



# Medietrender i Norden

Nyhetsbrev från NORDICOM

---

No. 3, 2015 (december)

## Innehåll

### Mediemarknaden

- Nordens 25 största medieföretag 2014 2
- Den finska mediemarknaden 2014 [Finska statistikcentralen] 4
- Økonomi i norske medievirksomheder 2010-2014 [Medietilsynet] 5
- Svenska dagspressens ekonomi 2014 [Myndigheten för radio och TV] 6
- Finländskt tv-utbud 2014 [Kommunikationsministeriet] 7
- Nyhetsbrev om medieutviklingen i Norge [medienorge] 8
- Män i kraftig majoritet i nyhetsflödet [Global Media Monitoring Report, nordiska rapporter] 9

### Mediepolitik, lagar och avtal

- Aktuella medieutredningar i Norden 10
- Report on RÚV creates debate in Iceland 12
- Nästan ett sekel av svenska medieutredningar 13
- New open access resources on media law in Europe [European Audiovisual Observatory] 15
- Online activities of public service media: remit and financing [Eur. Audiovisual Observatory] 16
- Principles for governing the Internet [UNESCO] 16

### Medieanvändning

- Media use in the EU countries [Eurobarometer surveys] 17
- Svenskarna och internet 2015 [IIS, Internetstiftelsen i Sverige] 18
- The State of broadband 2015 [The Broadband Commission – ITU, UNESCO] 19

### Böcker, bibliotek och kulturvanor

- Här finner du fakta om böcker och bibliotek i Norden 20
- Rapport om det danske bogmarked [Bog- og litteraturpanelet] 21
- Webbtjänst för finsk kulturstatistik [Finska statistikcentralen] 21
- Fem trender som påverkar morgondagens kulturvanor [Myndigheten för Kulturanalys] 22

### Antologier från Nordicom

- Reflections on Media Education Futures [Int. Clearinghouse on Children, Youth and Media] 22

### Forskningstidskrifter (open access)

- Forskningstidskrifter från Nordicom: Nordicom-Information & Nordicom Review 23
- Nationella forskningstidskrifter i de nordiska länderna om media och kommunikation 24

# Mediemarknaden

## Nordens 25 största mediebolag 2014

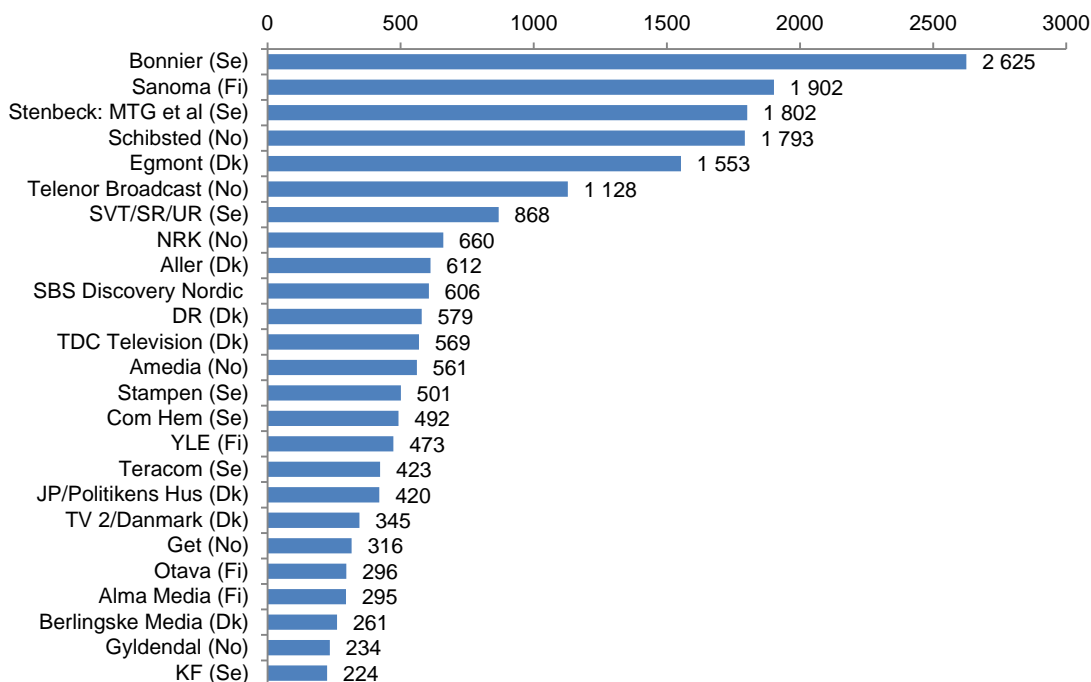
Medieföretag | Norden november 2015 | JO

**Fem nordiska mediebolag är betydligt större än övriga nordiska medieaktörer. I toppen ligger alltså svenska Bonnier. Avståndet ner till tvåan på listan, finska Sanoma, är dock mindre än tidigare. Högst lönsamhet av Nordens 25 största medieföretag hade det svenska telekombolaget Com Hem.**

För många av mediebolagen på Nordicom's topp-25-lista minskade omsättningen under 2014 eller låg på ungefär samma nivå jämfört med 2013. I flera fall störs dock jämförelse mellan åren till följd av nya redovisningsprinciper. För majoriteten av bolagen på listan slutade 2014 med positiva rörelseresultat.

Störst vinstmarginaler (bruttomarginal) visar två distributionsbolag, Com Hem med 29 % och Teracom 14 %. För det enskilt sämsta resultatet svarade återigen Stampen Media Group. Här slutade bruttomarginalen på -9 %.

### Nordens 25 största medieföretag efter omsättning 2014 (miljoner Euro)



Källa: Nordicom [baserad på företagens årsrapporter och webbsidor]

[Tabell inklusive omsättning, resultat och vinstmarginaler](#) (excel)

### De fem största bolagen

De fem största bolagen – Bonnier, Sanoma, MTG med sina systerbolag inom Stenbecksfären, Schibsted Media Group och Egmont – är de nordiska mediebolag som har störst bredd i sin verksamhet och i geografisk spridning. Den här gruppen har legat stadigt i listtoppen år från år, även om rangordningen har skiftat. Övriga bolag är verksamma på färre marknader, antingen geografiskt eller aktivitetsmässigt.

### *Programbolag, tv-distribution och print*

De nordiska tv-bolagen återfinns alla på listan, antingen som dotterbolag till de stora koncernerna (Bonniers TV4 i Sverige och MTV i Finland, Sanomas Nelonen i Finland, Stenbecksfärens kanaler i Norden och Egmonts TV2 i Norge) eller i egen regi som SBS Discovery Nordic med tv- och radio-kanaler i alla nordiska länder utom Island, samt TV2 Danmark (delvis public service) som ägs av danska staten. Även de nordiska public service-bolagen finns med, med undantag för isländska RÚV.

Fem distributionsbolag finns också bland de 25 största. Här återfinns kabel-, satellit-, bredbands- och marknätsoperatörer. Norska Telenor som distribuerar tv i hela Norden (Canal Digital) och danska TDC är båda delar av stora telekomkoncerner, men rankas här efter sin tv-relaterade verksamhet. Com Hem är aktivt i Sverige, medan Teracom (svenska staten) äger och driver marknäten i Sverige och Danmark samt står bakom Boxer. Get är verksamt i Norge. Härutöver är också MTG en betydande aktör inom nordisk tv-distribution.

En annan grupp är en rad bolag med kärnverksamhet i tryckta medier. Störst är danska Aller, därefter följer Amedia, Stampen, JP/Politikens Hus, Otava, Alma Media, Berlingske Media, Gyldendal (Norge) och KF.

### *Nordiskt ägande med några undantag*

Den nordiska mediemarknaden är huvudsakligen nordisk också till ägarbilden. Bara fem av de 25 största företagen har huvudägare utanför Norden. De gäller de tre distributionsbolagen Com Hem, TDC television (som inkluderar Danmarks största distributör YouSee) och Get som ägs av utländska riskkapitalbolag. Get köptes i oktober 2014 av TDC. Det fjärde är SBS Discovery Nordic som ingår i amerikanska Discovery Communications och det sista är den danska tidningskoncernen Berlingske Media, vilket i början av 2015 såldes av engelska Mecom till den belgiska mediekoncernen de Persgroep. Även Discovery Communications har under 2015 varit inblandade i strukturaffärer som berört den nordiska mediemarknaden. Den nordiska radioverksamheten har sålts till tyska Bauer Media, samtidigt som bolaget tagit över hela ägandet i Eurosport, vilket berör tv-gruppens nordiska kanaler. Discovery har varit delägare i den ursprungligen franska tv-gruppen sedan 2012.

Ladda ned tabeller från Nordicoms tabelldatabas (excel):

[The 25 largest media companies in the Nordic countries 2014: Revenues and results \(Euro\)](#)

[The 25 largest media companies in the Nordic countries 2014 \(graph\)](#)

[The 25 largest media companies in the Nordic countries 2014: Revenues 2004-2014 \(Euro\)](#)

### **Publikationstips, tidigare publicerat av Nordicom**



*The Nordic Media Market 2015* analyzes current trends in Nordic media development against previous characterizations of the Nordic media landscape. It focuses particularly on the development of the Nordic newspaper industries, Nordic media policy and the market position of the Nordic public service companies. Author: Jonas Ohlsson. (Published in March, 2015)

[Läs mer](#)

# Den finska mediemarknaden 2014

Medieekonomi | Finland december 2015

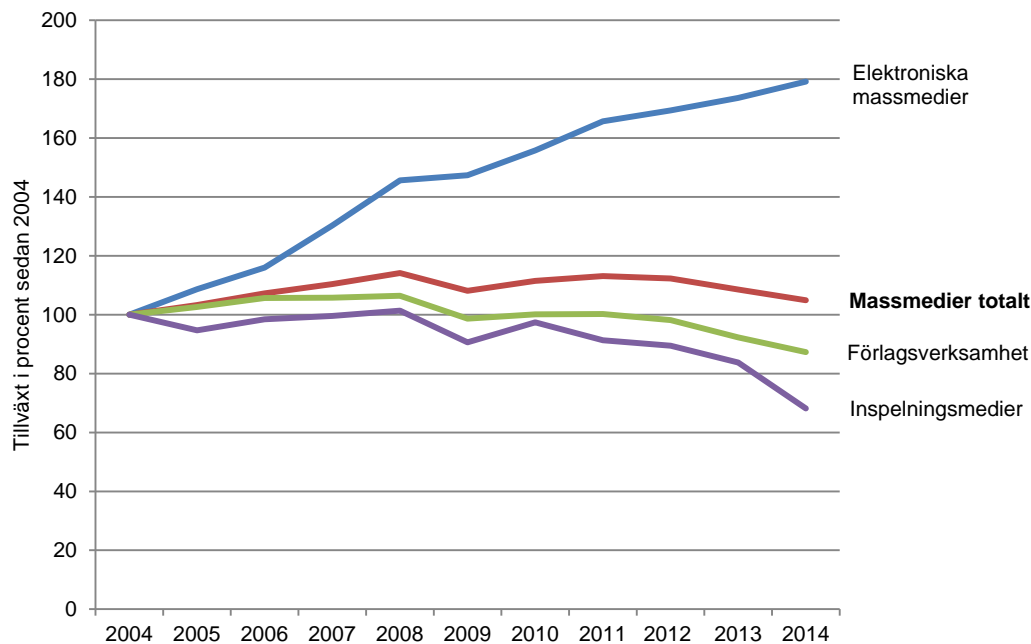
**Värdet av mediemarknaden i Finland fortsatte minska till strax under 4 miljarder euro år 2014. Det var omkring 140 miljoner euro eller ungefär tre procent mindre än året innan. Det visar Finska Statistikcentralens beräkningar av värdet på den finska massmediemarknaden.**

Nästan en femtedel av värdet av inspelningsmarknaden försvann från 2013 till 2014. När det gäller videoinspelningar minskade marknaden med ungefär en tredjedel och försäljningen av ljudinspelningar sjönk med 14 procent. Raset i fråga om försäljning av videoinspelningar torde förklaras med att beställnings-videotjänster, som t.ex. Netflix, blivit allt vanligare.

Elektroniska medier ökade med tre procent. Webbreklam ökade relativt sett mest, med 11 procent. De elektroniska mediernas andel av mediemarknaden har fördubblats under detta årtusende från mindre än en femtedel (18%) till mer än en tredjedel (36%). När det gäller förlagsverksamhet var minskningen jämfört med året innan 5 procent.

Värdet av marknaden för elektroniska medier har nästan fördubblats under de senaste tio åren. Förlagsverksamhetens och i synnerhet inspelningsmarknadernas värde har varit klart nedåtgående redan under flera år.

Utveckling av massmediemarknaden, 2004=100



Källa: Statistik över massmedier och kultur. Statistikcentralen

[Läs mer](#)

**Om statistiken:** Ovan presenterade kalkyler över massmediemarknaden gäller slutanvändarnivå: t.ex. siffran som beskriver storleken på tidningsmarknaden omfattar prenumerations- och lösnummerförsäljningen till tidningarnas detaljpris samt reklamintäkterna. Siffrorna omfattar den inhemska produktionen och importen, men inte exporten. Internetreklam och andra grupper innehåller i viss mån överlappningar.

# Økonomi i norske medievirksomheder 2010-2014

Medieekonomi | Norge oktober 2015

**Medietilsynet har publicerat sin årliga rapport om norska mediers ekonomi. Den visar att kommersiell tv och radio ökat sina intäkter, men att utvecklingen för branschen totalt sett präglas av fallet för tidningarnas ekonomi.**



Medieøkonomirapporten 2014 fokuserar på nyhets- och aktualitetsmedier och analyserar ekonomin för dagspressen (aviser) nättidningar samt radio och tv. Dessa medier omsatte tillsammans nästan 26 miljarder norska kronor 2014, vilket är en minskning med cirka 300 miljoner kronor från 2013.

## *Större intäkter för tv och radio*

I årets rapport ger Medietilsynet för första gången en bild av tv- och radio-bolagens samlade driftsintäkter i Norge. Rapporten uppskattar deras intäkter 2014 till 16,5 miljarder norska kronor, vilket motsvarar en ökning på 37 procent under fem år. Från 2013 till 2014 ökade driftsintäkterna med nästan 9 procent. Bakom tillväxten står de kommersiella aktörerna, framför allt inom tv-sektorn.

## *Tidningarnas lönsamhet minskar*

De flesta norska tidningar går fortfarande med vinst, men den kraftiga annonsnedgången för papperstidningarna gör att lönsamheten krymper. Ökande digitala intäkter från webbannonser och digitala upplagor kompenseras inte för fallet på papper. Trots de digitala upplageintäkternas kraftiga ökning med 146 procent från 2013 till 2014, utgör de bara 5,5 procent av tidningshusens samlade upplageintäkter.

## *Internationell press på norska medier*

Reklamintäkterna som tillfaller internationella företag som Google och Facebook är en utmaning för branschen. Det är svårt att finna exakta siffror för deras intäkter i Norge, men rapporten uppskattar Googles och Facebooks intäkter på den norska marknaden till knappt 1,9 miljarder respektive runt 800 miljoner norska kronor år 2014. Även internationella streaming-aktörer som HBO och Netflix har skapat sig en stabil position på den norska marknaden. Baserat på användardata från TNS Gallup uppskattas deras samlade omsättning i Norge till cirka 700 miljoner norska kronor 2014.

[Ladda ned rapporten: Økonomi i norske medievirksomheter 2010-2014 \(pdf\)](#)

[Medietilsynets webbsidor om medieekonomi i Norge](#)

**Om rapporten:** Den norska mediemyndigheten Medietilsynet publicerar årliga rapporter om den norska mediebranschens ekonomi med fokus på dagspress, radio och television. Uppgifterna baseras på egen datainsamling samt andra tillgängliga källor. För företag där data inte finns tillgänglig baseras rapporten på uppskattningar.

# Svenska dagspressens ekonomi 2014

Medieekonomi | Sverige september 2015

**2014 innebar en viss återhämtning för den svenska dagspressens samlade vinstnivåer. Men med fortsatt fallande upplagor och annonsintäkter står branschen inför stora utmaningar. Det konstaterar rapporten ”Dagspressens ekonomi 2014”.**

Utvecklingen för de genomsnittliga vinstnivåerna har pekat nedåt mer eller mindre oavbrutet sedan



2006, men tycks nu ha stannat av. Efter förra årets historiska minusresultat visade branschsnittet 2014 åter på plus. Men den förbättrade lönsamheten förklaras främst av kostnadsbesparingar. Dagspressens intäkter fortsätter att sjunka och både annons- och publikmarknaden påverkas av övergången till en digital mediemarknad.

### *Det största upplagefallet hittills*

Upplagorna fortsätter att backa och minskningen 2014 är den största hittills under ett enskilt år. Den samlade upplagan föll med drygt 5 procent.

Nedgången drabbade alla grupper, men var större för flerdagars tidningar än fådagars tidningar. Trots tappet är branschens upplageintäkter huvudsakligen oförändrade, vilket förklaras av höjda prenumerationspriser.

### *Annonsering ökar digitalt*

För papperstidningarna fortsätter annonseringen att minska i snabb takt. 2014 föll annonsintäkterna med mer än 9 procent. Samtidigt ökar tidningsföretagens internetannonsering. Ökningen på webben uppväger ännu inte nedgången på papper, men enligt rapporten närmar sig tidpunkten då annonsbortfallet i den tryckta pressen kan kompenseras till en mer betydande del av digital annonsering.

### *Två grupper står för nästan hälften av intäkterna*

Ägarkoncentrationen har ökat något under året sett till ekonomisk omsättning. Sveriges två största tidningsgrupper, Bonniers dagstidningar och Stampen-gruppen, står tillsammans för 48 procent av intäkterna (45 procent 2013). De fyra största, inklusive Schibsted och Norrköpings Tidningars Media, står för 72 procent av intäkterna (69 procent 2013).

[Läs mer och ladda ned rapporten på myndighetens webb](#)

[Ladda ned rapporten direkt \(pdf\)](#)

**Om rapporten:** Dagspressens ekonomi 2014 är den 39e rapporten i ordningen. Presstödsnämnden har publicerat Dagspressens ekonomi sedan 1976, men under 2015 har nämndens uppgifter flyttats till Myndigheten för radio och tv som står för utgivningen av årets rapport. Rapporten är skriven av Jonas Ohlsson, medieforskare på Nordicom.

**För mer fakta om svensk dagspress 2014:** [Nordicoms tabelldatabas \(sök på Sverige och Dagspress\)](#)

Tabell exempel att ladda ned direkt (excel-format)

[Antal dagstidningar efter utgåvor per vecka 1980-2014](#)

[Dagstidningsupplaga på vardagar 1980-2014](#)

[Ägargrupper inom flerdagarspress: upplaga \(≥3 dagar/vecka\) 2014](#)

[Tidningsbranschens resultat, i löpande och fast pris 1990–2014](#)

[Statligt stöd till dagspressen efter stödform samt totalt 1990/1991–2014](#)

[Årsprenumerationspris 1981-2015, fast pris i 2014 års prisnivå](#)

[Tillgång till prenumererad dagstidning i hemmet 1996-2014](#)

[Dagstidningar: Läsning i befolkningen en genomsnittlig dag 1990–2014](#)

# Finländskt tv-utbud 2014

Television | Finland juli 2015 | MJ

**Programutbudet i den finländska nationella marksända televisionen har ökat med sex timmar om dygnet. Reality-tv och utländsk fiktion behåller sin position som de mest omfattande kategorierna i finländsk television. Samtidigt har nyhetsutbudet minskat. Det framgår av en rapport från Kommunikationsministeriet, som ändå visar på relativt obrutna trender sedan förra året.**

Rapporten om den finländska televisionen ger en årlig översikt av programutbudet i de nationella fritt tillgängliga marksända kanalerna år 2014. Undersökningen syftar till att ge underlag för politiska beslut genom att mäta urval och mångfald i utbudet, vad gäller programkategorier och programmens ursprungsländer.

Rapporten omfattar fyra public-service-kanaler (Yle TV1, Yle TV2, Yle Fem, Yle Teema) och tio kommersiella kanaler (MTV3, Sub, AVA, Nelonen, JIM, Liv, Hero, TV5, Kutonen, FOX). För första gången redovisar rapporten nu också online- och on-demand-tjänster, sedan undersökningsföretaget Finnpanel börjat mäta det [veckovisa webb-tittandet](#) i början av 2015.

Det totala programutbudet omfattade 1469 timmar per vecka eller 210 timmar per dygn. Jämfört med 2013 ökade det marksända utbudet med sex timmar per dygn, trots ett allt större utbud av olika online och betal-tv-tjänster.

## *Tre timmar mindre nyheter i veckan*

I likhet med de föregående åren utgörs de två största programkategorierna av reality-tv (26%) och utländsk fiktion (20%), vilka också upptog den största delen av prime time-televisionen. Inte heller för andra genrer syns några signifikanta skillnader jämfört med de föregående åren. Här finner man underhållning och populärmusik (11%), faktaprogram (10%), spelfilm (9%), livsstilsprogram (9%), barnprogram (4%), aktualitetsprogram (3%), inhemsk fiktion (2%), kulturprogram (2%), nyheter (2%) och sport (2%). Nedgången för nyheter fortsätter – i snitt minskade programtiden för nyheter med cirka tre timmar i veckan, eller mindre än en halvtimme per dygn, jämfört med 2013.

## Uppdelning av YLE:s och de kommersiella kanalernas utbud i olika kategorier 2014 (%)

	Totalt utbud		Prime time	
	Public service	Kommersiell	Public service	Kommersiell
Nyheter	6	2	8	2
Aktualiteter	9	1	4	–
Fakta	23	6	22	2
Kultur	7	0	10	1
Livsstil	5	10	4	6
Sport	5	1	4	2
Inhemsk fiktion	3	1	4	2
Utländsk fiktion	17	21	20	20
Spelfilm	7	10	11	22
Barn	9	3	5	–
Underhållning	4	13	5	7
Reality	4	33	3	36
Totalt	100	100	100	100
Total tim /vecka	352	1132	137	332

Källa: Finländskt tv-utbud 2014 / Suomalainen televisiotarjonta 2014 (tabell 4.1.1)

*Yle Fem, MTV3 och Yle TV2 mest mångsidiga*

Kanalerna med det mest mångsidiga utbudet i olika programkategorier var Yle Fem, MTV3 och Yle TV2. Den minst mångsidiga kanalen var den nyligen lanserade gratiskanalen Hero, som startade i november 2014 och ägs av Nelonen Media, med ett fokus på amerikansk fiktion (84%) och film (15%).

#### *Amerikanska och inhemska program dominerar*

Programmets ursprungsländer stod oförändrade jämfört med 2013. De flesta programmen var antingen nordamerikanska (45%) eller inhemska (32%). De inhemska produktionerna stod framför allt att finna i kanalerna på Yle, medan Hero, TV5 och Fox hade den största andelen amerikanska program i sina utbud. Andelarna program producerade i andra nordiska länder (5%) eller i övriga Europa (3%) var betydligt lägre.

Rapporten är skriven på finska med svensk och engelsk sammanfattning.

[Finländskt tv-utbud 2014 / Suomalainen televisiotarjonta 2014](#) (Kommunikationsministeriets publikationer 10/2015)

För ett urval tabeller med tidserier, se [Finska statistikcentralens tabelltjänst](#) (engelska och finska)

**Om undersökningen:** Analysen av programutbudet i det fritt tillgängliga digitala marknätet på riksomfattande tv-kanaler bygger i huvudsak på data från fem fristående observationsveckor (veckorna 9, 16, 32, 42 och 51) från material framtaget av tv-företagen för [Finpanel Oy](#), mätinstitutet för publikundersökningar. Undersökningen är genomförd av Forskningsinstitutet för kommunikation (CRC) vid Helsingfors universitet.

## Nyhetsbrev om medieutviklingen i Norge

Medieutvikling | Norge hösten 2015

**Nå er det mulig å abonnere på informasjon om oppdateringer fra medienorge. Flere ganger i måneden kan du få tilsendt et nyhetsbrev på e-post med siste statistikkoppdateringer, medienyheter og omtaler av publikasjoner.**



medienorge publiserer også tematiske nyhetsbrev om medieutviklingen i Norge og internasjonalt. Tidligere tema er mediebruk, eierskap, teknologi, medieøkonomi og mediepolitikk (nyhetsbrevene kan lastes ned fra nettsidene). Les mer [om abonnement og medienorges nyhetsbrev](#)

**Om:** medienorge er en informasjonssentral for fakta om norske medier som ble opprettet av Kulturdepartementet i 1994. Idag sitter medienorge med en omfattende samling informasjon om norsk mediesektor, som presenteres på nettsidene, i egne nyhetsbrev og i ulike publikasjoner.



## Män i kraftig majoritet i nyhetsflödet

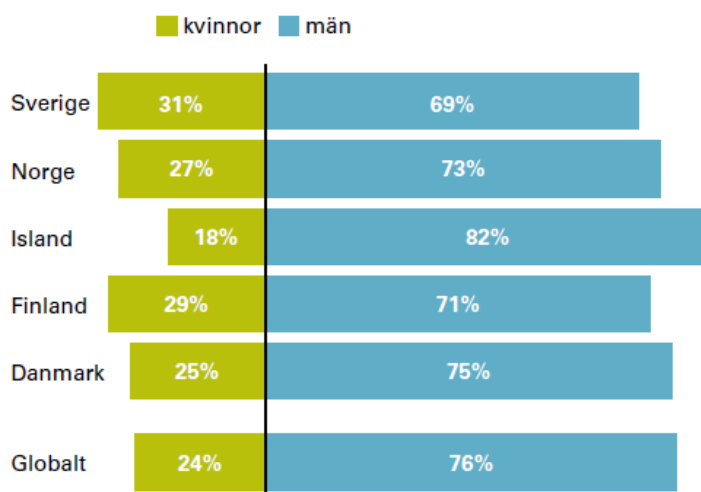
Medier och kön | Norden, internationellt november 2015 | KP

**Den internationella studien Global Media Monitoring Project visar att män fortfarande är i kraftig majoritet i nyhetsflödet. Resultatet är detsamma för nyhetsflödet i de nordiska länderna.**

Den internationella studien, the Global Media Monitoring Project (GMMP) genomförs vart femte år och granskar hur kvinnor och män skildras i nyhetsflödet under en dag. I år har 114 länder deltagit i GMMP vilket gör den till den mest omfattande studien sedan starten 1995. Delstudier är genomförda i alla de nordiska länderna. Några resultat för hela Norden presenteras dessutom i den globala och den svenska rapporten.

### Andel kvinnor och män som nyhetssubjekt i Norden 2015

(graf från den svenska rapporten, sidan 39)



Kommentar: Avser nyhetssubjekt, det vill säga personer som uttalar sig eller som det handlar om i nyheterna. Gäller press, radio och tv i Norden 2015. Antal personer som förekommer i respektive lands nyhetsmedier: Danmark:357, Finland: 391, Island:103 Norge: 270, Sverige 620.

Källa: [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

Ta del av nationella och globala resultat:

Denmark: National report. Authors: Hanne Jørndrup, Martine Bentsen (pdf)

Finland: National report. Author: Jonita Siivonen (pdf)

Island: National report. Author: Valgerður Anna Jóhannsdóttir - kommande

Norge: Om undersøkelsen på Kilden [kjoennsforskning.no](http://kjoennsforskning.no)

Sverige: Räkna med kvinnor. Författare: Maria Edström, Josefine Jacobsson (pdf)

Läs om den internationella rapporten samt ladda ned övriga landrapporter

Läs även [Making Change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media](#) (red. Maria Edström, Ragnhild Mølster), finns som open access på Nordicoms webb.

**Om Global Media Monitoring Project:** Den globala nyhetsstudien GMMP koordineras av the [World Association for Christian Communication \(WACC\)](http://www.wacc.org/), en internationell civilsamhällesorganisation som arbetar med verktyg för social rättvisa. GMMP har genomförts på ungefär samma sätt sedan starten år 1995 för att möjliggöra jämförelser över tid. En omfattande metodbeskrivning finns på projektets hemsida <http://whomakesthenews.org/>.

## Jämställdhetsindikatorer / likestillingsindikatorer i ny databas från Nordiska ministerrådet

Nu finns statistik om hur långt jämställdheten har kommit i Norden samlat på ett ställe. Nordiska ministerrådet har under november lanserat en webbplats med fakta om hur pengar och makt, betalt arbete och obetalt hushållsarbete, självmord och rökning, fördelar sig mellan kvinnor och män i de fem nordiska länderna och Åland, Färöarna och Grönland. Ämnesrubrikerna är bland annat demografi, hälsa, utbildning, inkomster och makt. Statistiken presenteras ämnesvis och i grafer med förklarande texter, och det är möjligt att följa både utveckling över tid och se skillnader och likheter mellan länderna.

Uppgifterna kommer från statistikmyndigheterna i de nordiska länderna. Några av indikatorerna jämför de nordiska länderna med ett EU-genomsnitt.

[Mer information](#)

[Webbplatsen Nordiska jämställdhetsindikatorer / Nordiske likestillingsindikatorer](#)

[Mer fakta och statistik om Norden och de nordiska länderna](#)

## Mediepolitik, lagar och avtal

### Aktuella medieutredningar i Norden

Mediepolitik | Norden november 2015

**I de nordiska länderna pågår idag ett antal medierelaterade utredningar. I fokus är mediemarknaden och villkoren för dess aktörer, public service-mediernas roll och finansiering samt hur mediepolitiken ska utformas för att stödja mediemångfald, yttrandefrihet och demokrati.**

#### Danmark

Kulturministeren nedsatte i slutet av 2014 et sagkyndigt udvalg, der skal udarbejde et grundlag for overvejelser om public service-mediernes rolle i medievirkeligheden de kommende år.

#### *Public service-udvalget*

Udvalget skal i den forbindelse opstille scenarier for, hvad dansk public service kan/bør være i fremtidens samfund og individualiserede og fragmenterede medieverden. Udvalget skal afgive delrapporter, men ikke komme med indstillinger. Derudover skal udvalget afholde halvårige temamøder med relevante interessenter, ordførere for partierne bag medieaftalen mv. med henblik på afrapportering og dialog inden for de forskellige emneområder. Public service-udvalgets første temamøde, "Rationalet for public service i det 21. århundrede", afholdes d. 10. september 2015. Udvalgets arbejde strækker sig over to år og skal være afsluttet den 1. januar 2017. [Læs mere](#)

#### Finland

Kommunikationsministeriet har under hösten initierat två utredningar för att utforska förutsättningarna för mediernas verksamhet i Finland samt utvärdera Rundradions/Yles ställning.

#### *Kartläggning av mediemarknaden*

I augusti tillsattes en arbetsgrupp som ska utreda förutsättningar, marknadshinder och konkurrenssituation på den finska mediemarknaden. Aktuella frågor är hur medieregleringen inverkar samt hur

public service-verksamhet, konkurrens från utländska medier samt olika skattebehandling av digitala och traditionella medier påverkar mediemarknaden. Arbetsgruppen, som består av företrädare för företags- och mediebranschen, ska slutföra uppdraget under 2015.

[Kommunikationsministeriet pressmeddelande 03.08..2015](#)

#### *Rundradions/Yles framtid*

En parlamentarisk arbetsgrupp ska utvärdera omfattningen av Yles allmännyttiga verksamhet och finansiering samt bolagets ställning och betydelse på mediemarknaden. Även Yles betydelse med tanke på demokrati, yttrandefrihet och diversifierad kommunikation ska granskas. Arbetsgruppen tillsattes i början av november och ska avsluta arbetet 31 maj 2016.

[Kommunikationsministeriet pressmeddelande 02.11.2015](#)

### **Norge**

I samband med att [stortingsmelding om public service och mediemångfald](#) presenterades i juni 2015, initierade den norska regeringen två utredningar om mediemångfald respektive NRKs finansiering.

#### *Mediemangfoldsutvalg*

Mediemangfoldsutvalget skal undersøke hvordan økonomiske virkemidler på medieområdet best kan innrettes for å stimulere til mediemangfold og en bred offentlig samtale i fremtidens digitale mediesamfunn. Mediemangfoldsutvalget skal levere sin utredning i form av en NOU til Kulturdepartementet innen 1. mars 2017.

[Regjeringen pressemelding 18.09.2015](#)

#### *Alternativer for offentlig finansiering av NRK*

En ekspertgruppe skal utrede alternativer for offentlig finansiering av NRK. Gruppen skal vurdere hvordan den pågående medieutviklingen vil påvirke effektiviteten til dagens ordning med kringkastingsavgift. I mandatet ligger også å vurdere ulike alternative fremtidige modeller for offentlig finansiering av NRK og i hvilken grad de ulike modellene ivaretar NRKs behov for redaksjonell uavhengighet, legitimitet i befolkningen, og finansiell stabilitet over tid. Ekspertgruppen skal levere sin rapport 1. juli 2016.

[Regjeringen pressemelding 02.10.2015](#)

### **Sverige**

Kulturdepartementet tillsatte i mars en medieutredning om nya mediepolitiska insatser. Myndigheten för radio och tv slutförde i september en utredning om public service och mediemarknaden.

#### *En mediepolitik för framtiden*

En särskild utredare ska analysera behovet av nya mediepolitiska insatser när presstödet i dess nuvarande form upphör. Utredningens förslag ska syfta till att främja möjligheterna för allmänheten att ta del av journalistik som präglas av mångfald, allsidig nyhetsförmedling, kvalitet och fördjupning.



I början av november presenterades [ett delbetänkande](#), en analys av det svenska medielandskapet utifrån ett medborgarperspektiv (SOU 2015:94).

Slutrapporteringen med förslag till nya mediepolitiska verktyg ska redovisas senast 30 april 2016. I november meddelades att utredningen också ska göra ett PM om public service-medierna som underlag till en eventuell framtida översyn av de offentliga medierna. [Läs mer om medieutredningen](#)

### *Public service påverkan på mediemarknaden & förhandsprövning*



Myndigheten för radio och tv presenterade i september [en rapport](#) som menar att public service har en viss påverkan på mediemarknaden, men inte agerar på ett sätt som uppenbart stör den kommersiella marknaden. Myndigheten har också gjort en översyn av systemet med förhandsprövning av nya public service-tjänster och föreslår att andra intressenter än public service-bolagen ska kunna begära en förhandsprövning.

[Myndighetens pressmeddelande 01.09.2015](#)

Efter rapportens publicering har privata branschaktörer startat [en kommission](#) i syfte att analysera public service och presentera egna förslag på hur verksamheten bör fungera i framtiden.

## **Report on RÚV creates debate in Iceland**

Media Policy | Iceland November 2015 | FPG

**In Iceland, a [report on RÚV](#), the Icelandic National Broadcasting Service, has been followed by a heated political debate. Both the opposition in Parliament (Althingi) and individuals within the media community have criticized the report as politically biased and methodically unfair. The report, presented in October, is expected to serve as input in the ongoing discussions concerning a new service contract between RÚV and the State.**

In 2007, RÚV changed its organizational form from an official institute to a public company (Ltd). At the time, RÚV's organization had been disputed for many years, and it usually operated at a large deficit. The change was thought to offer a better operational foundation and more solid structure, as well as separating the finances of RÚV and the State.

In the spring of this year, the Minister for Education and Culture for the right-centre government (Conservatives), Illugi Gunnarsson, established a committee to analyse the development of the activities of RÚV. Its point of departure was to measure whether the goal of the reorganization in 2007 had been achieved.

### *The committee wants changes for RÚV*

The three-member committee – consisting of a chairman (a political ally of the Minister), an expert from the Ministry of Financial and Economic Affairs (led by the Conservatives), and an expert from a private company – has compared the finances of RÚV to those of Iceland's largest private media company, 365 ehf. The report argues that RÚV has higher operational costs than 365, but while 365 is making a profit, RÚV's revenues end up in the red.

The comparison between RÚV and 365 ehf has been greatly criticized for being unfair – with assertions that financial statistics have been chosen and stacked in favour of the private company, e.g., leaving out 365's costly sports channels and programmes.

The bottom line the committee came to was that without changes – e.g. higher fees, the sale of some assets, a new service contract with the State – the operation of RÚV will be unsustainable. The committee raised questions as to the "Ltd" form, whether RÚV should partake in the advertising market, and whether it is the organization best suited for achieving the objectives of the State regarding culture, language, democratic debate, etc.

### *Renewal of contract between RÚV and the State in 2016*

RÚV and the State have an [ongoing service contract](#) – with the current one running out this coming December 31, and discussions underway regarding its renewal. The new report is considered to be fodder for these discussions – politically motivated fodder, according to critics. It is not the policy of the current Government to shut RÚV down – to take the State out of the media market – but rather to limit its scope, and in 2013 a law was passed limiting the amount of advertisements in RÚV's daily programmes.

[Download the report \(PDF\), in Icelandic](#)

**About RÚV's financing form:** From 2009 onwards, RUV's public funding consists of revenues from a special fee, a tax levied on individuals and legal entities (previously a licensing fee). The fee has not gone to RÚV in its entirety since the company started, but will do so beginning January 1, 2016, according to government policy. RÚV also receives revenues from advertising. The proportion tax revenues – advertising revenues is about 2/3 from tax and 1/3 from advertisers. . See overview of the [public funding systems in the Nordic countries](#) (Excel file, from Nordicom's table database).

## **Nästan ett sekel av svenska medieutredningar**

Mediepolitik | Sverige november 2015 | UF

**I november publicerade den svenska medieutredningen sitt delbetänkande. Men att medier utreds är inget nytt. Nordicom har sammanställt en lista över offentliga utredningar på medieområdet som sträcker sig över nästan hundra år. Den visar att dagspress, public service och reklam är de områden som oftast varit föremål för utredningar.**

Den första svenska statliga offentliga utredningen (SOU) med medieanknytning kom 1924 och berörde böcker och läroverk. Fem år senare kom den första utredningen om upphovsrätt för litterära och konstnärliga verk. Under 1930-talet började enskilda medier, såsom vi känner dem, utredas – film, dagspress och rundradio. Framför allt dagspress, radio och så småningom television utreds återkommande i samband med tryckfrihet, offentlighetslagstiftning, propagandafinansiering och censur.

### *Dagspress, public service och reklam i fokus*



År 1965 fokuserar en utredning på dagspressens ekonomiska villkor för första gången. Därefter har utredningarna om dagstidningsmarknaden utretts regelbundet liksom formerna för stöd till dagstidningarna. Tillsammans med public service och reklam är dessa områden de som oftast återkommer genom årtiondena (ett tjugotal SOU:er vardera). In på 2000-talet har utredningarna om dagspressen varit färre, men branschen och dess villkor har istället utretts i formen av Ds (Departementsskrivelser) (t.ex. Ds 2008:25 Nya villkor för presstödet och Ds 2009:68 Driftsstöd till dagspressen). Departementsskrivelser finns digitalt tillgängliga från år 2000, men serien är dock inte systematiskt samlad någonstans.

### *Informationsrika rapporter*

Den pågående medieutredningen tillsattes i syfte att analysera behovet av nya mediepolitiska insatser när presstödet i dess nuvarande form upphör. I sitt delbetänkande har befintlig kunskap om medierna, medielandskapet och utvecklingen sammanställts med hjälp av forskning inom området.

De statliga utredningarna är källor till stora mängder information och statistik om det ämne som utreds. Här nedan följer ett exempel där vi valt att lista länkar till statliga offentliga utredningar som direkt har berört dagstidningsmarknaden:

#### Statliga offentliga utredningar som direkt berör dagstidningsmarknaden, länk i titeln

SOU 1965:22	Dagstidningarnas ekonomiska villkor
SOU 1968:48	Dagspressens situation, betänkande av 1967 års pressutredning
SOU 1975:78	Svensk press. Pressens funktioner i samhället
SOU 1975:79	Svensk press. Statlig presspolitik
SOU 1975:80	Postens roll i tidningsdistributionen
SOU 1980:28	Massmediekoncentration
SOU 1980:32	Stödet till dagspressen
SOU 1988:48	Reformerat presstödet
SOU 1994:94	Dagspressen i 1990-talets medielandskap
SOU 1994:145	Ägarkoncentration i dagspress och radio/TV
SOU 1995:37	Vårt dagliga blad – stöd till svensk dagspress
SOU 1999:30	permanent länk ännu inte upplagd
SOU 2005:13	Lördagsdistribution av dagstidningar / delbetänkande av Presskommittén 2004
SOU 2012:58	Stöd till dagstidningar på samiska och meänkieli
SOU 2013:66	Översyn av det statliga stödet till dagspressen
SOU 2015:94	Medieborgarna & medierna

[Hela listan med länkar till medierelaterade SOU:er finns här.](#)

**Om Nordicoms sammanställning.** Listan omfattar de SOU:er som berör medier i någon form eller lagstiftning som har betydelse för området (t.ex. upphovsrätt, offentlighet, digitalisering etc). Sammanställningen baserar sig på två källor: Kungliga biblioteket och Regeringens hemsida. Vid Kungliga biblioteket pågår ett arbete att i databasen Regina digitalisera och lägga upp samtliga SOU:er som utkommit mellan 1922 och 1999. Hela processen till och med 1999 avses vara klar till slutet av 2015. Listan kommer att uppdateras med perioden 1997–1999 när KB:s digitalisering är klar. SOU:er från och med år 2000 finns tillgängliga på Regeringens hemsida. Rapporterna är publicerade i pdf-format. Fritextsökning kan göras i de digitaliserade SOU:erna, för perioden 1922-1999, via en [tjänst hos Linköpings universitet](#) .

#### Publikationstips open access - tidigare publicerat av Nordicom



##### *Offentlighed i Norden*

Offentlige eller hemmelige dokumenter og data: Sammenligninger af retsregler for access i Sverige, Finland, Danmark, Norge, Island og internationale regler.  
Redaktør: Oluf Jørgensen (Publicerad oktober 2014)

[Läs mer, beställ eller ladda ned publikationen här](#)  
[A summary in English is available in PDF-format](#)

## New open access resources on media law in Europe

Media Policy | Europe November 2015

**The implementation of the Audiovisual Media Service Directive and the public service media remit are the subjects of two open access resources, recently launched by the European Audiovisual Observatory.**



### **Database on the Audiovisual Media Service Directive**

The Observatory has launched the free AVMSDatabase, which shows how each EU country has transposed the various rules contained within the AVMS Directive (the principal legal text regulating audiovisual media services in Europe) into national legislation.

The database makes it possible to research:

- how a certain article of the directive is implemented in a specific country,
- how countries A, B and C have implemented a specific article (comparative approach),
- how certain articles of the directive have been implemented in countries A, B and C (multi layered research).

[Read more](#)

[AVMSDatabase](#)

**The public service media remit in 40 European countries.** Intended as a free working tool to also accompany the reading of the IRIS Special on “Public service activities online: remit and financing”, the Observatory provides an overview of the definition of the public service remit in the 40 countries



that are members of the Observatory, and indicates:

- the adopting bodies,
- the concerned broadcasters,
- the legal sources defining the remit, with mention of the specific articles,
- the links to the texts in their original language and in English translation where available.

[IRIS Bonus 2015-3, read more](#)

[Download PDF directly](#)

**About:** The Observatory is a European public service body comprised of 40 member states and the European Union, represented by the European Commission. Among its major activities are the publication of a yearbook, newsletters and reports plus online databases, e.g. the free accessible [IRIS Merlin database on legal information](#) relevant to the audiovisual sector in Europe and [MAVISE database on TV and on-demand](#) audiovisual services and companies in Europe.

## Online activities of public service media: remit and financing

Media Policy | Europe, Denmark September 2015

**The European Audiovisual Observatory has published a report on the subject of online activities of public service media: remit and financing. Together with Germany and Hungary, Denmark is included as a country example.**



The difficulty in deciding which online services will receive public funding due to a public service remit is one of the major issues currently being tackled by EU governments. This IRIS Special publication provides background reading on the subject, dealing with issues such as the definition of public service media, current funding models for broadcasting, and the pertinence and practicability of a public value test for new media services of public service media.

In order to show concrete examples of public service performances in the online environment, a special section focuses on three countries, among them Denmark, which is presented under the heading “Licence fee reform and online remit in Danish public service media”.

[Read more](#)

Note: The publication is for purchase only.

## UNESCO study: Principles for governing the Internet

Internet | International September 2015

**UNESCO has launched a new study called “Principles for governing the Internet”. This reviews and analyses more than 50 Internet-specific declarations and frameworks relevant to Internet principles.**



The study encompasses both quantitative and qualitative assessments of more than 50 declarations, guidelines, and frameworks. The issues contained in these documents are assessed in the context of UNESCO’s interested areas such as access, freedom of expression, privacy, ethics, Priority Gender Equality, Priority Africa, and sustainable development, etc.

As a background database to illustrate this study and an online web source for policy makers and other stakeholders, UNESCO has launched a webpage collecting and updating various international and regional instruments, as well as declarations of various meetings that relate to the areas of access, freedom of expression, privacy and ethics.

[UNESCO press release 22.09.2015](#)

[Download: Principles for governing the Internet. A comparative analysis](#)

[Web source listing international and regional instruments, etc](#)

**About the report:** This is the sixth edition in the UNESCO Internet Freedom Series. UNESCO has started in 2009 to commission this series publications of Internet Freedom, aiming to explore the changing legal and policy issues of Internet and provide its Member States and other stakeholders with policy recommendations aiming to foster a conducive environment to freedom of expression on the net. See previous titles in [UNESCO Series on Internet Freedom](#).



# Medieanvändning

## Media use in the EU countries

Media Use | Nordic countries and Europe

**In a European comparison, the people of the Nordic countries are fairly avid radio listeners and readers of written press, but watch traditional TV at an EU average level or slightly less. As for Internet-related activities such as watching TV via the Internet, using online social networks or the Internet on the whole, the Nordics are at the top, according to the Eurobarometer surveys.**



International comparisons of media use are difficult, as ratings systems differ. However, the Eurobarometer points at some patterns in Europeans' media use. As data refer to EU members only, Nordic data are available for Denmark, Finland and Sweden (data on media trust include Iceland as well).

Data on daily TV viewing do not indicate any great differences between countries. In most countries, eight or nine of ten watch TV on a daily/almost daily basis. A rough interpretation is that countries in southern Europe watch TV above the EU average and in northern Europe below – with exceptions in both categories. Internet-added TV viewing is 1 to 7 per cent, with the Nordic countries, especially Sweden, at the higher end of the scale.

Daily radio listening shows greater differences between countries, ranging from three of ten to eight of ten daily listeners. The pattern is opposite to that of television: countries in northern Europe listen more, southern countries less. The category of written press shows as great differences as radio and approximately the same pattern for northern and southern Europe.

Internet use is highest in the Nordic countries and other northern Europe, with the Netherlands, Denmark and Sweden being the most avid users (86-88 per cent), followed by Finland in fourth place (74 per cent). The Danish and Swedish populations are the most avid social network users of the EU countries, with over half of their populations using a social network on a daily/almost daily basis.

Download: [Standard Eurobarometer 82, November 2014, Annex \(PDF\)](#)

Tables in [Nordicom's table database](#), based on the Standard Eurobarometer 82 (Excel files):

[Media use – press, radio, TV, Internet, social media – in the European Union 2014](#)

[Television viewing via TV set and/or the Internet in the European Union 2014](#)

[Trust in written press, radio, TV, Internet and social media in the European Union 2014](#)

**About the Eurobarometer:** Surveys by the Public Opinion Analysis sector of the European Commission, which address topics concerning European citizenship: enlargement, social situation, culture, information technology, environment, etc. Data on media use and trust are normally included in the [Standard Eurobarometer's](#) autumn surveys; see Annex. [Special Eurobarometers](#) can also be media-related, e.g. Special Eurobarometer 414 “E-Communications and Telecom Single Market Household Survey”.

# Svenskarna och internet 2015

Medieanvändning | Sverige november 2015

**Över 90 procent av den svenska befolkningen har tillgång till internet och i genomsnitt använder svensken internet tre timmar om dagen. Nästan åtta av tio använder sociala medier, alltfler tittar på film och tv på webben och även fler betalar för strömmade tjänster. Det framgår av rapporten Svenskarna och internet 2015 från Internetstiftelsen i Sverige (IIS).**



Enligt Svenskarna och internet 2015 ökar tiden vi tillbringar på nätet i alla åldersgrupper, utom för pensionärerna. Allra störst är ökningen hos de unga, vilket bland annat förklaras av en ökad användning av smarta mobiler och surfplattor.

Men också pensionärerna använder smart mobil och surfplatta i allt större utsträckning. Nära hälften av 66-75-åringarna har en smart mobil och en dryg tredjedel har en surfplatta, i båda fallen en ökning med 10 procentenheter sedan förra året.

## *Sociala medier fortsätter växa*

På fem år har antalet besökare på sociala nätverk ökat från 53 procent av internetanvändarna 2010 till 77 procent 2015. Facebook är det sociala nätverk som dominerar och hela 70 procent av internetanvändarna använder Facebook någon gång. Instagram används av 40 procent av internetanvändarna, en ökning från 28 procent 2014. Drygt 20 procent använder Twitter och lika många använder LinkedIn respektive Snapchat.

## *Kraftig ökning för filmtittande på nätet*

Förra året växte musiklyssnandet på webben stort. År 2015 är det istället filmtittandet som ökat. 45 procent av internetanvändarna tittar på film, video och tv på webben minst någon gång i veckan, en ökning från 30 procent 2014. 70 procent uppger sig titta någon gång. Den vanligaste källan till rörlig bild på nätet är Youtube och därefter kommer tv-kanalernas play-tjänster.

60 procent av internetanvändarna lyssnar på musik via internet varje vecka (57 procent 2014) och 77 procent lyssnar någon gång. Spotify är populärt och nästan var tredje internetanvändare använder tjänsten dagligen.

## *Fler betalar för strömmade tjänster*

Betalningsviljan på internet ökar för såväl musik som film och tv. Över hälften av de som lyssnar på musik på internet 2015 betalar för ett abonnemang på en musiktjänst och fyra av tio som tittar på film på nätet betalar för detta. Samtidigt fortsätter fildelningen att minska för andra året i rad.

## *Traditionella medieformer starkare än nätversionerna*

Användningstiden för traditionella medier minskar något år från år, samtidigt som tiden som läggs på medier online ökar något. Förändringen sker långsamt och drivs i första hand av de unga som ägnar mycket mer tid åt internet än övriga befolkningen. Den största förändringen från 2014 är en ökad tid för tv-tittandet online, som i hela befolkningen växt från 2,1 till 2,4 timmar i genomsnitt.

Jämför man medierna i deras traditionella former med deras internetversioner dominerar de traditionella formerna när det gäller radio, tv och böcker. Vad gäller dagstidningar är det stor skillnad

på morgon- och kvällstidningar. För morgontidningar utgör läsning på papper 72 procent av lästiden, medan det är tvärtom för kvällstidningar, där pappersläsandet står för endast en femtedel av den totala lästiden.

### *Många som inte använder internet*

Fortfarande är det runt tio procent av befolkningen som inte använder internet. Den vanligaste orsaken som nämns av icke-användarna är brist på intresse (63 procent) och krånglig teknik (26 procent).

[Rapporten kan läsas online eller laddas ned i PDF-format](#)

**Om undersökningen:** Svenskarna och internet är en årlig individundersökning om internetanvändning och genomfördes första gången år 2000. Årets undersökning pågick från februari till april. Huvudman för studien är [Internetstiftelsen i Sverige \(IIS\)](#). Svenskarna och internet är den svenska delen av [World Internet Project](#), ett internationellt forskningsprojekt som följer internets spridning och användning runt om i världen.

## The State of Broadband 2015

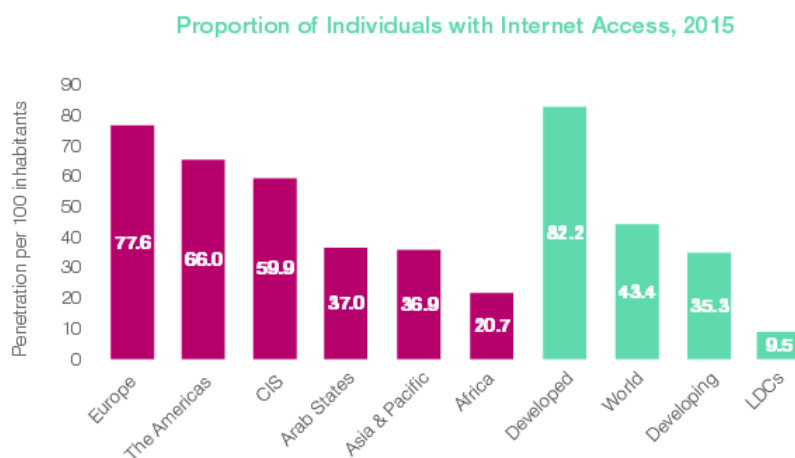
ICT | International October 2015

**While Internet access is approaching saturation in the developed world, it is only accessible to a third of the people in developing countries. The State of Broadband Report 2015 points at inequalities in ICT access and use worldwide.**

Produced annually by the ITU/UNESCO Broadband Commission, the State of Broadband report explores progress in broadband connectivity on a global scale, offering country-by-country data on ICT access and use, broadband affordability and national broadband policies for over 160 economies.

### *Over half of the world's population is offline*

The report shows that 43% of the global population is connected, which means that 57% still do not have regular Internet access. While in the developed world Internet access is close to saturation, the result for the developing world is poorer. Among regions, Europe accounts for the largest proportion of individuals with Internet access, and Africa the lowest.



Source: [The State of the Broadband report 2015 \(p. 43\), full PDF](#)

The top ten countries for Internet use are all located in Europe, including the five Nordic countries. Iceland has the highest percentage of individuals using the Internet (98%), just ahead of Norway (96%) and Denmark (96%).

[Read more and download the report at the Broadband Commission's website](#)

**About the Commission:** The Broadband Commission for Digital Development was established by ITU and UNESCO in 2010, in response to the UN's call to step up efforts to meet the Millennium Development Goals (MDGs). The Broadband Commission embraces a range of different perspectives in a multi-stakeholder approach to promoting the roll-out and use of broadband for development. To date, the Commission has published a number of high-level policy reports, best practices and case studies.

## Böcker, bibliotek och kultur

### Här finner du fakta om böcker och bibliotek i Norden

Bok- och biblioteksstatistik | Norden

**Visste du att bokläsningen i Norden håller sig ganska stabil? Metodskillnader i de nationella undersökningarna gör att data inte är helt jämförbara mellan länder, men några mönster är tydliga.**

Pappersboken är till exempel det absolut vanligaste sättet att läsa en bok, enligt Mediebarometerundersökningarna i Sverige och Norge. En tredjedel av svenskarna 9-79 år läser en pappersbok dagligen (all läsning) och en fjärdedel av norrmännen i samma ålder (yrkes- och skolrelaterad läsning inkluderas inte). Samtidigt ligger daglig läsning av e-böcker på 1-2 procent och lyssnande till ljudböcker på 4-5 procent. Tillgången till e-bokläsare i Norge är 17 procent av befolkningen jämfört med runt 8 procent i Danmark och Sverige. Statistiken ovan och andra bokfakta finner du via nationella och nordiska källor nedan.

#### Nationell statistik i de nordiska länderna

Bok- och biblioteksstatistik presenteras av nationalbibliotek, förläggarföreningar, nationella statistikcentraler med flera. Här följer länkar till några av organisationerna/databaserna:

[Danmarks statistik: Statistikbanken](#)

[Rapporten Bogen og litteraturens vilkår 2015](#), Bog- og litteraturpanelet/Kulturstyrelsen (se presentation nedan)

[Finska statistikcentralen / Tilastokeskus: Cultural Statistics Table Service](#) (se även presentation nedan)

[Statistics Iceland/ Hagstofa Íslands: Society → Media & Culture](#)

[medienorges databas](#)

[Nordicom-Sverige](#) (sök på Sverige – Böcker)

**Nordicoms länkdatabas** listar fler nationella, nordiska, europeiska och internationella källor till bokstatistik och annan mediefakta. [Sök under Böcker i listan här.](#)

#### Jämförande nordisk statistik

[Nordicoms statistikdatabas](#) har uppgifter om bokläsning samt tillgång till e-bokläsare för några nordiska länder.

Notera att data för bokläsning inte är helt jämförbara mellan länder och över tid. Här finns också ett antal bastabeller om bibliotekens bestånd av böcker och annat material samt utlån. Tabellerna länkar till de nationella källor som finns online. Sök på Norden – Böcker.

**E-böcker och digitalisering av bibliotek**, lästips från [SOM-institutets forskningsantologi \*Fragment\*](#).

[E-boken – i skuggan av den tryckta](#) [Annika Bergström och Lars Höglund] PDF

[Stöder digitaliseringen biblioteksanvändningen?](#) [Lars Höglund och Eva Wahlström] PDF

## Rapport om det danske bogmarked

Bogmarkedet | Danmark september 2015 | MVK, HBBJ

**Bog- og litteraturpanelet i Danmark har netop offentliggjort deres første rapport, som rummer en kortlægning – der ikke tidligere er foretaget i samme omfang – af de eksisterende statistikker på bogmarkedet i Danmark. I rapporten præsenteres der derudover helt nye tværgående statistikker på området, ligesom panelet giver en række anbefalinger til forbedringer af den eksisterende statistik.**



Panelet har desuden udvidet undersøgelsesområdet i forhold til tidligere undersøgelser af det danske bogmarked; eksempelvis kigger panelet i deres rapport på bibliotekerne som en integreret del af bogmarkedet og ser også ud over Danmarks grænser med et kapitel om det globale bogmarked. Endelig har panelet til deres første rapport bestilt en kortlægning af selvudgiverne på det danske bogmarked.

Bog- og Litteraturpanelets formand, professor Stig Hjarvard, Københavns Universitet, siger: ”Digitalisering, liberalisering og globalisering er tre hovedtendenser, der har betydning for bogmarkedet og dermed litteraturens aktuelle tilstand. Det er kulturpolitisk vigtigt at få et overblik over udviklingen på bogmarkedet i lyset af de igangværende ændringer. Med denne rapport er et første spadestik taget til at skabe en dækkende statistik og årlig rapportering om bogens og litteraturens situation i Danmark.”

[Download rapporten "Bogen og litteraturens vilkår 2015" som PDF](#)

[De vigtigste hovedpointer fra rapporten](#)

[Læs mere om Bog- og litteraturpanelet](#)

## Webbtjänst för finsk kulturstatistik

Mediestatistik | Finland 2015

**Finska statistikcentralens webbtjänst med kulturstatistik erbjuder data om böcker, bibliotek, kulturtidskrifter, musik, film, kulturstöd med mera.**



Via webbtjänsten finns också senaste utgåvan av Finska statistikcentralens publikation *Cultural Statistics / Kulttuuritilasto* tillgänglig i pdf. Tabellerna presenteras på engelska och finska och boken innehåller ett sammandrag på engelska, svenska och finska. Övriga texter är på finska. Tabellerna i databasen är på engelska och finska och laddas ned i excelformat.

[Finnish Cultural Statistics' table service / Kulttuuritilaston taulukkopalvelu](#)

Läs mer: [Om kulturstatistiken](#)

## Trender som påverkar morgondagens kulturvanor

Med fokus på unga och äldre utforskar Myndigheten för Kulturanalys fem trender i dagens samhälle som kan få konsekvenser för kulturvanor och kulturpolitik på sikt.

I rapporten Samhällstrender och kulturvanor: en omvärldsanalys visar Kulturanalys på tendenser som gäller utvecklingen av:

- ett mer heterogent samhälle där t ex urbanisering och ökade inkomstklyftor ger olika förutsättningar för kulturvanor
- en mer deltagarstyrd kultur där digitaliseringen gör att fler kan delta och påverka kulturen
- ett bildsamhälle, där en förmåga att tolka bilder kommer att vara nödvändig
- kultur som målgruppsanpassas och utformas baserat på dataanalys
- filterbubblor och individanpassning av utbudet på internet, vilket gör att man får den typ av information och kultur som man redan känner till



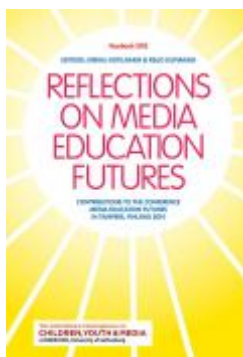
I omvärldsanalysen diskuteras också fem konsekvenser för kulturpolitiken där insatser, samverkan mellan olika politikområden, och mer kunskap kan komma att behövas. Det handlar om att förebygga vita fläckar på kartan där ett kulturutbud saknas, ge fler tillgång till bredband, stärka äldres tillgång till kultur, arbeta för större mångfald, samt öka mediekunnigheten för att motverka filterbubblors negativa effekter.

[Ladda ned publikationen via myndighetens webbsida](#)  
[Myndighetens rapportserie](#)

**Om: Kulturanalys** är en statlig myndighet som har till uppgift att utvärdera, analysera och redovisa effekter av förslag och genomförda åtgärder inom kulturområdet. Detta ska göras med utgångspunkt i de kulturpolitiska målen. Kulturanalys har också i uppdrag att bistå regeringen med underlag och rekommendationer för att utveckla den statliga kulturpolitiken.

## Antologier från Nordicom

### The International Clearinghouse for Children & Media



#### Reflections on Media Education Futures Contributions to the Conference Media Education Futures in Tampere, Finland 2014

The Clearinghouse Yearbook of 2015 reflects research and practice of media education from multiple perspectives, with articles by experts and scholars in the field, practical papers and case studies. The content is based on contributions to the international conference 'Media Education Futures' 2014 in Finland. Editors are Sirku Kotilainen and Reijo Kupiainen

[Read more](#)

[All publications in the Clearinghouse Yearbook series](#)

# Forskningstidskrifter, open access

## Forskningstidskrifter från Nordicom

Medieforskning | Norden november 2015

**Nordicom ger ut två tidskrifter, som båda utkommer med två nummer per år. *Nordicom Review* är en traditionell vetenskaplig tidskrift på engelska, som tillämpar double blind peer-review. *Nordicom-Information* är populärvetenskaplig och tematisk, i huvudsak skriven på de nordiska språken.**

De båda tidskrifterna som ges ut av Nordicom startades 1979 respektive 1980. *Nordicom Review* har alltid varit forskningsinriktad, och blev peer-review-tidskrift i början av 1990-talet. Under lång tid har den varit en viktig kanal för nordiska forskare att kunna nå ut med sin forskning i ett internationellt sammanhang. *Nordicom-Information* gjordes om under hösten 2015 till att bli populärvetenskaplig. Ambitionen är att den ska bli en mötesplats för akademi, mediebranschen och politiken, ifråga om såväl skribenter som innehåll och läsare.



### Nordicom-Information 3-4/2015 Tema: Hets och hat online

Hur journalistiken och yttrandefriheten utmanas i Norden

Den digitala utvecklingen har inneburit enorma möjligheter att sprida budskap, kommunicera och bilda opinion. Men det finns också en baksida. Fokus i detta nummer av Nordicom-Information är journalisterna och deras utsatthet, men det handlar också om bloggare, forskare och allmänhetens syn på och utsatthet för hets och hat.

[Läs mer, beställ eller ladda ned i pdf-format \(open access\)](#)



### Nordicom Review 2/2015

[Se hela publikationen](#)

Några lästips:

[The Emergence of Metropolitan News. Shifting Concepts of Localism in Norwegian Regional Newspapers](#) [Helle Sjøvaag]

[Patterns of Media Use and Reflections among young Danes](#) [Stinne Gunder Strø Krogager, Karen Klitgaard Povlsen, Hans-Peter Degn]

[Nordic Openness in Practice. Loose Coupling of Government Communication and Policy-making in Finland](#) [Juho Vesa]

# Nationella forskningstidskrifter i Norden

Medieforskning | Norden november 2015

**Sociala medier och politisk kommunikation, sociala medier och publikens medverkan, Bourdieu och medierna samt journalistik som en industri är teman som behandlas i de senaste utgåvorna av ett antal nationella forskningstidskrifter i Norden.**

I Norge, Finland och Danmark står de nationella forskarföreningarna på medie- och kommunikationsfältet bakom varsin nationell forskningstidskrift: *Norsk Medietidsskrift*, *Media & viestintä* och *MedieKultur: tidskrift for medie- og kommunikationsforskning*. I Danmark finns också *Journalistica* som stöds av ett antal universitetsinstitutioner. Alla tidskrifterna är open access. För fler medierelaterade vetenskapliga tidskrifter i de nordiska länderna, [se Nordicoms länklista på webben](#).



## Norsk medietidsskrift

*Norsk medietidsskrift* er et fagfelleverdert vitenskapelig tidsskrift som publiserer artikler fra norsk, nordisk og internasjonal medieforskning. Tidsskriftet kommer ut fire ganger i året, og publiserer hovedsakelig på norsk, men også svensk, dansk og engelsk. Fra 2015 publiseres Norsk medietidsskrift som open access-tidsskrift og kun digitalt.

Norsk medietidsskrifts seneste nummer 3/2015 har tema sosiale medier og politisk kommunikasjon. Nummeret inneholder artikler som omhandler spørsmål knyttet til norske politikeres bruk av sosiale medier som en ny form for politisk kommunikasjon i perioden rundt Stortingsvalget 2013.

[Les seneste nummer](#)

[Les om Norsk medietidsskrift](#)



## Media & viestintä

*Media & viestintä* (fram till året 2008 Tiedotustutkimus) är en kollegialt granskad vetenskaplig tidskrift för finländsk medie-, kommunikations- och journalistikforskning, utgiven av Samfundet för medie- och kommunikationsvetenskap (Mevi). Tidsskriften publicerar artiklar på finska, med engelsk sammanfattning av de referentgranskade artiklarna. Den kommer ut fyra gånger om året och från 2014 publiceras artiklarna också som open access.

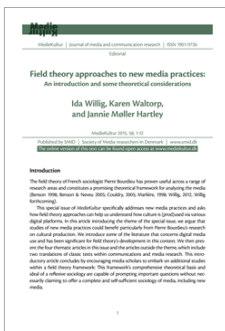
Det senaste numret 3/2015 innehåller artiklar som behandlar sociala medier och publikens medverkan. De tre referentgranskade artiklarna analyserar diskussionen kring köpet av #Nokia på Twitter i ljuset av teorin om symbolisk konvergens, Facebook-användarnas och icke-användarnas attityder kring Facebook-användning samt resultat från en enkät om finländska internet-användares självuppfattning som aktiva medverkande.

[Läs senaste numret](#)

[Tidskriftens arkiv](#)

[Samfundet för medie- och kommunikationsvetenskap \(Mevi\)](#)





## MedieKultur: tidskrift for medie- og kommunikationsforskning

*MedieKultur* er et fagfællebedømt videnskabeligt tidsskrift. Formålet er at bidrage til kritisk refleksion og udviklingen af teorier og metoder indenfor medie- og kommunikationsforskning. Hvert år udgives to numre med indhold på både dansk, svensk, norsk og engelsk. Publiceres som open access og ældre numre er digitaliserede og tilgængelige online.

Seneste nummer af *MedieKultur* har temaet ”Bourdieu and The Media”. Artiklerne omhandler nye mediepraksisser og spørger, hvordan tilgange til Bourdieus feltteori kan hjælpe os med at forstå, hvordan kulturen produceres og anvendes via forskellige digitale platforme.

[Læs seneste nummer](#)  
[Læs om MedieKultur](#)



## Journalistica

*Journalistica* er et fagfællebedømt videnskabeligt tidsskrift, som omhandler forskning, der har journalistik som forskningsobjektet. Der optages artikler på dansk, svensk, norsk og engelsk. *Journalistica* er et digitalt open access tidsskrift.

Seneste nummer af *Journalistica* fra 2013 har temaet ”Journalistik i en industri”, og artiklerne fokuserer især på, hvordan nyhedsproduktionen påvirkes af nyhedsindustriens nye økonomiske vilkår og i højere grad bliver del af en industri.

[Læs om Journalistica](#)  
[Læs seneste nummer](#)

## Medietrender i Norden

**Redaktör:** [Eva Harrie](#)

**I detta nummer medverkar** (utöver redaktören):

Friðrik Þór Guðmundsson, University of Iceland (FBG)

Helle Bang Bak Jensen, Nordicom-Danmark (HBBJ)

Jonas Ohlsson, Nordicom-Sverige (JO)

Karin Poulsen, Nordicom (KP)

Maarit Jaakkola, Tammerfors universitet (MJ)

Mogens Vestergaard Kjeldsen, Nordicom-Danmark (MVK)

Ulrika Facht, Nordicom-Sverige (UF)

**Utges av:**

NORDICOM

Göteborgs universitet

E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

Nordicom är en institution under Nordiska Ministerrådet.

*Nordicom följer den nordiska medieutvecklingen i syfte att dokumentera och sprida kunskap om medietrender inom Norden och om Norden i ett europeiskt och globalt perspektiv. Nyhetsbrevet Medietrender i Norden belyser ämnen som mediekonsumtion, mediestructur och mediepolitik och rapporterar om den senaste utvecklingen och om aktuell forskning på området.*

Nyhetsbrevet har en planerad utgivning på 3 nummer per år.

## Följ Nordicoms rapportering om nordiska medietrender

[Mediefakta nyheter](#)

[Mediefakta rapporttips](#)

[Publikationer från Nordicom](#)

[Prenumerera på nyhetsbrev](#)

