



Årsrapport 2011

Innhold

1	Bakgrunn	2
2	Tilsyn og overvåking.....	2
2.1	Prioriterte områder.....	2
2.1.1	Metodikk for tilsynsarbeid	2
2.1.2	Forhåndsgodkjenning av NRKs nye medietjenester	3
2.1.3	Tilsyn med audiovisuelle medietjenester	3
2.1.4	Samarbeid med andre lands tilsynsmyndigheter	3
2.1.5	Medieeierskap	3
2.1.6	Utredningsarbeid	5
2.1.7	Mediekompetanse.....	5
2.2	Øvrige mål og oppgaver på tilsynsområdet	6
2.2.1	Sikre et godt riksdekkende allmennkringkastingstilbud	6
2.2.2	Hindre uønsket mediekonsentrasjon	7
2.2.3	Hindre ulovlig reklame og kommersiell påvirkning i kringkasting	7
2.2.4	Beskytte barn og unge mot skadelig innhold på kinofilm og fjernsyn.....	7
2.2.5	Hindre spredning av ulovlig vold og pornografi i fjernsyn og på videogram.....	9
2.2.6	Sørge for at konsesjonsvilkår overholdes.....	12
3	Tilskuddsforvaltning	14
3.1	Produksjonstilskudd for dagsaviser	15
3.2	Anvendt medieforskning og etterutdanning	16
3.3	Samiske aviser	16
3.4	Minoritetsspråklige publikasjoner	16
3.5	Distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark	17
3.6	Lokalkringkastingsformål og andre medietiltak	17
3.7	Tilskudd til lokalkringkastingsformål	17
3.8	Andre medietiltak	18
4	Veiledning-, informasjons- og utredningsvirksomhet.....	19
4.1	Prioriterte områder.....	19
4.1.1	Informasjon og veiledning om trygg mediebruk for barn og unge	19
4.2	Øvrige mål og oppgaver på veilednings- og informasjonsområdet.....	21
4.2.1	Frambringe kunnskap om barn og unges mediebruk	21
4.2.2	Bidra til at barn og unge blir bevisste mediebrukere.....	22
5	Virksomhetsstyring og personalforvaltning	23
5.1	Økonomi	23
5.2	Administrative forhold	26

1 Bakgrunn

Årsrapporten er skrevet med utgangspunkt i Kulturdepartementets tildelingsbrev for 2011 til Medietilsynet og følger i hovedsak disposisjonen av temaer i tildelingsbrevet.

Rapporten er delt inn i følgende hovedområder:

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

Gjennomføring av tiltak og resultatutviklingen innenfor de ulike områdene omtales nærmere under det enkelte hovedområde i årsrapporten. Prioriterte områder i følge tildelingsbrevet for 2011 omtales innenfor hvert hovedområde, jf. tildelingsbrevets del 3.

2 Tilsyn og overvåking

2.1 Prioriterte områder

2.1.1 Metodikk for tilsynsarbeid

Medietilsynet skal følge opp det arbeidet som er gjort med tilsynsmetodikk for tilsynsarbeid etter kringkastingsloven, og sørge for å gjøre prinsippene for tilsynsarbeidet kjent, jf. tildelingsbrevet pkt. 2.3 og 3.1.

Medietilsynet har i henhold til en egen plan arbeidet med å gjennomføre tilsynsmetodikken i tilsynsarbeidet gjennom hele året. Internt har det vært et fokus på å sikre en felles forståelse av hva slags tilsynsrolle Medietilsynet skal ha, samt hvilke overordnede målsettinger Medietilsynet skal ha i tilsynsarbeidet.

Når det gjelder tilsyn etter kringkastingsloven er det utarbeidet planer for tilsynsarbeidet for vår- og høsthalvåret 2011, samt foretatt vesentlighets- og risikoanalyser ved prioriteringen av tilsynsoppgavene. Ulike virkemidler er tatt i bruk i tilsynsvirksomheten, og det er i 2011 vært et økt fokus på dialog og veiledning som virkemidler overfor aktørene. Et eksempel på dette er utarbeidelse av retningslinjer for vannskillesaker, der bransjen ble tatt med på råd ved utformingen av retningslinjene. Andre aktører har mottatt informasjonsbrev om regelverket i stedet for at det har blitt igangsatt 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 vedtak om sanksjon.

Det er nedlagt et betydelig arbeid i å utvikle et enhetlig system for maler og standardsvar på kringkastingsfeltet som vil kunne gi en effektiviseringsgevinst, samt sikre et enhetlig uttrykk på brev, varsler, vedtak og liknende som kommer fra Medietilsynet.

Prinsipper for tilsynsarbeidet er gjort kjent gjennom enkeltsaker og den løpende kontakten med aktører og publikum. Medietilsynet har i tillegg publisert et policy-dokument om metode på tilsynets hjemmeside (<http://www.medietilsynet.no/no/Aktuelt/Nyheter/111221-tilsyn/>).

2.1.2 Forhåndsgodkjenning av NRKs nye medietjenester

Forhåndsgodkjenningsprosedyren for nye medietjenester som NRK ønsker å innlemme i sitt allmennkringkastingsoppdrag trådte i kraft 1. mai 2010. På oppdrag fra Kulturdepartementet utarbeidet Medietilsynet i 2011 en orientering om hvordan prosedyren om forhåndsgodkjenning skal praktiseres. Formålet var å tydeliggjøre forståelsen av regelverket og skape åpenhet og forutsigbarhet for NRK og berørte markedsaktører. Arbeidet ble gjort i samarbeid med Konkurransetilsynet og i dialog med NRK, og orienteringen ble deretter sendt på høring. Det vil være aktuelt å videreutvikle retningslinjer for forhåndsgodkjenningen etter hvert som Medietilsynet høster erfaring med ordningen.

NRK søkte i april 2011 om forhåndsgodkjenning av en ny trafikk- og ruteportal i samarbeid med Statens Vegvesen AS, Trafikanten AS og Ruter AS. Medietilsynet besluttet 26. april 2011 at tjenesten måtte gjennom en forhåndsgodkjenningsprosedyre, og iverksatte prosedyren med offentlig høring, Konkurransetilsynets vurdering av potensielle konkurransebegrensende virkninger og Medietilsynets vurdering av hvorvidt tjenesten bidrar til å oppfylle allmennkringkastingsoppdraget og eventuell merverdi av at NRK tilbyr tjenesten. 12. juli 2011 oversendte Medietilsynet sin rådgivende uttalelse til Kulturdepartementet for endelig behandling i Kongen i statsråd.

2.1.3 Tilsyn med audiovisuelle medietjenester

Arbeidet med å utvikle et system for fremtidig tilsyn med audiovisuelle bestillingstjenester ble startet internt i Medietilsynet. Arbeidet vil strekke seg over til 2012 i og med AMT-direktivet ikke ble implementert i 2011 som forutsatt.

2.1.4 Samarbeid med andre lands tilsynsmyndigheter

Medietilsynet har utviklet et opplegg for håndtering av henvendelser om utenlandske fjernsynssendinger som er rettet mot et norsk publikum, men er underlagt et annet lands jurisdiksjon. Dette opplegget er det informert om på våre nettsider, og det er lagd egne temasider tilrettelagt for publikum som informerer om adgangen til, og fremgangsmåten for, å klage på rettede sendinger.

2.1.5 Medieeierskap

Oppgave: Overvåke eierforhold i norske medier

Medietilsynet skal hindre uønsket eierkonsentrasjon i mediene. Gjennom daglig tilsyn med mediemarkedene, og fortløpende samt årlige innhenting av opplysninger om eierskap fra

norske medieforetak, fører Medietilsynet tilsyn med eierforhold i dagspresse, kringkasting og elektroniske medier.

Til sammen vurderte Medietilsynet tolv oppkjøp etter medieeierskapsloven i 2011. De fleste sakene kunne avsluttes uten at det ble fattet vedtak.

De viktigste eierendringene var:

- Skjåk Mediautvikling AS kjøpte samtlige aksjer i Dølen AS i mars 2011.
- A-pressen Lokale Medier AS solgte alle aksjene i Rogalands Avis AS til selskapet Tanke Media AS.
- I februar solgte OVHU Holding 100 prosent av aksjene i Bømlo Nytt til BN-Holding som eies 100 prosent av Bladet Sunnhordland.
- Sparebank 1 SMN kjøpte 18,8 prosent av aksjene i Polaris Media ASA fra konkursboet til Roll Severin Co AS i mars. A-pressen lokale medier AS kjøpte seg opp i Bladet Nordlys AS og eier nå 99,52 prosent av avisen.
- A-pressen Lokale Medier AS solgte alle sine aksjer i JærRadioGruppen til Herman Skretting AS. Herman Skretting AS eier nå 100 prosent av aksjene i JærRadioGruppen.
- LO kjøpte 100 aksjer i Klassekampen, men det utgjør ikke en eierprosent av betydning.

Tilsynet registrerte tre nye betalaviser i 2011: Kyst og Fjord, Hammerfestingen og Hålogaland Avis. Avisene IBalsfjord, Eiker Avis og Sirdølen la ned driften i løpet av 2011.

Noen sentrale saker på medieeierskapsfeltet:

- A-pressens erverv av Mecom Europe AS

A-pressen AS bekreftet 5. desember 2011 at de har inngått avtale med det britiske selskapet Mecom Holding Cooperatief W. A om kjøp av Mecom Europe AS' datterselskap Edda Media AS. Ervervet vurderes i forhold til medieeierskapslovens regler om krysseierskap og regionale eierskapsbegrensninger. Tilsynet tar sikte på å være ferdig med behandlingen av saken i månedsskiftet mai/juni 2012.

- Schibsteds ned salg i Polaris Media-avslutning av Media Norge saken

I slutten av september 2011 godkjente Medietilsynet medieselskapene NWT Media, Norrköpings Tidningar Media og Helsingborgs Dagblad og investeringsselskapet Franklin Enterprises som kjøpere av SEB Enskildas aksjer i Polaris Media.

I vedtaket fra Klagenemnda for eierskap i media fra 2008 var et av vilkårene at kjøperne av aksjene i det som nå er Polaris Media skulle være uavhengige av Schibsted. For å oppfylle dette vilkåret solgte Schibsted i 2009 36,3 prosent av aksjene i Polaris Media til SEB Enskilda. I den forbindelse inngikk partene en avtale om avregning av avkastning knyttet til

aksjene. I mai 2011 godkjente Medietilsynet at avkastingsavtalen kunne forlenges til 30. september 2011. Siden Schibsteds salg til SEB Enskilda var forutsatt å være midlertidig, og partene inngikk en avkastningsavtale som skapte en finansiell binding mellom dem, satt Medietilsynet som vilkår at tilsynet også ved videresalg av aksjene måtte godkjenne at kjøperne var uavhengige av Schibsted.

Informasjon om eierforhold i norske medier er tilgjengelig på nettsiden www.medieregisteret.no. Tilsynet arbeidet i 2011 med å etablere et mer brukervennlig eierskapsregister på Internett. Løsningen vil ventelig bli presentert i begynnelsen av 2012.

2.1.6 Utredningsarbeid

Medietilsynet har på oppdrag fra Kulturdepartementet levert sju delutredninger til arbeidet med ny mediestøtte og seks utredninger knyttet til implementeringen av AMT-reglene i norsk lovverk.

2.1.7 Mediekompetanse

Mål: Medietilsynet skal arbeide for å øke kunnskap og bevissthet om mediekompetanse i befolkningen. Tilsynet skal bl.a. belyse temaet på en egen nasjonal mediekonferanse høsten 2011.

Mediekonferansen 2011

Den 27. oktober arrangerte Medietilsynet mediekonferansen *Med(ie)menneske, men ikke helt med?* På konferansen rettet Medietilsynet oppmerksomheten mot utfordringene det norske samfunnet står overfor ved en økende bruk av digitale medier, og spesielt hvilken betydning mediekompetanse i hele befolkningen har for demokrati og samfunnsdeltagelse. Den primære målgruppen for konferansen var politisk administrasjon, ansatte i departementene, academia og ledere/redaktører i de største mediehusene. Det var i alt ca. 100 deltagere på konferansen.

Samarbeidsnettverk på mediekompetanse

Medietilsynet tok initiativ til å opprette et samarbeidsnettverk på området mediekompetanse (media literacy) i februar 2011. Første møte ble holdt 28. april der ca. 20 aktører var til stede, deriblant tre departement (KUD, FAD og KD), Nordisk ministerråd, EU-Kommisjonen, forskere, frivillige og private organisasjoner og statlige etater. Formålet med et slikt nettverk er å ha et forum for å skape dialog og dele kompetanse på tvers av målgrupper. Andre møter ble holdt 28. oktober.

EU-Kommisjons ekspertgruppe på media literacy

I 2011 opprettet EU-Kommisjonen en ny ekspertgruppe på media literacy i utdanningen etter at programmet ble flyttet til DG Education and Culture. Kulturdepartementet utnevnte Tone Gunhild Haugan, rådgiver i Medietilsynet, til å være Norges representant i denne ekspertgruppen. Det har vært to møter i ekspertgruppen i 2011.

Digital Agenda Norge

Fra september 2011 til januar 2012 har Medietilsynet deltatt i arbeidsgruppen *Digital kompetanse og inkludering* som var en av åtte grupper som arbeidet med utformingen av en Digital Agenda for Norge. Forslaget fra arbeidsgruppen ble levert embedsmannsgruppen den 9. januar 2012 for videre behandling.

2.2 Øvrige mål og oppgaver på tilsynsområdet

2.2.1 Sikre et godt riksdekkende allmennkringkastingstilbud

Oppgave: Tilsyn med allmennkringkastingsvilkår

På allmennkringkastingsområdet skal Medietilsynet sikre et godt riksdekkende allmennkringkastingstilbud gjennom å føre tilsyn med at allmennkringkastingsvilkår overholdes.

I Allmennkringkastingsrapporten 2010 vurderte Medietilsynet hvorvidt allmennkringkastingskanalene (NRK, P4 og Radio Norge) oppfylte sine programforpliktelser i kringkastingsåret 2010. Rapporten ble oversendt Kulturdepartementet 6. juni 2011. Medietilsynets vurdering viser at NRK i det store og hele oppfylte sitt oppdrag i 2010, og tilbud som ble fremhevet positivt var NRKs satsning på program som bidrar til kunnskap, innsikt og læring. Vurderingen var også at NRK ivaretar sitt utvidede oppdrag på nye medieplattformer, gjennom både eget innhold på nett og samspille mellom program og nett. NRK fikk også kritikk på enkelte punkter, herunder for lav nynorskandel og et marginalt samisk tilbud i helgene.

På bakgrunn av Allmennkringkastingsrapporten 2010 ble det i 2011 reist åtte tilsynssaker på grunn av manglende oppfyllelse av programforpliktelser hos de kommersielle aktørene. Radio Norge ble ilagt fem sanksjoner i form av advarsel for brudd på allmennkringkastingsvilkår som følger av styringsmålstabellen i konsesjonssøknaden. Det dreide seg om manglende oppfyllelse av sjangerkravene innen programområdene nyheter, kultur, livssyn, natur, vitenskap og teknologi samt forbrukerstoff. Vedtakene ble påklaget. P4 ble ilagt tre sanksjoner i form av advarsel for brudd på vilkår som følger av styringsmålstabellen i konsesjonssøknaden. Bruddene gjaldt sjangerkravene innen

programmer for nyhetsperspektiv, debatt og analyse – innenriks og utenriks og kritiske, analytiske og fordypende perspektiver i kulturdekningen samt kravene til omfang av programmer for unge. Vedtakene ble ikke påklaget.

2.2.2 Hindre uønsket mediekonsentrasjon

Se ovenfor under prioriterte områder.

2.2.3 Hindre ulovlig reklame og kommersiell påvirkning i kringkasting

Oppgave: Føre tilsyn med reklame og sponsing i kringkasting

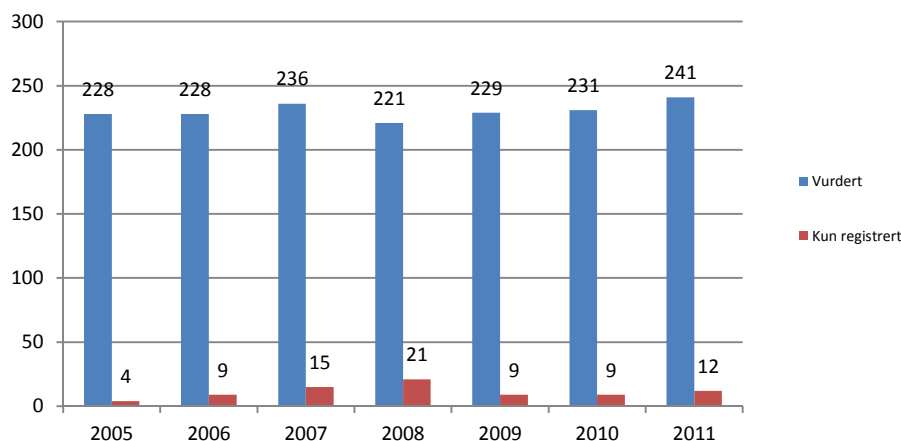
Medietilsynet har hatt planlagt tilsyn med kringkastingssendinger på de norske rikskanalene, og har behandlet tips og klager fra publikum. I arbeidet med å effektivisere tilsynet utlyste Medietilsynet anbud på et digitalt opptakssystem sommeren 2010. Etter gjennomført anbudskonkurranse i 2010 ble det tatt beslutning om innkjøp, og systemet ble tatt i bruk høsten 2011. Tilsyn på eget initiativ har bestått av to større kontroller, der den ene var særlig rettet mot kommersielle fjernsynskanalers overholdelse av reklame-avbruddsreglene. Den andre kontrollen tok for seg rikskanalenenes overholdelse av regelverket generelt. I tillegg har reklamevolumet på rikskanalene vært kontinuerlig overvåket med et automatisert system.

2.2.4 Beskytte barn og unge mot skadelig innhold på kinofilm og fjernsyn

Oppgave: Forhåndsvurdere og sette aldersgrense på film

I 2011 ble til sammen 253 spillefilmer registrert i Medietilsynet. Av disse ble 241 filmer forhåndskontrollert, mens tolv ble registrert uten vurdering. I tillegg ble ti kortfilmer og 285 trailere registrert og vurdert.

Utviklingen over antall vurderte og registrerte spillefilmer fra 2005 til 2011:



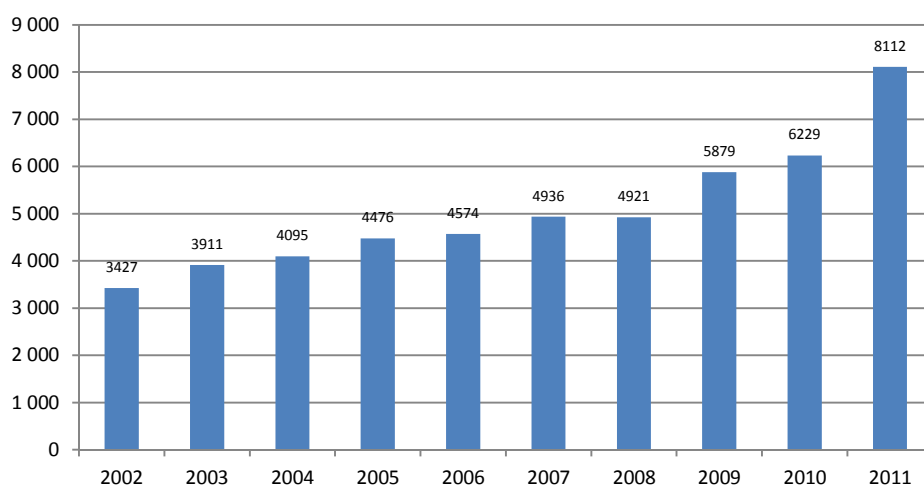
Med digitaliseringen har antall filmkopier økt kontinuerlig de siste årene. I løpet av 2011 ble alle kinoene i Norge digitalisert, og de små og mellomstore kinoene fikk dermed tilgang til et større utvalg filmer enn tidligere. Dette resulterte i 2011 til en markant økning i antall digitale kopier per kinofilm. Det totale antallet endte på 8 112 kopier, en økning på 1 883 kopier fra 2010 eller en vekst tilsvarende 23 prosent.

Fordelt på antall registrerte filmer ble i snitt hver spillefilm distribuert med 32 kopier i 2011, seks kopier mer per registrerte film enn i 2010.

Antall kopier av trailere økte med 2 652 fra 2010 til 2011. Til sammen ble 22 482 kopier registrert i 2011. Sett i forhold til antall vurderte trailere tilsvarer dette 79 kopier per trailer, i snitt tre mer per registrerte trailere enn i 2010.

Antall registrerte kopier kortfilmer utgjorde 16 eller i snitt 1,6 kopier per distribuerte film i 2011.

Utviklingen over antall kopier spillefilm fra 2002 til 2011:



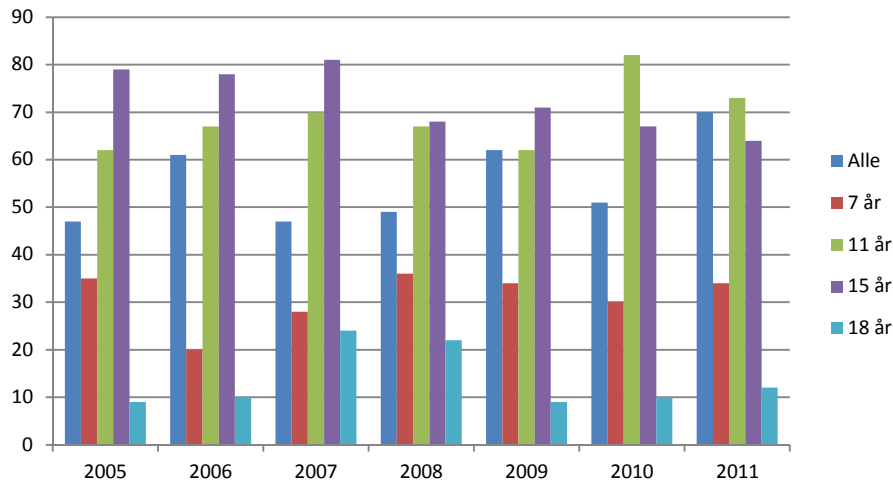
Spillefilmer fordelt etter aldersgrense i perioden 2005-2011:

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Alle	47	61	47	49	62	51	70
7 år	35	20	28	36	34	30	34
11 år	62	67	69	67	62	82	73
15 år	79	78	84	68	71	67	64
18 år	9	10	23	22	9	10	12

Spillefilmer fordelt etter aldersgrense varierer fra år til år. Fra 2010 til 2011 har det vært en økning i antall filmer som har fått aldersgrensen *Tillatt for alle*, mens andelen filmer med *11-årsgrense* har gått ned. For aldersgrensene 7, 15 og 18 er det kun små endringer.

I 2011 ble ingen filmer vurdert av Medietilsynet til å måtte vises med høyeste aldersgrense på kino. Tolv filmer ble registrert av distributør uten forhåndskontroll, og ble derfor vist med 18-årsgrense på kino.

Utviklingen over antall spillefilmer fordelt etter alder i perioden 2005 til 2011:



I 2011 ble en klagesak angående aldersvedtak oversendt Klagenemnda for film og videogram. Dette gjaldt filmen *Blåfjell 2 – Jakten på det magiske horn*. Filmen ble gitt en 7-årsgrense av Medietilsynet 31. oktober 2011. Etter klage fra distributøren, Norsk Filmdistribusjon A/S, ble saken oversendt Klagenemnda som omgjorde Medietilsynets vedtak 11. november 2011 og ga filmen aldersgrensen *Tillatt for alle*.

2.2.5 Hindre spredning av ulovlig vold og pornografi i fjernsyn og på videogram

Oppgave: Føre tilsyn med bestemmelsene om skadelighet for barn og unge i fjernsyn

Innenfor feltet beskyttelse av barn og unge mot skadelig innhold på fjernsyn, har Medietilsynet hatt særlig fokus på tre tiltak i 2011.

For det første gjennomførte tilsynet et dialogmøte med representanter for de største norske kringkasterne, inkludert Mediebedriftenes Landsforening, 20. mai 2012. Under møtet gjennomgikk Medietilsynet kriteriene som legges til grunn for skadelighetsvurderinger etter både film- og videogramloven og kringkastingsloven. Tilsynet presenterte også et utkast til retningslinjer for vannskillesaker. Møtedeltagerne fikk anledning til å komme med skriftlige innspill til utkastet i etterkant av møtet.

For det andre offentliggjorde Medietilsynet retningslinjer for vannskillesaker 7. november 2011. I retningslinjene blir det redegjort for det rettslige grunnlaget for skadelighetsvurderingene og hvilke momenter som legges til grunn i disse vurderingene.

Videre blir tilsynets praktisering av et gradert vannskille¹ før kl. 21.00 tydeliggjort. Fremstillingen er også supplert med eksempler på ulike fjernsynsprogrammer innenfor ulike alderskategorier. Retningslinjene er ment å virke som en veiledning for kringkasterne i deres vurderinger av sendetidspunkt for ulike programinnhold. I tillegg har et viktig mål vært å skape større forståelse for og kunnskap om regelverket hos både kringkastere og publikum.

For det tredje lanserte Medietilsynet 8. november 2011 tipstjenesten tipsvannskille@medietilsynet.no. Målet med tipstjenesten er å øke publikums bevissthet om vannskillebestemmelsen og at Medietilsynet har et tilsynsansvar når det gjelder skadelig fjernsynsinnhold. Tipstjenesten ble etablert for å gjøre det lettere for publikum å ta kontakt med tilsynet og melde fra om programinnhold som oppleves som problematisk og skadelig. Medietilsynet vil bruke de tipsene som mottas som ledd i planleggingen av tilsynsvirksomheten innen dette feltet. Fra lanseringsdato og ut 2011 mottok Medietilsynet 41 tips via tipstjenesten.

På bakgrunn av dialogmøtet og offentliggjøringen av retningslinjene ble Medietilsynet invitert til TVNorge for å lære opp de ansatte i regelverk og praksis knyttet til vannskillebestemmelsen. Møtet med TVNorge-ansatte ble holdt 20. desember 2011 i TVNorges lokaler.

I tillegg til de tre ovennevnte tiltakene har Medietilsynet gjennomført to planlagte kontroller (én i hvert halvår) og har også kontrollert en rekke programmer på bakgrunn av publikumshenvendelser. Tema for kontrollen våren 2011 var filmer som ble vist på norske kanaler før vannskillet kl. 21.00. Målet var å få kartlagt i hvor stor grad filmer med *11-årsgrense* ble vist på fjernsyn før kl. 19.00 og om filmer med *15-årsgrense* ble vist før kl. 21.00. Kontrollen avdekket en rekke mulige brudd, og funnene ble presentert for kringkasterne under dialogmøtet i mai. Tema for høsten 2011 var kringkasternes egenpromo'er (trailere for kommende program). En stor andel av tipsene tilsynet mottok via tipstjenesten gjaldt klager på innholdet i egenpromoene og sendetidspunkt for disse. Mengden tips ble utslagsgivende ved valg av tema for høstkontrollen. Kontrollen avdekket imidlertid ingen brudd.

Det har ikke vært noen saker etter kringkastingsloven § 4-5 (videresendingsforbud) eller kringkastingsforskriften § 2-5 (alvorlig til skade) i 2011.

Oppgave: Registrere og foreta stikkprøvekontroller av videogram

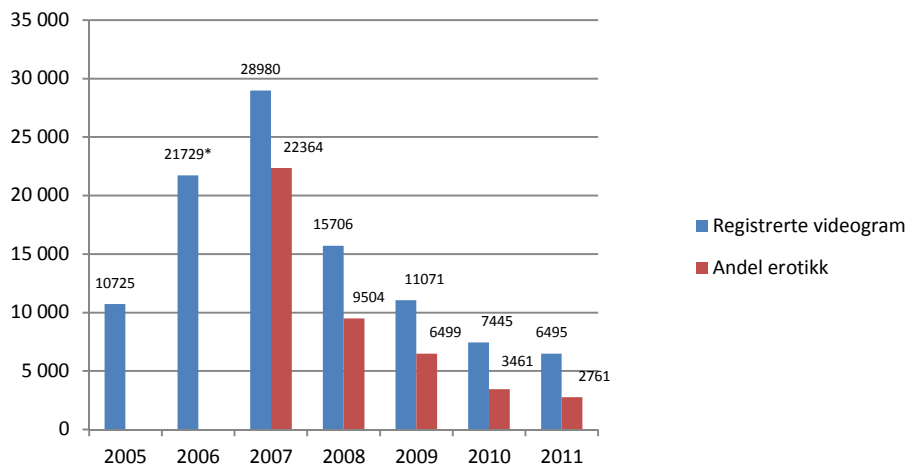
Medietilsynet har som oppgave å registrere alle videogram som skal omsettes i næring, dvs. utleie og/eller salg av DVD og klikkefilm (Video on Demand). Til sammen 6 495 videogram ble registrert i 2011, en nedgang på 950 registreringer sammenlignet med året før.

¹ Fjernsynsprogrammer som tilsvarer *Tillatt for alle* eller en *7-årsgrense* kan vises hele dagen. Programmer som tilsvarer en *11-årsgrense* bør sendes etter kl. 19.00. Programmer som tilsvarer *15-* og *18-årsgrense* må sendes etter kl. 21.00.

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 2009 og 2010, og antallet registreringer gikk ytterligere ned i 2011. Antallet videogram registrert for omsetning er nå lavere enn før erotisk film inntok det norske markedet. Nedgangen er markant for så vel erotisk film som for andre sjangre.

I 2011 utgjorde erotisk film om lag 43 prosent av de registrerte videogrammene. Til sammen 2 761 registreringer var innenfor denne sjangeren. Dette er en lavere andel enn i 2010, hvor nærmere 47 prosent av det totale antallet registreringer var erotisk film. I 2008 og 2009 utgjorde andelen erotisk film nærmere 60 prosent av antall registreringer.

Utviklingen over antall registrerte videogram i perioden 2005 til 2011:



*Erotisk film ble ikke kategorisert før i 2007, men det er rimelig å anta at økningen i registrerte videogram fra 2005 til 2006 er innen denne sjangeren

Det er ikke forhåndskontroll for film og videogram som skal omsettes i næring. Distributørene har ansvaret for at videogram som registreres for omsetning ikke er i strid med straffelovens paragrafer om pornografi (§ 204), seksualisering av barn (§ 204a) eller vold (§ 382). Medietilsynet kan ta stikkprøvekontroll av videogram som blir registrert. I 2011 påla Medietilsynet totalt 13 videogram å bli innsendt til vurdering. Tre av disse påleggene gjaldt den samme filmen; *A Serbian Film*, men tre ulike distributører.

Tabellen under viser at fire videogrammer ble vurdert av Medietilsynet i 2011. Av disse ble filmen *Libende Hånde – Strafende Hærte* godkjent for omsetning i næring, mens filmen *Obsession - Bückstück* ble funnet i strid med straffeloven § 204. Filmene *Pure* ble forbudt etter både straffeloven §§ 382 og 204, mens *A Serbian Film* ble funnet i strid med straffeloven §§ 382 og 204a (fremstilling av seksuelle overgrep mot barn eller seksualisering av barn).

År	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Antall pålegg	27	146	124	102	47	14	13
Antall vurdert	46	112	39	45	12	7	4
Antall nektet*	5	0	3	3	2	0	0
Antall godkjent	36	75	20	21	3	6	1
Antall forbud etter § 204							1
Antall forbud etter § 382	1	0	0	2	(1)	0	0
Antall forbud etter §§ 204 og 382	4	37	19	22	9	1	1
Antall forbud etter §§ 204a og 382							1

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

Antall vurderte videogram er lavere enn antall filmer som blir pålagt innsendt. Av de pålagte filmene ble om lag hver tredje film sendt inn av distributør til vurdering i 2011. Distributør har i henhold til § 7-8 i forskrift om film og videogram plikt til å sende inn et videogram til vurdering når Medietilsynet krever dette. Filmer som ikke blir sendt inn til vurdering etter pålegg får ikke registreringsnummer og merke, og blir etter loven forbudt å omsette i næring.

2.2.6 Sørge for at konsesjonsvilkår overholdes

Oppgave: Føre tilsyn med at konsesjonsvilkår på kringkastingsfeltet etterleves

Radio

En lengre strid mellom tre nisjeradioer om tilkobling til et delt sendernett i Haugesund kulminerte i desember 2010 med vedtak om tvangsmulkt til anleggskonsesjonæren, med frist til 7. februar 2011 for å etterkomme tilsynets pålegg om å stille anlegget til disposisjon, jf. kkf. 7-10. Anleggskonsesjonæren innrettet seg etter tilsynets pålegg innen fristen.

Under en rutinemessig kvalitetssikring av konsesjonæropplysninger fant Medietilsynet i februar at tolv allmennradiokonsesjonærer hadde innrapportert bruk av så lite daglig sendetid at deres krav til om sending av lokalt innhold oversteg den sendetiden som radioene faktisk benyttet. Tilsynet kontaktet radioene og avdekket i dialogen at radioens ambisjonsnivå ikke var i tråd med status som allmennradiokonsesjonær. Som løsning ble radioene derfor gitt anledning til å «konvertere» til nisjeradiokonsesjon. Ti av radioene hadde per 31. desember valgt denne løsningen.

I mars påla Medietilsynet P4 å stanse deres lokale nyhetsinnslag i Bergen. Medietilsynets vurdering var i hovedsak knyttet til rammene for P4s konsesjon, samt hensynet til rammevilkårene for kommersiell lokalradio. P4 påklagde vedtaket. Departementet sluttet seg i det vesentlige til Medietilsynets vurderinger og opprettholdt vedtaket.

I juni ble det gjennomført en omfattende kontroll med nisjeradioer i forbindelse med begrensningene som gjelder generering av reklame- og sponseinntekter for denne type lokalradio, samt forbudet mot utbetaling av utbytte (kkf. § 7-2). Kontrollen var basert på et system med egenrapportering og stikkprøver, og omfattet samtlige nisjeradioer (ca. 130). Kontrollen avdekket ett tilfelle av det som etter tilsynets foreløpige vurdering er brudd på bestemmelsen. Varsel om sanksjon er under utsendelse per 31. desember 2011.

I september fikk en allmennradio advarsel for manglende lokalt innhold. I desember ble vedtak om advarsel gitt til ytterligere en allmennradio. Vedtaket inneholdt flere prinsipielle vurderinger knyttet til spørsmål som blant annet bruk av repriser, lokale nyheter og medregning av konkurranser som lokalt innhold.

På bakgrunn av tips fra publikum ble det i oktober innhentet opptak fra to større lokalradioer i østlandsområdet for kontroll med lokale innholdsforpliktelser. Sakene er under behandling. I en klagesak der en nisjeradio i Oslo påklaget Medietilsynets vedtak om sanksjon for manglende bruk av konsesjonen, fikk tilsynet medhold av departementet. I oktober iverksatte tilsynet ny kontroll for å undersøke om konsesjonæren hadde innrettet seg. Saken er under behandling.

En lengre sendetidskonflikt mellom konsesjonærer på Nesodden resulterte i klage til Medietilsynet i oktober. Saken er under behandling.

Tilsynet har gjennom året behandlet seks saker om overføring av konsesjon, i medhold av kkf. § 7-1.

Medietilsynet har i 2011 mottatt 38 søknader om konsesjon til lokalradio. 15 konsesjoner er tildelt. 13 av disse er nisjeradiokonsesjoner, 2 er konsesjoner til allmennradio. 12 konsesjoner har opphørt i 2011.

Ved årsskiftet er det totalt 254 konsesjoner til lokalradio, herav 138 nisjeradioer, 86 allmennradioer og 30 24/7-radioer.

DAB

Medietilsynet har i 2011 tildelt en midlertidig anleggskonsesjon til Studentradioen i Oslo (Radio Nova) for et lokalt DAB-nett i Oslo. I dette nettet fikk tre kringkastere midlertidige innholdskonsesjoner; Radio Nova, Norea Radio Oslo og Radio Latin-Amerika.

I tillegg har Medietilsynet utstedt fem innholdskonsesjoner i Riksblokken. Konsesjonene er gitt til SBS Radio Norge AS (for sending av Radio Norge), P5 Radio Halve Norge AS, SBS Radio Norge AS (for sending av The Voice), Energy Holding Norway AS og P6 Radio Rundt i Norge AS. Innholdskonsesjonene i Riksblokken ble utstedt på bakgrunn av prinsipper for

konsesjonstildeling som fremgår av Meld. St. 8 (2010-2011) om Digitalisering av radiomediet.²

I samarbeid med Post- og teletilsynet har Medietilsynet kunngjort adgangen til å søke om anleggskonsesjon og frekvenstillatelse for Riksblokk II i tråd med føringene i Meld. St. 8 (2010-2011) pkt. 6.4.5.3. Det meldte seg flere interessenter på bakgrunnen av kunngjøringen, og tilsynene utarbeidet et felles forslag til tildelingsprosedyre. Forslaget ble forelagt de respektive departement. En endelig kunngjøring, og tildeling basert på konkurranse, vil bli gjennomført når prosedyren er godkjent.

Medietilsynet og Post- og teletilsynet har også kunngjort adgangen til å søke om midlertidig anleggskonsesjon og frekvenstillatelse til prøvesendinger med DMB-standarden i Osloområdet. Etter denne kunngjøringen meldte det seg ingen konkurrerende interessenter, og konsesjonene ble direktetildelt til Norges mobil-tv.

På bakgrunn av mandat fra Kulturdepartementet har Medietilsynet opprettet en nettside med informasjon om DAB og digitalradioovergangen; www.radioinfo.no. Tilsynet har også oversendt en statusrapport til departementet knyttet til slukkevilkårene som fremgår av Meld. St. 8 (2010-2011).

Frikanalen

Konsesjonen til Foreningen Frikanalen er fulgt opp ved å gjennomgå og ta til etterretning foreningens årsrapport. Det er ikke gjennomført noe tilsyn med innholdstilbudet Foreningen Frikanalen formidler.

3 Tilskuddsforvaltning

Medietilsynet administrerte følgende tilskuddsordninger på presseområdet i 2011:

- produksjonstilskudd til dagsaviser
- tilskudd til anvendt medieforskning og etterutdanning
- tilskudd til samiske aviser
- tilskudd til minoritetsspråklige publikasjoner
- distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark

² Det fremgår av pkt. 6.4.5.2 at den som disponerer kapasiteten i et nett først skal inngå transmisjonsavtale med kringkastere. Alle kringkastere som kan dokumentere at de har inngått en slik avtale, skal automatisk få innholdskonsesjon fra Medietilsynet.

Regnskap 2011 for kapittel 0335 – Pressestøtte:

Post		Bevilgning	Regnskap	Avvik
71	Produksjonstilskudd til dagsaviser	281 374 000	281 354 571	19 429
73	Anvendt medieforskning og etterutdanning	12 505 000	12 502 000	3 000
75	Samiske aviser	23 011 000	23 010 958	42
76	Minoritetsspråklige publikasjoner	793 000	792 999	1
77	Distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark	1 855 000	1 854 999	1
	Sum	319 538 000	319 515 527	22 473

3.1 Produksjonstilskudd for dagsaviser

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

Utviklingen innenfor avisgrupper som mottok produksjonstilskudd:

År	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Nr. 2-aviser, uten riksspredte	25	24	26	26	25	24	24
Riksspredte meningsbærende	5	5	5	5	5	5	5
Nr. 1- og aleneaviser	56	58	56	56	56	59	60
Ukeaviser	52	51	52	51	52	59	51
Totalt antall aviser	138	138	139	138	138	138	140
Totalt tilskuddsbeløp (i 1 000)	244 186	252 521	251 765	264 310	264 452	272 915	281 355

Aleneavisene i Balsfjord og Bremangeravisa mottok produksjonstilskudd for første gang i 2010. Begge disse avisene er ukeaviser. Aleneavisen Farsunds Avis og nr. 1 avisen Nordhordland kom inn igjen i tilskuddsordningen. IBalsfjord ble lagt ned ved årets slutt.

Landets aviser har fremdeles en sterk posisjon sammenlignet med andre medier, noe som bekreftes av at aviskonsumet per hushold er blant de høyeste i verden. Fra 1971 til 2011 har 32 nr. 2-aviser kommet inn i tilskuddsordningen. I samme periode er 49 nr. 2-aviser blitt lagt ned.

Utviklingen i antall aviser registrert i Medieregisteret i perioden 2004 til 2011, ser slik ut:

2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
230	229	230	237	236	235	233	240

Samlet sett fortsatte opplagsnedgangen i 2011. 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 Anvendt medieforskning og etterutdanning

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

I 2011 ble 2,9 millioner kroner fordelt til 18 forskningsprosjekt og seks 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. RAM ønsket å styrke formidlingen av forskningsprosjekt som har mottatt RAM-støtte og la til rette for at tilskuddsmottakere kan redegjøre for sine RAM-prosjekt på etablerte arenaer, for eksempel konferanser, årsmøter og fagmøter ved ulike medieinstitusjoner.

Bevilgningen til etterutdanning for mediebransjen utgjorde 9,605 millioner kroner. Mediebedriftenes landsforening, Landslaget for lokalaviser og Institutt for journalistikk (IJ) fikk videreført sin bevilgning på 2010-nivå.

3.3 Samiske aviser

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

23,011 millioner kroner ble fordelt til samiske aviser. Avisene Avvir og Sagat mottok henholdsvis vel 12,78 millioner kroner og 9,3 millioner kroner i støtte. I tillegg mottok Lokalavisen NordSalten støtte til lulesamisk innstikk med 546 000 kroner. Snåsningen ble tildelt midler til sørsamisk innstikk, 374 400 kroner.

3.4 Minoritetsspråklige publikasjoner

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 793 000 kroner i 2011, en økning på 24 000 kroner.

3.5 Distribusjonstilskudd til avisene i Finnmark

Ni aviser mottok til sammen 1,855 millioner kroner i distribusjonstilskudd for 2011.

3.6 Lokalkringkastingsformål og andre medietiltak

Post		Bevilgning	Regnskap	Avvik
71	Filmtiltak med mer	17 393 000	15 990 804	1 402 196
78	Ymse faste tiltak	1 741 000	1 741 000	0

Forklaring:

Av rammen på 17,4 millioner kroner for tilskuddordningen til lokalkringkastingsformål utgjorde 3,9 millioner kroner bevilgede midler fra tidligere år som ble overført til 2011.

Mindreforbruket på 1 402 196 kroner for tilskuddordningen til lokalkringkasting skyldes at deler av bevilgede midler i 2011 utbetales først i 2012 som følge av utsettelse for innlevering av rapport og regnskap om gjennomført tiltak.

Medietilsynet har endret rutinene for forvaltningen av tilskuddordningen for i størst mulig grad å unngå overføring av midler mellom det enkelte budsjettår. Dette ser vi at har hatt en god effekt, men fortsatt er det tilskuddsmottakere som ikke tilpasser seg rapporteringsfristene.

3.7 Tilskudd til lokalkringkastingsformål

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 2011:

Sum lokalradio	6 343 773
Programproduksjon	2 173 188
Kompetansehevende tiltak	758 558
Utviklingsprosjekt	526 679
Etniske radioer	635 348
Driftstilskudd til bransjeorganisasjon	2 200 000
Programpris (Gullfuglen)	50 000

Sum lokal-TV	7 536 977
Programproduksjon	4 655 019
Kompetansehevede tiltak	186 244
Utviklingsprosjekt	645 714
Driftstilskudd til bransjeorganisasjon	2 000 000
Programpris (Gullfuglen)	50 000
Totalt lokalradio og lokal-TV	13 880 750

Den samlede tildelingen til lokalkringkastingsformål utgjorde i 2011 nesten 14 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 lokalkringkastingsorganisasjonene (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 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.

3.8 Andre medietiltak

Postene omfatter øremerkede tilskudd til mediestatistikktjenesten "Norsk Mediebarometer" med kr 1 281 000 og arrangementene Nordiske mediedager i Bergen og Radiodager med henholdsvis 410 000 kroner og 50 000 kroner.

4 Veiledning-, informasjons- og utredningsvirksomhet

4.1 Prioriterte områder

4.1.1 Informasjon og veiledning om trygg mediebruk for barn og unge

Medietilsynets Trygg bruk-senter er det nasjonale koordineringsorganet for initiativer rettet mot å fremme trygg og sikker bruk av digitale medier for barn og unge. Medietilsynet og Trygg bruk-senterets målsetting er å fremme barn og unges digitale kompetanse og å bidra til at barn og unge lærer hvordan de reduserer risikoatferd på nettet.

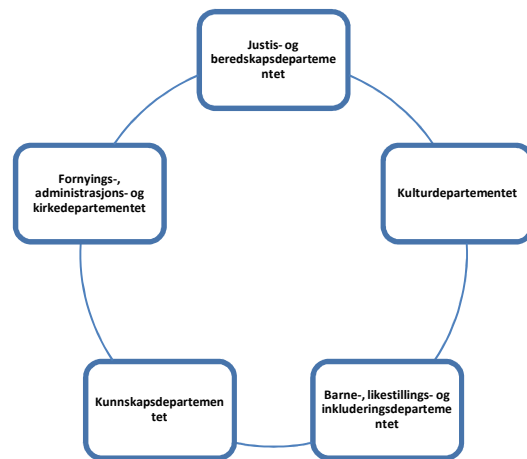
Prosjektet har et samlende fokus nasjonalt, og bidrar til kunnskapsdeling på den europeiske arena. Trygg bruk-senteret mottar midler fra EUs handlingsplan *Safer Internet Programme*, sammen med nærmere 30 andre land i Europa. Programmet har som mål å styrke og beskytte barn og unge på Internett ved bevisstgjøring, opplysningstiltak, og bekjempelse av ulovlig/skadelig innhold på nett. I 2011 søkte Medietilsynet for en ny prosjektperiode fra 2012 til 2014.

Oppgave: Initiere og samordne informasjonstiltak i samarbeid med bransje og andre aktuelle aktører

Barn og unges risikoatferd ved bruk av internettrelaterte medier overskrider et departements ansvarsområde. utfordringene er sektorovergripende både på innholdssiden og på myndighetsnivå. En helhetlig tiltaksplan og et koordinerende organ med ansvar for gjennomføring ble ansett som kostnadseffektivt og ressursbesparende.

Tiltaksplanen *Barn, unge og Internett* har fra oppstart i 2001 representert et nødvendig sektorovergripende nasjonalt og samlende fokus på barn, unge og internett. En rekke departementer, offentlige etater og private aktører har sett og ser fordeler med å kunne utveksle erfaringer, tiltak og innsatser rettet mot barn og unges mediebruk via et koordinerende organ som Medietilsynets Trygg bruk-senter.

Gjennom ti år har tiltaksplanen blitt oppdatert og fornyet, og i løpet av 2011 ble tiltaksplanen for årene 2012-2013 utarbeidet. Frem til 2011 bidro seks departementer med midler til gjennomføring av tiltak. Fra og med 2011 trakk Samferdselsdepartementet seg ut av samarbeidet. Tiltaksplanen for 2012-13 representerer et interdepartementalt samarbeid mellom fem departementer; FAD, JD, BLD, KD og KUD.



Oppgave: Innhente kunnskap om barn og unges mediebruk og mediekompetanse

Medietilsynets Trygg bruk-senter baserer rådgivning, veiledning og opplysningstiltak på studier og undersøkelser av barn og unges mediebruk. Medietilsynets egen undersøkelse «Barn og digitale medier» som gjennomføres hvert annet år av Medietilsynet, er derfor av stor betydning. 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.

Gjennom Trygg bruk-senterets deltakelse i EUs Safer Internet Plus Program blir også mye kunnskap utvekslet og innhentet gjennom deltakelse i regionale, europeiske og internasjonale nettverks- og erfaringsutvekslingsmøter som for eksempel Safer Internet Forum som i 2011 ble gjennomført i Luxemburg under temaet "*Every European Child Digital Safely – Emerging Challenges and Youth Engagement*".

Moderator konferansen ble arrangert for tredje gang i 2011 med tema som omhandlet nettaktørers samfunnsansvar. Konferansen ble arrangert i samarbeid med Trygg bruk-senteret, Redd barna og Kripos.

"Bruk hue"- kampanjen er en dialogbasert skoleturne om digital mobbing, og er et samarbeid mellom Telenor, Medietilsynet, Røde Kors og Barnevakten. 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.

Så langt har kampanjen besøkt 250 ungdomsskoler og møtt omkring 70 000 ungdommer og 12 500 foreldre. Bruk hue kampanjen evalueres regelmessig og undersøkelser utført blant lærere, elever og foreldre som har deltatt i Bruk Hue har gitt tydelig resultat om at den hadde effekt i form av økt kunnskap om digital mobbing og atferdsendring blant elevene.

Kampanjen har også vekket internasjonal interesse. I 2011 kom England og Spanias «Safer Internet Centre» for å se og la seg inspirere av Bruk hue kampanjen i 2011.

Safer Internet Day er et årlig arrangement i februar måned. Dagen blir markert internasjonalt i over 70 land. Medietilsynets Trygg bruk-senter har vært ansvarlig for markeringen i Norge siden 2003. Safer Internet Day 2011 satte fokus på barns “virtuelle liv”, og hvordan livet enten er online eller offline til sammen skaper nye erfaringer. Bevissthet om skillet mellom privat og offentlig sfære er viktig mediekompetanse som blant annet ble satt fokus på gjennom fagdager, samt netquiz og konkurranser rettet mot 5. til 7. klasse i grunnskolen.

Nettverksmøter

Trygg bruk-senteret arrangerer årlig fire nettverksmøter med relevante aktører for å diskutere og oppdatere hverandre i forhold til nye tiltak, ny aktiviteter og eventuelt ny kunnskap på området. Dette er en arena hvor både ideelle organisasjoner og det private og det offentlige møtes for å diskutere relevante problemstillinger og orientere hverandre om tiltak og innsats på feltet.

Mange aktører arbeider på dette feltet og gjennom Trygg bruk-senterets koordinering gir det oss alle en bedre oversikt. Trygg bruk-senteret utarbeidet i 2011 et hefte, «Nettproblem? – disse kan hjelpe», med oversikt over relevante aktører og organisasjoner.

Hjelpelinje for trygg bruk av mobil og nett

Medietilsynet etablerte høsten 2010 et formelt samarbeid med Røde Kors sin telefon- og nettsjeneste *Kors på halsen*. Denne tjenesten er nå Norges offisielle hjelpelinje for trygg bruk av mobil og nett, og skal være et dialogtilbud for alle typer Internettrelaterte problemer som kan være problematisk for barn og unge.

I løpet av 2011 ble det arrangert flere temakvelder med de frivillige i *Kors på Halsen*. Hensikten var å styrke deres kunnskap og forståelse av online relaterte trusler og problemer for barn og unge. For å markedsføre det digitale tilbudet av tjenesten ble det i 2011 laget interaktive annonser som setter søkelys på ulike aspekter av barn og unges digitale liv.

4.2 Øvrige mål og oppgaver på veilednings- og informasjonsområdet

4.2.1 Frambringe kunnskap om barn og unges mediebruk

Oppgave: Gjennomføre publikumspanel

Medietilsynet er opptatt av utveksling av informasjon og dialog med barn, unge og foreldre. I 2011 har tilsynet gjennomført både barne-, ungdoms- og foreldrepanel.

Det ble holdt ett foreldrepanel våren 2011. Temaet var film. Problemstillinger knyttet til aldersgrenser, ledsagerregel og behovet for informasjon stod sentralt på møtet.

Medietilsynets ungdomspanel har i 2011 bestått av ti ungdommer; fem gutter og fem jenter. Deltagerne i panelet har medvirket i en referansegruppe på *Facebook*. Representanter fra Medietilsynet har hatt jevnlig kontakt med gruppa, og presentert og diskutert aktuelle problemstillinger i forumet. I tillegg til denne kontakten har to møter blitt arrangert med panelet i 2011. Temaet for det første møtet var aldersgrenser på film og skildringer av seksualitet på film. Gruppa fikk se og snakke om den norske ungdomsfilmen «Få meg på for faen». I det andre møtet med ungdomspanelet ble bruk av sosiale medier diskutert.

To barnepanel ble gjennomført i 2011. En samling ble arrangert for aldersgruppa 7-8 år og en for aldersgruppa 11-12 år. Gruppene fikk se og snakke om ulike filmer. Barna fra den yngste gruppa fikk se filmen «Jørgen + Anne = Sant», mens den eldste gruppa så og diskuterte «I am number four». Hovedtrekk fra samtalene, intervjuene og refleksjoner knyttet til barnepanelene ble sammenfattet i interne rapporter etter møtene.

4.2.2 Bidra til at barn og unge blir bevisste mediebrukere

Oppgave: Rapport om problemskapende bruk av dataspill

I 2010 oppnevnte Kulturdepartementet sammen med Helse- og omsorgsdepartementet og Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, en arbeidsgruppe som skulle utrede og fremme forslag til tiltak om problemskapende bruk av nettspill/online rolle- og strategispill. Medietilsynet, med seniorrådgiver Thomas Hepsø som leder, fikk oppgaven med å lede arbeidsgruppen. Arbeidsgruppen var bredt faglig sammensatt med representanter fra behandlingsapparat, tilsyn, forskning, dataspillbransje og spillere selv. Gruppen hadde som mandat å sammenstille internasjonal og nasjonal forskning på området, og i tillegg komme med flere forslag til forebyggende tiltak.

Arbeidsgruppens rapport ble overlevert til Kulturdepartementet i april 2011 med følgende hovedfunn:

- Rapporten skiller mellom høyfrekvente brukere, storspillere, og dataspillavhengige: problemspillere
- Storspilleren er nesten alltid en gutt og spiller onlinespill over fire timer hver dag. Ca. 10 prosent av unge gutter mellom 12 og 17 år tilhører denne gruppen (NOVA 2010)
- I dag finnes det ikke klar faglig enighet om hvordan problemspilling kan diagnostiseres som avhengighet/ medisinsk problem
- Problemspillerne har ofte en rekke andre lidelser, såkalt samsykkelighet
- Rapporten peker på at det finnes flere eksisterende informasjonstiltak hos ulike aktører tilknyttet helsevesenet. Disse bør som et forebyggende tiltak koordineres og gjøres kjent gjennom en felles nettportal knyttet til en eksisterende aktør
- Det foreslås også nye informasjonstiltak overfor helsesøstre, lærere, sosionomer og ulike fagpersoner, samt overfor foreldre

Oppgave: Gjennomføring av nasjonal informasjonskampanje om merkeordningen for dataspill

Høstens planlagte informasjonskampanje om PEGI merkingen av dataspill ble innledet med en omnibus undersøkelse om foreldres kjennskap til merkeordningen. Undersøkelsen avdekket at hele 7 av 10 foreldre med barn mellom fem og 18 år ikke kjenner til merkeordningen PEGI.

På bakgrunn av disse funnene gjennomførte Medietilsynet i desember 2011 informasjonskampanjen om den europeiske merkeordningen for alders- og innholdsmerking på dataspill (PEGI). Kampanjen, med tittelen «Han merker det, derfor merker vi dataspillene», hadde som mål å gjøre foreldre kjent med merkeordningen slik at de kan ta informerte valg når de anskaffer dataspill til sine barn.

Med midler fra ISFE (Interactive Software Federation of Europe) og Tiltaksplanen for barn, unge og Internett (2010-2011) gjennomførte Medietilsynet kampanjen i samarbeid med forhandlerkjedene Elkjøp, Lefdal og Spaceworld.



Oppgave: Gjennomføring av nordisk filmsensorkonferanse

Medietilsynet var i 2011 vertskap for den nordiske konferansen for filmsakkyndige. Konferansen, som fant sted i Fredrikstad 25. og 26. mai, arrangeres tradisjonelt hvert annet år og er et møte for erfaringsutveksling og diskusjon. Møtet i 2011 tok blant annet for seg temaene nye reguleringsformer, film og skadelighet og bruk av publikumspanel. På bakgrunn av endringene i medietilbud til barn og unge, aktuelle lovendringer i de nordiske landene og tempo i den generelle teknologiutvikling på mediefeltet, ble deltakerne enige om at de nordiske møtene heretter burde holdes hvert år. De nordiske tilsynsorganene har innlemmet flere oppgaver knyttet til barn og medier enn de som kun gjelder kinofilm. Deltakerne fant det derfor nyttig også å ta opp bredden i oppgavene på de kommende nordiske konferanser.

5 Virksomhetsstyring og personalforvaltning

5.1 Økonomi

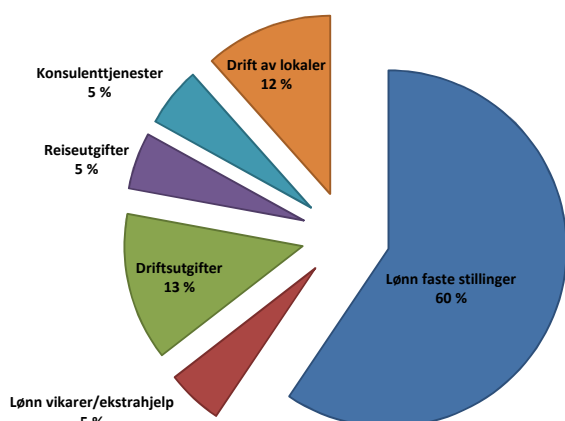
Medietilsynet samlede driftsbudsjett utgjorde 44,2 millioner kroner i 2011, fordelt med 43,7 millioner i driftsbevilgning og 0,5 millioner kroner i disponible inntekter. Disponible inntekter omfatter midler til drift av prosjekt om trygg mediebruk blant barn og unge i regi av EU, særskilte tiltaksmidler overfor barn og unge, deltakeravgift for tilsynets mediekonferanse og lønnsrefusjoner. Det samlede driftsregnskapet viser en innsparing på vel 778 000 kroner.

Hovedårsaken til innsparingen er at påbegynte investeringer innenfor IT-området ikke lot seg slutføre i 2011. Grunnen var en utilstrekkelig ressursituasjon på området. Investeringene vil bli slutført i 2012.

Driftsregnskap

Kap./konto	Type	Regnskap	Budsjett	Avvik
	Utgifter			
03341111	Faste stilinger	20 804 637		
03341112	Vikarer/ekstrahjelp	2 138 772		
03341118	Overtid	225 207		
03341121	Engasjement på kontrakt	1 314 386		
03341161	Andre	70 298		
	Stillinger	24 553 300		
03341181	Arbeidsgiveravgift	3 463 255		
033411	Lønnsutgifter	28 016 555		
0334121	Maskiner, inventar og utstyr	1 206 056		
0334122	Forbruksmaterieell	460 478		
0334123	Reiseutgifter mv.	2 516 932		
0334124	Kontortjenester	1 401 263		
0334125	Konsulenttjenester	2 881 706		
0334126	Databehandlingstjenester	1 694 681		
0334127	Vedlikehold maskiner	234 950		
0334129	Bygningers drift	5 022 928		
033412	Varer og tjenester	15 418 994		
03341	Totale driftsutgifter	43 435 549	43 692 000	256 451
	Inntekter			
333411	EU, Trygg Bruk prosjekt	1 120 000	1 650 000	- 530 000
333411	Andre inntekter	634 407		634 407
333416	Fødselspenger	256 009		256 009
333418	Sykepenger	161 369		161 369
	Disponible inntekter	2 171 866	1 650 000	521 785
	RESULTAT (MINDREFORBRUK)			778 236

Etter en hovedgruppering av lønns- og driftsutgifter i regnskapet fordeler utgiftene seg slik:



Medietilsynet vil fra 2012 ta i bruk statens nye kontoplan. Kontoplanen skal gi grunnlag for bedre økonomisk styring og oppfølging av virksomheten.

Inntekter

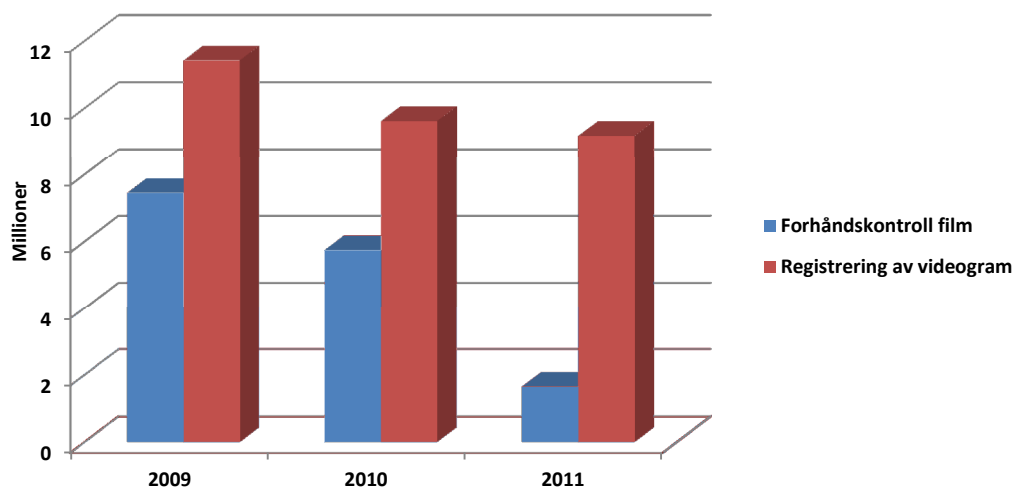
Post		Regnskap	Budsjett	Avvik
334401	Ymse inntekter	1 754 407	1 650 000	104 407
333416	Fødselspenger	256 009		
333418	Sykepenger	161 369		
3334 70	Gebyrer	11 636 361	15 500 000	- 3 863 639

Inntektskravet for ymse inntekter gjelder midler fra EU til drift av Trygg Bruk prosjektet. Inntektene fra EU til prosjektet utgjorde 1 120 000 kroner i 2011. Øvrige inntekter under inntektsposten omfatter særskilte tiltaksmidler overfor barn og unge, samt deltakeravgift for mediekonferansen Medietilsynet holdt høsten 2011.

Gebyrinntektene gjelder gebyr for forhåndsvurdering av film (1,6 millioner kroner), merkeordning for registrering av videogram (9,2 millioner kroner) og gebyr for brudd på kringkastingsloven (0,8 millioner kroner).

Samlede gebyrinntekter gikk ned med nærmere 4,1 millioner kroner fra 2010. Nedgangen gjelder hovedsakelig ordningen med forhåndskontroll av film og skyldes bortfallet av kopigebyret etter betydelig økt andel distribusjon av digitale filmer i 2011, som tilsynet etter gjeldende regelverk ikke kan kreve inn avgift for.

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



5.2 Administrative forhold

Likestilling

Per 31.12.11	Totalt		Lederstillinger		Øvrige stillinger	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Kjønnsfordeling - alle ansatte i pst.	55	45	40	60	57	43
Kjønnsfordeling - heltidsansatte i pst.	53	47	40	60	55	45
Kjønnsfordeling - deltidsansatte i pst.	100	0	0	0	100	0
Gjennomsnittslønn (i 1 000 kr)	477	516	632	730	465	482

Tilsynet sysselsatte 49 personer ved utgangen av 2011, 27 kvinner og 22 menn. Gjennomsnittsalderen i Medietilsynet er 46 år, som i 2010.

Andelen kvinner og menn i virksomheten har nærmet seg hverandre ved at andelen menn er økt med fem prosentpoeng fra 2010 til 45 pst. ved utgangen av 2011. For lederstillinger er andelen mellom kvinner (2) og menn (3) uforandret.

Lønnsforskjellen mellom kvinner og menn er ytterligere redusert og utgjorde i gjennomsnitt 39 000 kroner i 2011, mot 48 000 kroner i 2010. I gjennomsnitt tjener menn i lederstillinger 98 000 kroner mer enn kvinnelige ledere, tilsvarende som i 2010.

Det er fremdeles slik at lønnsforskjellen mellom kvinner og menn i virksomheten skyldes en forholdsvis stor kvinneandel med kontoradministrative oppgaver. Lønnsnivået innenfor samme stillingskategorier og stillingsnivå er tilnærmet likt.

Kompetanseutvikling

Kompetanseutvikling i Medietilsynet skal særlig sikre virksomhetskritisk kunnskap og gjennomføres på ulike måter:

- opplæring med interne krefter
- selvstudier
- faglige nettverk
- kjøp av tilpassede kurs som gjennomføres i Medietilsynets lokaler
- deltakelse på eksterne kurs/utdanningsforløp
- deltakelse på konferanser og bransjetreff

I tråd med Hovedavtalens § 22 ble det utarbeidet individuelle kompetanseplaner basert på de viktige kompetanseområdene for Medietilsynet.

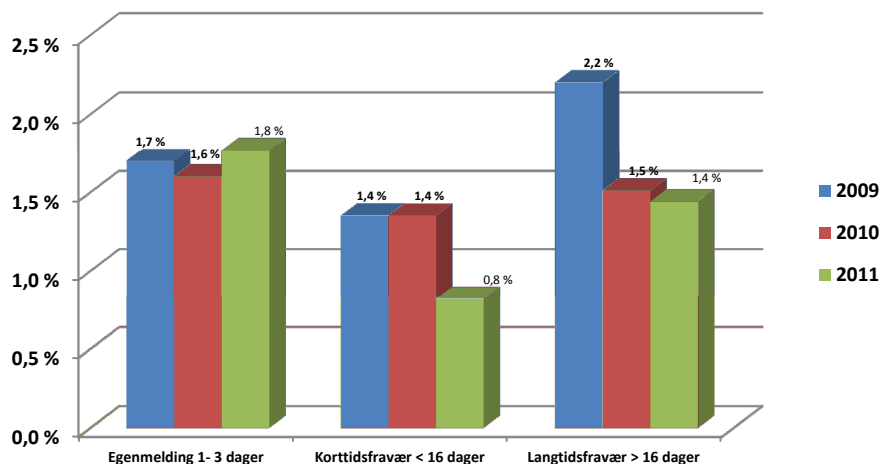
IA-arbeid og sykefravær

Medietilsynet er en IA-virksomhet. I den nye IA-avtalen har bl.a. tillitsvalgte fått en tydeligere rolle og deltatt på kurs i regi av NAV. Tillitsvalgte har videre, i samarbeid med arbeidsgiverrepresentant i Arbeidsmiljøutvalget, aktivt deltatt i IA-arbeidet, bl.a. gjennom utarbeidelse av mål for arbeidet. Målene er behandlet i Samarbeidsutvalget, ledergruppa og Arbeidsmiljøutvalget.

Ledere har vært på kurs om oppfølging av sykmeldte for bl.a. å sikre at rutine for oppfølging av sykmeldte blir fulgt. Det er laget to veiledningsbrosjyrer som er gjennomgått i virksomheten og delt ut til alle ansatte. «Hva skjer når jeg blir syk?» og til ledere «Du har en ansatt som er sykmeldt.»

Det samlede sykefraværet i virksomheten har gradvis gått ned de siste tre årene. Sykefraværet utgjorde 4,2 pst. i 2011, mot 4,5 pst. i 2010 og 5,3 pst. i 2009.

Utviklingen i sykefraværet fordelt etter korttids- og langtidsfravær ser slik ut i perioden 2009 til 2011:



Korttidsfraværet i virksomheten har vært forholdsvis stabilt fra 2009 og utgjorde 1,8 prosent av totalt fravær på 4,2 prosent i 2011. Nedgangen i totale sykefraværet de siste årene skyldes hovedsakelig nedgang i langtidsfraværet (mer enn 16 dager).

Sykefraværet til den enkelte medarbeider følges opp i tråd med fastsatte rutiner.

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 bl.a. blir kunngjort ved utlysning av ledige stillinger i tilsynet. Det var ingen tilstrekkelig kvalifiserte søkere med innvandrerbakgrunn eller nedsatt funksjonsevne til våre utlyste stillinger i 2011.

Tilsynet gjennomførte også i 2011 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.

Miljøarbeid

Virksomheten søker å vise miljøhensyn innenfor områder der det er mulig. Dette gjelder hovedsakelig 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 papir. Videre stiller tilsynets innkjøpsregelverk bl.a. krav om at det skal etterspørres miljøvennlige og universelle produkter som er tilvirket etter etiske og sosiale standarder.

Administrative retningslinjer

Medietilsynet har etablert egne etiske retningslinjer, varslingsrutiner om kritikkverdige forhold og retningslinjer for konfliktforebygging. Et viktig felles mål for retningslinjene er å skape et godt og faglig profesjonelt arbeidsmiljø i virksomheten. Tilsynet legger derfor vekt på å ha en løpende oppmerksomhet omkring retningslinjene blant virksomhetens medarbeidere. Det er i 2011 ikke registrert brudd på interne administrative regler og retningslinjer.

Risikoanalyser

Medietilsynet arbeidet i 2011 med å skape et helhetlig og systematisk system for risikostyring. Systemet for risikostyring vil bli integrert i virksomhetens styringssystem fra 2012.

I 2011 var tilsynets risikovurderinger knyttet til gjennomføring av virksomhetsplan og budsjett.

Brukerundersøkelser

Virksomheten har ikke gjennomført brukerundersøkelser i 2011. Brukerundersøkelser vil bli gjennomført i 2012 for å få tilbakemelding om virksomhetens tjenester og derigjennom å kunne forbedre tjenestene overfor brukerne.