

Årsrapport 2024





1	Leders beretning	3
1.1	Sentrale prioriteringar, arbeidsområder og leveranser i 2024	4
1.2	Vurdering av måloppnåelse i 2024	6
1.3	Forhold som har hatt innvirkning på resultatoppnåelsen	7
2	Introduksjon til verksemda og hovudtal.....	8
2.1	Samfunnsoppdraget	9
2.2	Organisasjon og leiing	12
2.3	Utvalde nøkkeltal	13
3	Aktivitetar og resultat i 2024.....	16
3.1	Legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet	17
3.2	Bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som gjer informerte val	46
3.3	Vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør	64
4	Styring og kontroll i verksemda.....	77
4.1	Verksemdsstyring og ressursbruk	78
4.2	Internkontroll	80
4.3	IA og HMS	81
4.4	Arbeid for likestilling og mot diskriminering	82
4.5	Fellesførtingar for 2024	85
4.6	Språkarbeid	86
4.7	Arkiv	87
4.8	Kulturelt mangfald	87
4.9	Revisjon og rekneskap	88
5	Vurdering av framtidsutsikter	89
6	Årsrekneskap	93
6.1	Kommentarar til årsrekneskapen frå leiinga	94
6.2	Prinsippnote til årsrekneskapen	96
6.3	Årsrekneskap for 2024	98



Mari Velsand, direktør i Medietilsynet

1 Leders beretning

Medietilsynet har gjennom 2024 sørget for et stort spekter av tiltak og leveranser som på ulikt vis bidrar til å oppfylle vårt brede og viktige samfunnsoppdrag.

Som Norges mediemyndighet skal Medietilsynet bidra til å oppfylle statens mediepolitiske mål. Oppdraget er operasjonalisert gjennom tre hovedmål i tildelingsbrevet for 2024: å legge til rette for et mangfoldig redaksjonelt tilbud av høy kvalitet, å bidra til å utvikle aktive mediebrukere som tar informerte valg, og å være en relevant, tydelig og synlig samfunnsaktør.

Krig og kriser, også i områder som ikke er langt unna vår del av verden, og den teknologiske utviklingen, som framveksten av generativ kunstig intelligens, har forsterket behovet for uavhengige redaktørstyrte medier og en befolkning med god kritisk medieforståelse og digital motstandskraft. De store globale plattformene har fått stor påvirkning også på det norske medielandskapet. Sosiale mediers rolle er blitt en sentral del av den digitale infrastrukturen og utfordrer barn og unges sikkerhet på nett. Alt dette fordrer nye tilnærminger, nye tiltak og nye arbeidsformer, også for oss i Medietilsynet.

I årsrapporten for 2024 beskrives prioriteringer, aktiviteter og resultater gjennom året, sett opp mot målene i tildelingsbrevet.

1.1 Sentrale prioriteringer, arbeidsområder og leveranser i 2024

1.1.1 Forvaltning av mediepolitiske virkemidler

Medietilsynet fordelte i 2024 tilskudd gjennom de ulike statlige mediestøtteordningene og forvaltet kringkastingskonsesjoner. Dette er viktige virkemidler for å understøtte et sterkt mediemangfold i Norge.

Medieklagenemnda behandlet i 2024 elleve klager på Medietilsynets vedtak som gjaldt tilskuddsfordeling, men ingen av klagene ble tatt til følge.

1.1.2 Regelverksutvikling

Gjennom 2024 har Medietilsynet bidratt til å utvikle regelverk på mediefeltet. Dette gjelder blant annet kringkastingsregelverket, der det har vært jobbet med å forberede endringer som følge av det endrede EU-direktivet om audiovisuelle medietjenester (AMT-direktivet). Lovendringene ble vedtatt av Stortinget i februar 2025 og medfører nye oppgaver for Medietilsynet, blant annet i forbindelse med en ny medfinansieringsordning. Medietilsynet har også bistått departementet med å utvikle regelverk på mediestøtteområdet i 2024.

Som foregående år har det i 2024 vært brukt mye tid og ressurser på arbeid relatert til nye regelverk på EU-nivå. Særlig gjelder dette EU-forordningen Digital Services Act (DSA), som skal styrke mediebrukernes rettigheter, og som pålegger de globale plattformene et større ansvar. I februar 2025 avklarte regjeringen at Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom) får rollen som norsk DSA-koordinator, og i tillegg får Medietilsynet, Forbrukertilsynet og Datatilsynet et tilsynsansvar. Den europeiske mediefrihetsordningen (European Media Freedom Act – EMFA) er en annen ny EU-regulering som etter hvert skal innføres i Norge. Også her forventer Medietilsynet nye oppgaver.

1.1.3 Tilsyn med regelverk

Medietilsynet har i 2024 hatt høy tilsynsaktivitet for å sikre at regelverk vi har håndhevsansvar for, etterleves. Dette gjelder i hovedsak kringkastingsregelverket og bildeprogramloven. Hele 33 ulike tilsynsaktiviteter er gjennomført, omtrent på nivå med året før. Dialog og veiledning brukes oftest som virkemiddel, men i 2024 ble det også gitt ni sanksjoner i form av advarsel eller gebyr. Det er viktig at denne type reaksjonsformer brukes i tilfeller der det enten har skjedd alvorlige regelbrudd, eller dersom samme type brudd gjentar seg. Selv om antallet sanksjoner var høyere i 2024 enn året før, er det vår vurdering at aktørene jevnt over er godt kjent med lov- og regelverk, og i stor grad overholder disse.

Også i 2024 ble den samlede tilsynsaktiviteten i foregående år omtalt i en egen rapport som ble offentliggjort. Dette er et ledd i å synliggjøre Medietilsynets arbeid på området og å bidra til å bevisstgjøre både bransjeaktører og publikum.

Medietilsynet har i 2024 gjennomgått rapporteringen fra de globale plattformene knyttet til bransjenormen mot desinformasjon. Resultatene er tilgjengeliggjort gjennom en ny form for visualisering på våre nettsider.



1.1.4 Innsikt og strategiarbeid

En viktig del av Medietilsynets oppdrag er å utvikle gode kunnskapsgrunnlag og ny innsikt på mediefeltet, både som underlag for politikkutforming, og for å bidra til en opplyst offentlig samtale. I 2024 er det gjennomført nye kvantitative undersøkelser både om barn og unges digitale hverdag og befolkningens kritiske medieforståelse, i tillegg til flere kvalitative undersøkelser. Videre er det utarbeidet to nye delrapporter som inngår i Mediemangfoldsregnskapet: én om status og utvikling for avsendermangfold, og tilsvarende en for innholdsmangfold. I tillegg kommer den årlige rapporten om den medieøkonomiske utviklingen, og en utredning på oppdrag fra Kultur- og likestillingsdepartementet om de redaktørstyrte medienes økonomiske forutsetninger nå og i tiden framover. Her ble spørsmål rundt dagens innretning av merverdiavgiftsfritaket særlig berørt.

Gjennom 2024 har Medietilsynet også bidratt inn i viktig strategi- og planarbeid på flere områder. Som koordinerende etat på feltet trygg digital oppvekst har vi ledet arbeidet med en ny handlingsplan på området, den ble ferdigstilt i 2024. Videre har vi bistått Kultur- og likestillingsdepartementet i arbeidet med en strategi for en åpen og opplyst samtale, og en strategi mot desinformasjon. Begge strategier skal ferdigstilles i 2025. Medietilsynet har også gitt bistand til Barne- og familiedepartementet i forbindelse med arbeidet med en stortingsmelding om trygg digital oppvekst. Den er ventet framlagt våren 2025.

I 2024 ble det også startet et arbeid for å se på mulig metodikk for å analysere innhold i sosiale medier blant annet relatert til DSA. Arbeidet fortsetter i 2025.

1.1.5 Kommunikasjon og formidling

Medietilsynet er opptatt av å formidle innsikt og kunnskapsbasert veiledning, blant annet for å bidra til trygg digital oppvekst og kritisk medieforståelse i befolkningen. I 2024 er det utviklet nye undervisnings- og veiledningsressurser og gjennomført kampanjer og andre kommunikasjonstiltak på ulike områder. Dette er tiltak som blant annet er knyttet opp mot rollen som Norges Safer Internet Center og regjeringens handlingsplan mot spilleproblemer. Blant annet ble det i samarbeid med de fleste etatene som deltar i Samarbeidsorganet for trygg digital oppvekst, gjennomført en kampanje med oppfordring til foreldre om å overholde aldersgrensen i sosiale medier for barna. En annen kampanje satte søkelys på betydningen av redaktørstyrte medier som troverdige nyhets- og informasjonskilder. Medietilsynet bidrar også med å besvare spørsmål fra unge på ung.no, og leverer innhold både til denne nettsiden og til foreldrehverdag.no.

Medietilsynet ønsker å være relevant, tydelig og synlig, og har gjennom 2024 deltatt på en rekke ulike arenaer der mediespørsmål har vært diskutert. Nettsider, nyhetsbrev og sosiale medier er andre kommunikasjonskanaler som benyttes, i tillegg til pressemeldinger og kronikker rettet mot redaktørstyrte medier.

Medietilsynet er opptatt av å oppfylle kravene i språkloven, og prioriterer språk-arbeidet. Språkrådets tilsyn i 2024 konkluderte med at Medietilsynet oppfylte kravene i 2023. I løpet av 2024 har Medietilsynet tatt i bruk NTBs nynorskrobot.

1.1.6 Digitalisering, utvikling og organisasjon

Også i 2024 har det vært jobbet for å forbedre og forenkle den digitale arbeidsflyten både internt og overfor eksterne aktører, i tillegg til å forberede nye oppgaver. I 2024 har det også vært prioritert å forbedre søknadsløsningene med tanke på å ivareta kravene til universell utforming. Videre har Medietilsynet fått på plass strategi og retningslinjer for bruk av kunstig intelligens, og det har i 2024 gjennomført tre KI-piloter med mål om å effektivisere arbeidsprosesser på flere områder. Dette arbeidet fortsetter i 2025. Mot slutten av 2024 ble det besluttet å opprette en stilling som teknologileder, og ny medarbeider tiltrådte i stillingen i januar 2025. Dette bidrar til å styrke Medietilsynets arbeid med teknologi, digitalisering og IT-sikkerhet.

Mot slutten av 2024 ble samarbeidet med Arkivverket om administrative oppgaver evaluert av partene i fellesskap, og konklusjonen var at avtalen fungerer etter hensikten. For Medietilsynets del har løsningen gitt mer effektiv drift, redusert sårbarhet og økt kvalitet i oppgaveløsningen.

Fra arbeidsgiversiden vurderer vi at det er et godt samarbeid og en velfungerende dialog med tillitsvalgte og verneombud, med faste kontaktpunkter. Vi opplever at de ansattes representanter har konstruktive innspill og bidrar til gode løsninger til beste for Medietilsynet og de ansatte.

1.2 Vurdering av måloppnåelse i 2024

De tre hovedmålene som er satt for Medietilsynet gjennom tildelingsbrevet, er fulgt opp med delmål og tiltak i virksomhetsplanen. For 2024 er de aller fleste tiltakene gjennomført i henhold til planen. Min vurdering er at Medietilsynet i sum har hatt god resultatoppnåelse i 2024, sett opp mot målene i tildelingsbrevet.

Alle oppdrag fra Kultur- og likestillingsdepartementet som går fram av tildelingsbrevet eller egne oppdragsbrev, er levert i henhold til bestillingen, med mindre noe annet har vært avtalt.

1.3 Forhold som har hatt innvirkning på resultatoppnåelsen

Medietilsynet har et bredt samfunnsoppdrag som skal utføres av en liten organisasjon. Vi har jevnt over en stabil og kompetent bemanning, men det er likevel vanskelig å forhindre sårbarhet på noen fagfelt. Dette merkes spesielt når det kommer på nye oppdrag i tillegg til dem som allerede er planlagt, særlig på områder der aktiviteten i utgangspunktet er høy og vi har få medarbeidere. Sykdom og annet fravær skaper også fort sårbarhet knyttet til kapasitet og kompetanse. Ansattes fleksibilitet og innsatsvilje er positive faktorer her, samtidig som vi må søke å unngå at belastningen blir for stor på enkeltpersoner. Det er svært positivt at Medietilsynet fikk økt sine ressurser i budsjettet for 2025, noe som gjør det mulig for oss å rekruttere nye medarbeidere på sentrale områder. Dette er avgjørende for å redusere sårbarheten, men også for å kunne ivareta nye oppgaver, blant annet som følge av endringer i kringkastingsregelverket. Samtidig er det viktig å erkjenne at det tar tid å bygge opp spisskompetanse.

Som omtalt i fjorårets årsrapport krever forvaltning av tilskuddsordningen med innovasjonsstøtte mye ressurser på grunn av krav til omfattende innholdsvurderinger. Etter vårt syn brukes det uforholdsmessig mye ressurser på å forvalte denne ordningen sett opp mot omfanget av midler som fordeles. Dette er tatt opp med Kultur- og likestillingsdepartementet, og forskriften er under vurdering. Medietilsynet har også satt i gang et pilotprosjekt for å se om verktøy som bruker kunstig intelligens, kan bidra til å effektivisere analysearbeidet.

Etter at samarbeidet med Arkivverket om administrative tjenester har vart i to år, kan vi fastslå at denne løsningen har hatt positiv effekt på Medietilsynets samlede resultatoppnåelse. Dette handler både om effektiv ressursutnyttelse, redusert sårbarhet og faglig kvalitet.

Fredrikstad, 14. mars 2025.



Mari Velsand
direktør i Medietilsynet



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 læringsressursar. Vidare gjer Medietilsynet vurderingar og utarbeider 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 2024

Tildelingsbrevet for 2024 fastsette 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 vi når dei overordna måla for løyvingane til medieformål i 2024. I tildelingsbrevet til Medietilsynet er det sett følgande styringsparameter:

- 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 utviklar og gjer relevant innsikt tilgjengeleg, særleg når det gjeld mediemangfald og kritisk medieforståing
- d) at Medietilsynet bidrar til ein trygg mediekvardag for barn og unge
- e) at Medietilsynet bidrar til å styrke den kritiske medieforståinga i befolkninga
- f) at Medietilsynet legg til rette for samhandling med brukarar og samarbeidspartnarar
- g) at Medietilsynet bruker ressursane sine effektivt og samhandlar godt internt
- h) at Medietilsynet er synleg i offentlegheita og deltar aktivt i samfunnsdebatten
- i) at Medietilsynet digitaliserer interne arbeidsprosessar og samhandling med eksterne aktørar i så stor utstrekning som mogleg

Tildelingsbrevet gir også føringar for prioriterte fagsaker. Medietilsynet skulle i 2024 leie direktoratssamarbeidet om trygg digital oppvekst, inkludert arbeidet med ein handlingsplan på feltet. Vidare skulle Medietilsynet bidra i arbeidet med ei stortingsmelding om trygg digital oppvekst, med DigiUng og ung.no, og i kjernegruppa for utsette barn og unge.

Vidare skulle Medietilsynet samarbeide med Forbrukartilsynet og andre relevante aktørar ved tilsyn og rettleiing om marknadsføring i digitale medium, blant anna av omsyn til effektivt vern av barn og unge.

I tildelingsbrevet står det også at Medietilsynet skal halde fram med å utvikle Mediemanngfaldsrekneskapen, som skal vise status og utvikling for dei ulike perspektiva ved mediemanngfaldet. Ei anna oppgåve som går fram av tildelingsbrevet for 2024, er å hente inn og formidle kunnskap om den økonomiske og marknadsmessige situasjonen for norske redaktørstyrte medium.

Vidare skulle Medietilsynet hjelpe departementet i arbeidet med lovproposisjon og forskrifter om gjennomføring av endringsdirektivet til AMT-direktivet i norsk rett, med arbeid knytt til revisjon av forskrifter på mediestøttefeltet, og implementere endringar. Føresett at Noreg skal innlemme forordninga om digitale tenester (Digital Services Act, DSA), skulle Medietilsynet hjelpe departementet i arbeidet med å gjennomføre forordninga i norsk rett. Medietilsynet skulle også arbeide med å følge opp EU-forordninga om mediefridom (EMFA).

Kultur- og likestillingsdepartementet koordinerer innsatsen med å styrke motstandskrafta mot desinformasjon i befolkninga, og ifølge tildelingsbrevet skulle Medietilsynet i 2024 bidra i dette arbeidet. Medietilsynet skulle også følge opp rapporteringa frå plattformene på bransjenorma mot desinformasjon.

Medietilsynet skulle vidare gjennom eit forprosjekt med departementet vurdere behovet for og omfanget av å revidere NRK-plakaten.

I tildelingsbrevet går det fram at Medietilsynet i 2024 skulle føre arbeidet på data-spelområdet vidare og bidra til å opprette eit nasjonalt kompetansesenter for data-spelkultur. Medietilsynet skulle også følge opp handlingsplanen mot speleproblem.

2.1.2 Tiltak for å løyse oppdraget

Medietilsynet har i 2024 sett i verk mange initiativ og tiltak for å realisere måla 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 mediemanngfald forvaltar Medietilsynet dei direkte mediestøtteordningane, tildeler kringkastingskonsesjonar og fører tilsyn med at regelverket på mediefeltet blir følgt. Vidare har Medietilsynet i 2024 utarbeidd nye rapportar, både om avsendarmangfald og innhaldsmangfald, som inngår i Mediemanngfaldsrekneskapen. Det er også utarbeidd fleire rapportar om medieøkonomi. Medietilsynet gav i 2024 utsegn til Konkurransetilsynet om følgene for mediemanngfaldet i samband med fire oppkjøpssaker. Medietilsynet har i 2024 også bidratt i departementets arbeid med å utvikle regelverket på fleire område, blant anna endringar i kringkastingslova som følge av det nye AMT-direktivet, og regelverk på mediestøtteområdet. Vidare har Medietilsynet deltatt i arbeidet med å utvikle regelverket på EU-nivå, spesielt 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 læringsmateriell og gjennomført ei rekke kommunikasjons- og formidlingstiltak i 2024. Det er blant anna gjort nye undersøkingar om mediekvardagen til barn og unge og om kritisk medieforståing i befolkninga. Medietilsynet har gjennomført ulike informasjonskampanjar, både mot desinformasjon og for å synleggjere kor viktige redaktørstyrte medium er, og for å auke tryggleiken til barn og unge på nett. Gjennom 2024 har Medietilsynet koordinert direktoratssamarbeidet for trygg digital oppvekst, og ein nasjonal handlingsplan på feltet er utvikla og levert til barne- og familieministeren.

For å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør har Medietilsynet i 2024 drive eit aktivt formidlings- og kommunikasjonsarbeid. I tillegg til haldnings- og informasjonskampanjar er det informert gjennom nettsider, pressemeldingar, nyheitsbrev, podkastar og oppdateringar i sosiale medium. Vidare har Medietilsynet gjennomført arrangement om ulike aktuelle tema, både fysisk og digitalt. Det er gjennomført 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 2024. Det er også sett i gang fleire pilotprosjekt knytt til bruk av kunstig intelligens og utarbeidd ein eigen strategi og eigne retningslinjer for dette.

Medietilsynet vurderer å ha levert i tråd med bestillingane i tildelingsbrevet for 2024. Sjå del 3 av årsrapporten for meir detaljert informasjon om aktiviteten gjennom året.



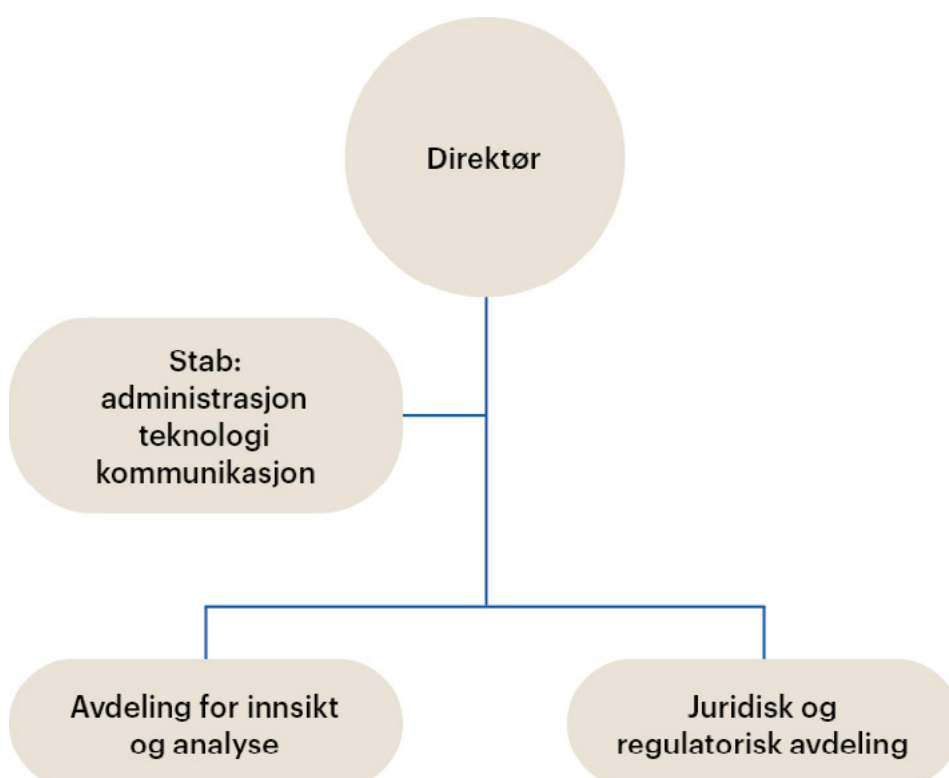
2.2 Organisasjon og leining

Medietilsynet har kontor i Fredrikstad og er leia av direktør Mari Velsand. Ved utgangen av 2024 hadde Medietilsynet 35 medarbeidarar, 26 kvinner og ni menn. Av desse var tre vikarar, mens resten var fast tilsette. To medarbeidarar slutta i Medietilsynet i 2024, og éin av desse gjekk av med pensjon. Fem begynte i verksemda, av desse var to vikarar.

Frå 2023 har Arkivverket utført oppgåver for Medietilsynet innanfor områda rekneskap, økonomi, lønn, personaladministrasjon og arkiv. Samarbeidet blei evaluert av dei to partane hausten 2024, og det var semje om at det fungerer godt og etter intensjonen.

Medietilsynet hadde ved utgangen av 2024 tre fagavdelingar: juridisk og regulatorisk avdeling, avdeling for innsikt og analyse og avdeling for kommunikasjon og rådgiving. Frå januar 2025 er det gjort nokre organisatoriske endringar. Ansvar for kritisk medieforståing er flytta frå avdeling for kommunikasjon og rådgiving til avdeling for innsikt og analyse, fordi dette arbeidet stadig blir meir innsiktsbasert. Som ei følge av dette er kommunikasjonsarbeidet lagt i ein stabsfunksjon. Vidare er det oppretta ein ny funksjon som teknologileiar, i tråd med det aukande behovet på dette fagfeltet. Frå januar 2025 har Medietilsynet dermed to fagavdelingar, juridisk og regulatorisk avdeling og avdeling for innsikt og analyse, og stabsfunksjonar innanfor kommunikasjon, teknologi og administrasjon.

Figur 1 – organisasjonskart per 1. januar 2025



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 dei direkte mediestøtteordningane. Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet.

Tabell 1 – nøkkeltal 2022–2024

	2022	2023	2024
Tal på utførte årsverk*	31	30	32
Tal på avtalte årsverk	36	32	35
Tal på tilsette	36	32	35
Løyving driftsutgifter post 01	59 937 000	59 075 000	63 745 000
Rekneskapsførte driftsutgifter post 01	58 899 180	56 821 634	60 861 742
Samla løyving post 01–99	7 424 206 000	7 686 127 000	7 979 454 000
Driftsutgifter totalt post 01–29 **	60 896 111	61 251 454	67 078 538
Utnyttingsgrad post 01–29 i prosent	96,1	96,2	96,2
Lønnsdelen av driftsutgiftene i prosent	54	51	51
Lønn og sosiale utgifter per utført årsverk	985 916	997 737	1 017 311
Samla utgiftsløyving til tilskottsordningar***	7 359 156 000	7 622 329 000	7 891 848 818

*Utførte årsverk: Utførte årsverk er talet 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 2024, 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.

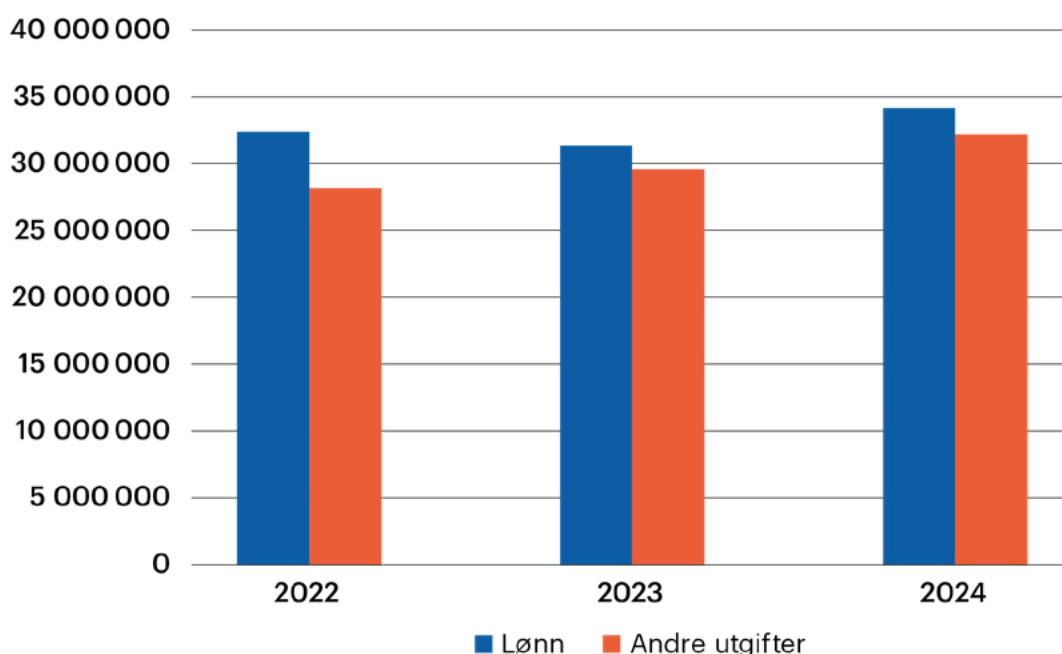


Medietilsynet hadde 35 tilsette ved utgangen av året. Lønns- og personalutgiftene utgjorde 34,4 millionar kroner i 2024, mot 31,5 millionar i 2023. Auken har samanheng med fleire tilsettingar i 2024.

Medietilsynet hadde i 2024 eit mindreforbruk på post 01 Driftsutgifter på 2,9 millionar kroner, der 0,9 millionar kroner har samanheng med lønnsoppgjeret for 2024, som først kjem til utbetaling i 2025. Ser vi post 01-29 under eitt, er det brukt 32,3 millionar kroner til andre driftsutgifter i 2024, mot 29,7 millionar kroner i 2023. Utnyttingsgraden på post 01-29 er på 96,2 prosent av løyvingane.

Tilskottsordningane blir forvalta og tildelte etter særskilde regelverk og er fordelte etter føresetnadene i ordningane.

Figur 2 – samla driftsutgifter 2022–2024

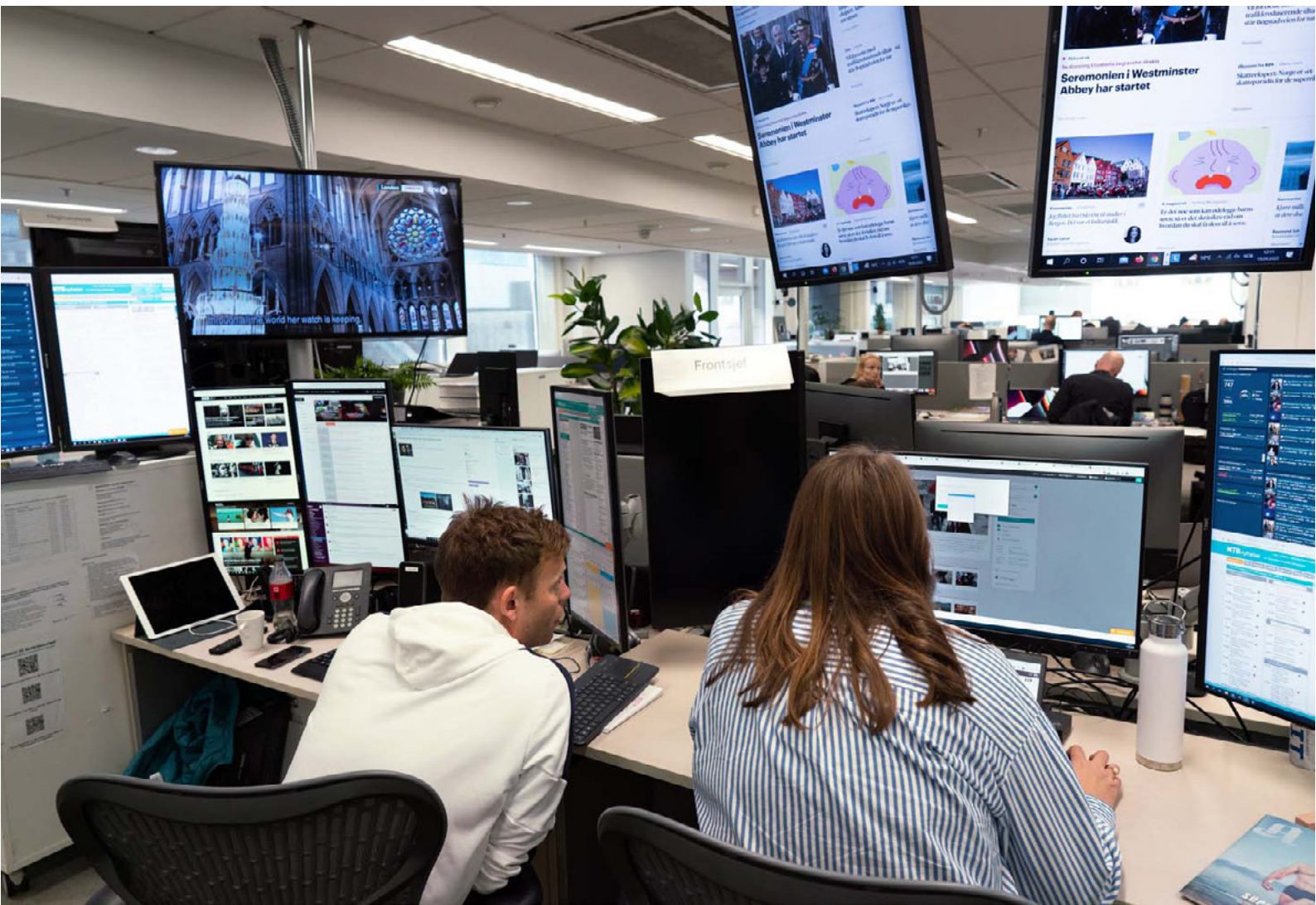


Medietilsynet disponerer også midlar utanom sitt eige driftsbudsjett til tiltak som blir finansierte gjennom handlingsplanen mot speleproblem og eit EU-prosjekt som gjeld barn og medium. Eitt EU-prosjekt blei avslutta i 2024, der Medietilsynet hadde ei løyving på om lag 3,3 millionar kroner (50 prosent av totalkostnaden). Av dette blei 1,7 millionar mottatt i 2022 og rekneskapsførte som forskottsbetalte prosjektinntekter (mellomvære med statskassa). Prosjektet blei avslutta i oktober 2024, og sluttrapport er utarbeidd. Om lag 1,6 millionar kroner i resterande midlar er forventa utbetalt i første kvartal 2025. Det er rekneskapsført ei inntekt på post 02 på 2,2 millionar kroner i 2024 tilsvarande utgifter for 2024 og meirinntektskrav.

Medietilsynet fekk i 2024 310 euro (3,4 millionar kroner) til eit nytt EU-prosjekt for perioden 2024–2026. Det er mottatt 2,2 millionar kroner i forskott (60 prosent) til prosjektet, og dette er rekneskapsført som forkottsbetalte prosjektinntekter (mel-lomvære med statskassa). Det er i 2024 også rekneskapsført ei inntekt på 0,3 millionar kroner frå denne avsetninga, som er lik utgiftene for året. Prosjektet varer til 2026, og løyvinga som står att, blir utbetalt i samband med sluttrapporteringa.

Gjennom handlingsplanen mot speleproblem fekk Medietilsynet i 2024 ei løyving på 3 millionar kroner frå Kultur- og likestillingsdepartementet på kapittel 335 Medieformål post 21 Spesielle driftsutgifter. Av denne løyvinga er det mottatt 2,2 millionar kroner for å dekke utgifter i 2024. Resterande midlar er søkt overførte til 2025.

Medietilsynet fekk i 2024 ei løyving på 2,0 millionar kroner frå Kultur- og likestillingsdepartementet under kapittel 325 Allmenne kulturformål, post 02, til to utgreiingar: utgreiing av status og framtidig utvikling av dei økonomiske føresetnadene for redaktørstyrte medium i Noreg, og utgreiing av metodar for kartlegging av systemisk risiko for spreiding av desinformasjon i sosiale medium. Det er brukt 1,7 millionar kroner i 2024, og resterande midlar blir nytta i 2025.





3 Aktiviteter og resultat i 2024

Det er i 2024 gjennomført mange aktivitetar og tiltak for å nå måla i tildelingsbrevet. Medietilsynet vurderer samla sett å ha levert resultat i tråd med måla for 2024.

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

3.1.1 Fremme mediemangfald

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.

I 2024 blei det gjort justeringar i forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Ei vesentleg justering var at beløpsgrensa for kor mykje ei avis kan få i støtte, auka frå 40 til 45 millionar kroner, mens beløpsgrensa for eit nasjonalt nisjemedium auka frå 15 til 17 millionar kroner. Auken i beløpsgrensene svarer til prisveksten i 2023 og 2024, noko som hindrar at taka for støtte utilsikta blir lågare.

Aviser som har driftsinntekter over eit visst nivå det siste rekneskapsåret, eller dei tre siste rekneskapsåra, får ei gradvis avkorting av støtta. Inntektsstaka blei justerte i tråd med prisveksten for 2023 og 2024. Tersklane for driftsinntekter er auka frå 225 millionar til 250 millionar kroner siste rekneskapsåret og frå 675 millionar til 750 millionar kroner dei siste tre rekneskapsåra.

Aviser som mista retten til tilskott som følge av overskottsavgrensinga på 2 millionar kroner siste rekneskapsåret eller 6 millionar kroner dei tre siste rekneskapsåra, kunne tidlegare få tilskott i ein overgangsperiode. Dette innebar at aviser kunne gå med stort overskott og samtidig få støtte i ein treårsperiode. Dette var uheldig med tanke på legitimiteten til tilskottsordninga, og er nå endra. Aviser som mistar retten til tilskott som følge av føresegna om overskott, får ikkje lenger tilskott i ein overgangsperiode.

Vidare blei det gjort ei endring som inneber at aviser som blir gitt ut på Svalbard, blir likebehandla med nordnorske aviser. Konsekvensen er at Svalbardposten får støtte på lik linje med nordnorske aviser.

For å sikre at avisene har ein redaktør som følger god presseskikk, er det i forskrifta presisert at redaktøren må slutte seg til allment aksepterte presseetiske standardar, som kjem fram i Redaktørplakaten og Ver varsam-plakaten.

Til slutt er kravet om spreiding av abonnentar for nasjonale aviser tilpassa nye fylkesinndelingar, og det er gjort ei presisering av fordelinga av frigjorde midlar i ordninga.

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 prosjekttilskott.

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 samfunnsspørsmål. Ordninga er plattformnøytral og likestiller papirutgåver og digitale utgåver.

I 2024 fekk 162 aviser produksjonstilskott på til saman 424,4 millionar kroner, mens 401,8 millionar kroner blei fordelte på 156 aviser i 2023.

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 212 millionar kroner av dei 424,4 millionane som blei fordelte i 2024. Klassekampen fekk mest støtte med 45 millionar kroner, som er den maksimale støtta ei avis kan få etter den reviderte forskrifta. Bergensavisen, Morgenbladet og Dagsavisen har dei neste plassane på lista over dei største tilskottsmottakarane.

16 nye aviser søkte om produksjonstilskott i 2024. Av desse fekk seks aviser tilskott, og dei var alle lokalaviser: Oppegård Avis, Akersposten, Nordre Aker Budstikke, Grimstad Adresse-Tidende, Stjørdalsnytt og Frøya.

13 publikasjonar fekk avslag på søknaden, i hovudsak fordi Medietilsynet vurderte at dei ikkje oppfylte eitt eller fleire vilkår i forskrifta. Dei som fekk avslag, var Altinget, Watch Media, Kampanje, Motparten, Jessheimpuls, IT-avisa Hvaler Budstikke, iNyheter, Samtiden, Psykologisk.no, Møre-Nytt, Åndalsnes Avis og Vestlandsnytt.



Tabell 2 – produksjonstilskott 2022–2024 (tal i millionar kroner)¹

	2022		2023		2024	
	Antal medium	Tilskott	Antal medium	Tilskott	Antal medium	Tilskott
Nummer to-medium	41	278,4	58	299,2	61	321,5
Nummer éin- og aleinemedium	105	104,6	98	102,6	101	102,9
Totalt	146	383,0	156	401,8	162	424,4

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. Tilskottsordninga omfattar også ikkje-lineære bildeprogram og podkastar som hovudsakleg er retta mot eit lokalt publikum. Lokalradioverksemder og selskap med anleggskonsesjon kan søke om tilskott til å digitalisere lokalradioen og bygge ut digitale lokalradionett i Lokalradioblokka.

Medietilsynet fekk i 2024 441 søknader om til saman 60 millionar kroner etter denne støtteordninga. 23 millionar kroner blei fordelt på 109 mottakarar. Om lag halvparten av midlane gjekk til å digitalisere lokalradioar. 8,5 millionar kroner gjekk til vedlikehald/drift av lokale DAB-sendarar og til å dekke delar av utgiftene som 57 lokalradioverksemder har med å sende på DAB. I tillegg fekk ni prosjekt 3,4 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.

Ikkje-lineære bildeprogram og podkastar med program for eit lokalt publikum fekk i 2024 støtte til programproduksjon for første gong. Tre podkasttenester fekk til saman 0,5 millionar kroner, medan to ikkje-lineære bildeprogram fekk til saman 0,3 millionar i støtte.

Overgangen til sendingar på DAB er framleis krevjande for lokalradioverksemdene. Norsk Lokalradioforbund (NLR) fekk derfor også i 2024 midlar til å hjelpe lokalradioverksemdene med overgangen til DAB. Lokalradioverksemdene har blant anna fått teknisk bistand og rådgiving, noko som har gjort det enklare å gå over til DAB.

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.

Tabell 3 – tilskott til lokale lyd- og bildemedium 2022–2024 (tal i millionar kroner)

	2022	2023	2024
Totalt	21,6	21,5	23,0
Tilskott til digitalisering av lokalradio	11,1	11,2	11,9
Prosjekttilskott til lokale programproduksjonar	6,9	5,2	5,9
Prosjekttilskott til kompetansehevande tiltak	0,4	1,7	1,6
Prosjekttilskott til utviklingsprosjekt	0,5	0,4	0,3
Driftstilskott til etniske og språklege minoritets-grupper	0,5	0,7	1,0
Driftstilskott til samanslutningar for lyd- og bildemedium	2,2	2,3	2,3

Tilskott til medieforsking

Støtte til medieforsking skal gå til forskingsprosjekt som kan ha praktisk nytteverdi. I tillegg til den ordinære støtta på 4 440 000 kroner var 750 000 kroner i 2024 til forskning på dataspel gjennom handlingsplanen mot speleproblem.

Seks mastergradstudentar og ni forskingsprosjekt fekk støtte i 2024. Prosjekt som omhandla kritisk medieforståing og mediemangfald, blei særleg prioriterte.

Tilskottsmottakarane leverer rapport og rekneskap for tildelte midlar året etter tilskottsåret, og Medietilsynet følger opp at alle tilskottsmottakarane rapporterer.



Tabell 4 – tilskott til medieforskning 2022–2024

	2022	2023	2024
Totalt tilskott i kroner	4 060 000	4 270 000	4 440 000
Tal på mottakarar – medieforskning	13	10	9
Tal på mottakarar – masterstipend	6	7	6

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 2024 fordelte Medietilsynet 22,8 millionar kroner til 41 ulike prosjekt innanfor denne ordninga. Det kom 71 søknader om til saman 60 millionar kroner. Om lag 75 prosent av midlane gjekk til små, lokale nyheits- og aktualitetsmedium. Fleire fekk støtte til KI-prosjekt, blant anna eit samarbeidsprosjekt mellom fleire lokalaviser som skal prøve ut kunstig intelligens som verktøy for fordjupande og vesentleg journalistikk. Det blei også gitt støtte til eit anna samarbeidsprosjekt med mange lokalaviser, der målet er å bruke analysar i utviklinga av redaksjonelt innhald.

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

Av prosjekta som fekk tilskott i 2023, blei om lag halvparten ferdigstilte i 2024. Fleire av prosjekta er av ulike årsaker forseinka. Medietilsynet følger opp at alle tilskottsmottakarane rapporterer på bruken av tilskottsmidlar.

Tabell 5 – tilskott til innovasjons- og utviklingstilskott 2022–2024 (tal i millionar kroner)

	2022	2023	2024
Innovasjons- og utviklingstilskott	20,9	21,5	22,8

Andre tilskottsordningar

Medietilsynet tildelte i 2024 også tilskott til samiske aviser og tilskott til etterutdanning.

Tilskott 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 23,2 millionar kroner og 17,8 millionar kroner i støtte i 2024. Ávvir blir gitt ut på nordsamisk, mens Ságat i hovudsak har innhald

på norsk. Avisene har den samiske befolkninga som hovudmålgruppe. Snåsningen fekk 760 178 kroner for innstikk på sørsamisk, mens NordSalten Avis fekk 950 222 kroner for innstikk på lulesamisk.

NordSalten Avis søkte om produksjonstilskott som samisk avis, men fekk avslag fordi Medietilsynet vurderte at avisa ikkje har den samiske befolkninga som hovudmålgruppe. Avisa har klaga på vedtaket, og saka er til behandling i Medieklagenemnda.

Det blir også gitt tilskott til andre medietiltak. Fordelinga er øyremærkt i statsbudsjettet, og midlane går til Institutt for Journalistikk (IJ), Landslaget for lokalaviser (LLA), Nordiske Mediedager, Kristelig Pressekontor og Senter for undersøkende journalistikk (SUJO). I 2024 utbetalte Medietilsynet også tilskottet til NRK og kompensasjon for kommersiell allmennkringkasting til TV 2.

Tabell 6 – tilskott til samiske aviser og tilskott til andre medietiltak 2022–2024

	2022	2023	2024
Distribusjonstilskott	2 320 000	Avvikla	Avvikla
Tilskott til samiske aviser	39 155 000	41 171 000	42 760 000
Tilskott til andre medietiltak	9 470 000	9 645 000	9 980 000
Tilskott til NRK	6 721 680 000	6 965 639 000	7 216 454 000
Kompensasjon for kommersiell allmennkringkasting til TV 2	135 000 000	135 000 000	150 000 000

3.1.1.2 Lokalradiokonsesjonar på FM og DAB

Talet på lokalradiostasjonar som framleis sender på FM, gjekk ned frå 201 i 2023 til 179 i 2024.

Talet på innhaldskonsesjonar på DAB i Lokalradioblokka har gått opp frå 302 i 2023 til 328 i 2024. I Riksblokk II har det vore ein mindre nedgang, frå 25 til 22.

Tabell 7 – tal på lokalradiokonsesjonar på FM og DAB 2022–2024

	2022	2023	2024
Lokalradiokonsesjonar på FM	227	201	179
Lokalradiokonsesjonar på DAB*	346	327	350

* Innhaldskonsesjonar i Lokalradioblokka og Riksblokk II

Tabell 8 – tal på innhaldskonsesjonar på FM 2022–2024

	2022	2023	2024
Innhaldskonsesjonar	227	201	179

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

Tabell 9 – tal på innhalds- og sendaranleggs-konsesjonar på FM 2022–2024

	2022	2023	2024
Reine innhaldskonsesjonar	78	58	43
Innhalds- og sendaranleggs-konsesjonar	149	143	136

Tabell 10 – tal på innhaldskonsesjonar på DAB 2022–2024

	2022	2023	2024
Lokalradioblokka	325	302	328
Riksblokka	18	19	19
Riksblokk II	21	25	22

Tabell 11 – tal på sendaranleggs-konsesjonar på DAB 2022–2024

	2022	2023	2024
Lokalradioblokka	36	36	36
Riksblokk II	1	1	1
Riksblokk II	21	25	22

Undersøking blant lokalradiokonsesjonærane

Ved årsskiftet 2023/2024 gjennomførte Medietilsynet ei undersøking blant lokalradiokonsesjonærane for å kartleggje lokalradiomarknaden nærmare. Undersøkinga var ein del av forarbeidet knytt til arbeidet med Mediemangfaldsrekneskapen. Alle aktørane som hadde konsesjon for drift av lokalradio på FM eller DAB, eller som kringkasta lokalradio både på FM og DAB, blei kontakta av Medietilsynet.

Undersøkinga avdekte fleire tilfelle der det ikkje var verksemd i konsesjonar til lokalradiodrift. 66 DAB-konsesjonar i Lokalradioblokka og Riksblokk II, eigd av 22 ulike føretak, og som anten ikkje var tatt i bruk eller hadde avvikla verksemda, blei sletta frå konsesjonærregisteret. 15 av desse har avvikla all lokalradioverksemd på DAB (og i nokre tilfelle også på FM). 25 FM-konsesjonar eigd av elleve ulike føretak blei også sletta. Åtte av desse konsesjonærane har slutta heilt med lokalradioverksemd. For å sikre at konsesjonane er i drift, har Medietilsynet innført nye konsesjonsvilkår som inneber ein frist på tre månader for oppstart og krav om å melde frå når konsesjonen er i drift. Dersom Medietilsynet ikkje får ei slik oppstartsmelding, kan konsesjonen bli sletta.

Om lag to tredelar av dei førnemnde innhaldskonsesjonane blei sletta som følge av informasjonen som kom fram i undersøkinga. Dei andre FM- og DAB-innhaldskonsesjonane er leverte tilbake eller har fått status som opphøyrd på grunn av andre forhold.

Nye konsesjonar for drift av lokalradio på FM eller DAB

I 2024 tildelte Medietilsynet 89 DAB-innhaldskonsesjonar, av desse var 83 i Lokalradioblokka og seks i Riksblokk II.

Medietilsynet tildelte tre FM-konsesjonar, og alle blei gitt til aktørar som driv lokalradio frå før.

Overføring av FM-konsesjonar

Etter kringkastingsforskrifta skal Medietilsynet godkjenne søknader om å overføre konsesjonar frå ein aktør til ein annan. I 2024 har Medietilsynet godkjent overføring av tolv FM-konsesjonar inkludert seks innhaldskonsesjonar, fem innhalds- og sendaranleggskonsesjonar og éin sendaranleggskonsesjon.

3.1.1.3 Utsegner til Konkurransetilsynet

Ved føretakssamanslutningar på medieområdet uttaler Medietilsynet seg til Konkurransetilsynet om eventuelle konsekvensar for mediemangfaldet. Medietilsynet uttalte seg i fire slike saker i 2024, mot tre i 2023. Medietilsynet fann ikkje at negative konsekvensar gav tilstrekkeleg grunnlag for å gå imot desse transaksjonane. Dei fire sakene om føretakssamanslutningar omhandla oppkjøp av til saman fem avistitlar.

3.1.1.4 Europeiske reguleringar

Europakommisjonen har innført ei rekke endringar av regelverket på mediefeltet. Ingen av endringane var ved utgangen av 2024 gjennomførte i norsk rett.

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.

Medietilsynet deltar i European Regulators Group of Audiovisual Media Services (ERGA), som er eit rådgivande organ for Europakommisjonen. ERGA har vore svært involvert i arbeidet med å utvikle dei nye regelverka, og 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 ytringsfridommen, informasjonsfridommen og pressefridommen i Noreg.

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 har vore handheva av Europakommisjonen sidan juni 2023 og av 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 nasjonalt, i samarbeid med andre tilsynsmyndigheiter. Dersom globale eller utanlandske tenester, for eksempel sosiale medium eller søkemotorar, bryt regelverket i Noreg, har koordinatoren ansvaret for å sikre at brottet blir etterforska og handheva, enten av Europakommisjonen eller av koordinatoren i landet der tenesta er etablert. I februar 2025 blei det avklart at Nkom får rolla som DSA-koordinator i Noreg. I tillegg får både Medietilsynet, Forbrukartilsynet og Datatilsynet tilsynsansvar.

Medietilsynet har i 2024 sett på 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. Arbeidet med å utvikle ein metodikk for å analysere korleis sosiale medium og andre store internettplattformer påverkar det offentlege ordsiftet i Noreg, blei starta opp i 2024. Eit mål er å sjå om tiltaka som plattformene har mot desinformasjon og for vern av barn og unge, er tilstrekkelege sett opp mot dei nye reguleringane.

Den europeiske mediefridomsforordninga (European Media Freedom Act – EMFA) skal verne om sjølvstendet til redaksjonelle medium, både når det gjeld statleg og privat påverknad, inkludert moderering av det redaksjonelle innhaldet på globale plattformer. Medietilsynet får fleire nye tilsynsoppgåver i samband med dette regelverket. EMFA treddi i kraft i medlemslanda i mai 2024 og blir handheva i sin heilskap frå august 2025. Som ein del av EMFA blei det frå februar 2025 oppretta eit europeisk medieråd, der mediemyndigheiter frå 27 EU-land og tre EFTA-land deltar. Dette rådet erstattar ERGA. Medierådet får oppgåver knytte til EMFA og direktivet for audiovisuelle meldetenester, og skal vere uavhengig av Europakommisjonen.

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. TTPA tredde i kraft våren 2024, og blir handheva frå hausten 2025. Forordninga heng tett saman med DSA og bransjenorma mot desinformasjon (nærmare omtalt i del [3.2.4](#)).

Også andre europeiske regelverk får stor innverknad på medieområdet.

Forordninga om kunstig intelligens (AI Act) har som mål å motverke negative konsekvensar av kunstig intelligens som er i bruk i anbefalingsalgoritmane til nternettplattformene og KI-drivne chatbotar. **Forordninga om digitale marknad (Digital Markets Act)** skal redusere teknologigigantane sitt misbruk av konkurranse-makt i digitale marknader og gi meir openheit om den digitale annonsemarknaden. Dette kan komme norske redaktørstyrte medium til gode.

3.1.1.5 Kommunikasjon om mediemangfald

Eit sterkt mediemangfald er viktig for å kunne sjå ulike kjelder og opplysningar opp mot kvarandre, og få ulike vinklingar av ei sak. Medietilsynet har som mål å auke kunnskapen blant folk om verdien av mediemangfaldet, om redaktørstyrte medium, og om korleis desse skil seg frå andre informasjonskjelder. Dette blir stadig viktigare, ettersom den teknologiske utviklinga både gjer det enklare å produsere og spreie feil- og desinformasjon og vanskelegare å oppdage det. I 2024 blei det blant anna gjennomført ein informasjonskampanje retta mot foreldre for å oppmode dei til å snakke med barna sine om kva for informasjons- og nyheitskjelder dei kan stole på.

Medietilsynet legg vekt på god ekstern informasjon om dei ulike mediestøtte-ordningane, eksempelvis når det gjeld utlysing og tildeling av midlar. Informasjonen blir formidla både gjennom pressemeldingar, nyheitsbrev og sosiale medium.

I 2024 arrangerte Medietilsynet eit ope møte i samband med publiseringa av ein ny rapport om status og utvikling for innhaldsmangfaldet i Noreg. Rapporten var ein del av Mediemangfaldsrekneskapen. Arrangementet blei strøymt og fekk også god dekning i media. Det blei også gjennomført ulike informasjonstiltak knytt til ein ny rapport om status og utvikling for avsendarmangfaldet og rapportane om tilsyn med korleis NRK og TV 2 oppfyller forpliktingane sine.

For meir om Medietilsynets kommunikasjonstiltak – sjå punkt [3.3.1.1](#).



3.1.2 Utvikle og gjere ny innsikt tilgjengeleg

3.1.2.1 Mediemandfaldsrekneskapan

Mediemandfaldsrekneskapan (MMR) er eit viktig tiltak for å få auka kunnskap om statusen for det norske mediemandfaldet og korleis det utviklar seg over tid. Gjennom jamlege rapportar skal MMR gi innsikt i dei ulike aspekta ved mediemandfaldet: 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 justeringar for å oppfylle dei mediepolitiske måla. Mediemandfaldsrekneskapan er eit svar på Kultur- og likestillingsdepartementets ønske om meir jamlege statusvurderingar for å få eit oppdatert og godt faktagrunnlag for mediepolitikken, og den er eit viktig grunnlag når dei fireårige styringssignala for NRK og den direkte mediestøtta skal utformast.

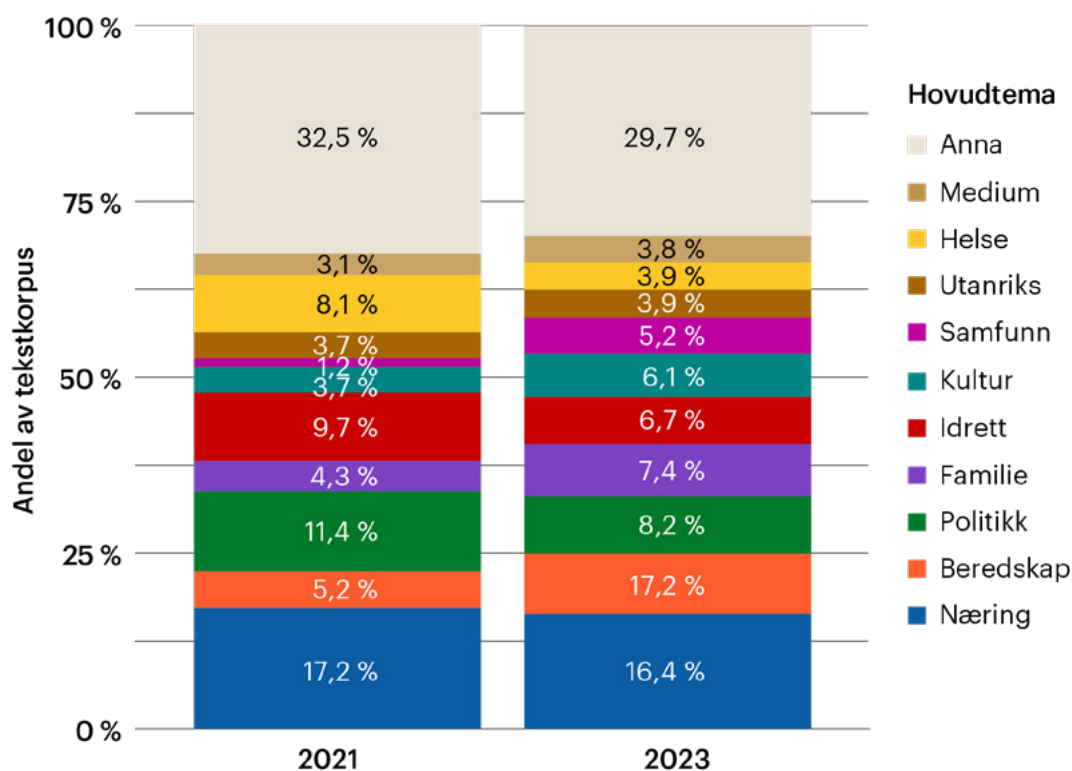
Kunnskapen skal også bidra til større merksemd om kor viktig mediemandfald er for samfunnet, og til å synleggjere den rolla redaktørstyrte journalistiske medium har i den demokratiske infrastrukturen for den offentlege samtalen. Denne viktige rolla er også knytt til beredskapen dei redaktørstyrte media gir befolkninga i møte med eit fragmentert medielandskap, der det stadig blir enklare å både produsere og spreie feil- og desinformasjon. Mediemandfaldsrekneskapan følger utviklinga langs fleire målbare indikatorar, for eksempel talet på redaktørstyrte journalistiske medium på ulike geografiske nivå, breidda i den journalistiske dekninga og bruken av redaksjonelt nyheitsinnhald i befolkninga. Det er også eit viktig mål å bidra til at eigarforhold er opne, og å vise kva redaktørstyrte medietilbod som finst i Noreg. Rapportane skal gi eit faktabasert grunnlag for relevante diskusjonar i bransjen og i interaksjonen mellom styresmaktene, bransjen og allmenta.



Frå framlegginga av Innhaldsmangfaldsrapporten i desember 2024. Frå venstre Mari Velsand frå Medietilsynet, Helje Solberg frå NRK, Eirik Hoff Lysholm frå Avisa Oslo og Stian Eisenträger frå Faktisk. (Foto: Medietilsynet)

I 2024 publiserte Medietilsynet for andre gong [ein rapport om innhaldsmangfaldet i Noreg](#). Til grunn for rapporten låg blant anna ein stordataanalyse av temabreidda i over 250 norske nettaviser i 2023. Sett opp mot undersøkingar i 2020 og 2021 viste rapporten at temadekninga til dei norske nettavisene er rimeleg stabil. Analysar for dei tre åra viser at norske nyheitsmedium i stor grad formidlar tema som er viktige for at dei skal oppfylle den demokratiske rolla si. Det er få store tematiske forskjellar mellom dei nasjonale breiddemedia, men temavariasjonane er likevel store nok til at Nettavisen, VG, Aftenposten, NRK, TV 2 og Dagbladet står fram med ulike innhaldsprofilar. Samanliknar vi nasjonale breiddemedia med nisjemedier, er temaforskjellane større, noko som gjer at desse aktørane utfyller kvarandre. Analysen bekreftar også at medium på ulike geografiske nivå har forskjellige roller. Mens det er forskjellar ut frå det geografiske nivået, liknar innhaldsprofilane til lokal- og regionalmedia kvarandre uavhengig av om dei får produksjonstilskott eller ikkje. Vidare viste analysen at dei små og dei mellomstore lokalavisene hadde den jamnaste tematiske dekninga, noko som betyr at desse publikasjonane dekker saker som er viktige for lokalsamfunnet i brei forstand. Funna støttar opp om at produksjonstilskottet bidrar til å oppretthalde nyheitsredaksjonar over heile landet og stimulerer til konkurranse i avismarknaden.

Figur 3 – dei ti største hovudtemaa i norske nettaviser i 2021 og 2023

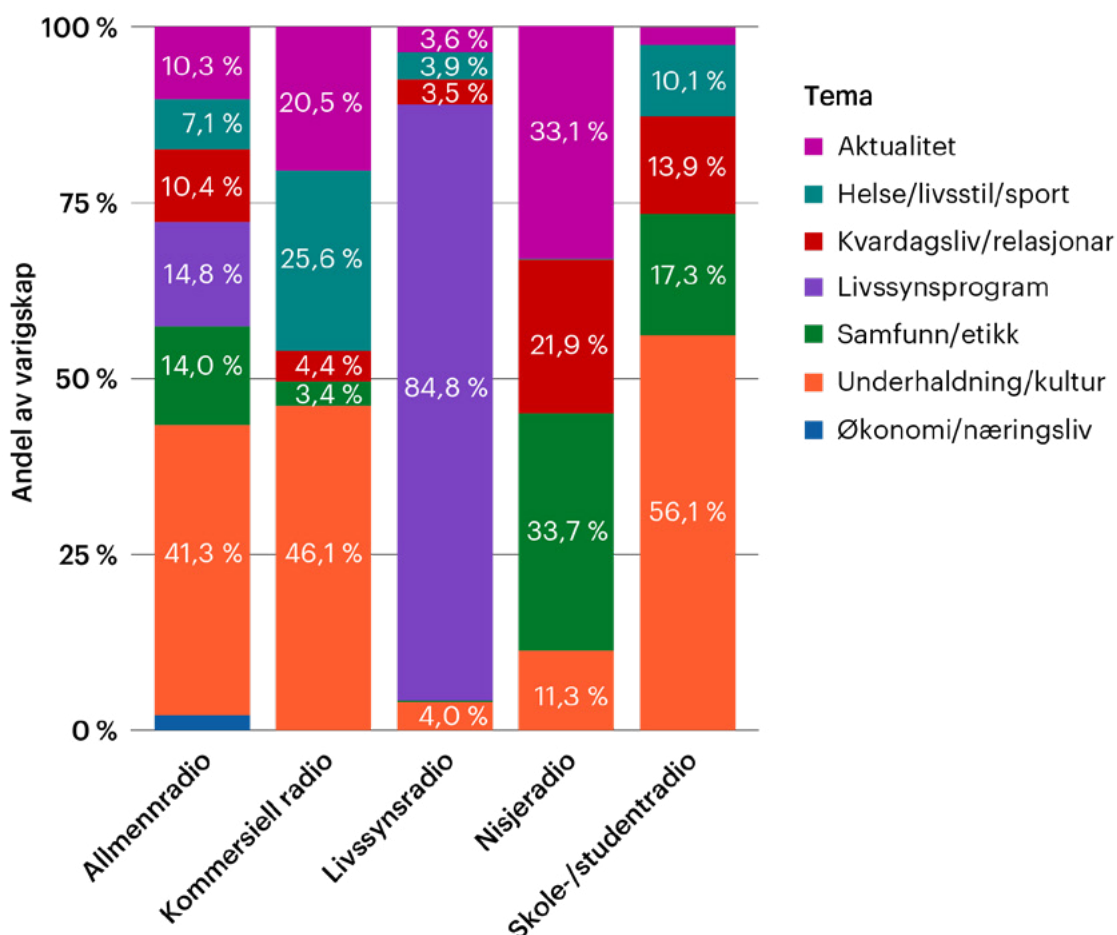


Rapporten om innholdsmangfold hadde også ny og grundig informasjon om innholdstilbudet i norske radiokanalar på nasjonalt og lokalt nivå. Målet var å få større innsikt i kva lydmedia betyr for mediemangfoldet, blant anna sett i lys av at lokalradiobransjen står overfor krevjande problemstillingar og utfordringar. Rapporten frå Medietilsynet om [den økonomiske utviklinga i mediebransjen for 2019 til 2023](#) teikna eit relativt dystert bilde av den driftsøkonomiske situasjonen for lokalradiobransjen. Dette gjaldt både omsetning, lønnsemd og forholdet mellom dei ulike inntektskjeldene. Rapporten om innholdsmangfoldet belyste korleis radiomarknaden både er dynamisk og stabil på same tid. Mens det på nasjonalt nivå er tre store radioeigarar og eit stabilt styrkeforhold etter overgangen frå FM til DAB, er lokalradioane framleis i ein digital transformasjon, der eigarstruktur og det samla innholdstilbudet er i endring. Analysane av radiomarknaden viser at både nasjonale radioverksemdar og lokalradioverksemdene tilbyr eit breitt innholdstilbod, både nyheits- og aktualitetsstoff, underhaldning og musikk. Rapporten peiker på område der NRK styrker mediemangfoldet ved å bidra med innhald som dei kommersielle aktørane P4-gruppen og Bauer Media formidlar mindre av, som for eksempel dekning av kultur, nyheiter og aktualitetar, norsk musikk, norske komponistar og utøvarar, meir verbalt innhald og større tema- og sjangerbreidde.

Lokalradioverksemdene har frå oppstarten i 1982 vore mangfaldige i organisering, finansiering og innhald. Både foreiningar, minoritetsgrupper, undervisningsinstitusjonar og kommersielle aktørar driv lokalradio. Rapporten om innholdsmangfold viste også at lokalradioane skil seg frå kvarandre i geografisk dekningsområde. Lokalradiomarknaden famnar alt frå ultralokale stasjonar med lokale eigarar til større eigarar som formidlar det same innholdstilbudet gjennom fleire innholdskonsepsjonar og på tvers av fleire fylke. Nokre innholdsprofilar i lokalradiomarknaden har eit seminasjonalt nedslagsfelt. Analysane i rapporten belyser korleis innholdstilbudet, temabreidda og sjangerbreidda er forskjellige i dei ulike lokalradiotypene. Over 60 prosent av innholdsprofilane har verken eit bestemt tematisk fokus eller rettar seg mot særskilde målgrupper. 13 prosent har ein religions- eller livssynsprofil, i overkant av 5 prosent er minoritetsradioar, og ein like stor del er skole- og studentradioar. I spørjeundersøkinga Medietilsynet gjennomførte, rapporterte lokalradioane totalt om omlag 1700 frivillige medarbeidarar, og stadfesta dermed den lange tradisjonen for frivillig ulønt arbeid i bransjen. Lokalradioane rapporterte til samanlikning om lag 270 lønte medarbeidarar, der 40 prosent blir sysselsette av fire av dei store lokalradioeigarane. I lys av at lønnsemda i lokalradioane er dramatisk forverra dei siste åra, peiker Medietilsynet i rapporten på utfordringane dette skaper for høvet dei har til å bidra til å styrke det samla innholdsmangfoldet.



Figur 4 – temabreidde i lokalradioverksemdene (ekskludert nyheitstema).
Prosentandelen i figuren er basert på tid for alle innslag med tema (basert på koding av eit innspelingsdøgn for 40 radiostasjonar). Berre prosentandelar over 3 prosent er viste med tal i figuren.



I 2024 oppdaterte Medietilsynet også [status for avsendarmangfaldet](#). Rapporten viste at Noreg stadig har mange redaktørstyrte medium, både breidde- og nisjemedium, på ulike geografiske nivå og på forskjellige plattformer. Rapporten 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 73,1 prosent av det totale avisopplaget i 2023. Både i 2023 og 2024 har dei store aviseigarane kjøpt opp fleire lokalaviser, noko som kjem til å auke eigarkonsentrasjonen ytterlegare. Fire av ti lokalradiokonsesjonar var per 1. desember 2024 samla hos dei tre største lokalradioeigarane. Samtidig bremsa den kraftige veksten i innhaldskonsesjonar på DAB som har prega lokalradiomarknaden dei seinare åra, og ein del lokalradioaktørar avvikla verksemda i 2024. Sjå nærmare i punkt [3.1.1.2](#).

Rapporten om avsendarmangfald dokumenterer at konsolidering og samarbeid er eit vedvarande trekk i den norske mediemarknaden. For lokalradioane er utbygginga av DAB-sendarnett kostnadskrevjande, og det er naturleg at dei største lokalradioaktørane driv det meste av utbygginga. Dei uavhengige avisene går inn i partnerskap om digital infrastruktur med dei store mediekonserna. Den teknologiske utviklinga gjer det krevjande å stå aleine, særleg for små aktørar. Felles eigarskap og strategiske partnerskap – som gir tilgang til felles løysingar og digital innovasjonskraft – kan bidra til å sikre framtidig driftsgrunnlag for små lokalaviser og dermed vere positivt for mediemangfaldet. I eit mangfaldsperspektiv er det samtidig viktig at konsolideringa ikkje fører til at dei redaksjonelle produkta blir likare og medium mistar eigenarten sin. Medietilsynet har så langt ikkje sett noko som tyder på at oppkjøp og utstrekt samarbeid har som formål å legge ned sjølvstendige redaksjonelle einingar. Men det blir viktig å fortsette å kartlegge forhold som kan påverke det norske mediemangfaldet, og som på sikt kan utfordre føresetnadene for å ta hand om det journalistiske samfunnsoppdraget.

Resultata frå Mediemangfaldsrekneskapen er i 2024 delte og drøfta med bransjen, forskingsmiljø og avgjerdstakarar. Medietilsynet erfarer at Mediemangfaldsrekneskapen bidrar til nyttige refleksjonar og er viktig for å forstå utviklinga i det norske mediemangfaldet. I 2025 blir datagrunnlaget som blir samla og samanstillt i desse rapportane, blant anna nytta i arbeidet med faktagrunnlaget som skal ligge til grunn for nye fireårige styringssignal på medieområdet. Våren 2025 kjem ein ny status for bruksmangfaldet i Noreg. Stabil, høg tillit til og bruk av norske redaktørstyrte journalistiske medium på tvers av kjønn og alder kjenneteiknar bruksmangfaldet. Noreg er verdsleiande i betaling for digitale nyheiter, og den offentlege allmennkringkastaren NRK har høg oppslutning. Desse faktorane er sentrale for eit godt bruksmangfald i Noreg, og blei nyleg løfta fram som avgjerande for å motverke skadeverknadene av desinformasjon i Totalberedskapsmeldinga².

Mediemangfaldsrekneskapen støttar opp om at det ofte er positive samanhengar mellom dei tre indikatorane tillit, bruk og betalingsvilje for redaksjonelt nyheitsinnhold. Dersom sosiale forskjellar i mediebruksmønstra aukar, kan det oppstå informasjonskløfter mellom ulike grupper i samfunnet. Derfor er det viktig å følge med på utviklinga for faktorar som kan påverke mediemangfaldet.

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, som produserer og formidlar nyheiter, kritisk og undersøkende journalistikk og debatt frå ulike samfunnsområde. Eit mangfald av medium som i stor grad er sjølvstendige overfor

² [Meld. St. 9 \(2024–2025\) Totalberedskapsmeldingen — Forberedt på kriser og krig](#)

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 hente inn 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. Oversikta over dei norske medieaktørane, eigarforholda og den geografiske spreinga av avis-, radio- og tv-verksemder blir i 2025 også tilgjengeleg i Mediedatabasen, som kjem i ei ny og oppdatert utgåve på Medietilsynets nettsider.

Avismarknaden har tradisjonelt vore desentralisert, kjenneteikna av små og store utgivarstader spreidde over heile landet. Talet på aviser som tar betalt for innhaldet og får berekna opplag, auka i 2023 til 250, frå 244 i 2022. Sju aviser fekk berekna opplag for første gong i 2023 i samband med søknad om produksjonstilskott.

Dei største aktørane i avismarknaden

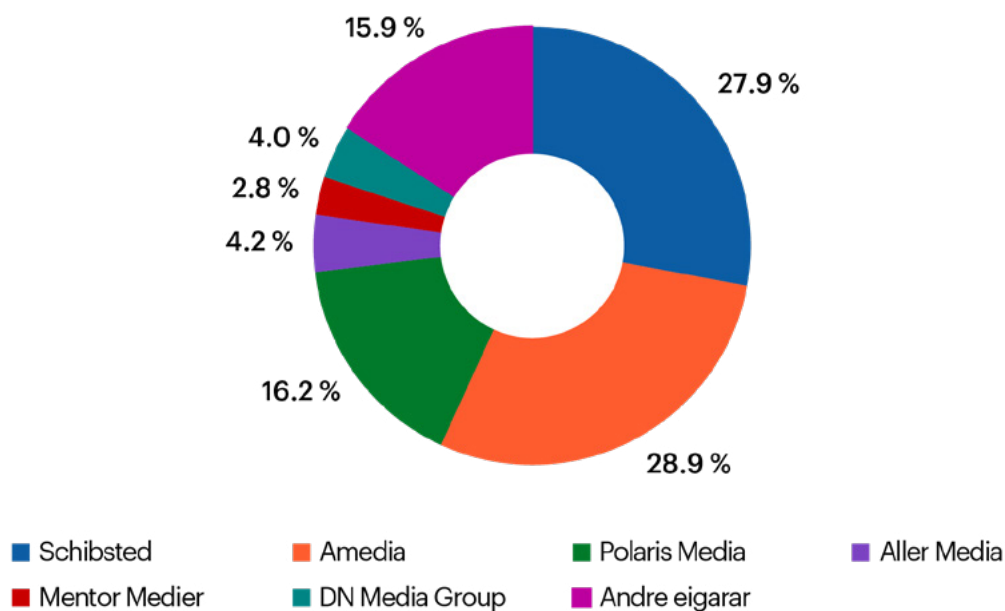
Svært mange av avisene er eigde av dei tre største konserna Amedia, Schibsted og Polaris Media. Desse konserna har ulike geografiske tyngdepunkt, som inneber at det er ein høg grad av eigarkonsentrasjon i fleire ulike geografiske område. Målt i opplag kontrollerte dei to største mediekonserna respektive 28,9 prosent og 27,9 prosent av marknaden i 2023. Polaris Media er framleis den tredje største aktøren i avismarknaden, med 16,2 prosent.

I 2023 var 86,5 prosent av opplaget til dei nasjonale avisene kontrollert av dei seks største aviskonserna.³ Blant lokal- og regionalavisene var 82,5 prosent av opplaget kontrollert av dei største aviskonserna.

Ei rekke mindre eigarar som kvar for seg har mindre enn 2 prosent av totalopplaget, kontrollerer éi eller nokre få aviser. I denne gruppa med aviser, som samla utgjør 15,9 prosent av totalopplaget, har fleire av aktørane strategisk samarbeid med dei store konserna, for eksempel om distribusjon, annonsar og tilgang til digital plattform.

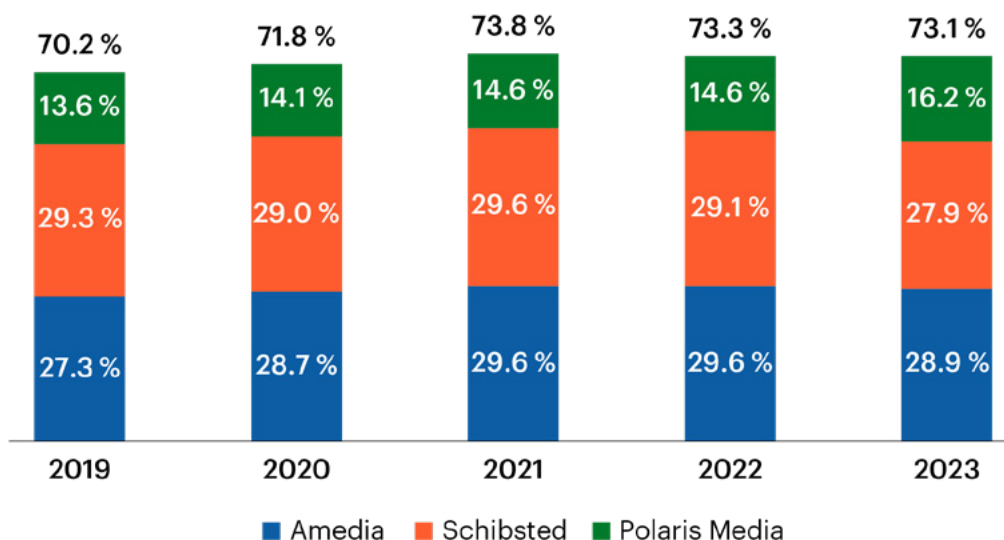
³ Amedia, Schibsted, Polaris Media, Aller Media, DN Media Group og Mentor Medier

Figur 5 – andel av det totale avisopplaget i 2023 fordelt på dei største eigarane
(Kjelde: Medietilsynet og MBL/LLA)



Til saman kontrollerte dei tre største eigarane, Amedia, Schibsted og Polaris Media, 73,1 prosent av det totale avisopplaget i 2023. Den delen av opplaget som desse tre mediekonserna kontrollerer, auka kvart år frå 2016 til 2021. I 2022 og 2023 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, og at fleire aviser fekk berekna opplag enn året før.

Figur 6 – andel av det totale opplaget for dei tre største mediekonserna 2019–2023
(Kjelde: Medietilsynet og MBL/LLA)



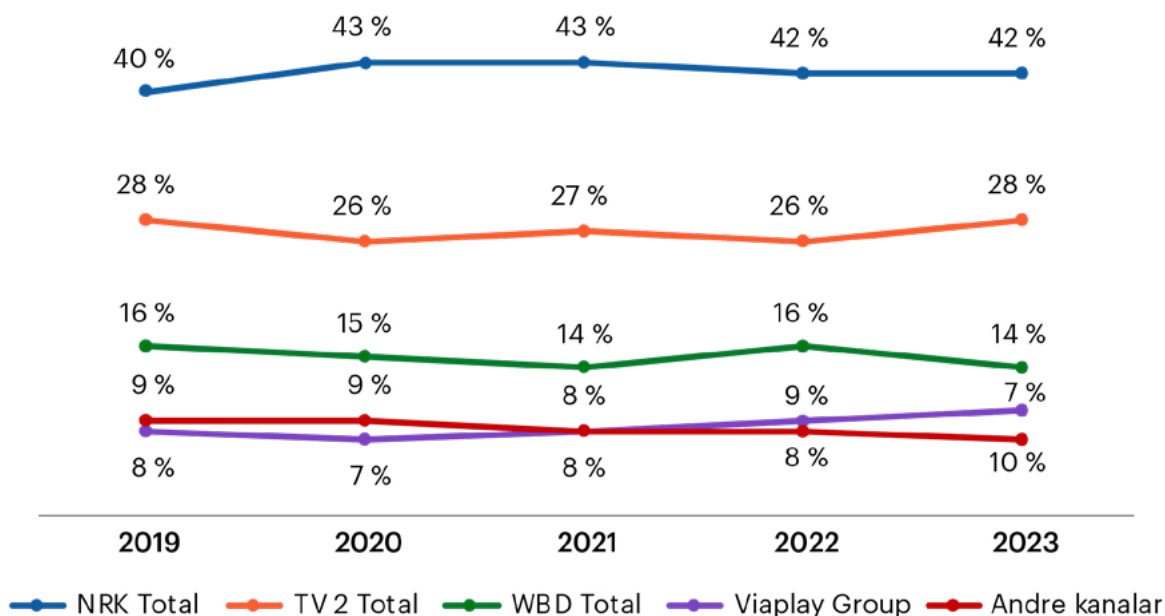
Dei største mediekonserna gjorde fleire oppkjøp i 2024, som dei føregåande åra. Dette kjem til å auke eigarkonsentrasjonen i avismarknaden ytterlegare.

Polaris Media har kjøpt lokalavisa Setesdølen. I tillegg kjøpte Polaris Media 55 prosent av aksjane i Hallingdølen, som blei lagde under eit nyoppretta delkonsern, Polaris Media Øst AS. I 2024 blei Avisa Hordaland, Vaksdalsposten og Kronstadposten ein del av Amedia-konsernet. RA, ei ny digital byavis for Stavanger, blei lansert 1. oktober 2024.

I tillegg til at dei tre største mediekonserna i avismarknaden kvar for seg har fullt eigarskap i ein stor andel av avisene i Noreg, har dei også mindre eigarskap i andre norske mediehus og eigarskap i mediehus utanfor Noreg. Detaljar kring eigarskapet til mediekonserna går fram i rapporten [Mediemangfald i eit avsenderperspektiv](#) som blei publisert i desember 2024.

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 marknadsdel på 94 prosent. Norske tv-sjåarar har tilgang til mange kanalar, men berre eit fåtal av desse har ein sjåardel på over 5 prosent. Kanaltilbodet til dei norske allmennkrinkastarane har den sterkaste posisjonen målt i sjåartal, og posisjonen har vore stabil over tid.

Figur 7 – marknadsandelane til tv-eigarane 2019–2023 (Kjelde: Kantar Media TVOV «Årsrapport for konsum av TV og online video i Norge 2023»)



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 blant dei tre mest brukte i 2023, saman med den globale strøymetenesta Netflix, i Kantars måling av bruken av strøymetenester kvar veke.

Tre store nasjonale aktørar har heile den nasjonale radiomarknaden: NRK, P4-gruppen og Bauer Media. I 2023 var NRK den største eigaren målt i lyttartal med rundt 65 prosent av den daglege lyttinga. Rundt 23 prosent lyttar til kanalane eigde av P4-gruppen dagleg, og rundt 12 prosent til kanalane til Bauer Media. Styrkeforholdet mellom dei tre største radioeigarane har vore svært stabilt dei siste åra. Dei fem største radiokanalane målt i bruk har vore dei same sidan 2020.⁴

Lokalradiomarknaden er desentralisert med både store og små aktørar spreidde over heile landet. Marknaden er ein kombinasjon av aktørar med verksemd på FM og DAB. Den desentraliserte lokalradiostrukturen og den breie samansetninga av lokalradioaktørar når det gjeld organisering, finansiering, storleik og innhaldstilbod, har kjenneteikna bransjen heilt frå oppstarten i 1982 og fram til i dag. Den samansette lokalradiobransjen omfattar både aktørar som tilbyr eit breitt, allment innhald, og aktørar som rettar seg mot visse interesser og målgrupper.

⁴ Dei fem største nasjonale radiokanalane målt i prosent av total radiolytting er NRK P1, P4, NRK P1+, NRK P2 og Radio Norge (PPM-målingar frå Nielsen Media Research).

Lyttarmønsteret er framleis slik at dei fleste lyttar til lokalradio på FM, men stadig meir av lokalradiolyttinga går føre seg på DAB og internett. I 2024 var andelen daglege FM-lyttarar 52 prosent og andelen DAB-lyttarar 47 prosent.

Per 1. desember 2024 var det totalt 529 gyldige innhaldskonsesjonar til lokalradio fordelt på 179 FM-konsesjonar, 328 DAB-konsesjonar i Lokalradioblokka og 22 DAB-innhaldskonsesjonar i Riksblokk II. Talet på innhaldskonsesjonar er ein dynamisk storleik gjennom året, særleg på DAB blir det gjennom året gitt nye og sletta eksisterande innhaldskonsesjonar, slik at talet ofte vert endra. Men sett over tid er det ein tydeleg trend at talet på FM- konsesjonar gradvis blir reduserte, mens talet på DAB-konsesjonar aukar.

Det har over tid vore ei konsolidering i lokalradiobransjen, der eigarspreiinga blir mindre, og stadig fleire av innhaldskonsesjonane er samla hos dei tre største lokalradioeigarane. Per 1. desember 2024 var nær fire av ti innhaldskonsesjonar i lokalradiomarknaden eigd av dei tre største lokalradioeigarane, som i 2024 var Lokalradioene i Innlandet AS, Polaris Media ASA og Jærradiogruppen AS.

Dei ti største lokalradioeigarane har i overkant av 54 prosent av alle innhaldskonsesjonane til lokalradiodrift i Norge. Heile 62 prosent av DAB-konsesjonane og 38,5 prosent av FM-konsesjonane tilhøyrrer dei ti største lokalradioeigarane. Dei største eigarane av lokalradioeigarane er drivarar i overgangen til DAB i lokalradiomarknaden.

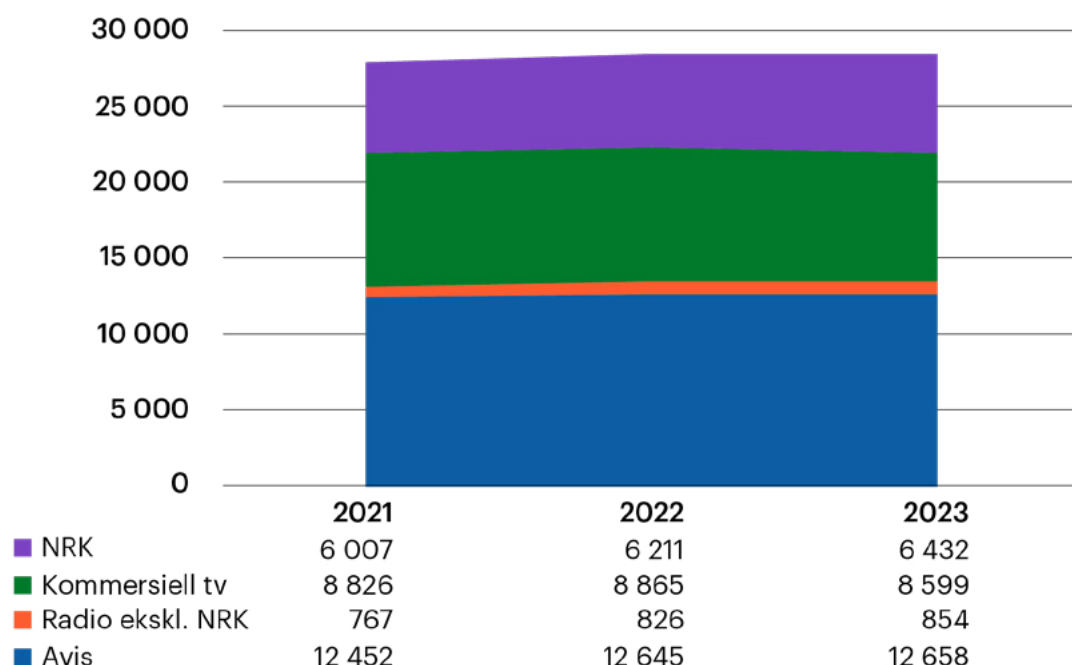
Blant fagpressepublikasjonane er det i hovudsak tre store eigargrupper: interesseorganisasjonar, fagforeiningar og kommersielle selskap. Eigarstrukturen i fagpressa er dermed meir mangfaldig enn i avismarknaden, der publikasjonane i all hovudsak er eigde av kommersielle og profesjonelle mediekonsern. I 2023 hadde Fagpressens 240 medlemspublikasjonar heile 197 ulike eigarar. Berre eit fåtal av desse, rundt 9 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 2019 til 2023.](#)

Norske medium står for vel 0,7 prosent av bruttonasjonalproduktet for Fastlands-Noreg. Bransjen hadde 28,5 milliardar kroner i driftsinntekter i 2023, der avisene hadde 44,3 prosent av driftsinntektene, kommersielle tv-verksemdar 30,1 prosent, NRK 22,5 prosent og kommersielle radioverksemdar 3,0 prosent. Driftsinntektene var marginalt lågare i 2023 enn i 2022. Alle typar medium unntatt kommersiell tv auka inntektene noko i 2023. Norske medium har samla aldri hatt høgare inntekter enn i 2022.

Figur 8 – inntektsutviklinga for aviser og kringkastarar 2021–2023 (tal i millionar kroner) (kjelde: Medietilsynet)

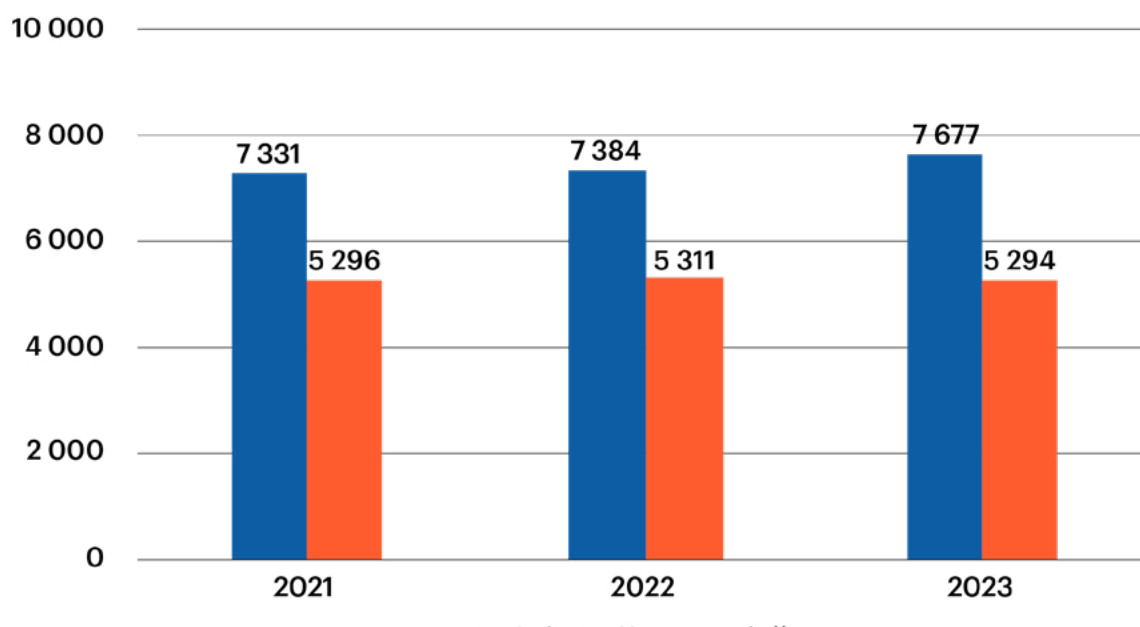


Frå 2020 til 2023 auka dei samla driftsinntektene med 9,2 prosent. Størsteparten av auken kom i 2021, og både reklameinntekter og brukarinntekter auka.

Brukarinntekter er den viktigaste inntektskjelda til avisene og tv-verksemdene. I 2023 auka desse inntektene samla med 282 millionar kroner, eller 2,2 prosent, til 13 milliardar kroner. Brukarinntektene til avisene var på 7,7 milliardar kroner i 2023. 57 prosent, eller 4,4 milliardar kroner, kom frå avisprodukt der papirutgåvene inngår – såkalla komplettprodukt – og papiraviser selde i laussal. 3,3 milliardar kroner, eller 43 prosent, kom frå reine digitale avisprodukt. Frå 2022 til 2023 auka brukarinntektene for alle typar aviser, unntatt laussalsavisene.

Brukarinntekter utgjer også ein stadig større del av økonomien til kommersielle tv-aktørar. I 2023 utgjorde desse inntektene nær 62 prosent av driftsinntektene i dei selskapa Medietilsynet har opplysningar om. Brukarinntektene var på 5,3 milliardar kroner i 2023, det same som i 2022.

Figur 9 – brukarinntektene til avisene og kringkastarane 2021–2023 (tal i millionar kroner)
(kjelde: Medietilsynet)

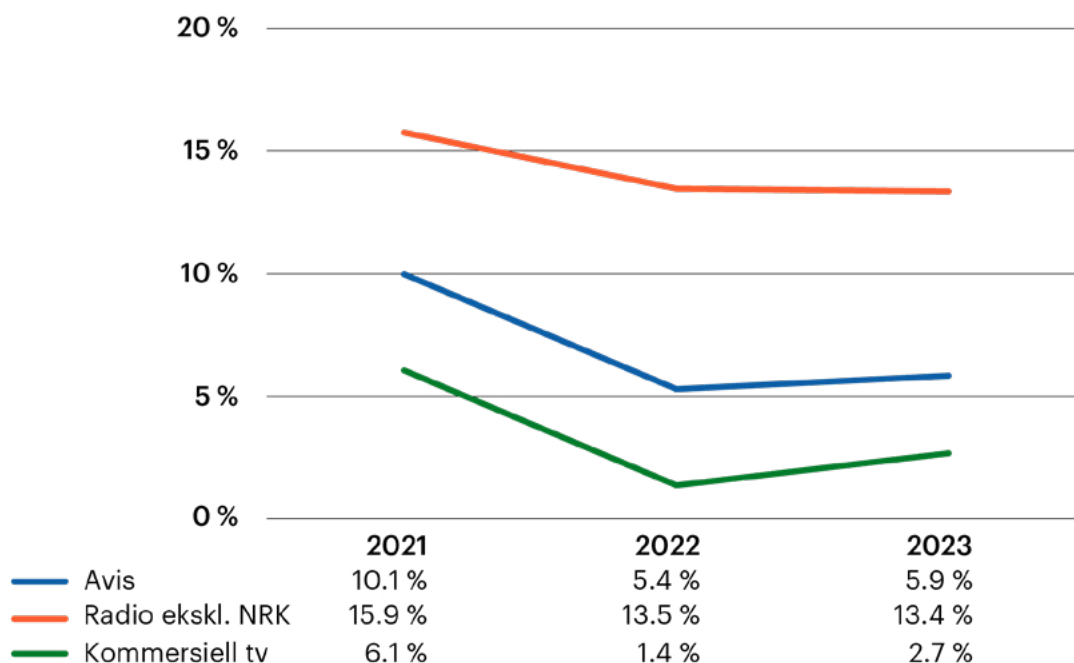


Totalt selde media reklameplass for om lag 8,1 milliardar kroner i 2023, 483 millionar kroner eller 5,6 prosent meir enn året før.

Globale aktørar som Facebook og Google styrkte marknadsposisjonen sin ytterlegare i 2023. Dei to globale aktørane har sidan 2019 auka sin del av den norske reklamemarknaden med 12 prosentpoeng, til 42 prosent i 2023, mens delen til avisene er redusert frå 20 til 16 prosent i perioden.

I 2023 vart driftsresultatet for bransjen samla på nær 1,1 milliardar kroner (medrekna statlege tilskott på 550 millionar kroner), 162 millionar kroner meir enn i 2022. Den styrkte lønnsemda kom av at driftskostnadene for mediebransjen blei reduserte. For bransjen sett under eitt var driftsmarginen 5,1 prosent i 2023 mot 4,3 prosent i 2022.

Figur 10 – driftsmargin for aviser og kringkastarar 2021–2023 (tal i prosent)
(kjelde: Medietilsynet)



3.1.2.4 Rapport om dei økonomiske føresetnadene for redaktørstyrte medium

I supplerande tildelingsbrev nr. 2 fekk Medietilsynet i oppdrag frå Kultur- og likestillingsdepartementet å greie ut om status og framtidige scenario når det gjeld dei økonomiske føresetnadene for redaktørstyrte medium i Noreg. Nåverande og moglege framtidige konsekvensar av at momsfriftaket for elektroniske nyheits-tenester blei fjerna i 2023, skulle inkluderast i utgreiinga. Utgreiinga skulle også vurdere langtidseffektane for mediemangfaldet og utviklinga av nyheitstilbodet, spesielt for yngre målgrupper.

Etter dialog med departementet blei oppdraget avgrensa til abonnements- og laussalsaviser og TV 2. NRK, gratispublikasjonar, fagpresse og magasin, lokalkringkasting og nasjonale radiostasjonar er ikkje inkluderte.

[Oslo Economics utarbeidde på oppdrag frå Medietilsynet ein rapport](#), som saman med [vurderingar frå Medietilsynet](#) blei levert til kultur- og likestillingsministeren i januar 2025.

Oslo Economics peiker i rapporten på kor viktig det er at norske redaktørstyrte medium har eit berekraftig driftsgrunnlag og tilstrekkeleg utviklingskraft i møte med store og ressurssterke globale konkurrentar. Rapporten belyser kor viktig det er å sikre ei utvikling som tar omsyn til preferansane til dei unge, noko som inneber satsing på lyd og levande bilde. Ein hovudkonklusjon i rapporten er at gjeldande meirverdiavgiftsregulering for elektroniske nyheitsstenester vil svekke medietilbodet i framtida. Utgreiinga peiker på at ei teknologinøytral regulering gir betre

lønnsemd for format det er forventa at publikum ønsker meir av, legg til rette for at preferansane til forbrukarane (ikkje reguleringar) blir avgjerande for korleis innhald blir formidla, og eliminerer risikoen for konkurranse- og reguleringsvridingar.

3.1.2.5 Tilgjengeleggjering av innsikt

Kvart år utarbeider Medietilsynet ulike rapportar, utfører anna innsiktsarbeid og gjennomfører tilsyn med at regelverk på medieområdet blir følgt. Det er viktig at relevant informasjon blir gjort tilgjengeleg både for bransjeaktørar, avgjerdstakarar og publikum.

Alle rapportar frå Medietilsynet blir lagde ut på medietilsynet.no, og dei blir omtalte i pressemeldingar, nyheitsbrev og sosiale medium. Rapportar og undersøkingar blir også brukte som utgangspunkt for opne temamøte, der resultata blir lagde fram og diskuterte.

3.1.3 Utvikle regelverket på medieområdet

Medietilsynet har i 2024 bidratt i Kultur- og likestillingsdepartementets arbeid med forslag til endringar i forskrift om innovasjons- og utviklingstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Endringsforslaga blir sende på høyring i 2025.

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 bli implementert i norsk rett. I 2024 blei Prop. 66 LS (2023–2024) Endringar i kringkastingslova mv. (gjennomføring av endringsdirektiv til direktiv om audiovisuelle medietenester mv.) og samtykke til godkjenning av EØS-komiteens avgjerd nr. 337/2022 om innlemming i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2018/1808 lagde fram for Stortinget. Kultur- og familiekomiteen la fram innstillinga si i januar 2025, og lovendringane blei vedtatte av Stortinget i februar. Medietilsynet hjelpte i 2024 departementet i arbeidet med å utforme ny kringkastingsforskrift.

I 2024 oppdaterte Medietilsynet rettleiarar om kommersielt innhald, blant annet Rettleiar om sponning i kringkasting og audiovisuelle bestillingstenester og Rettleiar om produktplassering i kringkasting og audiovisuelle bestillingstenester.

Medietilsynet publiserte også Rettleiar om innhenting av politiattest etter kringkastingslova. Rettleiaren er utarbeidd for at det skal vere lettare for kringkastarar, tilbydarar av audiovisuelle bestillingstenester og produksjonsføretak å vurdere i kva tilfelle det skal hentast inn politiattest i samsvar med politiregisterlova § 2-18 for produksjonar der mindreårige deltar etter kringkastingslova § 2-18.

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 ytringsfridommen. Sjå også punkt [3.1.1.3](#) om europeiske reguleringar.

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 2024 gjennomførte Medietilsynet totalt 33 tilsynsaktivitetar.

3.1.4.1 Tilsyn med reglane i kringkastingslova

Medietilsynet gjennomførte 20 tilsyn etter kringkastingsregelverket i 2024, mot 25 i 2023. Nedgangen kom hovudsakleg av to forhold: Det eine er at førebunde arbeid til gjennomføring av det reviderte AMT-direktivet i norsk rett har vore prioritert. I tillegg var det i 2023 ein nedgang i talet på brott på regelverket. Ut frå ei vurdering av risiko og kva som er vesentleg, gav dette grunnlag for å redusere tilsynsaktiviteten noko i 2024.

Medietilsynet har i 2024 halde fram med å bruke dialog og rettleiing som verktøy for å følge opp brott på regelverket, men det er også gitt fem åtvaringar, likt som i 2023. Vidare blei det i 2024 fatta vedtak om tre sanksjonar i form av gebyr.

Kjøp av senderettar til viktige hendingar

Ein kringkastar som har kjøpt senderettar til hendingar av vesentleg samfunns-messig 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 2024 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

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 blant anna språk og musikk blei tatt inn i NRK-plakaten. NRKs vedtekter blei justerte i tråd med Stortingets behandling i ekstraordinær generalforsamling 27. januar 2023. Vedtektsendingane gjeld frå 2023 og ligg til grunn for allmennkringkastingsrapporten for 2023 frå Medietilsynet.

Medietilsynet vurderte at NRK i det store og heile oppfylte samfunnsoppdraget i tråd med krava.

Frå 2023 har NRK fått styrkt språkoppdraget sitt med eigne krav om innhald på teiknspråk og nasjonale minoritetsspråk, i tillegg til innhald på norsk og samisk. Samla tydeleggjer dei nye språkkrava ansvaret NRK har for å vere ein fellesarena som reflekterer at Noreg rommar eit mangfald av identitetar og kulturar, også språkleg. NRK har ein lang praksis for tilbod på kvensk, og NRK jobbar også for å tilby innhald på romanes og romani.

Kravet om å spele 40 prosent norsk musikk er frå 2023 utvida frå å gjelde dei tre hovudkanalane på radio til å gjelde i alt ti kanalar. I tillegg skal NRK fremme musikk av samiske artistar, komponistar og tekstforfattarar og talent frå nasjonale minoritetar. Alle desse krava er oppfylte.

NRK skal oppfylle rundt 50 krav i allmennkringkastaroppdraget sitt. I 2023 var det to krav som ikkje blei oppfylte. 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 bruken av nynorsk på nettet, og i 2023 var NRK nærmare å oppfylle nynorskkravet på denne plattformen enn nokon gong tidlegare, med en nynorskdel på 22,4 prosent. For radio har nynorskprosenten nærmast stått stille på pluss/minus 22,7 dei siste åra, med ein svakt negativ tendens for NRK P3 og NRK P2. Medietilsynet meiner at NRK framleis må styrke arbeidet med å utvikle struktur og system som fremmar konkrete resultat og motverkar at språkarbeidet blir for sårbart. Vidare er det derfor også framleis nødvendig at NRK rapporterer grundig om tiltak og evaluering av kva effektar desse tiltaka har på nynorskandelen, noko som for 2024 særleg blir viktig for korleis utviklinga i nynorskbruken i radiokanalane utviklar seg.

I 2023 oppfylte NRK heller ikkje kravet til jamlege program for unge på dei samiske språka. NRK la i 2023 om delar av det samiske innhaldstilbodet, særleg på lyd, blant anna for å gi meir rom for valbart innhald, som podkast, og styrke tilbodet på sør- og lulesamisk. NRK lanserte nye podkastar for dei aller eldste tenåringane og unge vaksne, og det tidlegare tilbodet for unge i tenåra blei ikkje lenger sendt. Medietilsynet har komme til at fråværet av program for yngre ungdommar i 2023 gjer at NRK ikkje oppfylte kravet til jamlege program for unge på dei samiske språka.

TV 2

[Medietilsynets tilsyn med allmennkringkastingspliktane viser at TV 2 i 2023 oppfylte alle krava i allmennkringkastingsoppdraget.](#) Gjennom å oppfylle samfunnsoppdraget som følger av avtalen, bidrar TV 2 til å nå dei mediepolitiske måla for kommersiell allmennkringkasting og til å styrke det norske mediemangfaldet.

Hovudredaksjonen til TV 2 er i Bergen, og dei fleste som jobbar med nyheitssendingane på hovudkanalen, er tilsette der. 2023 var eit år med eit stort behov og høg interesse for nyheitsinnhald, både nasjonalt og internasjonalt. TV 2 hadde ei viktig rolle i dekninga av kommune- og fylkestingsvalet, og utanriksjournalistane rapporterte frå krigssoner og viktige politiske hendingar ulike stader i verda. TV 2 rapporterte at det i 2023 blei jobba med å synleggjere korleis nyheitsredaksjonen jobbar med å vere ein tydeleg og trygg avsendar av nyheiter som folk kan ha tillit til. Medietilsynet framhevar at redaktørstyrte journalistiske medium er viktige informasjonskjelder i ei tid der den teknologiske utviklinga gjer det stadig enklare å produsere og spreie desinformasjon. Gjennom lokaliseringa i Bergen sørger TV 2 dessutan for eit solid redaksjonsmiljø utanfor Oslo.

TV 2 har totalt investert nær 430 millionar kroner i norsk film og tv-drama sidan avtalen starta i 2019, og har dermed med god margin oppfylt forpliktinga om å investere minst 250 millionar kroner i slike produksjonar i løpet av avtaleperioden.

Kombinert med kravet om at TV 2 også skal sende førstegongsvisningar av norsk film og tv-drama, har avtalen bidratt til premierar for nye, originalskrivne norske dramaproduksjonar på hovudkanalen til TV 2. TV 2 bidrog også til å styrke norsk språk og identitet gjennom ei betydeleg formidling av norskspråkleg innhald. I 2023 var 54 prosent av programma på hovudkanalen norskspråklege. TV 2 oppfylte dermed kravet om at slike program skal fylle minst 50 prosent av sendetida.

2023 var det siste året i den førre avtaleperioden TV 2 hadde med staten om å vere kommersiell allmennkringkastar. Hausten 2023 inngjekk tv-kanalen ein ny avtale med Kultur- og likestillingsdepartementet for perioden 1. januar 2024 til 31. desember 2028. Hovudlinjene i den førre avtalen blir vidareførte. I tillegg er det tatt inn krav som styrkar både nyheitsdekninga frå heile Noreg og investeringane i norsk film og tv-drama.

3.1.4.2 Tilsyn med mediestøtte

Medietilsynet gjennomførte i 2024 kontroll av innhaldet i tre aviser som fekk produksjonstilskott. Formålet var å kontrollere at krava til innhald i forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium var oppfylte. Avisene som blei kontrollerte, var Dagens Perspektiv, Kyst og Fjord og Medier24. Ei avis bytte tilskottskategori som følge av kontrollen, men det blei ikkje avdekt brott på regelverket.

Medietilsynet kontrollerte i 2024 rutine og systema som medieselskapa har for registrering og rapportering av opplysningar, hos 48 medium som fekk produksjonstilskott i 2023. For medieselskap som er en del av eit konsern, er rutine og systema til hovudkontoret for registrering og rapportering kontrollerte. Kontrollen har skjedd etter ei vurdering av risiko og kva som er vesentleg. Ingen brott blei avdekte ved kontrollane.

3.1.4.3 Klager til Medieklagenemnda

Medieklagenemnda behandla i 2024 elleve klager på vedtak gjorde av Medietilsynet etter dei ulike mediestøtteordningane. Ni av sakene gjaldt klage på avslag på tildeling av produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium, og to saker gjaldt klager på vedtak om avslag på søknad om tilskott til medieforskning.

Ingen av dei elleve klagene som var til behandling i Medieklagenemnda, blei tatt til følge.

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 2024 gitt vurderingar av konsekvensane for mediemangfaldet i fire 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 eigne data. Medietilsynet har i 2024 særleg arbeidd med å førebu korleis koordinatormekanismen i DSA i størst mogleg grad kan bidra til å styrke ytringsfridommen, 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 2024 publiserte Medietilsynet nye rapportar om innhaldsmangfald 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 2019 til 2023. Alt dette er innsikter 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 har i 2024 gjort informasjon og ny innsikt relatert til mediemangfald, kjent gjennom ulike informasjonstiltak både i eigne og andre sine kanalar.

Medietilsynet vurderer samla å ha levert i tråd med målet om å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet i 2024.

3.1.5.2 Ressursbruk

Totalt brukte Medietilsynet om lag tolv årsverk på aktivitetar relaterte til hovudmålet «å legge til rette for eit mangfaldig redaksjonelt tilbod av høg kvalitet» i 2024. Ressursbruken på aktivitetar knytte opp mot det same hovudmålet var om lag elleve årsverk i 2023.

Ressursbruk knytt opp til dette hovudmålet inkluderer arbeid med tilskottsforvaltning, konsesjonar, tilsyn og regelverksarbeid, medieeigarskap, medieøkonomi og mediemangfald. Tida brukt på leiing og verksemdstyring, administrasjon og «anna» (summen av ei rekke mindre aktivitetar) er fordelt likt på alle dei tre hovudmåla.

I tillegg til ordinære oppgåver har Medietilsynet i 2024 hatt to særskilde utgreiingsoppgåver om økonomisituasjonen i reaktørstyrte medium og om strategiar for kartlegging av desinformasjon på digitale plattformer.

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 konkurransesituasjonen.

Dei globale innhaldsplattformene har fleire konkurransefordelar i den norske marknaden. 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. Kombinasjonen 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.⁵ Tenester som Facebook, Instagram, YouTube, TikTok og Snapchat står i dag fritt til å fjerne redaksjonelt innhald som bryt med brukarvilkåra, eller til å nedprioritere nyheits- og aktualitetsinnhald i anbefalingssystema som bestemmer kva slags innhald 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. Sosiale 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.

I 2024 bidrog Medietilsynet i arbeidet med å revidere kringkastingslova og med å revidere forskrift om innovasjons- og utviklingstilskott. Forskrift om tilskott til samiske aviser bør også bli oppdatert. Denne ordninga er per i dag ikkje plattformnøytral, men gjeld berre for papiraviser.

⁵ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary>

3.2 Bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som gjer informerte val

Eitt av måla for Medietilsynet er å bidra til å auke den kritiske medieforståinga i befolkninga. Dette er ein kompetanse som er nødvendig for å kunne navigere både aktivt og trygt i eit medielandskap som stadig blir meir komplekst og mindre oversiktleg. Framveksten av generativ kunstig intelligens er eit av trekka som gjennom 2024 har skapt nye utfordringar for mediebrukarane.

Medietilsynet hentar inn og formidlar fakta og innsikt, legg til rette for kunnskapsdeling og utviklar undervisnings- og rettleiingsressursar som kan bidra til å auke den kritiske medieforståinga hos ulike grupper.

3.2.1 Utvikle og gjere ny innsikt tilgjengeleg

3.2.1.1 Barn og medium 2024 og Foreldre og medium 2024

Sidan 2006 har Medietilsynet annakvart år kartlagt dei digitale medievanane til barn og unge gjennom undersøkingar blant både barn og foreldre. Undersøkingane «Barn og medium» og «Foreldre og medium» er de største i sitt slag i Noreg og gir viktig innsikt i mange aspekt ved mediekvardagen til barn og unge. Desse undersøkingane gir eit viktig grunnlag for Medietilsynets arbeid med å bidra til både kritisk medieforståing og trygg digital oppvekst.

Nye undersøkingar både blant barn og foreldre blei gjennomførte i 2024. Undersøkingane blei gjennomførte av Verian på oppdrag frå Medietilsynet.

Om lag 3200 respondentar mellom 9 og 18 år svarte på spørsmål om eigen mediebruk og opplevingar knytte til nett og mobil, dataspel og sosiale medium. Undersøkinga kartla blant anna når barn begynner å bruke sosiale medium og får eigen mobil, kva type reklame dei blir eksponerte for, nyheitsbruk, eksponering for nyheitssaker som kan vere usanne, og eksponering for skadeleg innhald.

I tillegg svarte om lag 2400 foreldre med barn frå 1 til 17 år på spørsmål om mediebruken til barna deira. Undersøkinga kartla korleis foreldra oppfattar opplevingar og erfaringar barna har med digitale medium. Vidare belyser undersøkinga korleis foreldra regulerer mediebruken til barna, om dei deler bilde av eigne barn i sosiale medium, kva dei tenker om bruk av pc og nettbrett i skolen, og kva tiltak dei meiner kan bidra til ein trygg digital kvardag for barn.

Gjennom hausten 2024 la Medietilsynet fram resultat frå undersøkingane om ulike tema relaterte til den digitale mediekvardagen til barn og unge. I alt er åtte ulike delrapportar publiserte, om medievanar, tilgang til teknologi, skadeleg innhald, skjermbruk i skolen, spelevanar, nyheitsbruk og eksponering for reklame. Samla resultat frå dei to undersøkingane [Barn og medium 2024](#) og [Foreldre og medium 2024](#) blei publiserte i november 2024.



Arendalsveka: frå Medietilsynets arrangement om vern av barn og unge på nett.
(Foto: Medietilsynet)

Resultata frå undersøkingane er også spreidde gjennom ulike informasjonsaktivitetar, som pressemeldingar, kronikkar, nyheitsbrev og innlegg i sosiale medium. Resultata har også vore utgangspunkt for eigne arrangement og deltaking på arrangement som andre har stått for. Under Arendalsveka hadde Medietilsynet for eksempel eit arrangement med temaet «skadeleg design og innhald – korleis vernar vi barn på nett?»

Medietilsynet opplever at det er stor interesse for undersøkingane om den digitale mediekvardagen til barn og unge, og at resultata blir viste til i mange ulike samanhengar.

Utvalde resultat frå Barn og medium 2024 (9–18-åringar)

- 86 prosent av 9–18-åringane er på sosiale medium.
- Trass i at det er 13-årsgrense for å ha eigen brukar på Snapchat, TikTok, Facebook og Instagram, seier sju av ti barn i aldersgruppa 9–12 år at dei bruker desse tenestene.
- 83 prosent bruker YouTube, og om lag 70 prosent bruker TikTok og Snapchat. Bruken av dei største tenestene har gått noko ned frå 2022 til 2024.
- Dei aller fleste får med seg nyheiter, og eldre ungdommar er meir aktive nyheitskonsumentar enn yngre barn. Sosiale medium og tv er dei vanlegaste plattformene å få med seg nyheiter frå.
- 66 prosent av 13–18-åringane svarer at dei har komme over nyheiter dei mistenkte var usanne i løpet av siste halvåret.
- Ein tredel av 13–18-åringane seier dei har blitt eksponerte for hatmeldingar og/eller skremmande eller valdelege bilde/filmar. Graden av eksponering av skadeleg innhald aukar med alderen.
- Ein tredel av 13–18-åringane har fått tilsendt nakenbilde og/eller er blitt spurd om å sende nakenbilde.
- 86 prosent spelar spel på pc, mobil og tv. 63 prosent av gutane og 25 prosent av jentene svarer at dei spelar dagleg.

Utvalde resultat frå Foreldre og medium 2024

- Halvparten av barna i alderen 1–17 år har over to timar skjermtid dagleg, og skjermtida aukar med alderen.
- Tre av ti foreldre meiner at barna bruker for mykje tid på sosiale medium, YouTube og dataspel. To av ti meiner at tidsbruken er for høg på tv eller strøymetenester. Halvparten av foreldra fortel at dei ofte eller av og til er ueinige med barna om tidsbruken.
- Småbarnsforeldra har god oversikt over kva barna gjer på nettet. Over halvparten av foreldra svarer at det er vanskeleg å ha oversikt og rettleie når barna når 13–14-årsalderen. Mange foreldre kjenner ikkje til aldersgrensene for dei ulike sosiale media.
- Bruken av foreldrekontrollfunksjonar auka frå 2022 til 2024. Rundt halvparten av foreldra nyttar funksjonar som avgrensar nedlasting og bruka av appar for barna, pengebruk knytt til spel eller appar og avgrensingar på tv eller strøymetenester.
- Nær halvparten av foreldra bruker springsteknologi når barna er 9–10 år.

3.2.1.2 Kvalitative undersøkingar om mediebruken til barn og unge

«Har det faktisk skjedd?» – undersøking av nyheitsbruken og informasjonssøket til ungdommen

I undersøkinga Barn og medium 2024 blei det kartlagt kva forhold barn og unge har til nyheiter og informasjonssøk. Undersøkinga viste at 95 prosent av norske 9–18-åringar får med seg nyheiter i ei eller anna form. Sosiale medium er kanalen der barn og unge hyppigast konsumerer nyheiter – vel halvparten svarer at dei ofte får med seg nyheiter frå for eksempel Snapchat eller TikTok. Tilsvarande tal for tv er 32 prosent, mens berre 14 prosent ofte bruker ei nettavis som nyheitskjelde. Ifølge undersøkinga har 66 prosent av 13–18-åringane komme over nyheitssaker på nettet dei siste seks månadene som dei mistenkte var usanne. Dei fleste har sett desse sakene i sosiale medium. Barn og medium 2024 indikerer vidare at tradisjonelle søkemotorar, som Google, i mindre grad enn tidlegare blir brukt når dei unge søker etter informasjon. Denne nedgangen samsvarer med funn frå andre mediebruksundersøkingar.

For å finne ut meir om kva barn og unge legger i nyheitsomgrepet, korleis dei vurderer om kjelder og saker er til å stole på, og kva som ligg bak strategiane deira for informasjonssøk på nettet, gjennomførte Medietilsynet hausten 2024 kvalitative intervju med ti ungdommar i alderen 13–15 år.

Intervjua stadfestar at sosiale medium er ei sentral nyheitskjelde for barn og unge. Dei ønsker rask og visuell informasjon, og er tiltrekte av influensarar og personlege perspektiv som blir formidla gjennom sosiale medium. Fleire av ungdommane i undersøkinga visste at redaktørstyrte medium skil seg frå sosiale medium, men oppsøker dei i liten grad som rutine. Dei har generelt høg tillit til tradisjonelle medium, men bruker desse nyheitskjeldene først og fremst til faktasjekk. Somme uttrykte skepsis til innhaldet til dei redaktørstyrte nyheitsmedia i sosiale medium, og syntest at innhaldet deira på desse plattformene verka mindre truverdige enn nyheitene på tv eller i nettaviser.

Intervjua resulterte i rapporten «[Har det faktisk skjedd?](#)», som blei publisert saman med ein delrapport frå Barn og medium 2024 om nyheitsbruken til barn og unge. Kunnskapsgrunnlaget låg også til grunn for ein informasjonskampanje for å styrke bruken av redaktørstyrte medium blant barn og unge. Den blei gjennomført i november 2024.

«Alle andre får lov» – ei kvalitativ undersøking blant barn (9–12 år) og foreldra deira om bruken av Snapchat og YouTube

Barn og medium 2024 viste at tala for kor mange barn som får eigen brukar i sosiale medium før dei når aldersgrensa på 13 år, er høge og stabile: Rundt 50 prosent av norske foreldre og føresette opnar framleis for at barna kan debutere på sosiale medium før den gjeldande aldersgrensa. Medietilsynet har intervjuar barn og foreldre i ti norske familiar som har valt å opne for bruk av sosiale medium før aldersgrensa, for å finne ut meir om kvifor dei har gjort dette, korleis desse appane blir brukte, og kva funksjon sosiale medium fyller for familien til barna. Medietilsynet ville også finne ut meir om i kva grad foreldra følgde aktiviteten til barna på dei ulike plattformene.

Dei kvalitative intervjuar er samanfatta i rapporten «Alle andre får lov». Rapporten er ikkje publisert når denne årsrapporten blir skriven.

«Robust, resignert eller nummen» – ein kvalitativ studie av forholdet ungdommar har til skadeleg innhald på sosiale medium

Gjennom to kartleggingar i fokusgrupper (éin med ungdom 13–15 år og éin med foreldra deira) var målet å få innsikt i om ungdom og foreldre reflekterer likt eller ulikt kring kva som er skadeleg innhald i sosiale medium, erfaringar med skadeleg innhald og korleis slikt innhald kan bli handtert. Dei unge opplevde valdsinnhald som mest skadeleg. Noko av innhaldet blei delt i grupper på Snapchat, og dei opplevde at det var vanskeleg å unngå å bli eksponert for dette. Få av foreldra i undersøkinga kjente til at dette skjedde. Mens dei unge var mest bekymra for skadeleg innhald gjennom såkalla «exposed»-kontoar, var foreldra mest bekymra for at dei unge skulle bli stengde ute frå fellesskap. Dei unge meiner at dei handterer skadeleg innhald greitt på eiga hand, men dei skjønner at foreldra bekymrar seg. Samtidig gav foreldra uttrykk for at det er krevjande å finne balansen mellom privatliv, grenser og vern. Både dei unge og foreldra ønskte seg betre handheving av aldersgrenser. Undersøkingane blei gjennomførte av Norstat på oppdrag frå Medietilsynet, og rapporten «[Robust, resignert eller nummen](#)», som blei publisert i første kvartal 2024, er skriven av Silje Berggrav.

3.2.1.3 Kritisk medieforståing

Arbeid med strategi for å styrke motstandskrafta mot desinformasjon i befolkninga

Som ei oppfølging av utgreiinga frå Ytringsfridomskommissjonen utarbeider regjeringa ein strategi for å styrke motstandskrafta mot desinformasjon i befolkninga. Kultur- og likestillingsministeren har ansvaret for å koordinere innsatsen til regjeringa for å styrke den digitale motstandskrafta i befolkninga. Medietilsynet har deltatt i arbeidet med strategien, som etter planen blir publisert våren 2025.

Undersøking om kritisk medieforståing i den norske befolkninga 2024

Analyse & Tall gjennomførte i 2024 ei ny undersøking om kritisk medieforståing i befolkninga på oppdrag for Medietilsynet. Resultata frå undersøkinga blei presenterte gjennom fire tematiske delrapportar:

1. Kampen om sanninga – korleis forhold nordmenn seg til desinformasjon (mai)
2. Evne til å skilje mellom kommersielt og redaksjonelt innhald (september)
3. Nordmenns vurdering av eigen skjermbruk (september)
4. Erfaring med netthets, ytringsfridom og ytringstryggleik (oktober)

Samla resultat frå undersøkinga blei publisert i oktober 2024.

Undersøkinga viste at nyheitsnettstader og sosiale medium er dei mest brukte digitale tenestene blant nordmenn, og over 80 prosent svarte at dei bruker sosiale medium dagleg. 70 prosent bruker dagleg nettaviser, og 60 prosent bruker dagleg sosiale medium som nyheitskanal. Under halvparten av befolkninga har nytta kunstig intelligens-tenester (KI). Dei unge er dei hyppigaste brukarane.

Det er ein større del som meiner at redaktørstyrte journalistiske medium fyller viktige samfunnsfunksjonar, enn som meiner at sosiale medium gjer det same. Dei yngre er jamt over meir positive til sosiale medium enn dei eldre, noko vi kan sjå i samanheng med at dei yngre i større grad bruker desse tenestene.

Kompetansetestar i undersøkinga viser at dei eldre ser ut til å ha større utfordringar med å skilje mellom ulike typar medium som avsendarar i sosiale medium. Dei eldre vurderer gjennomgåande den digitale brukarkompetansen sin lågare enn andre aldersgrupper.

Testane viser også at ein stor del av respondentane slit med å sjå forskjell på redaksjonelt og kommersielt innhald.

To tredelar av respondentane har komme over nyheiter på nettet som dei mistenkte var usanne, og av desse har 80 prosent sett desse sakene i sosiale medium. Berre 13 prosent svarte at dei synest at det er lett å vurdere om informasjon på nettet er sann eller usann.

13 prosent har fått det dei opplever som hetsande eller nedsettande kommentarar på nettet. Undersøkinga viser at det er store variasjonar i kva som blir rekna som akseptable ytringar i sosiale medium. Ein gjennomgåande trend er at menn har høgare terskel enn kvinner for å vurdere ytringar som problematiske eller hatefulle, og dei eldre har lågare terskel enn yngre.

To av tre meiner dei bruker for mykje tid på skjerm, men under halvparten har gjort noko for å avgrense skjermbruken.

Resultata frå undersøkinga er gjort kjente gjennom ulike informasjonstiltak, som pressemeldingar, nyheitsbrev og gjennom sosiale medium. Medietilsynet har også arrangert eit ope seminar om desinformasjon med utgangspunkt i resultata frå undersøkinga.

Kritisk medieforståing i eit nordisk perspektiv

Medietilsynet har gjennom 2024 bidratt i arbeidet med å utvikle ei undersøking om kritisk medieforståing for alle dei nordiske landa. Arbeidet blir koordinert av den svenske mediemyndigheita, med hjelp frå ei styringsgruppe med medlemmer frå mediemyndigheitene i alle dei nordiske landa. Forskarmiljø frå dei ulike landa har også vore involverte i arbeidet med å førebu undersøkinga. Nordisk Ministerråd har gitt økonomisk støtte til arbeidet. Det er inngått avtale med selskapet Origo, som skal samle inn data og gjere analysearbeidet for dei involverte landa. Den første undersøkinga er planlagd første halvår 2025, med planlagd rapportering hausten same år.

Nasjonalt nettverk for kritisk medieforståing

Medietilsynet leier eit nasjonalt nettverk for kritisk medieforståing, der mange ulike aktørar deltar. Eit viktig formål med nettverket er å dele kunnskap og kompetanse og å legge til rette for samarbeid. I 2024 blei det av ulike årsaker ikkje gjennomført møte i nettverket. Medietilsynet ser eit behov for ein ny gjennomgang av målet med – og samansetning av – nettverket, og vil sjå nærmare på dette i 2025.

3.2.1.4 Kampanjar og kommunikasjon

Dei ulike kvantitative og kvalitative undersøkingane Medietilsynet gjennomfører på områda kritisk medieforståing og trygg digital oppvekst, gir viktig informasjon både om status og tiltaksbehov. Derfor er det viktig at resultata blir kommunisert ut til både befolkninga, relevante yrkesgrupper og avgjerdstakarar. Medietilsynet nyttar ulike informasjonskanalar i dette arbeidet, som eigne nettsider, nyheitsbrev og sosiale medium. I tillegg kjem proaktiv og reaktiv pressekontakt. Staten har bestemt at foreldrehverdag.no og ung.no skal være dei prioriterte kanalane for informasjonsformidling til høvesvis foreldre og ungdommar, og Medietilsynet bidrar med relevant informasjon på sine ansvarsområde til desse kanalane.

Innsikt frå dei ulike undersøkingane blir også brukt som grunnlag for informasjonskampanjar retta mot ulike målgrupper. I 2024 blei det gjennomført i alt tolv slike kampanjar. For meir om dette sjå punkt [3.3.1.1](#).

3.2.2 Bidra til ein trygg mediekvardag for barn og unge

3.2.2.1 Handlingsplan for trygg digital oppvekst

Medietilsynet har lenge vore opptatt av behovet for betre samordning mellom offentlege etatar på området trygg digital oppvekst, og utarbeidde i 2021 eit forslag til nasjonal strategi, «Rett på nett», som regjeringa lanserte same året. Som oppfølging av denne strategien fekk Medietilsynet i oppdrag frå Barne- og familiedepartementet å koordinere det vidare arbeidet på direktoratnivå. I 2022 blei det sett ned eit samarbeidsorgan leia av Medietilsynet, der også Utdanningsdirektoratet, Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, Helsedirektoratet, Politidirektoratet, Data-tilsynet og Forbrukartilsynet er med.



Handlingsplanen for trygg digital oppvekst blei overlevert til Barne- og familieministeren i oktober 2024. Frå venstre Maja Enerhaug Egge frå ungdomsnettverket, Barne- og familieminister Kjersti Toppe og Mari Velsand og Maria Grande frå Medietilsynet. (Foto: Medietilsynet)

Samarbeidsorganet uarbeidde ein [handlingsplan for trygg digital oppvekst](#) som blei overlevert barne- og familieministeren i oktober 2024.

Handlingsplanen er ei kartlegging av utfordringsbildet på feltet trygg digital oppvekst og av tiltak etatane har sett i verk for å møte dei ulike utfordringane. I tillegg har Samarbeidsorganet sett på område der dei statlege tiltaka for trygg digital oppvekst er mangelfulle. Samarbeidsorganet har lagt fram anbefalingane sine til nye prioriteringar på feltet i eit eige dokument til Barne- og familiedepartementet.

3.2.2.2 Stortingsmelding for trygg digital oppvekst

I 2024 har Medietilsynet deltatt i regjeringas arbeid med ei stortingsmelding om trygg digital oppvekst. Medietilsynet har bidratt med kvalitetssikring innanfor fagfeltet sitt, og i kraft av rolla som koordinerande etat på direktoratsnivå komme med innspel til meldinga. Stortingsmeldinga blir truleg lagd fram våren 2025.

3.2.2.3 Det norske Safer Internet Centre (EU-prosjekt)

Medietilsynet har i mange år vore Safer Internet Centre (NSIC) i Noreg, i samarbeid med Kors på halsen, hjelpelinja til Raudekrossen. 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 2024 til mars 2026. Førre prosjekt blei avslutta i oktober 2024. Hausten 2024 arbeidde Medietilsynet dermed både med avslutning og rapportering av eit prosjekt og søknad om – og oppstart av – eit nytt.

I 2024 brukte Medietilsynet EU-midlar til å gjennomføre fleire kvalitative undersøkingar som følger opp resultat frå Barn og medium 2022 (sjå punkt [3.2.1.1](#)). I første halvår blei det særleg lagt vekt på arbeid relatert til kva slags innhald på sosiale medium ungdommane sjølve opplever som skadeleg, for å få eit betre grunnlag for å styrke tiltaksarbeidet på dette området. Tiltak knytte til Safer Internet Day i februar 2024 blei også delvis finansierte gjennom EU-prosjektet. Det blei gjennomført ein kampanje for å oppmuntre foreldre og vaksne som arbeider med barn og unge, til større kunnskapsutvikling og engasjement rundt kva barn og unge møter på nettet. Medietilsynet publiserte også rapporten «Robust, resignert eller nummen», som er basert på intervju med ungdommar i aldersgruppa 13–15 år om kva slags medieinnhald dei sjølve meiner er skadeleg (sjå punkt [3.2.1.2](#)). Vidare blei det arrangert eit digitalt foreldremøte i samarbeid med politiet der foreldre kunne stille spørsmål i chat til ulike ekspertar om korleis dei best kan verne barna sine mot skadeleg innhald i sosiale medium.

I andre halvår blei det arbeidd med kartlegging og informasjonsarbeid knytt til resultat frå Barn og medium 2024, som viser at meir enn halvparten av barna mellom 9 og 12 år har eigen brukar på sosiale medium. Det har også vore gjort tilsvarande arbeid knytt til risikoen ved at målgruppa har sosiale medium som viktigaste kjelde til nyheiter.

Samla utgifter knytte til EU-prosjektet i 2024 var om lag 3,3 millionar kroner, og dette blei finansiert med tilskott frå EU-programmet. Medietilsynets eige bidrag inn i EU-prosjektet kjem i tillegg og er i hovudsak arbeidsinnsats.

3.2.2.4 Involvering av barn og unge

Medietilsynet er opptatt av å sjå på nye metodar for å involvere barn og unge, slik at dei sjølve kan medverke i arbeidet for å skape ein trygg digital oppvekst. I samband med arbeidet med handlingsplanen for trygg digital oppvekst oppretta Medietilsynet eit ungdomsnettverk med representantar frå relevante barne- og ungdomsorganisasjonar. Ungdomsnettverket representerte ein brei og mangfaldig del av norsk ungdom, frå paraplyorganisasjonar til organisasjonar for særinteresser.

Ungdomsnettverket har gjennom 2024 gitt innspel til alle område i handlingsplanen for trygg digital oppvekst, og nettverket la fram krava sine da planen blei overlevert til barne- og familieministeren i oktober 2024.

Ungdomsmedverknad er ein avtalefesta aktivitet i Medietilsynets EU-prosjekt, og som tidlegare år har Medietilsynet i 2024 samarbeidd med hjelpelinja Kors på halsen. Éin 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 har vore supplert med Medietilsynets eige ungdomsnettverk.

Vidare har barn og ungdom vore involverte som intervjuobjekt i samband med kvalitative undersøkingar som har følgd opp resultatata frå undersøkinga Barn og medium 2024.

Medietilsynet bruker barne- og ungdomspanel for å få innspel og tilbakemeldingar i arbeidet med blant anna retningslinjer for aldersklassifisering av filmar og program. Det blei gjennomført tre barne- og ungdomspanel i 2024. To av panela hadde med ungdommar mellom 15 og 18 år, mens det tredje var med barnehagebarn fødte i 2018. Gjennom desse panela tilfører barn og unge viktige erfaringar og perspektiv når det gjeld vurderinga av aldersgrenser.



3.2.2.5 Dataspel

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

Handlingsplanen 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 å planlegge meir langsiktig og bruke betre tid på å gjennomføre tiltak.

I 2024 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. I 2024 blei eksisterande artiklar oppdaterte, eksempelvis «Slik fungerer Discord» og «Slik fungerer Roblox». Filmar om pengebruk i spel, foreldrekontroll og kva ein lootboks er, blei distribuerte i sosiale medium for å nå foreldre og vaksne som jobbar med barn. YouTube-serien «CTRLZ» blei omsett til engelsk for å nå ut til fleire.

Spelet «Stjernekolonien» er distribuert breitt for å nå nye familiar, og over 21 000 unike brukarar har brukt spelet så langt. I 2024 starta evalueringa av spelet, som skal utviklast i 2025.

Forsking på dataspel

Medietilsynet tildelte i 2024 midlar til to prosjekt som gjeld forsking på dataspel gjennom tilskott for medieforsking. Det eine prosjektet er i regi av Beate Hygen ved Noregs teknisk-naturvitskaplege universitet (NTNU), og det andre i regi av Tony Leino ved Universitetet i Bergen (UiB). Eitt av prosjekta skal sjå på korleis kommunikasjonen i gaming påverkar kjensler og sjølvkjensle hos sårbare grupper, medan gråsonespel og norske ungdommar mellom 16 og 19 år er tema for det andre prosjektet.

Arrangement og ny pris for å fremme gode rollemodellar

Medietilsynet arrangerte i 2024 eit seminar om dataspel og utanforskap, og på Dataspelkonferansen var hovudtemaet «toxic åtferd» og manipulerande speldesign. På konferansen blei det også gjort kjent at Medietilsynet i 2025 for første gong skal dele ut ein ny pris: [Ibelinprisen](#). Prisen skal gå til ein person mellom 9 og 18 år som er eit forbilde for inkluderande og trygg dataspelkultur. Prisen skal også vere eit verktøy i dataspelaktivitetar for dei som jobbar med barn og unge i fritidsklubbar over heile landet.



Filmen om livet til Mats «Ibelin» Steen blei vist for fullsett sal på Medietilsynets seminar om utanfor-skap i gaming på Vika kino i Oslo. Her er direktør i Medietilsynet, Mari Velsand, i samtale Robert Steen, faren til hovudrolleinnehavaren i filmen. (Foto: Medietilsynet)

Undervisningsopplegg

I 2024 er det utvikla eit undervisningsopplegg om dataspel for ungdomsskolen: CTRLZ Skole. Opplegget tar utgangspunkt i situasjonar som speglar utfordringane elevar kan møte online, og dei får utforske scenario som digital mobbing og etiske dilemma på nettet. Det er produsert eit fysisk brettspel til opplegget, som skolane kan bestille gratis frå Medietilsynet.

Nytt nasjonalt kompetansesenter

Medietilsynet har i 2024 deltatt i ei prosjektgruppe med representantar frå Norsk Filminstitutt, Medietilsynet og Kulturtanken, i samband med at det er oppretta eit kompetansesenter for dataspelkultur. NFI Spill starta opp hausten 2024 og skal bidra til auka kompetanse om dataspel, spesielt hos det offentlege.

3.2.3 Utvikle og aktivt forvalte regelverket på medieområdet

3.2.3.1 Tilsyn med reglane i kringkastingslova

I 2024 blei det gjennomført totalt 20 tilsyn etter kringkastingslova. Prioriterte område etter kringkastingsregelverket har vore tilsyn med reglar om reklame, sponning og produktplassering i program med høgt publikumspotensial.

Tilsyn med reglane om reklame, sponning og produktplassering

Medietilsynet gjennomførte 15 tilsyn med ulike reglar for reklame, sponning og produktplassering i 2024. Reglane skal blant anna verne publikum mot for stort kommersielt trykk og gjere folk merksame på når dei blir utsette for kommersielle budskap.

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. Medietilsynet har prioritert å

kontrollere større eller nye produksjonar som kan nå ut til eit stort publikum. Det er viktig å reagere tidleg dersom det blir avdekt brott på regelverket. Da kan aktørane gjere endringar raskt, noko som er positivt for publikum.

I 12 av dei 20 tilsyna blei det ikkje avdekt brott på reglane i kringkastingslova, mens det blei funne brott i åtte tilsyn. Enkelte brott blei følgde opp med rettleiing, mens det i åtte av sakene blei reagert med åtvaring eller gebyr.

Medietilsynet kontrollerte i 2024 totalt 26 ulike programkonsept som normalt har høge sjåartal på ulike norske fjernsynskanalar og strøymetenester. Det blei avdekt brott på reglane om sponning og produktplassering i fire programkonsept. I éi av sakene blei det gitt sanksjon i form av åtvaring, mens resten av sakene blei løyste gjennom dialog og rettleiing. Kontrollane omfatta også reglar for aldersmerking. Det blei ikkje avdekt brott på reglane i bildeprogramlova i dette tilsynet. Sjå meir om tilsyn etter bildeprogramlova i pkt. [3.2.3.2](#).

Medietilsynet hadde tilsyn med ulike idrettshendingar i 2024, både for å kontrollere reglar for sponning og reglar for produktplassering. Kontrollane omfatta blant anna OL på NRK/TVNorge, fotball-EM for herrar på NRK / TV 2 og VM i skiskyting på NRK / TV 2. Kontrollane avdekte manglande og utilstrekkeleg merking av program med produktplassering hos TV 2. Brotta resulterte i ei åtvaring og rettleiing. I tillegg blei det gitt rettleiing til TVNorge i samband med eit brott på reglane om sponsoridentifisering under ei OL-sending.

Medietilsynet hadde i 2024 ein ny kontroll med lokal-tv for å undersøke om aktørane hadde følgd rettleiinga som blei gitt i førre kontroll i 2023. Oppfølgingskontrollen resulterte i sanksjon i form av åtvaring til to lokal-tv-kanalar for sponsoridentifiseringar i strid med regelverket.

Det er også gjennomført ein større kontroll med eit utval lokalradioar. Det blei avdekt enkelte brott på reglar om utforming av sponsoridentifiseringar, og dessutan mangel på lydsignal for å skilje mellom redaksjonelt innhald og reklame. Brotta blei følgde opp med dialog og rettleiing. Kontrollen avdekte vidare at enkelte radioar hadde manglande rutinar for oppbevaring og utlevering av opptak. Ein lokalradio fekk eit gebyr på 10 000 kroner for å ikkje ha utlevert opptak på førespurnad frå Medietilsynet.

Medietilsynet blei kjent med at NRK-programma «Klangen av Tine Thing Helseth» og «Falle til ro – en julekonsert med Eva Weel Skram», vist i desember 2023, var sponsa. Medietilsynet vurderte at NRK ikkje har høve til å få sponstiltskott til denne typen program, og gav NRK eit straffegebyr på 150 000 kroner for brottet.

I ein episode av Farmen vurderte Medietilsynet at produktplasseringa var unødig framståande og dermed i strid med føresegna i kringkastingslova om korleis produktplasseringa kan utformast. TV 2 fekk sanksjon i form av åtvaring for regelbrottet.

Gjere audiovisuelt medieinnhald tilgjengeleg for personar med funksjonsnedsettingar

Medietilsynet har i 2024 følgt opp korleis dei lineære tv-kanalane oppfyller krava til tilgjengeleggjering, som går fram av kringkastingslova § 2-19, med nærmare reglar i kringkastingsforskrifta §§ 2-5 og 2-6.

Det er ført tilsyn med korleis NRK etterlever reglane for teksting av direktesende program, program med teiknspråktolking, program på norsk teiknspråk og synstolking av program. For TV 2 Direkte og TVNorge er det ført tilsyn med reglane for teksting av ferdigproduserte og direktesende program og program med teiknspråktolking og synstolking. Tilsynet avdekte ingen brott på desse reglane.

Ny rettleiar til kringkastarar og strøymetenester om kravet om å hente inn politiattest for personell som har regelmessig kontakt med mindreårige

Medietilsynet skal føre tilsyn med føresegna i lov om kringkasting § 2-18. Føresegna gir kringkastarar, tilbydarar av audiovisuelle bestillingstenester og produksjonsforetak plikt til å hente inn politiattest for personell med arbeidsoppgåver som inneber regelmessig kontakt med mindreårige. Kontrollen som Medietilsynet gjennomførte i 2023, gav grunnlag for å utarbeide ein ny rettleiar til bransjen om kva krava inneber. Rettleiaren blei publisert i 2024.

Andre tilsyn

I samband med verdscupen i langrennssprint og i skiskyting send på TV 2 i november og desember fekk Medietilsynet ei rekke publikumsførespurnader med påstandar om at det blei sendt for mykje reklame. Medietilsynet fann grunn til å undersøke saka nærmare og gjennomførte ein kontroll av reklamemengda i sendingane. Kontrollen avdekte ingen brott på reglane i kringkastingslova om tillaten mengde reklame.

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

Ein kontroll med reglar om reklamefrie dagar i påska avdekte ingen brott.

Det utanlandske online-pengespelselskapet Kindred Group bad Medietilsynet vurdere om sendingane som viser trekkinga av Norsk Tippings pengespel, er marknadsføring og dermed i strid med føresegna i kringkastingslova om at NRKs verksemd ikkje kan finansierast gjennom reklame. Medietilsynet gjekk grundig gjennom sendingane og konkluderte at programma er redaksjonelt grunngitte og ikkje kan reknast som marknadsføring. I vurderinga blei det blant anna lagt vekt på at eksponeringa av pengespela er dempa i programma, og at NRK ikkje har fått betaling for å vise sendingane, men har betalt marknadspris for visningsrettane.

3.2.3.2 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

Aldersgrensene på filmar og program blir sette av bildeprogramdistributøren med utgangspunkt i retningslinjer som Medietilsynet har fastsett. Medietilsynet fører tilsyn med at aldersgrensene blir sette i tråd med retningslinjene, og kan ved enkeltvedtak overprøve aldersgrensa som bildeprogramdistributør har sett. Medietilsynet kan også gi sanksjonar for brott på regelverket.

I 2024 blei det ført tilsyn med elleve kinofilmar. Filmene blei valde ut basert på mistanke om feil aldersgrense sett opp mot sjanger, informasjon om filmen, erfaringar med liknande filmar og informasjon om aldersgrensa filmen har fått i andre land. Det blei vurdert om filmene kunne ha eit høgt publikumspotensial blant barn og unge. Tilsyna avdekte tre filmar der aldersgrensa blei vurdert å vere i strid med retningslinjene for aldersklassifisering. I to av tilfella endra distributøren aldersgrensa på eige initiativ etter dialog og/eller førehandsvarsel frå Medietilsynet, mens Medietilsynet i det siste tilfellet gjorde enkeltvedtak om å endre aldersgrensa. I eitt av tilfella gav Medietilsynet distributøren sanksjon for forholdet i form av åtvaring. I vurderinga la Medietilsynet vekt på at aldersgrensa som var sett, var eit klart brott på retningslinjene for aldersklassifisering. Ingen klaga på vedtaka.

I tillegg til å velje ut filmar til tilsyn har Medietilsynet gitt rettleiing når kinofilm-distributøren har vore usikker på aldersgrensa for enkeltfilmar, i tilfelle der det er avdekt manglande merking med aldersgrenser, eller der Medietilsynet ut frå tilgjengeleg informasjon har mistenkt at aldersgrensa kunne vere for låg. I 2024 blei det gitt rettleiing i 27 saker. Ti av desse var på bakgrunn av førespurnader frå distributøren. I alle tilfella blei vurderinga i Medietilsynet følgd.

Tilsyn med filmfestivalar

I 2024 kontrollerte Medietilsynet korleis filmfestivalar etterlever regelverket om aldersgrenser og vernetiltak i bildeprogramlova. Aktørane som blei kontrollerte, var Tromsø Internasjonale Filmfestival (TIFF) og Bollywood Festival Norway. Kontrollen avdekte berre mindre avvik rundt informasjonsplikta og oppbevaringsplikta i bildeprogramlova § 14. Desse blei følgt opp med dialog og rettleiing.

Tilsyn med norske tv-kanalar

Medietilsynet gjennomførte i 2024 tilsyn med korleis norske tv-kanalar etterlever pliktene i bildeprogramlova om aldersgrenser og om å følge sendetidsreglane. Kanalane som blei kontrollerte, var TV 2 Direkte, TV 2 livsstil, TV 2 Zebra, VGTV, NRK 1, NRK 2, NRK 3, NRK Super og TVNorge. Tilsynet avdekte to tilfelle av for låge aldersgrenser på éin kanal. Ettersom programma hadde fått for låg aldersgrense, var det også brott på sendetidsreglane. Da programma var blitt sende i eit tidsrom da skadepotensialet blei vurdert som lite, blei det ikkje vurdert som nødvendig å følge opp brotta med sanksjon. Aktøren fekk rettleiing om forholdet og blei beden om å gi tilbakemelding om korleis saka ville bli følgt opp vidare.

Tilsyn etter bildeprogramlova på bakgrunn av publikumsførespurnader

Medietilsynet undersøker og svarer på alle førespurnader og tips frå publikum om regelverket om aldersgrenser og vernetiltak i bildeprogramlova. I 2024 kom det to

slike førespurnader som gav grunnlag for vidare oppfølging. Den eine omhandla for låg aldersgrense på eit tv-program på NRK. Forholdet blei følgt opp med dialog og rettleiing. Den andre førespurnaden omhandla for låg aldersgrense på eit tv-program frå VG som blei send på Flytogets skjermar. Flytoget fekk rettleiing om regelverket, mens VG har fått førehandsvarsel om endring av aldersgrense og sanksjon for forholdet. Saka blir følgt opp vidare i 2025.

Det var ingen klager knytte til vedtak på dette området i 2024.

3.2.3.3 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 spreining av desinformasjon og samtidig forhindre at føretak som spreier desinformasjon, tener pengar i annonsemarknaden. Fleire av dei største tilbydarane av sosiale medium og annonsenettverk har forplikta seg til å etterleve bransjenorma, for eksempel Meta, Microsoft, Alphabet (Google) og TikTok. Tilbydarane skal innføre tiltak for å motverke risikoen for manipulering av demokratiske val og uønskt påverknad av den offentlege samtalen, og dei skal rapportere om effekten av tiltaka. Dei skal blant anna rapportere på kor mange innlegg og annonsar som er klassifiserte som desinformasjon og fjerna. Tilbydarane skal også innføre tiltak for å styrke faktasjekking og fremme kritisk medieforståing. Dei vel sjølve kva forpliktingar dei skal signere, og det er verdt å merke seg at fleire tilbydarar i 2024 har trekt seg frå forpliktinga om å samarbeide med faktasjekkorganisasjonar. Bransjenorma omfattar den indre marknaden og skal gi innsikt i korleis desinformasjon blir spreidd, og kva tiltak plattformene i Noreg har sett i verk.

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 spreining av desinformasjon. Det blir arbeidd med ei enda tettare integrering mot DSA, og frå 1. juli 2025 får bransjenorma status som eit etisk rammeverk (Code of Conduct). Dette medfører at etterlevinga av bransjenorma blir betrakta som eit risikoreduserande tiltak etter DSA for sosiale medium og andre store internettplattformer. Korleis bransjenorma blir følgt, inngår i ein uavhengig revisjon av desse plattformene.

Dei første rapportane etter at bransjenorma blei revidert, blei leverte i 2023. Medietilsynet har på oppdrag frå Kultur- og likestillingsdepartementet vurdert rapportane for 2023 og 2024 frå Google, Meta, TikTok og Microsoft etter utvalde indikatorar.⁶ Det er peikt på betydelege manglar i både dei kvalitative og kvantitative rapportane, blant anna manglar norske tal i rapportane frå Meta. Medietilsynet har i tillegg utarbeidd ei visualisering av tala for å følge utviklinga i Noreg og andre land over tid.⁷

⁶ <https://www.medietilsynet.no/fakta/bransjenorm-desinformasjon/>

⁷ <https://www.medietilsynet.no/fakta/bransjenorm-desinformasjon/bransjenorm-desinfo-tall/>

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

Meir informasjon om bransjenorma, underskrivarane og rapportane er tilgjengeleg på disinfocode.eu.⁸

3.2.4 Måloppnåing, effektar, ressursbruk og utfordringar

3.2.4.1 Måloppnåing og effektar

Medietilsynet har i 2024 bidratt til ny innsikt i mediekvardagen til barn og unge, både gjennom nye kvantitative og kvalitative undersøkingar. I tillegg blei det gjort eit stort kartleggingsarbeid i samband med utviklinga av handlingsplanen for trygg digital oppvekst. Det er også gjennomført ei ny undersøking om kritisk medieforståing i befolkninga. Det blir i mange samanhengar vist til resultata frå undersøkingane til Medietilsynet.

Gjennom å fordele forskingsmidlar til prosjekt som handlar om kritisk medieforståing og problematikk relatert til dataspel, legg Medietilsynet til rette for ny innsikt på viktige felt.

Medietilsynet har også bidratt til større kunnskap om korleis dei globale aktørane arbeider med tiltak mot desinformasjon, ved å gå gjennom rapportar om bransjenorma. Arbeidet avdekte manglar som det blir viktig å følge opp vidare. Innsikt frå dette arbeidet er tilgjengeleg i større grad enn tidlegare fordi Medietilsynet har visualisert utvalde resultat på nettsidene sine.

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

Vidare har Medietilsynet i 2024 bidratt til betre samordning på feltet trygg digital kvardag gjennom å ferdigstille handlingsplanen for trygg digital oppvekst. Over tid er det venta at betre koordinering fører 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 involvert dei unge gjennom eit eige ungdomsnettverk, barne- og ungdomspanel og gjennom kvalitative undersøkingar om tema knytte til den digitale kvardagen til barn og unge.

Medietilsynet har i 2024 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.

⁸ <https://disinfocode.eu>

Haldnings- og informasjonskampanjar Medietilsynet har gjennomført i 2024, har bidratt til å auke merksemda om sentrale utfordringar i medielandskapet.

Medietilsynet vurderer samla å i 2024 ha levert i tråd med målet om å bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som gjer informerte val.

3.2.4.2 Ressursbruk

I 2024 brukte Medietilsynet 7,6 årsverk på aktivitetar relaterte til hovudmålet om å «bidra til å utvikle aktive mediebrukarar som gjer informert val», omtrent likt som i 2023 (7,3 årsverk). 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.

3.2.4.3 Utfordringar

Desinformasjon, skadeleg innhald, generativ kunstig intelligens, anbefalingsalgoritmar 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. Derfor er det bra at Medietilsynet har fått auka driftsbudsjettet frå 2025, slik at blant anna dette feltet kan bli styrkt. Arbeidet med ein strategi for auka motstandskraft mot desinformasjon vil også bidra positivt.

Medietilsynets eigne undersøkingar viser at nokre grupper er særleg utsette, og både dei yngste og dei eldste er sårbare på ulike område. Medietilsynet jobbar for å finne dei tiltaka som er mest hensiktsmessige for å nå dei ulike målgruppene.

På feltet trygg digital oppvekst trengst det betre koordinering for å få ein meir målretta innsats. Handlingsplanen for trygg digital oppvekst er eit viktig tiltak her. I 2025 blir det viktig å få avklart det vidare mandatet for Samarbeidsorganet. Stortingsmeldinga om trygg digital oppvekst kjem etter planen våren 2025, og her er det venta at det blir peikt ut prioriteringar for det vidare arbeidet. Regjeringa har også varsla endringar når det gjeld aldersgrenser for sosiale medium. Medietilsynet har i ulike samanhengar gjort det klart at elektronisk aldersverifisering er ein viktig føresetnad for at aldersgrenser kan bli handheva.

Med eit medielandskap i rask endring er det ei utfordring å halde regelverket tilstrekkeleg oppdatert. EU-forordninga Digital Services Act får positiv innverknad på den digitale tryggleiken til barn og unge på fleire område. Medietilsynet meiner det er viktig å få DSA inn i norsk rett snarast råd, og at det blir viktig å sikre effektiv organisering og handheving.

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, og der dei blir eksponerte for innhald som kan vere skadeleg for dei. 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 medie-innhald 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.

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 dei bruker. Dagens system er ikkje teknologinøytralt og fører til ei konkurransevriding til fordel for strøymetenester og utanlandske aktørar. I tillegg er handheving og innkreving 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 i samband med innføringa av ei ny medfinansieringsplikt, jf. høyring av 16. desember 2022 *Gjennomføring av endringsdirektivet til AMT-direktivet mv.* Forslaget blei vedtatt av Stortinget i februar 2025.



3.3 Vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør

3.3.1 Ein tydeleg og synleg posisjon

Å være synleg er ein føresetnad for kjennskap og kunnskap. Målretta og effektiv kommunikasjon er eit viktig verkemiddel for å spreie fakta og innsikt og for å kunne gi kunnskapsbaserte råd, både til befolkninga, bransjeaktørar, myndigheitsorgan og andre interessentar på dei felte Medietilsynet har ansvar for. At Medietilsynet deltar og er synleg i den offentlege debatten og i media, bidrar også til å skape merksemd om viktige samfunnsområde. Kommunikasjonsarbeidet skal ta utgangspunkt i og bidra til å realisere Medietilsynets samfunnsoppdrag og overordna mål.

Medietilsynet nyttar eit breitt spekter av kanalar i kommunikasjonsarbeidet. Gjennom pressemeldingar, innlegg og kronikkar er Medietilsynet synleg i redaktørstyrte medium. Andre kommunikasjonskanalar er eige nyheitsbrev, nettstad, postar og informasjonskampanjar i sosiale medium, podkastar, eigne arrangement og deltaking på arrangement som andre står for.

3.3.1.1 Redaksjonell omtale

Medietilsynet blei omtalt i vel 2700 medieoppslag i 2023, ein auke på om lag 10 prosent frå 2023. Nivået tok seg opp mot slutten av året og nærmar seg igjen nivået frå åra før 2023. 70 prosent av sakene i 2024 blei publiserte i nettaviser. Flest saker om Medietilsynet blir publiserte i lokalmedia, men dekninga er god også i riksmidia og fagmedia.

Medietilsynet publiserte i alt 65 pressemeldingar i 2024. 38 prosent av medieoppslaga der Medietilsynet blei nemnt, var eit resultat av eigne pressemeldingar. Det er stor samvariasjon mellom talet på publiserte pressemeldingar og samla medieomtale om Medietilsynet. Saker som fekk størst mediemerksmd i 2024, gjaldt aldersgrenser i sosiale medium.

Medietilsynet fekk publisert sju kronikkar i redaktørstyrte medium i 2024.

Tabell 12 – mediesaker og medieaktivitet 2021–2023

	2022	2023	2024
Saker i media med eller om Medietilsynet	3 116	2 426	2 773
Tal på publiserte pressemeldingar	93	55	65
Tal på presseoppslag genererte av pressemeldingar	1 779	1 053	1 034
Tal på kronikkar publiserte i media	14	10	7

3.3.1.2 Andre kommunikasjontiltak

Medietilsynet har eigne nettsider som gir informasjon om blant anna regelverk, sentrale avgjerder og vedtak, undersøkingar og rapportar, råd og rettleiing til aktuelle målgrupper. På medietilsynet.no er det også ei «mi side»-løysing, der dei som for eksempel skal søke om mediestøtte eller sende inn rapportar til Medietilsynet, kan gjere dette. I 2024 var det om lag 560 000 sidevisningar på medietilsynet.no. Saker relaterte til trygg digital oppvekst blir mest lesne på nettsidene til Medietilsynet. Frå 2025 er ung.no og foreldrehverdag.no prioriterte kanalar for staten når det gjeld informasjon som skal ut til ungdom og foreldre. Dette kan få konsekvensar for trafikken på medietilsynet.no. Medietilsynet trur likevel at dette er rett prioritering og ser fram til å bidra til å utvikle ung.no og foreldrehverdag.no vidare.

Medietilsynet sender ut eit nyheitsbrev kvar veke. Ved utgangen av 2024 hadde nyheitsbrevet om lag 2900 abonnentar, ein auke frå 2700 i 2023. I løpet av 2024 blei det publisert 45 nyheitsbrev, og opningsraten var stabilt høg, på over 40 prosent.

Vidare nyttar Medietilsynet sosiale medium for å nå ut til aktuelle målgrupper. LinkedIn, Facebook og Instagram er dei kanalane som er mest brukte. Sosiale medium er særleg viktige for å nå yngre brukarar, blant anna i samband med kampanjar for ein tryggare digital kvardag. I 2024 blei det publisert 74 postar på LinkedIn, 57 på Facebook og 37 på Instagram.

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

	2022	2023	2024
Facebook			
Rekkevidde	2 622 000	2 432 653	2 326 751
Tal på følgarar (ved utgangen av året)	14 000	14 700	17 000
Instagram			
Rekkevidde	1 009 400	1 450 912	1 289 996
Tal på følgarar (ved utgangen av året)	250	550	1 755
LinkedIn			
Rekkevidde	41 500	32 041	28 981
Tal på følgarar (ved utgangen av året)	590	1 000	1 336
YouTube			
Tal på avspelingar	18 600	18 500	24 700
Nyheitsbrev			
Tal på abonnentar (ved utgangen av året)	2 400	2 700	2 800
Podkast			
Tal på episodar	8	4	2
Tal på avspelingar	4 800	2 711	2 865
Nettsider			
Tal på sidevisningar	600 000	750 000*	567 000
Rapportar, brosjyrar, dokument			
Tal på utsendingar	28 300**	13 970	7 053***

* På grunn av omlegging av målemetodar er talet på sidevisningar for 2023 usikkert, og reelt tal var truleg lågare.

** Talet for 2022 gjeld både nedlastingar og utsendingar av rapportar og brosjyrar. På grunn av endring av målemetode er det ikkje samanliknbare tal for nedlastingar for 2023 og 2024.

*** Fordi ein del brosjyrar blei oppdaterte i 2024, blei dei som var bestilte hausten 2024, først sende ut i januar 2025. Dette er forklaringa på det låge talet på utsendingar i 2024.

3.3.1.3 Informasjons- og haldningskampanjar

I 2024 gjennomførte Medietilsynet i alt tolv informasjons- og haldningskampanjar i sosiale medium. Dei fleste kampanjane var relaterte til trygg digital oppvekst, med ungdom, profesjonar som jobbar med barn og unge og foreldre som hovudmålgrupper. Kampanjane nådde ut til i alt om lag 4 millionar, mot 3,1 millionar året før.

Kampanjen som nådde flest, handla om skadeleg innhald på nettet, og var retta mot foreldre og fagpersonar som jobbar med barn og unge. Andre kampanjar som nådde breitt ut, handla om betydninga av redaktørstyrte medium, nyheitsbruk og faktasjekking og aldersgrenser i sosiale medium. Kampanjen om aldersgrenser blei gjennomført i samarbeid med dei fleste etatane i Samarbeidsorganet, som saman med Medietilsynet koordinerer arbeidet med ein handlingsplan for trygg digital oppvekst.

Instagram og Snapchat er dei kanalane som blir brukte for å nå dei unge mellom 13 og 25 år, mens Facebook blir brukt for å nå den vaksne målgruppa. Medietilsynet er varsam med annonsering retta mot unge, og avgrensar informasjonen i sosiale medium retta mot denne målgruppa til tema som kan bidra til auka digital tryggleik og kritisk medieforståing. LinkedIn blir nytta for å nå profesjonelle målgrupper som aktørar i mediebransjen.

Tabell 14 – informasjons- og haldningskampanjar i 2024

Kampanje	Målgruppe	Rekkevidde
Logg deg på livet til barna	Vaksne	521 941
Stjernekolonien	Vaksne	83 897
Safer Internet Day	Vaksne	619 042
Dataspel og utanforskap	Foreldre	222 920
Betydninga av redaktørstyrte medium	13–25-åringar	510 833
Lær deg om skadeleg innhald og dei skjulte fellene	Foreldre og fagpersonar som jobbar med barn	600 975
Skadeleg innhald og design	13–25-åringar	371 090
CTRLZ omsett til polsk og engelsk	Foreldre og fagpersonar som jobbar med barn	163 816
Stjernekolonien	Foreldre og barn i alderen 6–9 år	79 459
Foreldrekontroll, lootboksar og pengebruk i spel	Foreldre	47 839
Aldersgrenser i sosiale medium	Foreldre	391 361
Nyheitsbruk og faktasjekking	Foreldre	399 605
Totalt 2024		4 012 778

3.3.2 Samhandling med bransjeaktørar og andre eksterne

3.3.2.1 Ekstern aktivitet og kontakt

Medietilsynet arrangerte i 2024 ulike seminar og konferansar for å formidle innsikt og skape debatt om tema relaterte til mediemangfald, trygg digital oppvekst og kritisk medieforståing. I alt var det åtte egne arrangement i 2024, om lag det same som året før. Seks av arrangementa var relaterte til trygg digital oppvekst, eitt til kritisk medieforståing og eitt til mediemangfald. Skadeleg innhald på nettet, utanforskap i gaming, korleis desinformasjon påverkar norsk demokrati og verkelegheit, og innhaldsmangfaldet i norske redaktørstyrte medium var blant tema på arrangementa. Alle arrangementa har vore strøymde, og slik kan andre enn dei som bur i Oslo, få dei med seg. Arrangementet med flest avspelingar var Safer Internet Day, men også arrangementa om desinformasjon og utanforskap i gaming hadde mange hundre avspelingar.

Medietilsynet har også halde foredrag eller hatt debattinnlegg på over 20 eksterne arrangement i 2024, både i inn- og utland, og med eit breitt spekter av tema.

Også i 2024 var Medietilsynet til stades på Arendalsveka, både med egne arrangement og som deltakar på arrangement som andre stod for. Hovudsatsinga til Medietilsynet handla om korleis vi kan verne barn og unge mot skadeleg innhald og digitale farar på nettet. Medietilsynet var også medarrangør for eit møte om gambling i gaming, og deltok med innlegg på eit arrangement om kva tech-gigantane gjer med nettovergrep i regi av NKVTS, Barnevakten og Stine Sofies Stiftelse.



Arendalsveka 2024. Frå venstre Kjartan Sverdrup (TikTok), Sondre Ronander (Google), Leif Gunnar Vestbøstad Vik (Barnevakten), Per Moum Hellevik (NKVTS), Oddgeir Høyekvam (tidl. Operasjon Spiderweb), Kjell Ingolf Ropstad (stortingsrepresentant, KrF). Framme frå venstre Ada Sofie Austegard (Stine Sofies Stiftelse), Eli Blakstad (statssekretær, Barne- og familiedepartementet), Kari Nessa Nordtun (kunnskapsminister), Mari Velsand (Medietilsynet) og Inga Marte Thorkildsen (Stine Sofies Stiftelse). (Foto: Medietilsynet)

Det er viktig for Medietilsynet å ha jamleg og strukturert dialog med ulike bransjeaktørar og andre interessentar og samarbeidspartnarar for gjensidig oppdatering og dialog. I 2024 blei det gjennomført om lag 15 slike møte, blant anna med bransjeorganisasjonar, mediekonsern og andre tilsyn.

Medietilsynet held også jamleg forelesingar på ulike utdanningsinstitusjonar om medieregulering og tilhøyrande tematikk.

3.3.2.2 Internasjonalt arbeid

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)
- International working group on age verification
- INSAFE-nettverket (European Network of Awareness Centres promoting safe, responsible use of the Internet and mobile devices to young people)
- Nordisk møte med nordiske mediemyndigheiter
- 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)

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 dette har styrkt ytringsfridommen.

Teknologiutviklinga har samtidig ført til at det er vanskelegare å skilje mellom kva kjelder vi kan stole på og ikkje. Generativ kunstig intelligens er raskt blitt utvikla og fått stor utbreiing, og med det følger både moglegheiter og utfordringar. Den same dualiteten pregar sosiale medium: Fleire kan delta i den offentlege debatten, samtidig som dette er effektive kanalar for å spreie desinformasjon, propaganda og hatefulle ytringar.

Nokre teknologitenester er blitt ein så viktig del av informasjonsinfrastrukturen at vi kan kalle dei 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 gjer maktmisbruk mogleg, og det har auka behovet for reguleringar.

Det internasjonale samarbeidet har blitt eit viktigare verkemiddel for å nå nasjonale mediepolitiske mål. Derfor har Medietilsynet styrkt arbeidet sitt på dette feltet dei siste åra. Ei viktig oppgåve er å førebu forvaltninga av nye europeiske regelverk og bidra til å utvikle regelverk og effektiv forvaltning. Dette gjer Medietilsynet gjennom å ta del i europeiske organ. Også i 2024 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. I tillegg har det vore

arbeidd med mediefridomsforordninga (European Media Freedom Act), som vil verne om media si uavhengige stilling mot påverknad frå myndigheiter og private aktørar, inkludert sosiale medium. Den sikkerheitspolitiske situasjonen, med krig i Europa og globale spenningar, gjer det viktig å forhindre uønskt påverknad og kontroll frå aktørar utanfor EØS-området.

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 mediasaker. Medietilsynet deltar i ERGAs arbeidsgrupper og plenumsmøte for å påverke utviklinga av regelverket i EØS-området. Tilsynet har vore særleg opptatt av reguleringa av globale innhaldsplattformer for å styrke rettane til brukarane og dei redaktørstyrte media. Med mediefridomsforordninga blir det etablert eit nytt europeisk medieråd (European Board for Media Services), som frå 2025 kjem til å erstatte ERGA. Medierådet skal vere uavhengig av Europakommisjonen. Mediemyndigheitene som deltar, får nasjonalt handhevingsansvar for AMT-direktivet, som blir gjennomført i norsk rett gjennom den reviderte kringkastingslova, og for mediefridomsforordninga. I 2024 har eit viktig område i ERGAs arbeid vore å førebu overgangen til det nye medierådet og styrke samarbeidet mellom mediemyndigheitene i den indre marknaden.

Globale plattformer er ein viktig del av infrastrukturen for ytringsfridommen, men dei har så langt i liten grad vore underlagde demokratisk kontroll. I 2024 har det vore lagt vekt på korleis forordninga for digitale tenester, bransjenorma mot desinformasjon, mediefridomsforordninga, forordninga for openheit og målretting av politisk marknadsføring og forordninga for kunstig intelligens kan bidra til å ansvarleggjere tilbydarane av store internettplattformer og søkemotorar. Vidare har ERGA arbeidd med å implementere og handheve direktivet for audiovisuelle medietenester (Audiovisual Media Services Directive – AVMSD).



Direktør Mari Velsand er styreleiar i EPRA. Her frå møtet i Nederland i juni 2024. (Foto: Medietilsynet)

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. Direktør Mari Velsand er styreleiar i EPRA. I 2024 har EPRA særleg lagt vekt på kunstig intelligens, kritisk medieforståing, kringkasting og nye reguleringar.

Nordisk samarbeid: Dei nordiske landa har mykje til felles i synet på mediefridom og ytringsfridom. Mediemyndigheitene i Island, Finland, Danmark, Sverige og Finland møtest kvart år for å utveksle erfaringar og diskutere mediepolitiske spørsmål. I 2024 arrangerte Medietilsynet møtet i Bergen med tema som om internett-regulering, kringkasting, kritisk medieforståing og mediestøtte på dagsordenen. Som ein del av opplegget inngjekk også besøk hos TV 2 og Media City Bergen.



Frå møte for nordiske mediemyndigheiter i Bergen. (Foto: Medietilsynet)

Norwegian Safer Internet Centre (NSIC): Å vere Noregs Safer Internet Center gir Medietilsynet kontakt med eit nettverk av andre tilsvarende senter i heile Europa. Medarbeidarar og ungdommar frå Kors på halsen kan delta på kurs og konferansar i regi av prosjektet, og dei 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 [3.2.2.3](#).

Europakommisjonens ekspertgrupper: Medietilsynet deltar i EU-kommisjonens ekspertgruppe for trygg digital oppvekst (Safer Internet for Children).

Den internasjonale arbeidsgruppa for aldersverifisering: Alderskontroll for å verne barn og unge mot skadeleg innhald og design på sosiale medium og andre innhaldsplattformer er eit viktig tema i mange land. Medietilsynet deltar i denne arbeidsgruppa.

PEGI: Medietilsynet deltar i PEGI-rådet, som består av land som bruker PEGI-standarden for aldersklassifisering av dataspel. Seniorrådgivar Beate Våje i Medietilsynet er leiar for rådet.

Det europeiske audiovisuelle observatoriet: Medietilsynet representerer Noreg i det utøvande rådet som arbeider med innsikt om audiovisuelle medietenester.

3.3.2.3 Språkarbeid

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

Medietilsynet jobbar strukturert og systematisk med språkarbeidet, både med tanke på klarspråk og krava i språkloven. I 2024 blei det inngått ein avtale med NTB om bruk av nynorskroboten deira, og dette bidrar både til å effektivisere og kvalitetssikre arbeidet med å sikre nok og riktig bruk av nynorsk. For meir om språkarbeidet sjå del [4.6](#).

3.3.3 Ein meir effektiv organisasjon

3.3.3.1 Organisering av administrative oppgåver

Frå 1. januar 2023 blei ein del administrative oppgåver flytta over frå Medietilsynet til Arkivverket. Dette gjeld oppgåver innanfor rekneskap, lønn, økonomi, personal-administrasjon og arkiv. Dette blei gjort for å redusere sårbarheit og styrke fagleg kvalitet og kompetanse. Arkivverket er blant dei største etatane som er underlagt Kultur- og likestillingsdepartementet, og har dermed eit større fagmiljø innanfor administrasjon. Ansvar for styringsinformasjon og resultat ligg framleis hos Medietilsynet, men denne ordninga reduserer sårbarheit og risiko.

Medietilsynet har ei stilling som jobbar med økonomi- og verksemdstyring, og som er bindeleddet mot Arkivverket. Denne funksjonen er også ein viktig støttefunksjon for leiinga i Medietilsynet.

Samarbeidet mellom Arkivverket og Medietilsynet er regulert i ein eigen avtale. Avtalen blir følgt opp gjennom samarbeidsmøte kvar månad, i tillegg til at det er jamleg dialog mellom fagpersonar i dei to verksemdene. Partane evaluerte avtalen i slutten av 2024 og var samde om at han fungerer godt, og at måla om redusert sårbarheit, betra kvalitet og eit større fagmiljø er nådde. Det blei gjort nokre mindre justeringar i avtalen.

3.3.3.2 Kompetansetiltak

Eit prioritert kompetansetiltak i 2024 har vore på arkivområdet, i tråd med ei av fellesføringane i tildelingsbrevet. Det er gjennomført tre kurs for dei tilsette i løpet av året, og dei har tatt for seg både lovkrav og retningslinjer for arkivering og bruk av arkivsystemet. I tillegg har alle tilsette gjennomført eit digitalt kursopplegg.

IT-tryggleik har også vore prioritert. Dette er lagt inn i introduksjonsplanen for alle nytilsette, og sikkerhetsinstruks og andre sentrale dokument har vore gjennomgått med alle tilsette. Det har også vore gjennomført digitale kurs. Sjå elles punkt [3.3.4](#).

Medietilsynet har vidare hatt kompetansetiltak knytt til teamarbeid og prosjektleiing i 2024.

3.3.4 Digitalisering

Medietilsynet fortsette i 2024 arbeidet med å vidareutvikle dei digitale løysingane for mediestøtteordningane, konsesjonar og registreringar.

I 2024 starta arbeidet med å utvikle løysingane for å registrere audiovisuelle bestillingstenester og videodelingsplattformer, som er ein del av førebuingane til endringane som kjem i kringkastingslova. I tillegg til dei nye tenestene, moderniserer Medietilsynet andre eksisterande register og tilhøyrande skjemaløysingar. Målet er å skape eit heilskapleg og brukarvennleg registersystem og forbedre datakvaliteten på eksisterande registerdata.

I 2024 er løysingane for søknader om innovasjonstilskott forbetra og moderniserte i tråd med krava om universell utforming. Medietilsynet har også hatt den årlege gjennomgangen av dei andre tilskottsprosessane med tanke å effektivisere saksbehandlinga. Som eit ledd i dette arbeidet har arkivkoden fått eit teknisk løft.

Medietilsynet har vidare utvikla ein funksjonalitet som skal ta vare på eigarskapshistorikken og eit årskort som samkøyrer lagring av historiske data på tvers av medietypar. Det er for eksempel gjennomført tiltak for å gi saksbehandlarane betre oversikt over det totale saksbildet i og på tvers av ordningar.

Gjennom 2024 er det også lagt planar for innføringa av fleire nasjonale fellesløysingar i 2025.

Medietilsynet har i 2024 gjennomført pilotprosjekt om bruk av kunstig intelligens og automatisering i utvalde arbeidsprosessar. To ulike chatbotar er testa ut, i tillegg til eit verktøy for innhaldsanalysar. Pilotprosjekta blir utvikla vidare i 2025.

I tillegg er det gjort klart for at dei tilsette i Medietilsynet skal få tilgang til eit KI-verktøy, som ikkje deler data med tilbydarane, og som kan brukast på Medietilsynets dataverktøy. Det er utarbeidd ein intern strategi og retningslinjer for bruk av kunstig intelligens i Medietilsynet, og den blir implementert våren 2025.

3.3.5 IT-tryggleik

Medietilsynet har ein god struktur på styrande dokument, roller, ansvar og risikoreduserande tiltak når det gjeld IT-tryggleik. Alle sentrale dokument er gjennomgått og ved behov reviderte i løpet av 2024. Det er gjennomført diverse opplæringstiltak, sjå punkt [3.3.5](#).

Medietilsynet har avtale med ein ekstern leverandør om IT-drifta, og dette bidrar også til tryggleik på IT-området. Avtalen blei forlengd i 2024 etter anbudsutlysing. Medietilsynet og leverandøren møtest jamleg og går gjennom sjekklister.

Det er utarbeidd eit årshjul for ulike aktivitetar relaterte til IT-tryggleiken, og denne blir følgd opp gjennom året. I 2024 gjennomførte Medietilsynet ei beredskapsøving i IT-tryggleik med ekstern bistand. Av andre sikkerheitstiltak er det gjort diverse lisensoppgraderingar og investeringar i nødvendig sikkerheitsutstyr.

Frå 1. januar 2025 har Medietilsynet etter ei stillingsendring oppretta ein ny funksjon som teknologileiar, og denne stillinga får også hovudansvaret for IT-tryggleiken i verksemda. Dette gjer det mogleg å prioritere meir ressursar til dette arbeidet.

3.3.6 Måloppnåing, effektar, ressursbruk og utfordringar

3.3.6.1 Måloppnåing og effektar

Gjennom synleg og tillitsvekkande framferd og kunnskapsbasert kommunikasjon kan Medietilsynet nå ut med viktig kunnskap og råd til befolkninga generelt og til særleg utsette grupper spesielt. I 2024 blei det publisert 65 pressemeldingar, som genererte vel tusen oppslag. I alt var det om lag 2700 medieoppslag om Medietilsynet i 2024.

Om lag 70 prosent av sakene i 2024 blei publiserte i nettaviser, som er nyheitskjelder mange bruker. Mange av sakene blei publiserte i lokal- eller regional-medium, noko som er positivt for å nå breitt ut. Det var også ein god del saker om Medietilsynet i nasjonale medium og i fagmedium.

Også gjennom andre kanalar, som sosiale medium, nettsider, digitale undervisningsressursar, informasjonskampanjar, 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 om lag 14 700 i 2023 til 16 500 i 2024. På Instagram var auken frå 550 følgjarar i 2023 til vel 1100 i 2024, og på LinkedIn var det ein auke frå om lag 1000 i 2023 til knappe 1200 i 2024. Talet på visningar på nettsidene var 560 000 i 2024. Nyheitsbrevet hadde 2900 abonnentar ved utgangen av 2024, ein liten auke gjennom året. Nyheitsbrevet har ein stabil, høg opningsrate på om lag 40 prosent.

Samla har kampanjane frå Medietilsynet nådd ut til om lag 4 millionar i sosiale medium i 2024, mot 3,1 millionar i 2023.

Medietilsynet hadde åtte eigne arrangement i 2023, omtrent som i 2024. Arrangementa er også gjorde tilgjengelege digitalt via medietilsynet.no. I tillegg har representantar frå Medietilsynet deltatt med innlegg på over 20 arrangement som andre har stått for. På denne måten bidrar Medietilsynet både til å spreie innsikt om aktuelle tema og til å skape debatt.

Det internasjonale samarbeidet har blitt eit viktigare middel for å nå nasjonale mediepolitiske mål. Også i 2024 har Medietilsynet arbeidd med å førebu forvaltninga av nye europeiske regelverk, særleg med forordninga for digitale tenester (Digital Services Act – DSA). 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 heldt fram i 2024. 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 dei gir også innspel til ytterlegare forbetringar. Dette blir følgt opp vidare i 2025.

Gjennom året har Medietilsynet hatt gåande fleire pilotprosjekt med kunstig intelligens. Målet er både å auke kvaliteten på samhandlinga med eksterne aktørar og effektivisere interne arbeidsprosessar. Også dette arbeidet blir vidareført i 2025.

Medietilsynet har gjennom å vidareutvikle samarbeidet med Arkivverket om drift av administrative tenester gjort seg mindre sårbar og auka kvaliteten på tenestene.

Medietilsynet vurderer samla å ha levert i tråd med målet om å vere ein relevant, tydeleg og synleg samfunnsaktør i 2024.



3.3.6.2 Ressursbruk

I 2024 blei det brukt 6,5 årsverk på aktivitetar og tiltak knytte til målet om at Medietilsynet skal vere ein tydeleg og relevant samfunnsaktør, om lag det same som i 2023 (6,2 årsverk). 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.

3.3.6.3 Utfordringar

Ny innsikt, gode analysar av allment interessante samfunnsspørsmål og kunnskapsbaserte vurderingar og råd er eit godt utgangspunkt for kommunikasjon. Men det er sterk konkurranse om tida og merksemda til folk, og derfor er det viktig å jobbe målretta med kommunikasjonsarbeidet. Medietilsynet meiner det er ein stor fordel at offentlege etatar samarbeider for eksempel om undersøkingar, kampanjar og undervisningsressursar, og tilsynet prøver å legge til rette for det der det er mogleg. For eksempel stod dei fleste av etatane som er med i Samarbeidsorganet som følger opp handlingsplanen for trygg digital oppvekst, bak ein vellukka kampanje om aldersgrenser i sosiale medium hausten 2024.

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 sosiale medium og andre internett-tenester, og innfører en rekke plikter for aktørar som tilbyr desse tenestene. Medietilsynet er opptatt av at DSA skal brukast som eit instrument for å redusere samfunnsrisiko på internett-plattformene, gi betre vern for barn og unge og samtidig sikre ytringsfridommen, informasjonsfridommen og pressefridommen. Medietilsynet er eitt av fleire tilsyn som får tilsynsansvar i Noreg.

Arbeid med data og digitalisering krev utviklingskraft og finansiering, og det er krevjande å få til dette innanfor dei rammene som eit lite driftsbudsjett set. Dei statlege finansieringsordningane er ikkje tilpassa prosjekt med så store økonomiske rammer at dei dekker behova til små verksemdar. Dette gjer at digitaliseringsarbeidet – og det å halde god oversikt over dataa og å sørge for tilstrekkeleg kvalitetssikring – tar lengre tid enn ønskeleg.

Når det gjeld rekruttering av ny arbeidskraft, er det generelt på ein del område krevjande å rekruttere spisskompetanse til ei lita verksemd som Medietilsynet, der fagmiljøa er små. Medietilsynet merkar også at den geografiske plasseringa i Fredrikstad kan gjere det utfordrande å rekruttere folk til somme av stillingane.



4 Styring og kontroll i verksemda

Gode styringssystem og god internkontroll er viktig, og Medietilsynet har stor merksemd om dette. Verksemda fekk ingen merknader i revisjonsberetninga for budsjettåret 2023.

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 hadde gjennom 2024 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 ein treårig strategiplan som gjeld for perioden 2024–2026.

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 medarbeidar-samtalar.

Medietilsynet har faste rutinar for regelmessige møte mellom arbeidsgivaren og dei tillitsvalde og for møte i arbeidsmiljøutvalet. Eit utviklingsprogram for leiar-gruppa, teamleiarane og teamet er ført vidare i 2024 med ulike typar samlingar og tema. Medietilsynet vurderer at det er eit godt og tillitsfullt samarbeid mellom arbeidsgivaren og arbeidstakarrepresentantane 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.

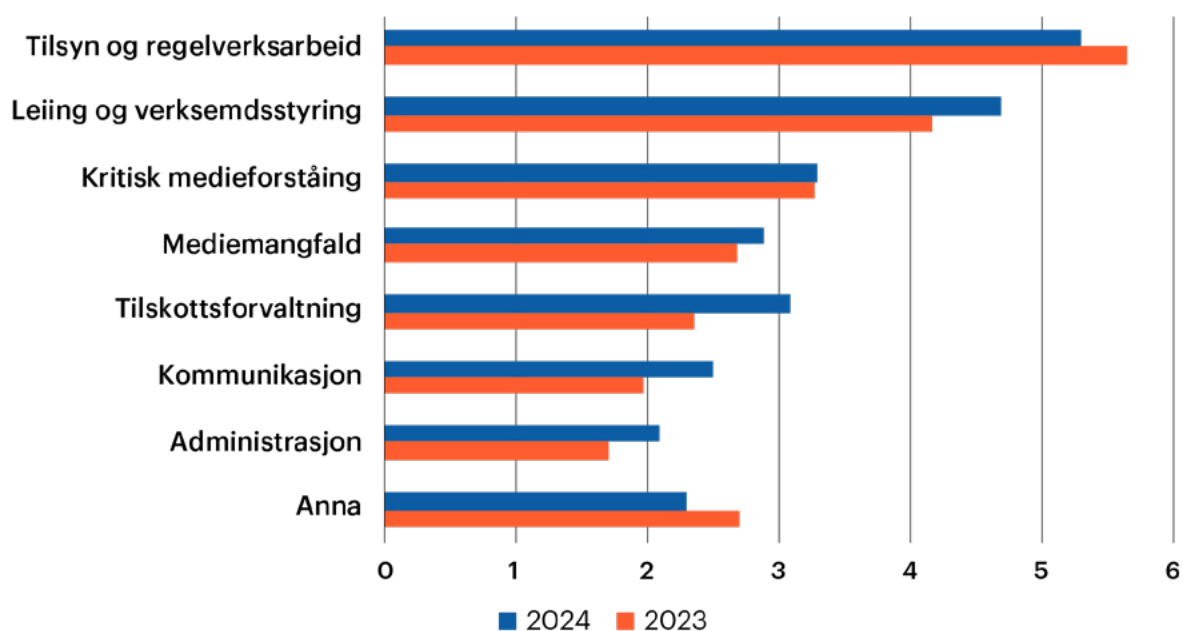
4.1.2 Ressursbruk

Medietilsynet registrerer all arbeidstid som blir brukt på ulike aktivitetar. Dette gjer det enklare å vite kor store ressursar som går til ulike oppgåver 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 ein liten auke i ressursbruken i 2024 (26,2 årsverk) frå 2023 (24,6 årsverk). Dette heng saman med fleire tilsettingar tidleg i 2024 i midlertidige vakansar frå 2023. Medietilsynet har også hatt tre vikarar gjennom store delar av 2024 som følge av foreldrepermisjonar.

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

Figur 11 – ressursfordeling per kategori 2023 og 2024 (Kjelde: Medietilsynet)



Samla bruk av ressursar har auka noko på dei fleste områda i 2024, noko som er naturleg sidan den totale ressursbruken har vore litt større enn året før. Prioriteringa av ressursar har samanheng med dei måla og styringssignala som ligg til grunn i tildelingsbrev og verksemdsplanar, og ho blir også påverka av midlertidige vakansar, frávær og nye tilsettingar.

Det var ein auke i bruken av ressursar til forvaltning av tilskott i 2024. Dette heng saman med at meir ressursar er brukte på rettleiing og søknadsbehandling, som følge av større endringar i forskrift om produksjonstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium. Det er også innført endringar i forskrift om innovasjons- og utviklings-

tilskott som har ført til at fleire medium enn tidlegare er omfatta av ordninga, og i tillegg har det vore fleire søknader.

Ressursbruken på mediemangfald har vore stor i 2024, noko som heng saman med at det har vore arbeidd parallelt med ein oppdatert rapport om bruksmangfald og analyser på nye område innanfor innhaldsmangfald. Ressursbruken på kritisk medieforståing heng saman med innsatsen knytt til EU-prosjektet, arbeidet retta mot barn og unge og handlingsplanen mot speleproblem.

Ressursar brukte på tilsyn og regelverksforvaltning var på om lag same nivået i 2024 som året før.

Auken i ressursbruk på administrasjon og leiing- og verksemdstyring heng saman med at stillingar som var vakante delar av 2023, blei fylte i 2024.

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 2024 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 dei siste åra også jobba mykje med IT-tryggleik og har framleis fokus på dette i det daglege arbeidet med digitale opplærings- og tyggingsstiltak. Det er laga ein opplæringsplan for nytilsette, og alle tilsette har gått gjennom og signert ein tryggleiksinstruks. Retningslinjene er repeterte for alle i 2024. Det er også gjennomført ei beredskapsøving med ekstern bistand.

I 2024 har Medietilsynet jobba med korleis kunstig intelligens (KI) kan nyttast for å effektivisere eigne arbeidsprosessar og betre samhandlinga med eksterne aktørar. Det er oppretta ei intern arbeidsgruppe på feltet, og fleire pilotprosjekt har vore sette i verk. Det er også utarbeidd ein strategi og retningslinjer for bruk av kunstig intelligens i Medietilsynet, og intern opplæring er under planlegging.

Protokollen over behandlingsaktivitetar når det gjeld personvernopplysningar, er oppdatert i 2024, 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 2024. Medietilsynet gjennomfører jamleg arbeidsmiljøkartleggingar, som 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 2024 var sjukefråværet i Medietilsynet på 4,5 prosent, mot 5,8 prosent i 2023. Hovuddelen av sjukefråværet var langtidssjukefråvær. Det eigenmelde fråværet var lågt og utgjorde om lag 1,2 prosent i 2024, mot 1,3 prosent i 2023.

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. Avtalen med leverandøren blei fornya i 2024 etter at oppdraget var lyst ut på anbod. Medietilsynet opplever leveransane frå den eksterne leverandøren som gode og sikre, og det blir halde jamlege oppfølgingsmøte med 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 2024 angitt at Medietilsynet skal jobbe aktivt, målretta og planmessig for å fremme likestilling og hindre diskriminering. I årsrapporten for 2024 er verksemdene bedne om å rapportere om kartlegging av lønnsforhold fordelte etter kjønn og bruken av ufrivillig deltidsarbeid.

Tabell 15 – tilsette og likestilling

År	Alle stillingar			Leiarstillingar			Lønn*
	Kvinner	Menn	Tal på stillingar	Kvinner	Menn	Tal på stillingar	Kvinner/menn
2022	28	8	36	3	1	4	703/723
2023	23	9	32	3	1	4	767/756
2024	26	9	35	3	1	4	767/761

*Gjennomsnittslønn (i 1000 kroner) for alle stillingar, lønnsoppgjer 2024 er ikkje med i tala for 2024

Gjennomsnittslønna i 2024 var 767 000 for kvinner og 761 000 kroner for menn, alle stillingar sett under eit. Det er overvekt av kvinner i leiarstillingar og i lågare stillingskodar, og fleire menn har lang ansiennitet. Lønnsoppgjeret for 2024 (lokale forhandlingar) er ikkje medrekna og kjem til utbetaling i 2025.

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 lønnsoppgjer 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 er utarbeidd i samarbeid mellom arbeidsgivaren og arbeidstakarorganisasjonane.

Tabell 16 – 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
2022	0	0	28,2	0	0	0	0	0
2023	1	0	15,6	0	1	0	0	0
2024	3	0	54,0	0	1	0	0	0

Per 31.12.24

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, høve til å utvikle seg, tilrettelegging og trakassering.

I Medietilsynet var 74 prosent av dei tilsette kvinner i 2024. Dette er om lag det same nivået som tidlegare år. Det er ønskeleg å få ei jamnare kjønnsfordeling blant dei 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 eller ingen søkarar som kan kategoriserast innanfor særlege tiltak mot diskriminering.

Tabell 17 – tal på tilsette ved utgangen av 2024 fordelt på stillingskategoriar

	Tal	Menn	Kvinner	Lønn*
Totalt i Medietilsynet inkl. midlertidige tilsette	35	9	26	100,9 %
Toppleiarar	1	0	1	
Avdelingsdirektørar	3	1	3	103,1 %
Fagdirektørar	0	0	0	-
Seniorrådgivarar	18	5	13	99,0 %
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 gjennomsnittslønna til kvinner i prosent av gjennomsnittslønna til menn.

Gjennomsnittslønna for kvinner er lågare enn for menn når vi ser bort frå leiarstillingar. Det er få menn i verksemda, men dei har lang ansiennitet og er ei forholdsvis homogen gruppe.

Det er eit større aldersspenn når det gjeld kvinnelege tilsette, noko som gir eit større spenn i lønn og dermed lågare gjennomsnittslønn samanlikna med menn (99 prosent og 97 prosent av menns gjennomsnittslønn).

I enkelte stillingsgrupper er det berre eitt kjønn og dermed inga prosentfordeling.

Tabell 18 – diverse interne tiltak i samband med arbeidet for likestilling og mot diskriminering

Område	Bakgrunn for tiltak	Tiltak
Rekruttering	Kjønnsfordelinga i Medietilsynet er 74 prosent kvinner og 26 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 74 prosent kvinner og 26 prosent menn.	Det er mogleg å utvikle seg og bli forfremma i organisasjonen gjennom å stige i stillingskode og ved å få teamleiaransvar. Lokal lønnspolitikk blir jamleg oppdatert i samarbeid mellom arbeidsgivaren og dei tillitsvalde. 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.

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 2024 tildelte Medietilsynet éin million kroner i driftstilskott til 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 2024 fekk slike prosjekt tildelt om lag 2,8 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 2024 har Medietilsynet følgd opp kringkastarane med kontroll, skriftlege rapporteringar og dialog.

Medietilsynet har i løpet av året hatt dialog med Statistisk sentralbyrå (SSB) om arbeidet med å utvikle innhald og formuleringar på nokre område av Norsk mediebarometer.

4.5 Fellesføringer for 2024

4.5.1 Konsulentbruk

Som andre statlege verksemder fekk Medietilsynet i tildelingsbrevet for 2024 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 formål 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 2024 brukte Medietilsynet til saman 7,5 millionar kroner på konsulenttenester. Dette er omtrent på same nivå som i 2023 (7,4 millionar).

Ein stor del av utgiftene til konsulentar, 4,4 millionar kroner, blei brukt i arbeidet med å digitalisere prosessar knytte 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. Medietilsynet har i 2024 også nytta ekstern bistand i arbeidet med pilotprosjekt knytt til bruk av kunstig intelligens.

Utover dette er det nytta konsulenttenester til juridiske oppgåver og bistand på særlege innkjøpsoppdrag (0,4 millionar kroner), til organisasjons- og leiarutvikling (0,4 millionar kroner) og til ulike type fagoppgåver (0,3 millionar kroner). Utgifter til kommunikasjonstenester utgjør 0,3 millionar kroner og er i hovudsak knytt til utforming og design av rapportar og til produksjon av materiell.

4.5.2 Systematisk og heilskapleg arbeid for å redusere klimautslepp, naturfotavtrykk og energibruk

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 offentlig 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 felles-avtalane der miljøomsyn er særleg vektlagt, blant anna gjennom ein avtale om gjenbruk og resirkulering av pc-materiell.

4.5.3 Positiv utvikling i talet på tilsettingar av personar med funksjonsnedsettingar

Medietilsynet har ingen tilsette med funksjonsnedsettingar. Når Medietilsynet lyser ut ledige stillingar, blir personar med funksjonsnedsettingar og/eller fravær frå arbeid, utdanning eller opplæring oppmoda til å søke. Når rekrutteringsbyrå blir nytta, ber Medietilsynet om at slike søkarar alltid skal bli tatt inn til vurdering. Ingen personar som har søkt stillingar i Medietilsynet i 2024, har oppgitt at dei har funksjonsnedsettingar. Av dei stillingane som blei utlyste i 2024, hadde ingen av dei kvalifiserte søkarane fravær frå arbeid, utdanning eller opplæring.

4.6 Språkarbeid

Medietilsynet tar ansvaret for å oppfylle språklova på alvor og har gjennom 2024 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 og så vidare for å sikre at ein tilstrekkeleg del er på nynorsk. Vidare blir det følgt opp at søknadsskjema og tilsvarende 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. Medietilsynet har i 2024 begynt å nytte ein nynorskrobot frå Norsk Telegrambyrå (NTB), som gjer arbeidet med nynorskbruk meir effektivt. Vidare nyttar Medietilsynet eksterne

byrå til omsetjing og kvalitetssikring av språket når det er nødvendig. Avdeling for kommunikasjon og rådgiving har i 2024 hatt 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.

For 2023 konkluderte Språkrådet med at Medietilsynet oppfylte kravet til veksling i språklova og dermed oppnådde full etterleving av lovkrava. Medietilsynet hadde 22 prosent nynorsk når det gjaldt nytt innhald på nettsidene, og delen var 24 prosent for innhaldet på nett samla, mens delen nynorsk var 36 prosent i sosiale medium. Medietilsynet oppfylte kravet om å ha skjema og sjølvbeteningsløyser på begge målformer. Når årsrapporten for 2024 blir skriven, har Medietilsynet ennå ikkje fått tilbakemelding frå Språkrådet når det gjeld oppfylling av lovkrava for dette året. Medietilsynets eigen gjennomgang tyder på at kravet om minimum 25 prosent nynorsk er oppfylt på nettet, og at det ligg noko under for sosiale medium.

4.7 Arkiv

Medietilsynet har frå 2023 overført diverse administrative funksjonar og oppgåver til Arkivverket, slik det er gjort greie for tidlegare i årsrapporten. Ansaret 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 eigne retningslinjer for arkiv, dokumentasjon og behandling av innsynskrav som blei oppdaterte i 2024.

Ein gjennomgang av lover og retningslinjer knytte til dokumentasjon, arkiv og innsyn er lagd inn som ein del av introduksjonsprogrammet for nytilsette. I 2024 er det i tillegg gjennomført fleire kurs/gjennomganger også for alle 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. Mediemangfaldsrekneskapen skal dokumentere status og utvikling for det norske mediemangfaldet, både i eit avsender-, innhalds- og bruksperspektiv.

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

For innovasjons- og utviklingstilskott til nyheits- og aktualitetsmedium blei det i 2024 prioritert prosjekt som retta seg mot innvandrarak og språklege minoritetar, i tillegg til prosjekt retta mot tenester for personar med funksjonsnedsettingar. Kriteria for tildelingane blei kommuniserte på Medietilsynets nettsider og i pressemeldingar.

Medietilsynet forvaltar 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 2024 blei éin million kroner tildelt lokalradioverksemdar til desse formåla.

Medietilsynet forvaltar også tilskott til samiske aviser. I 2024 blei det tildelt om lag 42,8 millionar kroner gjennom denne tilskottsordninga. Ordninga skal legge til rette for demokratisk debatt, meiningsdanning og språkutvikling i det samiske samfunnet.

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

4.9 Revisjon og rekneskap

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

Arkivverket utfører frå 2023 alle oppgåvene knytte til rekneskap, lønn og personaladministrasjon. Det er lagt opp til gode rutinar og jamlege statusmøte mellom Medietilsynet og Arkivverket.

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





5 Vurdering av framtidsutsikter

Samfunnsutviklinga medfører utfordringar både for mediebransjen og mediebrukarane. Dette stiller nye krav både til rammevilkåra og til Medietilsynet som fagetat, forvaltningsorgan og tilsyn.

Medietilsynet skal bidra til å oppfylle statens mediepolitiske mål, der det å fremme ytringsfridom og demokrati ved å legge til rette for ein open og opplyst samtale står sentralt. Mediemangfald, kritisk medieforståing i befolkninga og ein trygg digital oppvekst for barn og unge er viktige arbeidsområde for Medietilsynet. Sett i lys av samfunnsutviklinga blir Medietilsynets samfunnsoppdrag stadig viktigare. Den teknologiske utviklinga, ikkje minst framveksten av generativ 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 uønskt påverknad.

Som fag- og tilsynsorgan på mediefeltet skal Medietilsynet skaffe nødvendige fakta om status og utviklinga på området, blant anna som grunnlag for utforminga av mediepolitikken. Vidare forvaltar Medietilsynet mediepolitiske verkemiddel, som ulike mediestøtteordningar. Ein del av oppdraget vårt er også å bidra til at folk kan navigere både aktivt og trygt i eit stadig meir komplekst medielandskap. Kunnskap, råd og rettleiing er viktige verkemiddel i så måte, ikkje minst retta mot barn og unge, som er ei særleg sårbar gruppe.

Endringar både i medievanar og rammevilkår er blant eksterne forhold som påverkar Medietilsynets evne til å løyse samfunnsoppdraget. Skal vi kunne utføre oppdraget vårt på ein framtidsretta måte, må vi derfor til kvar tid ha god innsikt i utfordringar og utvikling 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 ein viktig rolle i å komme med innspel og endringsforslag og gjennomføre endringar når dei er bestemte. I 2024 er det blant anna jobba med endringar i kringkastingslova som blir sette i verk i løpet av 2025.

Globale aktørar får stadig større påverknad også på oss i Noreg, både når det gjeld mediebransjen og mediebrukarane. Denne utviklinga er også relevant for Medietilsynets samfunnsoppdrag. Mediebruken blir digitalisert i eit 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 evna Medietilsynet har til å løyse samfunnsoppdraget sitt. Nå er *Digital Services Act* (DSA), som er den første heilskaplege reguleringa av dei store tech-gigantane, innført i EU-landa. DSA fører blant anna til strengare krav både til kontroll, innsyn og forpliktingane og ansvarskjensla til plattformene. Nyleg blei det klart at Nkom får rolla som DSA-koordinator i Noreg, mens også Medietilsynet, Forbrukartilsynet og Datatilsynet får tilsynsoppgåver. For evna vår til å løyse samfunnsoppdraget vidare framover blir det viktig med ei tydeleg organisering og nok ressursar til å handheve DSA.

I 2024 har Medietilsynet i samarbeid med fleire andre statlege etatar fullført arbeidet med den første handlingsplanen for trygg digital oppvekst. Medietilsynet skal framleis 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.

Medietilsynet har dei siste åra jobba med å digitalisere både interne arbeidsprosessar og prosessar som involverer eksterne aktørar, og vi er avhengige 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 verksemdar står overfor, og etterlyser ein diskusjon om framtidige løysingar for at nødvendig digitaliserings- og moderniseringsarbeid kan bli gjennomførte også i dei mindre statlege verksemdene. Vi ser at kunstig intelligens kan hjelpe oss i effektiviseringsarbeidet og har i 2024 sett i gang fleire pilotprosjekt som blir vidareutvikla i 2025.

Medietilsynet er ei lita verksemd, men skal løyse eit stort og 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. Endringa som blei gjord i 2023 på administrativt område, der ein del oppgåver blei flytta frå Medietilsynet til Arkivverket, har vore eit vellykka og risikoreduserande tiltak, og viser at det er viktig å tenke nytt for å løyse utfordringar. Det har også stor betydning at Medietilsynet i 2025 fekk styrkt driftsbudsjettet med fem millionar kroner. Dette gjer det mogleg å auke både kompetansen og kapasiteten på viktige område, og viser at det er politisk forståing for kor viktig samfunnsoppdraget vårt er.

Noreg har eit sterkt mediemangfald, toppar framleis pressefridomsindeksen på verdsbasis og har aktive, kompetente mediebrukarar. Men dette er noko vi ikkje må ta for gitt, og utviklinga i mange europeiske land går i ei anna retning. Her heime blei 2023 eitt av dei svakaste åra for norske aviser sidan finanskrisa, målt etter lønnsemd, ifølgje Medietilsynets siste rapport om medieøkonomien. Ved starten av 2025 er kostnadskutt og bemanningsreduksjonar i mediebransjen nok ein gong i nyheitsbildet.



Bransjen sjølv er opptatt av endringa i meirverdiavgiftsfritaket som kom i 2023, som gjer at elektroniske nyheitstenester ikkje lenger har eit slikt fritak. Ein ny rapport som Oslo Economics har utarbeidd på vegner av Medietilsynet, og som blei publisert i januar 2025, tydeleggjer utfordringane med dagens ordning: Ho gir media insentiv til å prioritere utvikling av tekstbaserte nyheitsprodukt, sjølv om mediebrukarane føretrekkjer format med lyd og levende bilde. Dette kan bidra til at befolkninga får eit dårlegare nyheitstilbod og at driftsøkonomien til redaktørstyrte medium blir ytterlegare svekt. For å sikre høg bruk av redaktørstyrte medium og eit samla sterkt mediemangfald er det Medietilsynets vurdering at meirverdiavgiftsfritaket bør vere plattformnøytralt, slik at reguleringar ikkje svekker insentiva eller moglegheitene til å levere journalistikk på dei formata publikum etterspør, og som det er betalingsvilje for.

Det er liten tvil om at kvalitetssikra informasjon og nyheiter frå redaktørstyrte journalistiske medium, kritisk medieforståing og det å verne barn og unge mot skadeleg påverknad i digitale flater, kjem til å bli sentrale utfordringar også vidare framover. Derfor er også samfunnsoppdraget til Medietilsynet viktigare og meir aktuelt enn nokon gong.





6 Årsrekneskap

Årsrekneskapen for Medietilsynet omfattar driftsutgifter og -inntekter, utbetalte tilskott i tillegg til kino- og videogramavgift. Årsrekneskapen gir eit bilde av korleis midlane blei disponerte i 2024.

6.1 Kommenterar 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 medieanalyse-arbeid og ved å gi rettleiing og informasjon til mediebransjen og befolkninga. Medietilsynet fører rekneskap etter kontantprinsippet, slik det går fram av prinsipp-noten.

Stadfesting

Årsrekneskapen for 2024 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 2024 var på 61,7 millionar kroner. Det er overført 1 171 000 kroner i samband med mindreforbruk frå 2023. Løyvinga er styrkt med 861 000 kroner for lønnsoppgjeret. Den totale ramma for 2024 blei dermed 63 745 000 kroner.

Resultatet for 2024 for ordinær drift, kapittel 0335 post 01, blei eit mindreforbruk på 2 883 258 kroner. Av dette er 861 00 kroner budsjettmidlar mottatt for å dekke lønnsoppgjeret for 2024, som først blir utbetalt i 2025. Resterande mindreforbruk på 2 022 258 kroner er søkt overført til 2025.

Lønn og sosiale kostnader er den største utgifta for Medietilsynet, og i 2024 utgjorde dette 34,4 millionar kroner av løyvinga. Lønnsdelen av driftsutgiftene var 51 prosent i 2024, det same som i 2023.

Det blir nytta konsulenttenester for 7,5 millionar i 2024 (7,4 millionar i 2023). Største delen av dette er kostnader i samband med digitalisering og vidareutvikling av system for tilskottsforvaltning og andre fagprosessar.

Medietilsynet har i 2024 i tillegg kjøpt eksterne utgreiingar og undersøkingar i samband med ulike rapportar og tenester til produksjon av opplæringsmateriell, særleg retta mot barn og unge, for 8,4 millionar kroner. Utover dette er det kjøpt tenester til drift av IKT-tenester og system (4,5 millionar) og vikar-, innkjøps- og rekrutteringstenester (2,1 millionar). Samla tildeling til kapittel 0335 post 21 var i 2024 på 3 980 00 kroner og omfattar eksternt finansierte prosjekt. Prosjekt som

inngår i denne posten, er handlingsplanen mot speleproblem og EU-prosjekt knytt til trygg digital oppvekst. Utgiftene er på 4 531 492 kroner, og meirutgifta blir dekt av tilsvarende meirinntekt på post 02. Prosjekta held fram i 2025.

Medietilsynet fekk i 2024 tildelt 2,0 millionar kroner frå Kultur- og likestillingsdepartementet på kapittel 0325 post 21 til utgreiingsprosjekt. Samla utgift blei på 1 685 304 kroner. Mindreforbruket er søkt overført til 2025.

I 2024 blei det utbetalt tilskott på til saman 7,9 milliardar kroner, medrekna tilskott til NRK på 7,2 milliardar kroner og 150 millionar kroner i kompensasjon til TV 2 for levering av allmennkringkastingsplikter. Andre tilskottsordningar er produksjons- tilskott til nyheits- og aktualitetsmedium, innovasjons- og utviklingstilskott, tilskott til samiske aviser, distribusjonstilskott til avisene i Finnmark, tilskott til bruksretta medieforsking, tilskott til lokale lyd- og bildemedium og andre medietiltak med øyremerkte tilskott.

Det er vidare kravd inn sektoravgifter for til saman 1,6 millionar kroner knytte til kino- og videogramavgift.

Tilleggsopplysningar

Riksrevisjonen er ekstern revisor og stadfestar årsrekneskapen til Medietilsynet.

Revisjonsmeldinga blir publisert på Medietilsynets nettsider innan 1. mai 2025 saman med årsrapporten. Dersom revisjonsmeldinga ikkje er mottatt innan denne fristen, blir meldinga publisert så snart ho ligg føre.

Fredrikstad, 14. mars 2025

Mari Velsand
direktør i Medietilsynet

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 2024 og eventuelle tilleggskrav fastsette av overordna departement.

Oppstillinga av løyvingsrapportering og artskontorapportering 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 artskontorapportering 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.

6.2.1 Løyvingsrapportering

Oppstillinga av løyvingsrapporteringa omfattar ein øvre del med løyvingsrapporteringa og ein nedre del som viser behaldningar 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.

Mottatte belastningsfullmakter er inkluderte i kolonnen for samla tildeling, men blir ikkje bokførte og rapporterte til statsrekneskapen frå verksemda sjølv. Mottatte belastningsfullmakter blir bokførte og rapporterte av verksemda som har fått belastningsfullmakta, og dei blir derfor ikkje viste i kolonnen for rekneskap. Dei mottatte fullmaktene kjem fram i note B til løyvingsoppstillinga.

6.2.2 Artskontorapportering

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

Rekneskapstal i løyvings- og artskontorapporteringa med notar viser rekneskapstal rapportert til statsrekneskapen. I tillegg viser noten til artskontorapporteringa *Samanheng mellom avrekning med statskassa og mellomverande med statskassa bokførte tal frå kontospesifikasjonen for verksemda i kolonnen Spesifisering av bokført avrekning med statskassa*. Noten viser forskjellen mellom beløp som verksemda har bokført på eigedels- og gjeldskontoar i kontospesifikasjonen for verksemda (under dette saldo på kunde- og leverandørreskonto), og beløp verksemda har rapportert som fordringar og gjeld til statsrekneskapen og som inngår i mellomvære med statskassa.

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





6.3 Årsrekneskap for 2024

Oppstilling av løyvingsrapportering 2024

Utgifts- kapittel	Kapittel- namn	Post		Note	Samla tildeling*	Rekneskap 2024	Meirutgift (-) og min- dreutgift
0325	Allmenne kultur- formål	21	Forsking, utgreiing og spesielle drifts- utgifter	A, B	2 000 000	1 685 304	314 696
0335	Medie- formål	01	Driftsutgifter	A, B	63 745 000	60 861 742	2 883 258
0335	Medie- formål	21	Spesielle driftsut- gifter	A, B	3 980 000	4 531 492	-551 492
0335	Medie- formål	70	Kompensasjon til kommersiell all- mennkringkasting	A, B	150 000 000	150 000 000	0
0335	Medie- formål	71	Mediestøtte	A, B	490 030 000	490 028 391	1 610
0335	Medie- formål	73	Medietiltak	A, B	14 420 000	14 418 230	1 710
0335	Medie- formål	74	Tilskott til lokale lyd- og bilde- medium	A, B	39 027 000	20 948 197	18 078 803
0335	Medie- formål	79	Norsk rikskring- kasting AS – NRK	A, B	7 216 454 000	7 216 454 000	0
1633	Netto- ordning, statleg meirver- diavgift	01	Nettoordning, statleg betalt meirverdiavgift		0	6 313 064	-
Sum utgiftsført					7 979 656 000	7 965 240 419	-



Oppstilling av løyvingsrapportering 2024 forts.

Inntekts- kapittel	Kapittel- namn	Post		Samla tilde- ling*	Rekneskap 2024	Meirinn- tekt og mindre- inntekt (-)
3335	Mediefor- mål	02	Inntekter ved oppdrag	4 101 000	4 652 492	551 492
5568	Sektorav- gift under KDU	75	Kino- og videogramavgift	1 500 000	1 641 566	141 566
5309	Tilfeldige inntekter	29	Ymse	0	1 271 331	-
5700	Folketryg- dinntekter	72	Arbeidsgivaravgift	0	4 159 037	-
Sum inntektsført				5 601 000	11 724 426	-
Netto rapportert til løyvingsrekneskapen					7 953 515 994	
Kapital- kontoar						
60063901	Noregs Bank KK / innbeta- lingar				10 211 578	
60063902	Noregs Bank KK / utbetalingar				-7 964 024 344	
703808	Endring i mellom- været med stats- kassa				296 772	
Sum rapportert					0	

Behaldningar rapporterte til kapitalrekneskapen (31.12.2024)

Konto	Tekst	2024	2023	Endring
703808	Mellom- være med statskassa*	-2 755 812	-3 052 584	296 772

* Endringa er omtalt i prinsippnote

Nota A: Forklaring av samla tildeling utgifter

Kapittel		Post		Overført frå i fjor	Årets til delingar 2024	Samla tildeling 2024
0325	Allmenne kulturformål	21	Forskning, utgreiing og spesielle driftsutgifter	0	2 000 000	2 000 000
0335	Medieformål	01	Driftsutgifter	1 171 000	62 574 000	63 745 000
0335	Medieformål	21	Spesielle driftsutgifter	0	3 980 000	3 980 000
0335	Medieformål	70	Kompensasjon til kommersiell all-mennkringkasting	0	150 000 000	150 000 000
0335	Medieformål	71	Diverse tilskott, spesifiserte med prosjektnummer	0	490 030 000	490 030 000
0335	Medieformål	73	Medieforskning	0	14 420 000	14 420 000
0335	Medieformål	74	Tilskott til lokale lyd- og bilde-medium	16 027 000	23 000 000	39 027 000
0335	Medieformål	79	Norsk rikskringkasting AS – NRK	0	7 216 454 000	7 216 454 000





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

Kapittel og post	32521	33501	33521	33570	33571	33573	33574	33579
Stikkord		*	**				*** «Kan overførast»	
Meir-/mindreutgifter	314 696	2 883 258	-551 492	0	1 610	1 770	18 078 803	0
Utgiftsført av andre jamført med gitte belastningsfullmakter	0	0	0	0	0	0	0	0
Meir-/mindreutgifter etter gitte belastningsfullmakter	314 696	2 883 258	-551 492	0	1 011	1 770	18 078 803	0
Meir-/mindreinntekter jamført med meirinntektsfullmakt	0	0	551 492	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	0	Ikkje aktuell
Omdisponering frå post 01 til 45 eller til post 01/21 frå neste års løyving	0	0	0	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	0	Ikkje aktuell
Innsparingar	0	0	0	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	0	Ikkje aktuell
Sum grunnlag for overføring	314 696	2 883 258	0	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	Ikkje aktuell	18 078 803	Ikkje aktuell
Kompensasjon for lønnsoppgjeret 2024		861 000						
Maks overførbart beløp	314 696	3 946 650					45 240 000	
Mogleg overførbart beløp berekna av verksemda	314 696	2 883 258					18 078 803	

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.

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

Meirutgifter på kapittel og post 033521 skal sest mot tilsvarende 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 ingen mottatte belastningsfullmakter i 2024

Artskontorrapportering 2024

	Note	2024	2023
<i>Driftsinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Innbetalinger frå gebyr	1	0	0
Innbetalinger frå tilskott og overføringar	1	4 652 492	3 079 562
Sals- og leigeinnbetalinger	1	4 365	0
Andre innbetalinger	1	35 215	37 738
Sum innbetalinger frå drift		4 692 072	3 117 300
<i>Driftsutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Utbetalinger til lønn	2	34 416 893	31 527 959
Andre utbetalinger til drift	3	32 319 486	29 723 496
Sum utbetalinger til drift		66 736 379	61 251 454
Netto rapporterte driftsutgifter		62 044 307	58 134 154
<i>Investerings- og finansinntekter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Innbetaling av finansinntekter	4	0	30 887
Sum investerings- og finansinntekter		0	30 887

Artskontorapportering 2024 forts.

	Note	2024	2023
<i>Investerings- og finansutgifter rapporterte til løyvingsrekneskapen</i>			
Utbetaling til investeringar	5	375 209	766 527
Utbetaling til kjøp av aksjar	5, 8B	0	0
Utbetaling av finansutgifter	4	2 165	9 348
Sum investerings- og finansutgifter		377 374	775 875
Netto rapporterte investerings- og finansutgifter			
		377 374	744 988
<i>Innkrevingsverksemd og andre overføringer til staten</i>			
Innbetaling av skattar, avgifter, gebyr m.m.	6	2 849 702	3 056 106
Sum innkrevingsverksemd og andre overføringer til staten		2 849 702	3 056 106
<i>Tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten</i>			
Utbetalinger av tilskott og støtte	7	7 891 848 818	7 606 111 993
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringer frå staten		7 891 848 818	7 606 111 993
<i>Inntekter og utgifter rapporterte på felleskapittel*</i>			
Gruppelivsforsikring konto 1985 (ref. kap. 5309, inntekt)		58 830	51 905
Arbeidsgivaravgift konto 1986 (ref. kap. 5700, inntekt)		4 159 037	3 832 336
Nettoføringsordning for meirverdiavgift konto 1987 (ref. kap. 1633, utgift)		6 313 064	5 641 070
Netto rapporterte utgifter på felleskapittel		2 095 197	1 756 828
Netto rapportert til løyvingsrekneskapen			
		7 953 515 994	7 663 691 858

Artskontorrapportering 2024 forts.

	Note	2024	2023
<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		-1 228 238	-1 204 658
Skyldige offentlege avgifter		-68 791	-1 299
Avsett pensjonspremie til Statens pensjonskasse		-925 320	-927 757
Mottatte forskottsbetalningar		-546 941	-918 870
Lønn (negativ netto, for mykje utbetalt lønn m.m.)		13 479	0
Anna kortsiktig gjeld		0	0
Differansar på bank og ikkje-identifiserte innbetalingar		0	0
Sum mellomvære med statskassa	8	-2 755 812	-3 052 584



**Note 1: Innbetalinger frå drift**

	2024	2023
<i>Innbetalinger frå gebyr</i>		
Kontrollgebyr, film	0	0
Kontrollgebyr, trykte merke	0	0
Sum innbetalinger frå gebyr	0	0
<i>Innbetalinger frå tilskott og overføringar</i>		
Tilskott frå EU	2 501 458	1 434 835
Tilskott frå andre departement	2 151 034	1 644 727
Sum innbetalinger frå tilskott og overføringar	4 652 492	3 079 562
<i>Sals- og leigeinnbetalinger</i>		0
Tilfeldige inntekter	4 365	
Sum sals- og leigeinnbetalinger	4 365	0
<i>Andre innbetalinger</i>		
Anna driftsrelatert inntekt	35 215	37 738
Sum andre innbetalinger	35 215	37 738
Sum innbetalinger frå drift	4 692 072	3 117 300

Note 1: Innbetalinger frå drift

	2024	2023
<i>Innbetalinger frå gebyr</i>		
Kontrollgebyr, film	0	0
Kontrollgebyr, trykte merke	0	0
Sum innbetalinger frå gebyr	0	0
<i>Innbetalinger frå tilskott og overføringar</i>		
Tilskott frå EU	2 501 458	1 434 835
Tilskott frå andre departement	2 151 034	1 644 727
Sum innbetalinger frå tilskott og overføringar	4 652 492	3 079 562
<i>Sals- og leigeinnbetalinger</i>		0
Tilfeldige inntekter	4 365	
Sum sals- og leigeinnbetalinger	4 365	0
<i>Andre innbetalinger</i>		
Anna driftsrelatert inntekt	35 215	37 738
Sum andre innbetalinger	35 215	37 738
Sum innbetalinger frå drift	4 692 072	3 117 300

Note 2: Utbetalinger til lønn

	2024	2023
Lønn	26 850 037	24 679 162
Arbeidsgivaravgift	4 159 037	3 832 336
Pensjonsutgifter*	2 713 898	1 943 473
Sjukepengar og andre refusjonar (-)	-1 260 577	-961 857
Andre ytingar	1 954 499	2 034 844
Sum utbetalinger til lønn	34 416 893	31 527 959

Antal utførte årsverk	32	30
------------------------------	-----------	-----------

* Pensjonsutgifter er rekneskapsførte på bakgrunn av faktura frå Statens pensjonskasse. Utgiftene til arbeidsgivaren utgjør 9,2 prosent av pensjonsgrunnlaget. For 2022 var satsen på 8,7 prosent. Det er i 2024 auka kostnader til AFP.

Note 3: Andre utbetalinger til drift

	2024	2023
Husleige	3 915 792	3 867 030
Vedlikehald egne bygg og anlegg	0	0
Vedlikehald og ombygging av leigde lokale	0	3 380
Andre utgifter til drift av eigedom og lokale	937 342	877 420
Reparasjon og vedlikehald av maskiner, utstyr m.m.	14 695	34 732
Mindre utstyrs kjøp	331 211	84 799
Leige av maskiner, inventar og liknande	1 520 735	917 178
Kjøp av konsulenttenester	7 468 993	7 356 407
Kjøp av andre framande tenester	15 582 420	12 580 507
Reiser og diett	848 041	932 742
Andre driftsutgifter	1 700 257	3 069 301
Sum andre utbetalinger til drift	32 319 486	29 723 496

**Note 4:** Finansinntekter og finansutgifter

	2024	2023
<i>Innbetaling av finansinntekter</i>		
Inntekter frå egedelar i selskap m.m.	0	0
Salssum ved realisasjon av verdipapir	0	0
Renteinntekter	0	30 887
Valutagevinst	0	0
Anna finansinntekt	0	0
Sum innbetaling av finansinntekter	0	30 887
<i>Utbetaling av finansutgifter</i>		
Renteutgifter	2 165	9 348
Valutatap	0	0
Anna finansutgift	0	0
Sum utbetaling av finansutgifter	2 165	9 348

Note 5: Utbetaling til investeringar og kjøp av aksjar

	2024	2023
<i>Utbetaling til investeringar</i>		
Immaterielle egedelar og liknande	0	0
Tomter, bygningar og annan fast eigedom	0	0
Infrastruktureigedelar	0	0
Maskiner og transportmiddel	0	0
Driftslausøyre, inventar, verktøy og liknande	375 209	766 527
Sum utbetaling til investeringar	375 209	766 527
<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: Innkreivingsverksemd og andre overføringar til staten

	2024	2023
Tilfeldige og andre inntekter (statskonto 530929)	2 849 702	3 056 106
Sum innkreivingsverksemd og andre overføringar til staten	2 849 702	3 056 106

Note 7: Tilskottsforvaltning og andre overføringar frå staten

	2024	2023
Tilskott til ikkje-finansielle føretak	7 891 848 818	7 606 111 993
Sum tilskottsforvaltning og andre overføringar frå staten	7 891 848 818	7 606 111 993



Note 8: Samanheng mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa

Del A Forskjellen mellom avrekning med statskassa og mellomvære med statskassa

	2024	2024	
	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	324 646	0	324 646
Andre fordringar	0	0	0
Bankinnskott, kontantar og liknande	0	0	0
Sum	324 646	0	324 646
Langsiktig gjeld			
Anna langsiktig gjeld	0	0	0
Sum	0	0	0
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld	-1 629 663	0	-1 629 663
Skyldig skattetrekk og andre trekk	-1 228 238	-1 228 238	0
Skyldige offentlege avgifter	-68 791	-68 791	0
Anna kortsiktig gjeld	-715 518	-1 458 783	743 265
Sum	-3 642 210	-2 755 812	-886 398
Sum	-3 317 564	-2 755 815	-561 752

Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad

info@medietilsynet.no



ISBN: 978-82-8428-063-9