtid på agendaen. Bakgrunnen var undersøkinga «Barn og medium 2022», der tre av ti 9–18-åringar svarte at dei skulle ønske at dei kunne logge av oftare. På initiativ frå Medietilsynet jobba ungdommar på Fyrstikkalleen videregående skole i Oslo fram tiltak for å kutte i skjermtida. Elevane testa så ut sine eigne tips. Tiltaka og erfaringane blei viste i fleire korte filmar, som gjekk på Instagram i mai og juni 2023. Målet var å hjelpe ungdom til å bruke mindre tid på skjerm ved å gi dei tips både frå jamaldrande og ekspertar. Kampanjen nådde over 65 000 i aldersgruppa 18–25 år.

«[Stopp. Tenk. Sjekk.](#)» er ein kampanje som gir råd om korleis ein kan avsløre desinformasjon og utøve digital kjeldekritikk. I 2023 var tema for kampanjen såkalla «deepfakes», og det blei vist kor enkelt det er å forfalske både lyd og video. Kampanjen nådde 394 000 på Facebook, Instagram og Snapchat.

I samband med kommune- og fylkestingsvalet i 2023, gjennomførte Medietilsynet ein kampanje for betre debattkultur på nettet. Utgangspunktet var meldingar som er sende til norske politikarar og omtale av politikarar i sosiale medium. Kampanjen oppfordra til ein betre debattkultur på nett og illustrerte kva slags kommentarar mange blir utsette for. Bodskapen var at vaksne må bidra til eit godt klima for den politiske meningsutvekslinga, slik at også neste generasjon ønsker å delta aktivt i demokratiet. Kampanjen gjekk på Facebook og Instagram og nådde 1,6 millionar.

Gjennom handlingsplanen mot speleproblem skal Medietilsynet blant anna gjere informasjon om dataspel tilgjengeleg for foreldre. I 2023 blei det publisert artikkelar om dei mest populære dataspela. Desse artikkane gir ei innføring i kva spela går ut på, aldersgrenser og høve til samhandling med andre. Informasjonskampanjane gjekk på Facebook og Instagram og nådde nær 200 000.

Kampanje	Rekkevidde
Skjermtid	65 000
Desinformasjon	394 000
Debattkultur på sosiale medium	1 600 000
Speleproblem	200 000

3.3.2 Samhandling med bransjen og andre eksterne aktørar

3.3.2.1 Ekstern aktivitet og kontakt

Medietilsynet har i 2023 arrangert ulike konferansar og seminar for å formidle innsikt og skape debatt om tema relaterte til mediemangfald og kritisk medieforståing.

- Digitalt foreldremøte med politiet og Medietilsynet
- Safer Internet Day 2023: tidleg mobilbruk
- Frukostseminar: Kva er god praksis for å hjelpe sårbare unge gamarar?
- Frukostseminar: Mediemangfaldsrekneskapen 2022
– mediemangfald i eit bruksperspektiv
- Frukostseminar: Barnas forbilde – kven er dei?

- f. Arendalsveka 2023: Barns digitale oppvekst – dette må politikarane gjere
- g. Seminar og paneldebatt: Korleis skape trygg gaming?
- h. Avsendarmangfald: Auka eigarkonsentrasjon og samarbeid
– kva betyr det for mediemangfaldet?

Medietilsynet har også halde foredrag og innlegg på mange arrangement i regi av andre, blant anna for dkjermbruksutvalet, på Forbrukarkonferansen, under verdsdagen for psykisk helse på Nord universitet, i paneldebatt under Vixen Awards og som deltakar i «DigiUng-podden».

Medietilsynet har i 2023 gjennomført kontaktmøte med ulike bransjeaktørar og andre relevante aktørar og samarbeidspartnarar for gjensidig oppdatering.



Deltakarar i ein episode av DigiUng-podden, der tema var den digitale kvardagen til unge i 9–13-årsalderen. Frå venstre Mette Bjerkaas i Redd Barna, Ellen Margrethe Carlsen i Helsedirektoratet, Mari Velsand i Medietilsynet og Yvonne Hansen i DigiUng. Foto: Thomas Andrew Haugen Koonce.

3.3.2.2 Internasjonalt arbeid

Grunnlova pålegg norske myndigheiter å legge til rette for ein open og opplyst samtale. Infrastrukturen for informasjon, redaksjonelt innhald og ytringar har endra seg raskt. Internett, søkemotorar og sosiale medieplattformer har gitt enklare tilgang til informasjon og fleire høve til å delta i den offentlege samtalen, og slik styrkt ytringsfridommen.

Teknologiutviklinga har samtidig ført til at det er vanskelegare å skilje mellom kva som er sant og usant på nettet, og sosiale medium er ein effektiv kanal for å spreie desinformasjon, propaganda og hatefulle ytringar.

Nokre teknologitenester har blitt ein så viktig del av informasjonsinfrastrukturen at dei er portvaktarar for den offentlege samtalen. Dermed har nokre få teknologiselskap stor makt til å påverke kva innhald som blir sletta, løfta fram eller skjult på internett og i sosiale medium. Kombinasjonen av maktkonsentrasjon og manglande demokratisk kontroll har auka behovet for reguleringar.

Det internasjonale samarbeidet er blitt eit viktigare middel for å nå nasjonale mediepolitiske mål. Derfor har Medietilsynet styrkt dette feltet dei siste åra, blant anna gjennom å ha eit eige team som jobbar med desse områda. Ei viktig oppgåve er å førebu forvaltninga av nye europeiske regelverk og bidra til regelverksutvikling og effektiv forvaltning gjennom å ta del i europeiske organ. I 2023 har det vore arbeidd mykje med forordninga for digitale tenester (Digital Services Act – DSA), for å førebu tilsyn med norske og utanlandske innhaldsplattformer og søkemotorar.

European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) er eit organ for mediemyndigheiter i EU- og EØS/EFTA-landa som gir råd til EU-kommisjonen i mediesaker. Medietilsynet deltar i ERGAs arbeidsgrupper og plenumsmøte for å påverke utviklinga av regelverket i EØS-området, og har vore særleg opptatt av reguleringa av globale innhaldsplattformer for å styrke rettane til brukarane og dei redaktørstyrte media.

Globale plattformer er ein viktig del av infrastrukturen for ytringsfridommen, men har så langt i liten grad vore underlagde demokratisk kontroll. I 2023 har ERGA lagt vekt på forordninga for digitale tenester, mediefridomsforordninga, forordninga for openheit og målretting av politisk marknadsføring og bransjenorma mot desinformasjon. Vidare har ERGA arbeidd med implementering og handheving av direktivet for audiovisuelle medietenester (Audiovisual Media Services Directive – AVMSD).

Internasjonale forum og samarbeid der Medietilsynet deltar:

- 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 kontaktkomité 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)

Dei nye reguleringane fører med seg nye tilsynsoppgåver for europeiske mediemyndigheiter, og effektiv handheving av globale tenester krev at tilsynsmyndigheitene samarbeider godt. I mediefridomsforordninga er det foreslått å erstatte ERGA med eit nytt råd for medietenester, som skal vere meir uavhengig av kommisjonen og som får eit utvida mandat. ERGA har arbeidd med prosedyrar, interne prosessar og for samarbeid over landegrensene.

European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) er eit samarbeidsforum for europeiske mediemyndigheiter. EPRA arrangerer to plenumsmøte årleg og har i tillegg jamlege møte med tematiske arbeidsgrupper. Medietilsynet arrangerte våren 2023 plenumsmøte i Oslo. Møtet hadde cirka 160 deltakarar frå mange land og varte i to dagar. I tillegg til sjølve konferansen blei det halde ei mottaking på Munch-museet og ein middag på Oslo rådhus. Under møtet blei Mari Velsand vald til ny styreleiar i EPRA. I 2023 har tema som desinformasjon, kritisk medieforståing, reguleringar og bruk av kunstig intelligens vore diskuterte i EPRA.



Ordførar Marianne Borgen opna festmiddagen i Oslo rådhus under EPRA-møtet våren 2023. Foto: Ketil Blom / Medietilsynet.

Europakommisjonens ekspertgrupper: Medietilsynet deltar i kommisjonens ekspertgruppe for trygg digital oppvekst (Safer Internet for Children) ved seniorrådgivar Trude Kanestrøm. Seniorrådgivar Beate Våje er leiar for PEGI-rådet, som består av land som bruker PEGI-standard for aldersklassifisering av dataspel. Direktør Mari Velsand sit i det utøvande rådet for Det europeiske audiovisuelle observatoriet, som arbeider med innsikt om audiovisuelle medietenester.

Nordisk møte: Dei nordiske landa har mykje til felles i synet på mediefridom og yringsfridom. Mediemyndigheitene i Island, Finland, Danmark, Sverige og Finland møttest kvart år for å utveksle erfaringar og diskutere mediepolitiske spørsmål. I 2023 blei møtet arrangert i Stockholm av Myndigheten för press, radio og tv (som frå 1.1.24 heiter Mediemyndigheten). Medietilsynet er vertskap for det nordiske møtet i 2024.

Norwegian Safer Internet Centre (NSIC): Å vere Noregs Safer Internet-senter gir Medietilsynet kontakt med eit nettverk av andre tilsvarande senter i heile Europa. Medarbeidarar og ungdommar frå Kors på halsen kan delta på kurs og konferansar i regi av prosjektet og får tilgang til internasjonal forskning og erfaringar frå andre land. Dette er også ein fin arena for å utveksle idear og diskutere konkrete tiltak.

Sjå meir om NSIC-arbeidet under punkt 3.2.2.2.

3.3.3 Språklova

Språklova tredde i kraft frå 1. januar 2022 og gir konkrete plikter for statsorgana når det gjeld å veksle mellom bokmål og nynorsk. Statsorgan med heile landet som tenestekrets skal ha minimum 25 prosent og maksimum 75 prosent av kvart skriftspråk.

Som i 2021 var Medietilsynet i 2022 einaste statsorgan som oppfylte kravet. I 2023 fekk Medietilsynet utmerkinga Målblomen av Noregs Mållag for språkarbeidet sitt.

Tal for 2023 er ikkje klare når årsrapporten blir skriven, men målingar Medietilsynet sjølv har gjort, tyder på at kravet om 25 prosent nynorsk er oppfylt i alle kategoriar også dette året.

3.3.3.1 Arendalsveka

Under Arendalsveka i 2023 løfta Medietilsynet blant anna fram krav frå Ungdomsnettverket for ein trygg digital oppvekst. Ungdomsnettverket overleverte krava til barne- og familieministeren i samband med arbeidet med ei stortingsmelding om dette temaet. Ungdomsnettverket har representantar frå ni ungdomsorganisasjonar. Nettverket presenterte krava sine på Medietilsynets arrangement «Den digitale oppveksten til barna – dette må politikarane gjere».

Medietilsynet deltok også på eit arrangement i regi av Gjensidigestiftelsen, og lanserte der [«Demokratidugnaden» – ein kampanje som tar til orde for betre oppførsel i kommentarfelta](#). Utgangspunktet for kampanjen var reelle hatmeldingar som norske politikarar har fått, og som barn las opp og snakka om i kampanjefilmene.

Medietilsynet deltok også i ein debatt om konsernmakt og konsekvensar for mediemangfaldet i regi av Medier24.

3.3.4 Ein meir effektiv organisasjon

3.3.4.1 Overføring av administrative oppgåver til Arkivverket

Gjennom 2022 blei det arbeidd for å finne nye løysingar på ein del oppgåver på det administrative området for å gjere Medietilsynet mindre sårbart og styrke den faglege kompetansen. Som eit resultat av dette blei funksjonar og oppgåver på områda rekneskap, lønn, økonomi, personaladministrasjon og arkiv overførte til Arkivverket frå og med 1. januar 2023. Arkivverket er blant dei største etatane under Kultur- og likestillingsdepartementet og har dermed eit større fagmiljø innanfor det administrative feltet. Ansvaret for styringsin-



Arendalsveka. Frå debatten til Medier24 om konsernmakt og konsekvensar for mediemangfaldet. Frå venstre konsernsjef i Amedia, Anders Opdahl, direktør Mari Velsand og konsernsjef i Polaris Media, Per Axel Koch. Foto: Medietilsynet.

formasjon og resultat ligg sjølvstarkt framleis hos Medietilsynet, men med denne ordninga reduserer både sårbarheit og risiko.

Som følge av denne endringa har Medietilsynet redusert talet på årsverk med tre, og 2,4 millionar kroner frå driftsbudsjettet er overført til Arkivverket frå og med 2023. Frå same tidspunkt endra Medietilsynet organisering. Avdeling for fellestenester blei avvikla, og stillinga som avdelingsdirektør for denne avdelinga blei gjort om til ei stilling som seniorrådgivar for økonomi- og verksemdstyring. Denne stillinga er ein viktig ressurs for leiinga i Medietilsynet og er også bindeleddet mellom Medietilsynet og Arkivverket.

Det er inngått ein avtale mellom Medietilsynet og Arkivverket om ansvars- og oppgåvefordelinga på det administrative området. Avtalen er følgt opp gjennom samarbeidsmøte kvar månad i 2023. I tillegg er det jamleg dialog mellom fagpersonar i dei to verksemdene. Medietilsynet vurderer at overgangen har gått etter planen, og at måla om redusert sårbarheit og betra kvalitet er nådd.

3.3.4.2 Kompetansetiltak

I 2022 gjennomførte Medietilsynet eit større prosjekt for å definere framtidige behov for kompetanse. Med utgangspunkt i dette blei også eksisterande kompetanse kartlagt opp mot definerte behov, og det blei lagt ein plan for kompetansetiltak.

I 2023 har Medietilsynet blant anna prioritert å auke kompetansen på digitale verktøy. Blant anna har det vore gjennomført eit større kursopplegg i Excel og PowerPoint, der dei fleste medarbeidarane her deltatt.

Vidare har Medietilsynet styrkt kompetansen knytt til dokumenthandtering og arkiv. Saman med Arkivverket er det arrangert kurs og opplæring både for nytilsette og for dei ulike avdelingane i Medietilsynet.

IT-tryggleik har også vore eit prioritert opplæringsområde i 2023. Dette er lagt inn som ein del av introduksjonsplanen for alle nytilsette, det har vore felles opplæring/repetisjon for alle tilsette og jamlege «drypp» i form av digitale kurs. Se elles punkt 3.3.6.

3.3.5 Digitalisering

Medietilsynet fortsette i 2023 arbeidet med å vidareutvikle dei digitale løysingane for mediestøtteordningane, konsesjonar og registreringar. I samband med revidert forskrift for produksjonstilskott frå 2023 er det i perioden 2022–2023 gjennomført vesentlege endringar for å legge til rette for den reviderte forskrifta. I 2023 er det blant anna gjort ei rekke korrigeringar av berekningssystemet, og det er utvikla eit meir effektivt system for å automatisere masseutsending av vedtak.

Løysingane for søknader om tilskott til medieforskning og rapportering på tilskott til medieforskning, innovasjon og lyd- og bildemedium er forbetra og moderniserte i tråd med krav om universell utforming. Det same gjeld årsmeldingsskjemaet for lokalkringkasting. Dei nye løysingane har ei betre brukaroppleving, gir betre datakvalitet og reduserer behovet for manuell oppfølging frå saksbehandlarar.

Den planlagde utviklinga av ei løysing for å registrere audiovisuelle bestillingstenester, som er ein del av førebuingane til dei kommande endringane i kringkastingslova, er utsett frå 2023 til 2024. Årsaka er at endringane ennå ikkje er vedtatt. I 2024 er planen å modernisere andre register og tilhøyrande skjema. Målet er å skape eit heilskapleg og brukarvennleg registersystem og å forbetre datakvaliteten på eksisterande registerdata.

Medietilsynet gjennomfører systematisk spørjeundersøkingar etter søknadsprosessar for å få tilbakemelding frå aktørane om korleis prosessane fungerer. Tilbakemeldingane gir nyttig innsikt i korleis aktørane opplever gjennomførte endringar. I 2023 melde åtte av ti brukarar at søknadsskjemaet for produksjonstilskott er betre enn tidlegare. Mens 65 prosent var tilfredse med skjemaet i 2022, var 79 prosent tilfredse i 2023. Medietilsynet bruker også tilbakemeldingane i utviklingsarbeidet vidare og får gjennom undersøkingane innspel som kan forbetre søknadsprosessen ytterlegare.

3.3.6 IT-tryggleik

Hausten 2022 sette Medietilsynet i gang ei vurdering av IT-tryggleiken i verksemda, og ein rapport frå gjennomgangen låg føre i starten av 2023. Styrande dokument, roller, ansvar og risikoreduserande tiltak blei gjennomgått. Med grunnlag i rapporten blei det sett i gang tiltak for å styrke IT-tryggleiken ytterlegare.

Gjennom 2023 er eksisterande dokumentasjon gjennomgått og oppdatert, og det er også utarbeidd ein del nye dokument, som ein samla tryggleiksinstruks. Medietilsynet har avtale med ein ekstern IT-leverandør som bidrar til sikker drift. Det er innført faste kvartalsvise møte med leverandøren, der ei fast sjekklister blir gjennomgått. Vidare er det innført

fleire tiltak for å redusere risiko for uønskete hendingar. Roller og ansvar for arbeidet med IT-tryggleiken er gjennomgått og oppdaterte. Det er utarbeidd eit årshjul for tryggleiksaktivitetar, inkludert opplæringstiltak for tilsette. Ein gjennomgang av tryggleiksinstruksen og annan relevant informasjon knytt til IT-tryggleiken er lagd inn i introduksjonsprogrammet for nytilsette, og ein slik gjennomgang får også alle tilsette kvart år. I 2023 blei det også gjennomført to beredskapsøvingar med ulik tilnærming, der begge var knytte opp mot IT-tryggleiken.

3.3.7 Måloppnåing, effektar, ressursbruk og utfordringar

3.3.7.1 Måloppnåing og effektar

Gjennom synleg og tillitvekkande framferd og kunnskapsbasert kommunikasjon kan Medietilsynet nå ut med viktig kunnskap og råd til befolkninga generelt og til særleg utsette grupper. I 2023 blei det publisert 55 pressemeldingar, som genererte cirka 1050 oppslag. I alt var det vel 2400 medieoppslag om Medietilsynet i 2023, vel 20 prosent færre enn året før. Dette heng saman med lågare produksjon av pressemeldingar, og hovudårsaka til dette var lågare bemanning siste delen av 2023. Med full bemanning på plass frå 2024 er målet å få mediedekninga tilbake på 2022-nivå.

Om lag 70 prosent av sakene i 2023 blei publiserte i nettaviser, 24 prosent i papiraviser og seks prosent i radio eller tv. Om lag 77 prosent av sakene blei publiserte i lokal- eller regionalmedium, noko som er positivt for å nå breitt ut. Det er også viktig å vere til stades i medium som set dagsorden, og om lag 20 prosent av sakene om Medietilsynet som blei publiserte i 2023, stod i riksdekkande aviser.

Også gjennom andre kanalar, som sosiale medium, nettsider, distribusjon av fysisk materiell, digitale undervisningsopplegg, kampanjar, eigne arrangement og deltaking på arrangement i regi av andre, har Medietilsynet gjort relevant kunnskap tilgjengeleg for ulike målgrupper. Av sosiale medium blir særleg Facebook, Instagram og LinkedIn brukt. Talet på følgjarar på Facebook auka frå 14 000 i 2022 til 14 700 i 2023. På Instagram var det om lag ei dobling, frå 250 til 550 følgjarar, og på LinkedIn var det ein auke frå cirka 600 til 1000. Talet på visningar av Medietilsynets innhald på YouTube har vore stabilt, 18 500 i 2023 mot 18 300 i 2022. Besøket på nettsidene har auka frå 600 000 i 2022 til 750 000 i 2023. Talet på abonnentar på nyheitsbrevet har auka frå 2400 til 2700 i same perioden.

Samla har kampanjane frå Medietilsynet nådd 3,1 millionar i sosiale medium i 2023.

Medietilsynet hadde ni eigne arrangement i 2023, og desse er også gjorde tilgjengeleg digitalt. I tillegg har representantar frå Medietilsynet deltatt med innlegg på ei rekke arrangement som andre har stått for. På denne måten bidrar Medietilsynet både til å spreie innsikt om aktuelle tema og til å skape debatt.

Som einaste statsorgan oppfylte Medietilsynet språklova i 2022 (tala blei klare først i 2023). På den måten bidrar Medietilsynet til at begge målformer blir brukte, og til at formålet med språklova blir oppnådd.

Det internasjonale samarbeidet er blitt eit viktigare middel for å nå nasjonale mediepolitiske mål. I 2023 har Medietilsynet arbeidd med å førebu forvaltninga av nye europeiske regelverk. Det har spesielt vore arbeidd mykje med forordninga for digitale tenester (Digital Services Act – DSA) for å førebu tilsyn med norske og utanlandske innhaldsplattformer og søkemotorar. Gjennom arbeidet har Medietilsynet bidratt til å påverke det nye regelverket og til å gjere det kjent.

Digitaliseringa av saksbehandlingsprosessane i Medietilsynet og kontaktpunkta mot eksterne brukarar fortsette i 2023. Ny forskrift for produksjonstilskott frå 2023 kravde endringar i berekningssystemet, og det er utvikla eit meir effektivt system for å automatisere utsending av vedtak. Fleire forbetringar i brukargrensesnittet både for eksterne og interne brukarar har komme på plass i løpet av året. Brukarundersøkingar viser at brukarane er tilfredse med forbetringane i funksjonaliteten, men gir også innspel til ytterlegare forbetringar. Dette blir følgt opp i 2024.

Medietilsynet har i 2023 redusert sårbarheita og auka kvaliteten på administrative tenester gjennom samarbeidet med Arkivverket.

Medietilsynet vurderer samla å ha levert som forventa i 2023 og i tråd med målet om å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør.

3.3.7.2 Ressursbruk

I 2023 blei det brukt 6,1 årsverk på aktivitetar og tiltak knytte til målet om at Medietilsynet skal vere ein tydeleg og relevant samfunnsaktør, mot 5,6 årsverk i 2022. Ressursbruken gjeld i hovudsak arbeid med ekstern kommunikasjon, blant anna pressearbeid, kampanjar, arrangement og dialog med eksterne aktørar, i tillegg til digitaliseringstiltak. Tida som har gått med til leiing/verksemdstyring, administrasjon og «anna» (summen av ei rekke mindre aktivitetar), er fordelt likt på alle dei tre hovudmåla.

3.3.7.3 utfordringar

Kampen om mediemerksemda er sterk. For å nå fram er det derfor viktig å komme med ny innsikt, gode analysar av allment interessante samfunnsspørsmål og kunnskapsbaserte vurderingar og råd.

Medietilsynet meiner det er store fordelar med samarbeid mellom offentlege etatar, eksempelvis om undersøkingar, kampanjar og undervisningsopplegg. Eit eksempel på at dette er gjort med godt resultat, er kampanjen om korleis vi kan avdekke bruk av kunstig intelligens, laga i samarbeid med Forsvarets forskingsinstitutt. Medietilsynet har eit ønske om fleire slike samarbeid og trur det er viktig for å få meir ut av offentlege ressursar. Eit anna eksempel er samarbeidet med Nasjonal digital læringsarena (NDLA) om undervisningsopplegg.

Arbeidet med dei nye EU-forordningane og korleis dei skal gjennomførast i Noreg, blir særskild viktig framover. Rettsakta for digitale tenester (DSA) har som mål å styrke tryggleiken til brukarane på nettet og skal gi dei som bruker tenestene, betre kontroll over eigne data. Medietilsynet er opptatt av at DSA skal bli brukt som eit instrument for å sikre ytrings-



fridommen, informasjonsfridommen og pressefridommen på internettplattformene. Det blir viktig å få til eit godt samarbeid mellom alle involverte tilsyn.

Arbeid med data og digitalisering krev utviklingskraft og finansiering, og det er krevjande å få dette til innanfor eit lite driftsbudsjett. Det ser ikkje ut til å vere statlege finansieringsordningar tilpassa små verksemder på dette feltet. Dette gjer at digitaliseringsarbeidet, det å halde god oversikt over data og å sørge for tilstrekkeleg kvalitetssikring tar lengre tid enn ønskeleg.

For tida er det kamp om arbeidskrafta på ein del område og krevjande å rekruttere spisskompetanse til ei lita verksemd med små fagmiljø. Medietilsynet merkar også at den geografiske plasseringa i Fredrikstad kan gjere det utfordrande å rekruttere til nokre stillingar.

4. Styring og kontroll i verksemda

Gode styringssystem og internkontroll er viktig, og Medietilsynet har stor merksemd om dette. Verksemda fekk ingen merknader i revisjonsberetninga for budsjettåret 2022.



Etter at det kom ny forskrift om arbeid som blir utført i heimen til arbeidstakarane, har Medietilsynet utarbeidd retningslinjer for bruken av heimekontor og inngått avtalar med tilsette som ønsker å nytte seg av høvet til å jobbe heimanfrå jamleg. Medietilsynet har lagt opp til at dei som ønsker det, kan jobbe heimanfrå inntil to dagar i veka, så sant dette lar seg kombinere med arbeidsoppgåvene. Éin fast dag i veka skal alle vere på kontoret for å kunne delta på fysiske møte og ta vare på eit felles arbeidsmiljø.

4.1 Verksemdsstyring og ressursbruk

4.1.1 Verksemdsstyring

Medietilsynet har tre fagavdelingar: juridisk og regulatorisk avdeling, avdeling for innsikt og analyse og avdeling for kommunikasjon og rådgiving. Frå 1. januar 2023 blei funksjonar og oppgåver knytte til rekneskap, økonomi, lønn, personaladministrasjon og arkiv overførte til Arkivverket. Dette grepet blei tatt for å redusere risiko og sårbarheit på administrativt område. Medietilsynet har frå 2023 éin medarbeidar som arbeider med oppgåver knytte til økonomi- og verksemdsstyring, og som er bindeleddet mellom Medietilsynet og Arkivverket.

Med utgangspunkt i strategiplanen og tildelingsbrevet frå departementet utarbeider Medietilsynet kvart år ein verksemdsplan. I planen blir alle mål operasjonaliserte i delmål og tiltak med tidsfristar og klar ansvarsfordeling. Planen blir følgd opp med regelmessig gjennomgang og rapportering i relevante forum. Medietilsynet har også ein treårig strategiplan som blei revidert i 2023. Ny plan gjeld for perioden 2024–2026.





Frå strategisamling i Medietilsynet. Foto: Medietilsynet.

Bemanningsplan og rolleavklaringar tydeleggjer 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 medarbeidarsamtalar.

Medietilsynet har faste rutinar for regelmessige møte mellom arbeidsgivaren og dei tillitsvalde og for møte i arbeidsmiljøutvalet. Eit utviklingsprogram for leiargruppa, teamleiarane og teamet er ført vidare i 2023 med ulike typar samlingar og tema. Det er også gjennomført avdelingssamlingar. I 2023 blei alle sentrale dokument for partssamarbeid reviderte, deriblant lokal lønnspolitikk og tilpassingsavtalen. Medietilsynet vurderer at det er eit godt og tillitsfullt samarbeid mellom arbeidsgivaren og arbeidstakar-representantane i ulike forum.

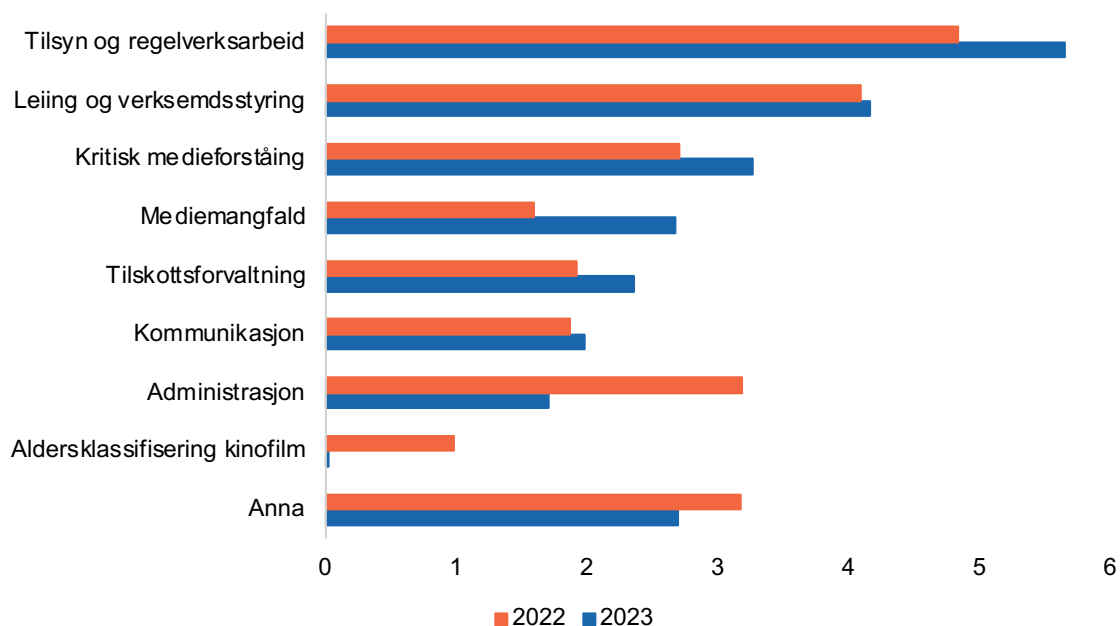
Medietilsynet utarbeider risikovurderingar både med utgangspunkt i mål frå tildelingsbrevet, generelle driftssituasjonar og organisatoriske forhold. Risikovurderingane blir oppdaterte to gonger i året og er fast tema i styringsdialogen med Kultur- og likestillingsdepartementet. Medietilsynet vurderer dialogen med departementet som open og konstruktiv.

4.1.2 Ressursbruk

Medietilsynet registrerer all arbeidstida som blir brukt på prosjekt. Dette gjer det enklare å vite kor store ressursar som går til ulike aktivitetar og tiltak, og dette er nyttig både med tanke på planlegging, evaluering og rapportering. Informasjon om ressursbruken blir blant anna brukt i budsjettering og bemanningsplanlegging.

I sum hadde Medietilsynet om lag same ressursbruken i 2023 (24,5 årsverk) som i 2022 (24,4 årsverk). Det har vore enkelte vakansar delar av året i påvente av nyrekrutteringar.

Figur 9 – ressursfordeling per kategori 2022 og 2023



Kjelde: Medietilsynet

Dette er til dels kompensert med innleigde ressursar der det har vore mogleg og nødvendig for å gjennomføre planlagde aktivitetar.

Ressursbruken på dei ulike områda varierer elles noko frå år til år ut frå oppgåver og prioriteringar.

Frå 2023 er oppgåvene med aldersklassifisering av kinofilm overført til distributørane, og Medietilsynets ansvar er endra til å berre utarbeide retningslinjer og føre tilsyn. Frigjorde ressursar er brukte til å styrke tilsynsarbeidet. Dette forklarar at ressursbruken på aldersklassifisering av kinofilm er så godt som borte, mens ressursbruken på tilsyn har auka frå 2022 til 2023. I 2023 trådde det i kraft vesentlege endringar i forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium, og i samband med det har det vore brukt meir ressursar på rettleiing og søknadsbehandling. Det er også innført endringar i forskrift om innovasjons- og utviklingstilskott, som har ført til at fleire medium enn tidlegare er omfatta av ordninga, og at det har vore fleire søknader. Endringane i forskriftene til dei to støtteordningane forklarar kvifor ressursbruken på tilskott auka frå 2022 til 2023.

Auken i ressursbruk på kritisk medieforståing heng saman med auka innsats knytt til EU-prosjektet. Auka ressursbruk på mediemangfald heng mellom anna saman med at det har vore sett i gang eit utviklingsarbeid for Mediedatabasen.

På det administrative området er tre årsverk og 2,4 millionar kroner overførte frå Medietilsynet til Arkivverket frå og med 2023. Dette er årsaka til at det er brukt mindre ressursar på administrasjon i 2023 enn i 2022.

4.2 Internkontroll

Medietilsynet fekk oppdatert instruks om økonomi- og verksemdsstyring frå Kultur- og likestillingsdepartementet i januar 2023. Denne dannar grunnlaget for verksemdsstyringa.

Gjennom året er det gjennomført opplæring for tilsette med attestasjons- og budsjett-disponeringsfullmakt om økonomiregelverket i staten. Dette er eit tiltak for å sikre at alle har nødvendig kunnskap om sentrale retningslinjer, rutinar og internkontroll i verksemda. Ein gjennomgang av sentrale dokument og rutinar er også lagd inn som ein del av introduksjonsprogrammet for nytilsette.

Medietilsynet har i 2023 arbeidd med å forbetre rutinar, retningslinjer og prosessar knytte til forvaltninga av mediestøtteordningane. Å utbetre retningslinjer og prosessframstillingar er viktig for å avdekke og handtere feil og manglar om slikt skulle oppstå.

Medietilsynet har også jobba mykje med IT-tryggleik i 2023. I januar slutførte Deloitte ei modenskapsvurdering på området på oppdrag frå Medietilsynet. Med bakgrunn i denne gjennomgangen er sentrale styringsdokument og retningslinjer oppdaterte og utarbeidde, det er innført nye førebyggjande tiltak, og ansvar og roller på området er tydeleggjorde. Ein gjennomgang av organiseringa og tiltaka på området er lagd inn i opplæringsplanen for nytilsette, og alle tilsette har gått gjennom og signert ein tryggleiksinstruks. Det er også gjennomført digitale opplæringstiltak. Medietilsynet gjennomførte i 2023 ei beredskapsøving med ekstern bistand og eit simulert phishing-angrep. Læringspunkt blei gjennomgått med alle tilsette saman med repetisjon av retningslinjer og tiltak.

Protokollen over behandlingsaktivitetar når det gjeld personvernopplysningar, er oppdatert i 2023, og det er også utarbeidd ei ny personvernerklæring som ligg på Medietilsynets nettsider.

4.3 IA og HMS

Hovudmålet for HMS-arbeidet i Medietilsynet er å sikre eit godt og forsvarleg arbeidsmiljø slik at Medietilsynet kan vere ein trygg og attraktiv arbeidsplass – både for nåverande og framtidige arbeidstakarar.

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 inkludering

Medietilsynet er ei IA-verksemd og skal arbeide systematisk med helse, miljø og tryggleik for å sikre gode arbeidsforhold og likebehandling. Dette krev eit godt samarbeid mellom arbeidsgivaren, 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 (AMU) med representantar frå arbeidsgivaren og arbeidstakarane, der også bedriftshelsetenesta deltar. Arbeidsmiljøutvalet hadde tre møte i 2023. Medietilsynet gjennomfører jamleg arbeidsmiljøundersøkingar. Resultata blir følgde opp avdelingsvis og gjennom AMU.

Medietilsynet gir tilsette høve til å trene i arbeidstida 1,5 time kvar veke, har tilbod om gratis digital trening og tilbyr å dekke kostnaden til organisert trening med inntil 1800 kroner per år.

4.3.1 Sjukefråvær

I 2023 var sjukefråværet i Medietilsynet på 5,8 prosent mot 8,2 prosent i 2022. Hovuddelen av sjukefråværet var langtidssjukefråvær. Det eigenmelde fråværet var lågt og utgjorde cirka 1,3 prosent i 2023 mot 1,2 prosent i 2022. Med 32 stillingar utgjør éin person i fråvær 3,1 prosent.

4.3.2 IT-drift

Frå 2019 har IT-drifta til Medietilsynet vore handtert av ein ekstern leverandør. Dette blei gjort for å effektivisere drifta og vere mindre sårbar. Risikoen ved å drifte eige teknisk miljø er fjerna, og Medietilsynet opererer på oppdatert og trygg programvare. Medietilsynet opplever leveransane frå den eksterne leverandøren som gode og sikre. Medietilsynet har jamlege oppfølgingsmøte med den eksterne leverandøren. Avtalen var ute på nytt anbod i 2023, og det blei inngått ny driftsavtale med same leverandøren.

4.4 Arbeid for likestilling og mot diskriminering

Likestillingsarbeidet i Medietilsynet er forankra i personalpolitikken og styringsdokumenta til verksemda, blant anna gjennom fellesføringar i det årlege tildelingsbrevet frå Kultur- og likestillingsdepartementet. Som arbeidsgivar ønsker Medietilsynet å jobbe saman med dei tillitsvalde og AMU for å fremme likestilling og hindre diskriminering på grunnlag av blant anna kjønn, etnisitet, funksjonsevne og seksuell orientering. Dette inneber å vere i forkant med å identifisere likestillingsutfordringar i organisasjonen og sette inn korrigerande tiltak der det er nødvendig.

Som ein del av fellesføringane til statlege verksemdar er det i tildelingsbrevet for 2023 angitt at Medietilsynet skal jobbe aktivt, målretta og planmessig for å fremme likestilling og hindre diskriminering. I årsrapporten for 2023 er verksemdene bedne om å rapportere om kartlegging av lønnsforhold fordelt etter kjønn og bruken av ufrivillig deltidsarbeid.

Tabell 14 – tilsette og likestilling

År	Alle stillingar			Leiarstillingar			Lønn*
	Kvinner	Menn	Tal på stillingar	Kvinner	Menn	Tal på stillingar	Kvinner/menn
2021	27	10	37	3	2	5	695/737
2022	28	8	36	3	1	4	703/723
2023	23	9	32	3	1	4	714/724

*Gjennomsnittslønn (i 1000 kroner)

Gjennomsnittslønna i 2023 var 714 000 kroner for kvinner og 724 000 kroner for menn, sett bort frå leiarstillingane. Det er overvekt av kvinner i lågare stillingskodar, og fleire menn har lang ansiennitet.

Dei tilsette deltar aktivt gjennom sine tillitsvalde i lønnsfastsettinga gjennom dei årlege, lokale lønnsforhandlingane. Her er eit førande prinsipp at det ikkje skal vere lønnsforskjellar med basis i kjønn. Det blir utarbeidd statistikkar før kvart lønnsoppgjør som viser lønn per tilsett, og i forhandlingane er kjønn eit element ved eventuelle behov for utjamning av lønn mellom dei tilsette.

Den lokale lønnspolitikken blei oppdatert i 2023 i samarbeid mellom arbeidsgivaren og arbeidstakarorganisasjonane.

Tabell 15 – deltid og permisjonar

År	Midlertidig tilsette		Foreldrepermisjon		Faktisk deltid		Ufrivillig deltid	
	Antal av alle tilsette		Gjennomsnitt – tal på veker		Antal av alle tilsette		Antal av alle tilsette	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
2021	1	0	14,1	0	0	0	0	0
2022	0	0	28,2	0	0	0	0	0
2023	1	0	15,6	0	1	0	0	0

I rolla som arbeidsgivar er likestillingsarbeidet ein del av verksemdsstyringa, operasjonalisert frå konkrete mål til konkrete føringar i etablerte prosedyrar og rutinar. Dette gjeld på områda rekruttering, lønns- og arbeidsvilkår, utviklingshøve, tilrettelegging og trakassering.

Medietilsynet hadde ei «omvendt skeivfordeling» av menn og kvinner – med 72 prosent kvinner i 2023. Det er ønskeleg å få ei jamnare kjønnsfordeling blant dei tilsette. Situasjonen er noko endra frå 2022, da det var 74 prosent kvinnelege tilsette. Medietilsynet legg vekt på å ha med kvalifiserte kandidatar av begge kjønn i finalerundane når det blir rekruttert til ledige stillingar, men likevel må det vere den best kvalifiserte kandidaten som blir tilsett.

Medietilsynet har søkelys på tiltak som fremmar likestilling og motverkar diskriminering ved rekrutteringar. Det har vore få/ingen søkarar som kan kategoriserast innanfor særlege tiltak mot diskriminering.

Tabell 16 – tal på tilsette ved utgangen av 2023 fordelt på stillingskategoriar

	Tal	Menn	Kvinner	Lønn*
Totalt i Medietilsynet inkl. midlertidige tilsette	32	9	23	101,5%
Toppleiarar	1	0	1	
Avdelingsdirektørar	3	1	2	101,9%
Fagdirektørar	0	0	0	-
Seniorrådgivarar	15	5	10	100,1%
Rådgivarar	11	3	8	97,0%
Seniorkonsulentar	2	0	2	-
Ev. andre stillingskategoriar	0	0	0	-
Ufrivillig deltid	0	0	0	-

* tala i kolonnen viser gjennomsnittsløna til kvinner i prosent av gjennomsnittsløna til menn.

Tabell 17 – diverse interne tiltak i samband med arbeidet for likestilling og mot diskriminering

Område	Bakgrunn for tiltak	Tiltak
Rekruttering	Kjønnsfordelinga i Medietilsynet er 71 prosent kvinner og 29 prosent menn.	Oversikt over kjønnsfordelinga er utarbeidd, blir jamleg oppdatert og nytta i rekrutteringsarbeidet. Det er eit mål at kandidatar av begge kjønn skal vere representerte i finaleintervjua i rekrutteringsprosessar. Eit kjønnsnøytralt språk skal brukast i utlysingstekstene.
Rekruttering	Ingen tilsette har annan etnisk bakgrunn.	Stillingsannonsane oppmodar kandidatar uavhengig av etnisk bakgrunn til å søke stillinga.
Forfremming og høve til utvikling	Kjønnsfordelinga i Medietilsynet er 71 prosent kvinner og 29 prosent menn.	Det er mogleg å utvikle seg og bli forfremma i organisasjonen gjennom å stige i stillingskode og ved å få teamleiaransvar. Lokal lønspolitikk blei oppdatert i samarbeid med dei tillitsvalde i 2023. Vurderingar knytte til endring av stillingskode skal vere uavhengige av kjønn. Alle medarbeidarane har kvar månad éin til éin-samtalar med leiaren sin, og éin medarbeidarsamtale årleg, der høve til utvikling jamleg er tema. I medarbeidarundersøkingar inngår spørsmål om medarbeidarane opplever at dei får utnytta kompetanse sin.

Arbeid med likestilling og ikkje-diskriminering er ein integrert del av arbeidet med fleire av tilskottsordningane ved at innvandrarar og språklege minoritetsgrupper er prioriterte. Gjennom tilskottsordninga for lokale lyd- og bildemedium kan driftstilskott bli tildelt lokalradioverksemdar for etniske og språklege minoritetsgrupper. I 2023 tildelte Medietilsynet 650 000 kroner i driftstilskott til tolv ulike etniske og språklege minoritetskringkastarar.

I 2020 gav Kultur- og likestillingsdepartementet Medietilsynet i oppdrag å prioritere tenester retta mot personar med funksjonsnedsettingar og prosjekt retta mot særlege grupper som innvandrarar og språklege minoritetar ved tildeling av innovasjons- og utviklingstilskott. Prioriteringane er vidareførte, og i 2023 blei slike prosjekt tildelt om lag 1,2 millionar kroner.

I tilsynsarbeidet følger Medietilsynet opp i kva grad kringkastarane som skal gjere tilbodet tilgjengeleg for personar med funksjonsnedsettingar, oppfyller pliktene sine og eventuelt styrker arbeidet med å legge til rette for menneske med nedsett funksjonsevne. I 2023 har Medietilsynet følgd opp kringkastarane med kontroll, skriftlege rapporteringar og dialog.

I Mediemangfaldsrekneskapen kartlegg Medietilsynet kjønnsdimensjonen både i avsender-, innhalds- og bruksmangfaldsrapportane. På avsendarsida blir det blant anna sett på kjønnsbalansen i redaksjonane, og på innhaldssida blir det sett på kjelderepresentasjonen i nyheiter og debattar. I 2023 viste undersøkingane i avsendarmangfaldsrapporten at det er ein god kjønnsbalanse i dei aller fleste nyheitsmedia. Samtidig avdekte analysane at det framleis er ei overvekt av menn som leiar dei fleste redaksjonane. Unntaket er allmennkringkastarane, NRK og TV 2, der nær seks av ti redaksjonelle leiarar er kvinner.

I bruksmangfaldsrapporten er både alder, kjønn, utdanning og inntekt sentrale dimensjonar for å belyse mediebruken til ulike grupper. Medietilsynet har bidratt i Statistisk sentralbyrå (SSB) sitt arbeid med å gjennomføre ei tilleggsundersøking til Norsk mediebarometer, der medievanane til innvandrane for første gong blei kartlagde i 2022. Rapporten frå SSB blei lagd fram i 2023.

4.5 Fellesføringar for 2023

4.5.1 Konsulentbruk

Som andre statlege verksemder fekk Medietilsynet i tildelingsbrevet for 2023 i oppdrag å arbeide for å redusere konsulentbruken på område der det ligg til rette for å bruke interne ressursar og kompetanse. Ei viktig føring i tildelingsbrevet er at Medietilsynet som hovudregel ikkje kan nytte tenester frå kommunikasjonsbransjen til andre føremål enn til informasjons- og haldningskampanjar.

Medietilsynet er ei lita verksemd og har ikkje ressursar til å kunne ha spisskompetanse på alle fagområda internt. Det er også vanskeleg å rekruttere spisskompetanse på ein del område, fordi Medietilsynet blir ei for lita verksemd til å kunne ha eit attraktivt fagmiljø på alle relevante felt. Ei anna årsak til at det blir nytta konsulentar, er at det ofte ikkje er behov for like stor kapasitet heile året, men berre i periodar. For ei lita verksemd som Medietilsynet, som også har eit breitt ansvarsområde og treng spisskompetanse på mange felt, er det i ein del tilfelle derfor formålstenleg med innleigde ressursar. Dette blir nøye vurdert i kvart enkelt tilfelle.

I 2023 brukte Medietilsynet til saman 7,4 millionar kroner på konsulenttenester. Dette er ein reduksjon på 4,9 millionar kroner frå 12,3 millionar kroner i 2022.

Ein stor del av utgiftene til konsulentar, 4,6 millionar kroner, blir brukt i arbeidet med å digitalisere prosessar knytt til søknader og behandling av dei direkte mediestøtteordningane. Her blir det brukt eit etablert IT-system, men det er nødvendig med tilpassingar og utviklingsarbeid som krev spisskompetanse. Utover dette er det nytta konsulenttenester til analysar og utgreiingar innanfor kjerneoppgåvene til 2,1 millionar, i tillegg til organisasjons- og kommunikasjonstenester til 0,6 millionar kroner. Kommunikasjonstenester utgjør 0,16 millionar kroner og er knytt til utforming og design av rapportar og til produksjon av materiell i EU-prosjektet.

4.5.2 Lærlingar

Medietilsynet hadde ingen lærling i 2023. Tidlegare har Medietilsynet hatt lærling i IT-fag, men dette er ikkje lenger aktuelt, sidan IT-drifta er sett ut til ein ekstern leverandør. Det er vanskeleg for Medietilsynet som lita verksemd å ta ansvar for ein lærling på full tid, men det kan vere aktuelt å samarbeide med andre etatar.

4.6 Språklova

Medietilsynet tar ansvaret for å oppfylle språklova på alvor, og har gjennom 2023 arbeidd systematisk for å ta hand om dei pliktene som ligg i lova.

Hovudpunkta i språklova er gjennomgått med alle tilsette, og ved starten av året blei det sett opp ei oversikt over planlagde tiltak for å nå krava. Blant anna har Medietilsynet hatt jamlege «nynorskveker» der alt som har vore publisert, har vore på nynorsk. Det blir også halde oversikt over talet på rapportar, pressemeldingar osv. for å sikre at ein tilstrekkeleg del er på nynorsk. Vidare blir det følgt opp at søknadsskjema og tilsvarande er tilgjengelege både på bokmål og nynorsk.

Medietilsynet har fleire tilsette som kan nynorsk godt. Når nye stillingar blir utlyste, står det i utlysinga at det er ønskeleg at aktuelle kandidatar kan begge målformer. Vidare nyttar Medietilsynet eksterne byrå til omsetjing og kvalitetssikring av språket når det er nødvendig. Avdeling for kommunikasjon og rådgiving har ansvar for å følge opp språkarbeidet i det daglege, og det er lagt opp til at nøkkelpersonar i Medietilsynet har ein gjennomgang med Språkrådet for å sikre kunnskap om lovkrava og korleis desse skal følgast opp i praksis.

Da Språkrådet i 2023 offentleggjorde gjennomgangen av korleis språklova var oppfylt i 2022, var Medietilsynet for andre år på rad det einaste statsorganet som oppfylte alle lovkrava dette året. Medietilsynet fekk i 2023 tildelt prisen Målblomen frå Noregs Mållag for språkarbeidet sitt.

Medietilsynet fekk utmerkinga «Målblomen» frå Noregs Mållag for sitt språkarbeid i 2023. Frå venstre Inger Johanne Sæterbakk, styremedlem i Noregs Mållag; Gro Morgon Endresen, dagleg leiar i Noregs Mållag; Mari Velsand, direktør i Medietilsynet og Magne Aasbrenn, leiar i Fredrikstad Mållag. Foto: Medietilsynet.



Når årsrapporten for 2023 blir skriven, har Medietilsynet enno ikkje fått tilbakemelding frå Språkrådet når det gjeld vurderinga for dette året. Medietilsynet sin eigen gjennomgang tyder på at lovkrava er oppfylte også for 2023.

4.7 Arkiv

Medietilsynet har frå 2023 overført diverse administrative funksjonar og oppgåver til Arkivverket, slik det er gjort greie for tidlegare i årsrapporten. Ansvar for at krava i lov- og regelverk for arkivering, journalføring og dokumentoffentlegheit blir etterfølgt, ligg likevel hos Medietilsynet.

For å tydeleggjere dette er det operative ansvaret for dette området plassert i juridisk og regulatorisk avdeling. Avdelingsdirektøren har månadlege møte med arkivfunksjonen i Arkivverket for å ta opp aktuelle problemstillingar. Avdelingsdirektøren har også eit overordna ansvar for alle innsynskrav som kjem til Medietilsynet.

Medietilsynet har egne retningslinjer for arkiv, dokumentasjon og behandling av innsynskrav som blei oppdaterte i 2023.

Ein gjennomgang av lover og retningslinjer knytte til dokumentasjon, arkiv og innsyn er lagd inn som ein del av introduksjonsprogrammet for nytilsette. I 2023 er det i tillegg gjennomført fleire kurs/gjennomgangar avdelingsvis for å repetere dette også for andre tilsette.

4.8 Kulturelt mangfald

Ein viktig del av Medietilsynets samfunnsoppdrag er å bidra til mediemangfald. Ein føresetnad for å oppfylle dette samfunnsoppdraget er kunnskap om status og utvikling på feltet. Mediemangfaldsrekneskapa skal dokumentere status og utvikling for det norske mediemangfaldet, både i eit avsendar-, innhalds- og bruksperspektiv.

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

For innovasjons- og utviklingstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium blei det i 2023 prioritert prosjekt som retta seg mot innvandrarar 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 tilskottsordninga til lokale lyd- og bildemedium. Éin av tildelingskategoriane i ordninga er driftstilskott til lokalradioverksemdar for etniske og språklege minoritetsgrupper. Dette er tiltak som bidrar til å sikre mangfaldet i lokalradiomarknaden. Kriteria for tildelingane blei kommuniserte på Medietilsynets nettsider og i pressemeldingar. I 2023 blei tolv lokalradioar tildelte 650 000 kroner til desse formåla.

Medietilsynet forvaltar også tilskott til samiske aviser. I 2023 blei det tildelt om lag 41,2 millionar kroner gjennom denne tilskottsordninga. Ordninga skal legge til rette for demokratisk debatt, meningsdanning og språkutvikling i det samiske samfunnet.

Medietilsynet er vidare opptatt av mangfaldsperspektivet i samansetninga av brukarpanel, referansegrupper og liknande.

4.9 Klima og miljø

Verksemda til Medietilsynet påverkar i liten grad det ytre miljøet, men klima- og miljøtiltak blir vurdert i alle aktivitetar der det er relevant.

Medietilsynet har ein langsiktig leigeavtale for kontorlokale nær Fredrikstad sentrum, og plasseringa er godt knytt til offentleg kommunikasjon. Det er god dialog med huseigaren om tiltak for å halde straumforbruket nede, og dette har vore særleg viktig i ei tid med auka straumprisar.

Etter koronapandemien har Medietilsynet vidareført digitale møte når det er hensiktsmessig. Dette bidrar til å halde reiseaktiviteten og klimaavtrykket nede.

Medietilsynet har redusert papirforbruket ved å distribuere informasjon digitalt. Talet på skrivarar og mengda papir som blir brukt til utskrifter, er redusert dei siste åra, og papir blir kjeldesortert.

Medietilsynet ønsker at eksterne leverandørar tar omsyn til klima og miljø, og dette blir lagt inn når nye oppdrag blir utlyste. Medietilsynet nyttar dei statlege fellesavtalane der miljøomsyn er særleg vektlagt, blant anna gjennom ein avtale om gjenbruk og resirkulering av PC-materiell.

4.10 Revisjon og rekneskap

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

Riksrevisjonen kontrollerer rekneskapen og disposisjonane gjennom året. Medietilsynet opplever samarbeidet med Riksrevisjonen som positivt og lærerikt.

Som nemnt tidlegare i årsrapporten har Arkivverket frå 1. januar 2023 tatt over oppgåver frå Medietilsynet blant anna knytte til rekneskap, lønn og økonomi. Det er lagt opp til gode rutinar og jamlege statusmøte mellom Medietilsynet og Arkivverket.

5. Vurdering av framtidsutsikter

Mediefeltet er sannsynlegvis eitt av samfunnsområda der endringar både i teknologi og brukarvanar treffer både tidlegast og sterkast. Dette krev evne til omstilling og fleksibilitet, også hos Medietilsynet som mediemyndigheit.



Medietilsynet skal bidra til å oppfylle statens mediepolitiske mål, der det å fremje ytringsfridom og demokrati ved å legge til rette for ein open og opplyst samtale står sentralt. Mediemangfald og kritisk medieforståing i befolkninga er viktige arbeidsområde for Medietilsynet. Sett i lys av samfunnsutviklinga blir begge delar stadig viktigare. Dei siste åra har pandemi og krigssituasjonar verkeleg synleggjort betydninga av frie, uavhengige og redaktørstyrte medium. Den teknologiske utviklinga, ikkje minst på området kunstig intelligens, gjer at desinformasjon kan bli produsert og distribuert på stadig meir sofistikerte måtar. Redaktørstyrte medium som befolkninga kan stole på, pålitelege faktasjekk-tenester og tiltak for å styrke kjeldekritikk og motstandskraft, er viktige element i arbeidet mot desinformasjon og uheldig påverknad.

Som fag- og tilsynsorgan på mediefeltet skal Medietilsynet skaffe nødvendige fakta om utviklinga, både som grunnlag for diskusjon og for utforming av mediepolitikken.

Vidare forvaltar Medietilsynet mediepolitiske verkemiddel, som for eksempel ulike mediestøtteordningar. Ein del av oppdraget er også å bidra til at folk kan navigere både aktivt og trygt i eit stadig meir komplekst medielandskap. Rettleiing, råd og kommunikasjon er viktige tiltak i så måte, ikkje minst overfor barn og unge, som er ei særleg sårbar gruppe.

Endringar både i medievanar og rammevilkåret for bransjen er blant eksterne forhold som påverkar Medietilsynets evne til å løyse samfunnsoppdraget. For å kunne utføre oppdraget på ein framtidsretta måte, er det viktig å til kvar tid ha god innsikt i utfordringane og utviklinga på mediefeltet. Dette fordrar ein tett dialog både med bransjen og andre relevante aktørar. Vidare er det viktig at lovverk og verkemiddel er tilpassa utviklinga og følger med i tida. Her har Medietilsynet ei viktig rolle i å komme med innspel og endringsforslag og gjennomføre endringar når dei er bestemte. I 2023 er fleire viktige regelverksendringar sette i verk: produksjonstilskottet, som er den største direkte tilskottsordninga, er for første gong fordelt etter revidert forskrift. Dessutan har distributørane overtatt ansvaret for å sette aldersgrenser på kinofilmar, noko som tidlegare blei gjort av Medietilsynet. Begge delar er viktige moderniseringar som følge av endringar i rammevilkår og brukarvanar. Omfattande endringar i kringkastingslova blir også slutførte i 2024.

Globale aktørar får stadig større innverknad på norske forhold, og denne utviklinga er også relevant for Medietilsynets samfunnsoppdrag. Mediebruken blir digitalisert i raskt og aukande tempo, går på tvers av landegrensene, og i mange tilfelle er ikkje eit nasjonalt regelverk tilstrekkeleg. Derfor er internasjonale reguleringar avgjerande for Medietilsynets evne til å løyse samfunnsoppdraget sitt. Nå er Digital Services Act (DSA) på plass, og med denne EU-forordninga kjem den første heilskaplege reguleringa av dei store tech-plattformene. Dette betyr blant anna at plattformene må handtere strengare krav både til kontroll, innsyn, forpliktingar og ansvarskjensle. Når dette blir skrive, er det ennå ikkje bestemt korleis Noreg skal organisere oppfølginga av DSA. Medietilsynets vurdering er at mange av oppgåvene er tett knytte opp mot samfunnsoppdraget vårt, og vi har gitt uttrykk for at vi gjerne tar på oss koordinatorrolla. Uansett føreset vi at Medietilsynet får ei sentral rolle i arbeidet med å følge opp DSA i Noreg. Vi trur at dette blir viktig for evna vår til å løyse samfunnsoppdraget vidare framover.

Medietilsynet har i 2023 jobba med å utvikle ein handlingsplan for trygg digital oppvekst saman med andre relevante statlege aktørar. Det er lagt opp til at Medietilsynet framleis

skal ha ei koordinerende rolle på direktoratsnivå. At arbeid både med innsikt og tiltak på dette feltet blir samordna, er avgjerande både for å få brukt dei samla ressursane mest mogleg effektivt og for å sikre barn og unge både deltaking og vern i det digitale landskapet. Vurderinga av kva medieinnhald som er skadeleg, er utfordra av nye tenester og brukarvaner. Bildeprogramlova, som definerer kva som er skadeleg på tradisjonelle medieplattformer, omfattar ikkje kanalar for sosiale medium. Medietilsynet meiner det er behov for ein ny gjennomgang av skadelegheitsomgrepet, sett i lys av utviklinga.

Medietilsynet har dei siste åra jobba med å digitalisere både interne arbeidsprosessar og prosessar som involverer eksterne aktørar, og er avhengig av store datamengder i arbeidet med undersøkingar, analysar og rapportar. Data blir stadig viktigare i oppgåveløysinga, og da er det avgjerande at prosessane for å hente inn, lagre og bruke data både er effektive og kvalitetssikra. Dette er tids- og kostnadskrevjande prosessar som det er utfordrande å løyse innanfor eit stramt driftsbudsjett. Vi ser at dette er utfordringar mange små verksemder står overfor, og etterlyser ein diskusjon om framtidige løysingar for at nødvendig digitaliserings- og moderniseringsarbeid kan bli gjennomført.

Medietilsynet er ei lita verksemd, men skal løyse eit breitt samfunnsoppdrag. Ei utfordring er sårbarheit på fleire fagfelt, både når det gjeld kompetanse og kapasitet. Vi jobbar kontinuerleg for å redusere sårbarheit og risiko gjennom tiltak som kompetanseutvikling, teamarbeid og samarbeid med eksterne aktørar. I 2023 blei det gjort ei større endring på administrativt område, der ein del oppgåver blei flytta over frå Medietilsynet til Arkivverket. Dette har vore eit positivt og risikoreduserande tiltak og viser at det er viktig å tenke nytt for å løyse utfordringar.

Noreg har eit sterkt mediemangfald, toppar pressefridomsindeksen på verdsbasis og har aktive, kompetente mediebrukarar. Men dette er ikkje sjølvsgt. I 2022 hadde norsk avisbransje sitt svakaste driftsresultat sidan finanskrisa i 2008 og 2009, ifølge [Medietilsynets siste rapport om den medieøkonomiske utviklinga](#). Mange medium måtte redusere både kostnader og bemanning i 2023, og det blir viktig å følge utviklinga tett i tida framover.

Det er liten tvil om at kvalitetssikra informasjon og nyheiter frå redaktørstyrte journalistiske medium og kritisk medieforståing blir enda viktigare framover som forsvarsverk mot utfordringar som desinformasjon og skadeleg innhald. Derfor har Medietilsynet også eit viktig og aktuelt samfunnsoppdrag. I 2023 blei den treårige strategien for verksemda revidert, slik at Medietilsynet skal vere best mogleg rusta for å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør også vidare framover.

6. Årsrekneskap

Årsrekneskapen for Medietilsynet omfattar driftsutgifter og -inntekter, utbetalte tilskott og avgifter som Medietilsynet krev inn for arbeidet med aldersklassifisering av kinofilm i 2022 og videogramavgift. Årsrekneskapen gir eit bilde av korleis midlane blei disponerte i 2023.



6.1 Kommentarer til årsrekneskapen frå leiinga

Formål

Medietilsynet er underlagt Kultur- og likestillingsdepartementet og er fag- og tilsynsorgan for staten på mediefeltet. Medietilsynet skal bidra til å oppfylle måla regjeringa har om å sikre ytringsfridom, rettsvern og eit levande demokrati. Dette gjer Medietilsynet blant anna ved å forvalte mediepolitiske verkemiddel, kontrollere at dei ulike lovene på mediefeltet blir følgde, utføre innsikts- og medieanalysearbeid og ved å gi rettleiing og informasjon til mediebransjen og befolkninga. Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet, slik det går fram av prinsippnoten.

Stadfesting

Årsrekneskapen for 2023 er lagd fram etter «Bestemmelser om økonomistyring i staten» med tilhøyrande rundskriv 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.

Vurderingar av vesentlege forhold

Løyvinga til ordinær drift i 2023 var på 58,8 millionar kroner. Det er overført 496 820 kroner i samband med mindreforbruk frå 2022. Løyvinga er redusert med 2 400 000 kroner i samband med overføringa til Arkivverket og styrkt med 2 201 000 kroner for lønnsoppgjeret, ekstra prisvekst og auke i arbeidsgivaravgifta. Den totale ramma for 2023 blei dermed 59 074 820 kroner.

Resultatet for 2023 for ordinær drift, kapittel 0335 post 01, blei eit mindreforbruk på 2 253 366 kroner. Av dette skal 1 082 000 kroner brukast til å dekke ei pålagd innsparing for tidlegare godkjent meirforbruk til digitaliseringstiltak. Resterande mindreforbruk på 1 171 366 kroner er søkt overført til 2024.

Lønn og sosiale kostnader er den største utgifta for Medietilsynet, og i 2023 utgjorde dette 31,5 millionar kroner av løyvinga. Lønnsdelen av driftsutgiftene var 51 prosent i 2023 mot 54 prosent i 2022.

Medietilsynet har i 2023 kjøpt eksterne utgreiingar og undersøkingar i samband med ulike rapportar og tenester til produksjon av opplæringsmateriell, særleg retta mot barn og unge. Det blir nytta eksterne tenester i samband med digitalisering og vidareutvikling av system for tilskottsforvaltning.

Samla tildeling til kapittel 0335 post 21 omfattar eksternt finansierte prosjekt og var på 3 066 000 kroner i 2023. Prosjekt som inngår i denne posten, er handlingsplanen mot speleproblem og EU-prosjektet «Barn og medium». Utgiftene er på 3 025 562 kroner. Prosjekta held fram i 2024. Posten blir sett i samband med kapittel inntekter på kapittel 3335 post 02.

Medietilsynet blei i 2023 tidelt 1,4 millionar kroner frå Kultur- og likestillingsdepartementet på kapittel 0325 post 01 til gjennomføring av plenumsmøte for EPRA (organ for europeiske mediemyndigheiter). Utgiftene var 1 308 077 kroner.

Barne- og familiedepartementet gav Medietilsynet fullmakt til å belaste kapittel 846 Familie- og oppveksttiltak, post 21 Spesielle driftsutgifter med inntil 500 000 kroner i 2023.

Midlane blei brukte til å utføre den koordinerande rolla knytt til nasjonal strategi for trygg digital oppvekst og arbeidet med tilhøyrande handlingsplan (jf. oppdrag i tildelingsbrev til Medietilsynet for 2023).

I 2023 blei det utbetalt tilskott på til saman 7,6 milliardar kroner medrekna tilskott til NRK på 6,9 milliardar kroner. Andre tilskottsordningar er produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium, innovasjons- og utviklingstilskott, tilskott til samiske aviser, distribusjonstilskott til avisene i Finnmark, tilskott til bruksretta medieforskning, tilskott til lokale lyd- og bildemedium og andre medietiltak med øyremerkte tilskott. Det er også betalt kompensasjon til TV 2 for levering av allmenkringkastingsplikter. Det er vidare kravd inn sektoravgifter for til saman 1,4 millionar kroner knytte til videogramavgift.

Tilleggsopplysningar

Riksrevisjonen er ekstern revisor og stadfestar årsrekneskapen til Medietilsynet.

Revisjonsmeldinga blir publisert på Medietilsynets nettsider innan 1. mai 2024 saman med årsrapporten. Dersom revisjonsmeldinga ikkje er mottatt innan denne fristen, blir meldinga publisert så snart ho ligg føre.

Fredrikstad, 15. mars 2024



Mari Velsand
direktør

6.2 Prinsippnote til årsrekneskapen

Årsrekneskapen 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 2022 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 artskontorrapportering er utarbeidd etter dei same prinsippa, men gruppert etter ulike kontoplanar. Prinsippa samsvarer med krav i føresegnene punkt 3.5 til korleis verksemdene skal rapportere til statsrekneskapen. Sumlinja «netto rapportert til løyvingsrekneskapen» er lik i begge oppstillingane.

Medietilsynet 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 slutten av året blir saldoen nullstilt på den enkelte oppgjerskontoen ved overgangen til nytt år.

Den vesentlege endringa frå 2022 til 2023 i mellomværet med statskassa (statskonto 703808) kjem av at det ved ein feil i 2022 ikkje blei utbetalt kompensasjon til TV 2 for fjerde kvartal 2022 før årsskiftet. Etter dialog med Kultur- og likestillingsdepartementet er det gitt anledning til å likevel utgiftsføre dette tilskottet for fjerde kvartal 2022 på 33 750 000 kroner i 2022 på kapittel 335, post 70, mot tilsvarande føring på Medietilsynets mellomvære med statskassa.

6.2.1 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 eigedelar og plikter verksemda står oppført med i statens kapitalrekneskap.

Mottatte fullmakter til å belaste kapittel/post hos ei anna verksemd (belastningsfullmakter) blir ikkje viste i kolonnen for samla tildeling, men er omtalte i note B til løyvingsoppstillinga. Utgiftene knytte til mottatte belastningsfullmakter er bokførte og rapporterte til statsrekneskapen og blir viste i kolonnen for rekneskap.

6.2.2 Artskontorrapportering

Oppstillinga av artskontorrapporteringa har ein øvre del som viser kva som er rapportert til statsrekneskapen etter standard kontoplan for statlege verksemdar, og ein nedre del som viser eigedelar og gjeld som inngår i mellomværet med statskassa. Artskontorrapporteringa viser rekneskapstal som Medietilsynet har rapportert til statsrekneskapen etter standard kontoplan for statlege verksemdar. Verksemda har ein trekkrett på konsern-konto i Noregs Bank. Tildelingane er ikkje rapporterte som inntekt til statsrekneskapen og er derfor ikkje viste som inntekt i artskontorrapporteringa.

6.3 Årsrekneskap for 2023

Oppstilling av løyvingsrapportering 2023

Utgifts-kapittel	Kapittelnamn	Post		Note	Samla tildeling*	Rekneskap 2023	Meirutgift (-) og mindreutgift
0325	Allmenne kulturformål	01	Driftsutgifter	A, B	1 457 000	1 308 077	148 923
0325	Allmenne kulturformål	21	Forsking, utgreiing og spesielle driftsutgifter	A	200 000	200 000	0
0335	Medieformål	01	Driftsutgifter	A, B	59 075 000	56 821 634	2 253 366
0335	Medieformål	21	Spesielle driftsutgifter	A, B	3 066 000	3 025 562	40 438
0335	Medieformål	70	Kompensasjon til kommersiell allmennkringkasting	A, B	135 000 000	135 000 000	0
0335	Medieformål	71	Mediestøtte	A, B	471 853 000	471 851 989	1 011
0335	Medieformål	73	Medietiltak	A, B	13 915 000	13 915 000	0
0335	Medieformål	74	Tilskott til lokale lyd- og bildemedium	A, B	35 922 000	19 895 004	16 026 966
0335	Medieformål	79	Norsk rikskringkasting AS – NRK	A, B	6 965 639 000	6 965 639 000	0
0335	Familie- og oppveksttiltak	21	Spesielle driftsutgifter	B	0	455 319	
1633	Nettoordning, statleg meirverdiavgift	01	Nettoordning, statleg betalt meirverdiavgift		0	5 641 070	
Sum utgiftsført					7 686 127 000	7 673 742 654	



Inntekts-kapittel	Kapittelnamn	Post		Samla tildeling*	Rekneskap 2023	Meirinntekt og mindre-inntekt(-)
3335	Medieformål	02	Inntekter ved oppdrag	3 120 000	3 079 562	-40 438
5568	Sektoravgift under KD	75	Kino- og videogramavgift	4 000 000	1 414 247	-2 585 754
5309	Tilfeldige inntekter	29	Ymse	0	1 724 651	
5700	Folketrygdinntekter	72	Arbeidsgivaravgift	0	3 832 336	
Sum inntektsført				7 120 000	10 050 796	
Netto rapportert til løyvingerekneskapen					7 663 246 539	
Kapitalkontoar						
60063901	Noregs Bank KK / innbetalingar				5 892 430	
60063902	Noregs Bank KK / utbetalingar				-7 705 061 763	
703808	Endring i mellomværet med statskassa				35 477 474	
Sum rapportert					0	

Behaldningar rapporterte til kapitalrekneskapen (31.12.2023)

Konto	Tekst	2023	2022	Endring
703808	Mellomvære med statskassa*	-3 052 584	-38 530 059	35 477 474

* Endringa er omtalt i prinsippnote

Nota A: Forklaring av samla tildeling utgifter

Kapittel		Post		Overført frå i fjor	Årets tildeling- ar 2023	Samla tildeling 2023
0325	Allmenne kulturformål	01	Driftsutgifter	0	1 457 000	1 457 000
0325	Allmenne kulturformål	21	Spesielle driftsutgifter	0	200 000	200 000
0335	Medieformål	01	Driftsutgifter	497 000	58 578 000	59 075 000
0335	Medieformål	21	Spesielle driftsutgifter	47 000	3 019 000	3 066 000
0335	Medieformål	70	Kompensasjon til kommersiell all-mennkringkasting	0	135 000	135 000
0335	Medieformål	71	Diverse tilskott, spesifiserte med prosjektnummer	0	471 853 000	471 853 000
0335	Medieformål	73	Medieforsking	0	13 915 000	13 915 000
0335	Medieformål	74	Tilskott til lokale lyd- og bildemedium	13 207 000	22 715 000	35 922 000
0335	Medieformål	79	Norsk rikskringkasting AS – NRK	0	6 965 639 000	6 965 639 000

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

Kapittel og post	032501	032521	033501	033521	033570	033571	033573	033574	033579	084621
Stikkord			*	**				«Kan overførast» ***		****
Meir-/mindreutgifter	148 923	0	2 253 366	40 438	0	1 011	0	16 026 996	0	54 681
Utgiftsført av andre jamført med gitte belastningsfullmakter	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Meir-/mindreutgifter etter gitte belastningsfullmakter	148 923	0	2 253 366	40 438	0	1 011	0	16 026 996	0	0
Meir-/mindreinntekter jamført med meirinntektsfullmakt	0	0	0	-40 438	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	0	Ikkje aktuell	0
Omdisponering frå post 01 til 45 eller til post 01/21 frå neste års løyving	0	0	0	0	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	0	Ikkje aktuell	0
Innsparingar	0	0	-1 082 000	0	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	0	Ikkje aktuell	0
Sum grunnlag for overføring	148 923	0	1 171 336	0	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	16 026 996	Ikkje aktuell	54 681
Maks overførbart beløp*	0	0	2 928 900	150 950				44 315 000		
Mogleg overførbart beløp berekna av verksemda		0	1 171 366	0				16 026 996		

Forklaring til bruk av budsjettfullmakter

Mindreutgift post 01-29 (*)

Mindreutgift på kapittel og post 033501 er innanfor 5 prosent av årets tildeling og kan overførast til 2024.

Inndekking av tidlegare meirforbruk skal trekkast frå og resterande midlar er søkt overført.

Fullmakt til å overskride driftsløyve mot tilsvarande meirinntekter, post 21 og post 02 (**)

Meirutgifter på kapittel og post 033521 skal sest mot tilsvarande meirinntekter på kapittel og post 333502.

Stikkord «kan overførast» (***)

Mindreutgift på kapittel og post 033574 gjeld tilskott til lokale lyd- og bildemedium og kan overførast til 2024.

Mottatt belastningsfullmakt (****)

Medietilsynet har mottatt ei belastningsfullmakt på kapittel/post 084621 på 500 000 kroner.



Artskontorapportering 2023

	Note	2023	2022
<i>Driftsinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Innbetalinger frå gebyr	1	0	0
Innbetalinger frå tilskott og overføringar	1	3 079 562	949 816
Sals- og leigeinnbetalningar	1	0	0
Andre innbetalningar	1	37 738	3 278
Sum innbetalningar frå drift		3 117 300	953 094
<i>Driftsutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Utbetalningar til lønn	2	31 527 959	32 643 978
Andre utbetalningar til drift	3	29 723 496	28 252 133
Sum utbetalningar til drift		61 251 454	60 896 111
Netto rapporterte driftsutgifter		58 134 154	59 943 017
<i>Investerings- og finansinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Innbetaling av finansinntekter	4	30 887	0
Sum investerings- og finansinntekter		30 887	0



	Note	2023	2022
<i>Investerings- og finansutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Utbetaling til investeringar	5	766 527	387 312
Utbetaling til kjøp av aksjar	5, 8B	0	0
Utbetaling av finansutgifter	4	9 348	0
Sum investerings- og finansutgifter		775 875	387 312
Netto rapporterte investerings- og finansutgifter		744 988	387 312
<i>Innkrevingsverksemd og andre overføringer til staten</i>			
Innbetaling av skattar, avgifter, gebyr m.m.	6	3 056 106	6 362 669
Sum innkrevingsverksemd og andre overføringer til staten		3 056 106	6 362 669
<i>Tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten</i>			
Utbetalningar av tilskott og støtte	7	7 606 111 993	7 347 019 360
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten		7 606 111 993	7 347 019 360
<i>Inntekter og utgifter rapporterte på felleskapittel*</i>			
Gruppelivsforsikring konto 1985 (ref. kap. 5309, inntekt)		51 905	43 456
Arbeidsgivaravgift konto 1986 (ref. kap. 5700, inntekt)		3 832 336	3 883 053
Nettoføringsordning for meirverdiavgift konto 1987 (ref. kap. 1633, utgift)		5 641 070	5 798 963
Netto rapporterte utgifter på felleskapittel		1 756 828	1 872 454
Netto rapportert til løyvingsrekneskapen		7 663 691 858	7 402 859 474



	Note	2023	2022
<i>Oversikt over mellomvære med statskassa</i>			
Fordringer på tilsette		0	0
Kontantar		0	0
Bankkontoar med statlege midlar utanfor Noregs Bank		0	0
Skyldige skattetrekk og andre trekk		-1 204 658	-1 227 340
Skyldige offentlege avgifter		-1 299	-362 825
Avsett pensjonspremie til Statens pensjonskasse		-927 757	-993 797
Mottatte forskottsbetalingar		-918 870	-2 198 432
Lønn (negativ netto, for mykje utbetalt lønn m.m.)		0	2 335
Anna kortsiktig gjeld		0	-0
Differansar på bank og ikkje-identifiserte innbetalingar		0	0
Sum mellomvære med statskassa	8	-3 052 584	-4 780 059

Note 1 Innbetalingar frå drift

	2023	2022
<i>Innbetalingar frå gebyr</i>		
Kontrollgebyr, film	0	0
Kontrollgebyr, trykte merke	0	0
Sum innbetalingar frå gebyr	0	0
<i>Innbetalingar frå tilskott og overføringar</i>		
Tilskott frå EU	1 434 835	49 816
Tilskott frå andre departement	1 644 727	900 000
Sum innbetalingar frå tilskott og overføringar	3 079 562	949 816
<i>Sals- og leigeinnbetalingar</i>		
	0	
Sum sals- og leigeinnbetalingar	0	0
<i>Andre innbetalingar</i>		
Anna driftsrelatert inntekt	37 738	3 278
Sum andre innbetalingar	37 738	3 278
Sum innbetalingar frå drift	3 117 300	953 094

**Note 2** Utbetalinger til lønn

	2023	2022
Lønn	24 679 162	25 033 292
Arbeidsgivaravgift	3 832 336	3 883 053
Pensjonsutgifter*	1 943 473	2 902 279
Sjukepengar og andre refusjonar (-)	-961 857	-1 245 359
Andre ytingar	2 034 844	2 070 712
Sum utbetalinger til lønn	31 527 959	32 643 978
Antal utførte årsverk	30	31

* Pensjonsutgifter er regnskapsført på bakgrunn av faktura frå Statens pensjonskasse. Arbeidsgivarens utgifter utgjer 8,7 prosent av pensjonsgrunnlaget. For 2022 var satsen på 11,7 prosent.

Note 3 Andre utbetalinger til drift

	2023	2022
Husleige	3 867 030	3 567 459
Vedlikehald egne bygg og anlegg	0	0
Vedlikehald og ombygging av leigde lokale	3 380	0
Andre utgifter til drift av eigeendom og lokale	877 420	1 013 253
Reparasjon og vedlikehald av maskiner, utstyr m.m.	34 732	50 562
Mindre utstyrskjøp	84 799	10 080
Leige av maskiner, inventar og liknande	917 178	1 680 438
Kjøp av konsulenttenester	7 356 407	12 377 181
Kjøp av andre framande tenester	12 580 507	6 346 929
Reiser og diett	932 742	771 789
Andre driftsutgifter	3 069 301	2 434 442
Sum andre utbetalinger til drift	29 723 496	28 252 133

**Note 4** Finansinntekter og finansutgifter

	2023	2022
<i>Innbetaling av finansinntekter</i>		
Inntekter frå eideelar i selskap m.m.	0	0
Salssum ved realisasjon av verdipapir	0	0
Renteinntekter	30 887	0
Valutagevinst	0	0
Anna finansinntekt	0	0
Sum innbetaling av finansinntekter	30 887	0
<i>Utbetaling av finansutgifter</i>		
Renteutgifter	9 348	0
Valutatap	0	0
Anna finansutgift	0	0
Sum utbetaling av finansutgifter	9 348	0

Note 5 Utbetaling til investeringar og kjøp av aksjar

	2023	2022
<i>Utbetaling til investeringar</i>		
Immaterielle eideelar og liknande		0
Tomter, bygningar og annan fast eigedom		0
Infrastruktureideelar		0
Maskiner og transportmiddel		0
Driftslausøyre, inventar, verktøy og liknande	766 527	387 312
Sum utbetaling til investeringar	766 527	387 312
<i>Utbetaling til kjøp av aksjar</i>		
Kapitalinnskott	0	0
Obligasjonar	0	0
Investeringar i aksjar og andelar	0	0
Sum utbetaling til kjøp av aksjar	0	0

**Note 6** Innkrevingsverksemd og andre overføringer til staten

	2023	2022
Tilfeldige og andre inntekter (statskonto 530929)	3 056 106	6 362 669
Sum innkrevingsverksemd og andre overføringer til staten	3 056 106	6 362 669

Note 7 Tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten

	2023	2022
Tilskott til ikkje-finansielle føretak	7 606 111 993	7 347 019 360
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten	7 606 111 993	7 347 019 360

Note 8 Samanheng mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa

Del A Forskjellen mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa				
	2023	2023		
	Spesifisering av bokført avrekning med statskassa	Spesifisering av rapportert mellomvære med statskassa		Forskjell
Finansielle anleggsmidler				
Investeringar i aksjar og andelar*	0	0		0
Obligasjonar	0	0		0
Sum	0	0		0
Omløpsmiddel				
Kundefordringar	2 488	0		2 488
Andre fordringar	975 403	0		975 403
Bankinnskott, kontantar og liknande	0	0		0
Sum	977 891	0		977 891
Langsiktig gjeld				
Anna langsiktig gjeld	0	0		0
Sum	0	0		0
Kortsiktig gjeld				
Leverandørgjeld	-1 524 505	0		-1 524 505
Skyldig skattetrekk og andre trekk	-1 204 658	-1 204 658		0
Skyldige offentlege avgifter	-1 299	-1 299		0
Anna kortsiktig gjeld	-1 471 610	-1 846 627		375 017
Sum	-4 202 072	-3 052 584		-1 151 119
Sum	-3 224 181	-3 052 584		-171 597

Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad

post@medietilsynet.no

facebook.com/medietilsynet

twitter.com/medietilsynet

Foto: Medietilsynet

ISBN: 978-82-8428-044-8