

Årsrapport 2012



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Innhold

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

Oppsummering av 2012

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

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

I 2012 arbeidet Medietilsynet med flere krevende og betydelige oppgaver.

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

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

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

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

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

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

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

1 Prioriterte områder

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

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

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

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

1.2 Oppgave: Planlegge framtidig innføring av audiovisuelle medietjenester

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

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

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

Kartlegging av audiovisuelle bestillingstjenester

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

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

Tilsyn, herunder utarbeidelse av informasjon

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

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

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

1.3 Oppgave: Tildele konsesjoner til kringkastere i det digitale radionettet

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

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

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

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

1.4 Oppgave: Bistå departementet i arbeidet med Mediestøtteutvalgets innstilling

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

1.5 Oppgave: Gjennomføre prosjektet Trygg Bruk

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.7 Oppgave: Gjennomføre handlingsplan mot spilleproblemer

Dataspillkonferansen 2012



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

Nettportal: www.problemspilling.no

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



Brosjyre: Problemspilling

I 2012 begynte Medietilsynet arbeidet med å utvikle en informasjonsbrosjyre med fokus på problemskapende bruk av dataspill. Brosjyrens målgruppe er hovedsakelig helsepersonell og ansatte i skolen som til daglig møter ungdom som sliter med et usunt spillemønster. Problemspilling er for mange nytt og fremmed. Derfor er brosjyren er sammen med nettportalen

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

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

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

1.9 Oppgave: Gjennomføre informasjonstiltak om overgang til digitalradio

Informasjonsarbeidet om overgang til digitalradio har hatt fokus på følgende:

Øke kjennskap til teknologiskiftet

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

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

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

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

Samarbeid med bransjeaktørene

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

1.10 Oppgave: Videreutvikle elektroniske løsninger rettet mot tilsynets brukere

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

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

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

2 Tilsyn, overvåking og konsesjonstildelinger

2.1 Mål: Bidra til et godt allmennkringkastingstilbud

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

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

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

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

2.2 Mål: Motvirke uønsket mediekonsentrasjon

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3 Mål: Motvirke ulovlig reklame og kommersiell påvirkning i kringkasting

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

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

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

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

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

Forhåndsvurdere og sette aldersgrense på kinofilm

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

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

Spillefilmer fordelt etter aldersgrense:

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

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

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

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

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

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

Tilsyn med vannskillebestemmelsen i fjernsyn

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

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

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

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

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

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

Registrere og foreta stikkprøvekontroller av videogram

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Hindre spredning av ulovlig vold og pornografi i fjernsyn

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

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

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

Analog lokalradio

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

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

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

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

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

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

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

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

Fjernsynskonsesjoner (DTT)

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

3 Tilskuddsforvaltning

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

Utviklingen innenfor avisgrupper som mottok produksjonstilskudd:

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

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

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

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

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

2008	2009	2010	2011	2012
236	235	233	240	230

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tildelte midler fordelt etter type tilskudd i 2012:

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

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

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

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

3.6 Andre medietiltak

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

4 Veilednings- informasjon- og utredningsvirksomhet

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

Pedagogiske studieark

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

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

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

Gjennomføring av nasjonal informasjonskampanje om merkeordningen for dataspill

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

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



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

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

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

4.2 Mål: Frambringe kunnskap om barn og unges mediebruk

Barn og Medier-undersøkelsene 2012

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

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

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

Undersøkelsen Medieregulering og foreldre

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

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

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

Publikumspanel

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Sentrale rapporter og informasjon som tilsynet utarbeidet i 2012 er:

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

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

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

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

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

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

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

5 Virksomhetsstyring og personalforvaltning

5.1 Økonomi

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

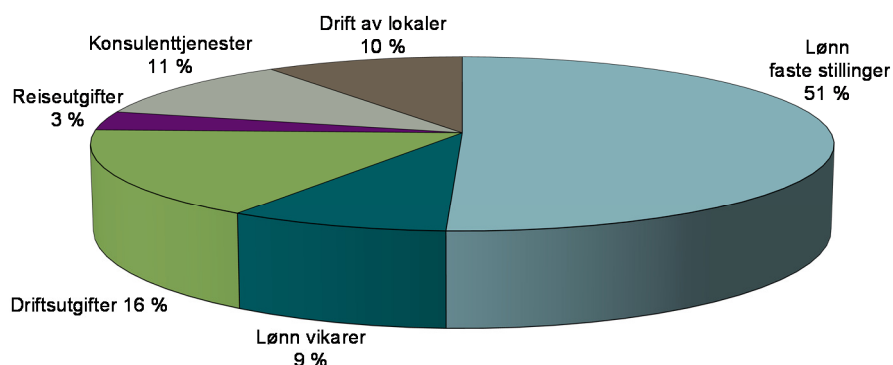
Totale driftsutgifter utgjorde 48,5 millioner kroner i 2012, fordelt med 29,6 millioner kroner i lønnsutgifter og 18,9 millioner kroner til varer og tjenester.

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

Årsregnskap (statsregnskapet)

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

Etter en hovedgruppering fordeler utgiftene i regnskapet seg slik:



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

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

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

Inntekter

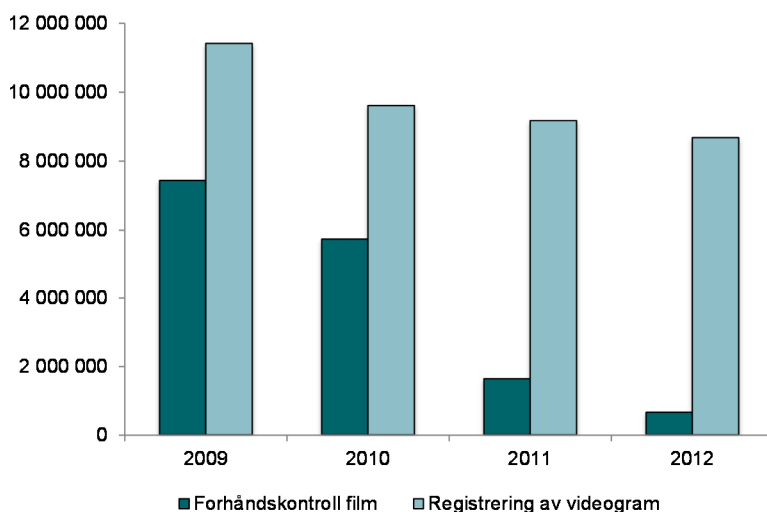
Post		Regnskap	Budsjett	Avvik
334401	Ymse inntekter	4 293 355	1 675 000	2 618 355
333416	Fødselspenger	676 382		
333418	Sykepenger	1 036 954		
3334 70	Gebyrer	9 347 296	15 500 000	- 6 152 704

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

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

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

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



5.2 Administrative forhold

Likestilling

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

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

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

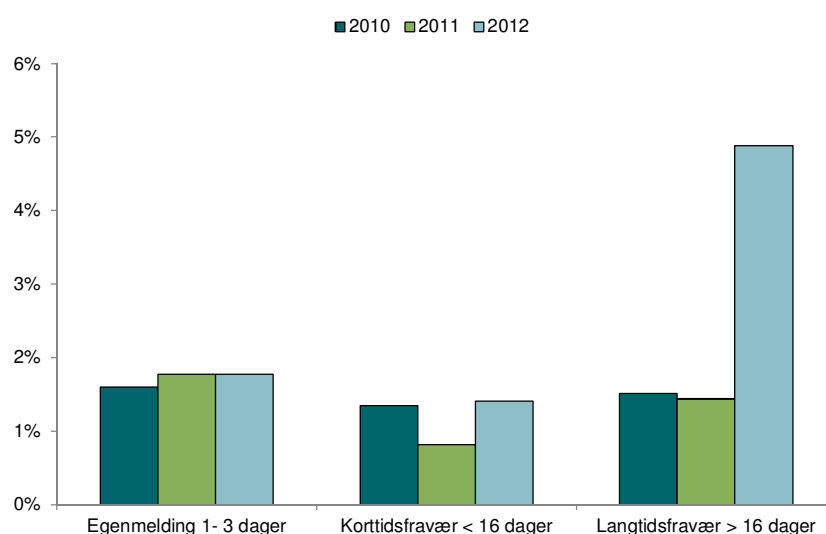
For øvrige stillingsgrupper tjener menn og kvinner tilnærmedesvis likt, mot at menn tjente 23 000 kroner mer enn kvinner i 2011. Utviklingen skyldes tilsetting av flere mannlige vikarer som tjener mindre enn personene de vikarierer for. Lønnsnivået for fast tilsatte innenfor samme stillingskategorier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

IA-arbeid og sykefravær

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

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

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



Integrering og inkludering

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

Én person med innvandrerbakgrunn ble tilsatt i virksomheten i 2012.

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

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

Miljøarbeid

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

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

Risikovurderinger

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

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

Informasjonsarbeid

Medietilsynet har i 2012 økt ressursene til informasjonsarbeidet i virksomheten.

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

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

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