



Medietrender i Norden

Nyhetsbrev från NORDICOM

No. 1, 2015 (mars)

Innehåll

Medieanvändning

- Tv-tittande i Norden 2014: Finland tittar mest 2
- Splittrat tv-tittande, men fortsatt stora tv-kanaler i Norden 3
- Danskernes brug af de elektroniske medier [DR Medieforskning] 6
- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2014: Bok, webb-tv och digital radio ökar 7
- Internet i Europa ökar, men fortsatta skillnader mellan länder [Eurostat] 8

Mediemarknaden

- The Nordic Media Market 2015 10
- Medieexplosion – men journalistiken pressas [Institutet för mediestudier] 10
- Børneprogrammer hitter i nordisk tv-samarbejde [Nordvisions årsrapport] 11
- Nordiska länder toppar EU-index om digital utveckling [Europeiska kommissionen] 11
- EAO Yearbook: Market stagnation despite growth in VoD and pay TV [EAO] 12

Aktuellt i mediepolitiken

- DAB-radio i de nordiska länderna 13
- Public service-utredningar i Danmark, Norge och Sverige 16
- Medieutredning i Sverige 16

Medier, demokrati och yttrandefrihet

- The Media Pluralism Monitor Report – including Denmark [CMPF] 17
- Pressfrihetsindex 2015 [Reportrar utan gränser] 17
- Fostering Freedom Online: the Role of Internet Intermediaries [UNESCO] 18

Forskningsartiklar open access

- Nordicom Information 4/2014 19
- Nordicom Review 2/2014 19

Nypublicering i open access

- Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries 19
- Media Innovations. A Multidisciplinary Study of Change 19
- Making Change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media 19

Medieanvändning

Tv-tittande i Norden 2014: Finland tittar mest

Television | Norden februari 2015

Linjär tv: Under förra året fortsatte det traditionella tv-tittandet att minska i Danmark och Sverige, medan Finland nådde sin högsta tittartid någonsin. Även i Norge ökade tv-tittandet. Det visar Nordicom's jämförelse av 2014 års tv-data från de nationella mätinstituten i Norden.

2013 års tv-meter-rapporter visade en betydande minskning av det traditionella tv-tittandet i alla nordiska länder utom Finland. För 2014 är utvecklingen mer olika mellan länderna.

Högst tittande i Finland

Runt sju av tio nordbor tittar dagligen på traditionell tv. Finland är i topp med 73 procent daglig räckvidd och Sverige är sist med 66 procent. Den dagliga räckvidden är stabil i Finland, har ökat i Norge men minskat i Danmark och Sverige. (Räckviddstal för Island saknas.)

Finland har Nordens flitigaste tv-tittare även i tittartid med 184 minuter per dag. I Norge ökade tittandet det sista året, från 168 minuter till 174 minuter per dag, efter några års nedgång. Även Islands tv-tittande vände uppåt, men eftersom de isländska talen är baserade på en specifik vecka istället för årsgenomsnitt är resultatet känsligare för enskilda tv-händelser. I Danmark och Sverige fortsatte de senaste årens fall i tittartid. Danskarna såg 173 minuter per dag (180 minuter 2013) och svenskarna 153 minuter per dag (159 minuter 2013).

Tittartid på tv i de nordiska länderna 2004-2014 (minuter/dag)

	Denmark (Age 3+)	Finland (Age 10+)	Iceland (Age 12-80)	Norway (Age 12+)	Sweden (Age 3+)
2004	162	167	151	166	151
2005	152	169	147	164	146
2006	150	169	149	156	154
2007	148	166	126	154	157
2008	167	177	183	174	160
2009	189	176	158	184	166
2010	201	178	141	183	166
2011	198	178	136	178	162
2012	195	183	128	175	164
2013	180	182	118	168	159
2014	173	184	130	174	153

Not: TV-meter-data med undantag för Island 2004-2007 (dagbok). Årliga genomsnitt utom för Island (en specifik vecka).
Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel, Capacent, TNS Gallup Norge, MMS. (Länkar och tabeller för nedladdning, se sid 5)

2014 var ett år med stora sporthändelser och bland annat vinter-OS och fotbolls-VM bidrog till mer tittande. Den danska rapporten pekar på att även Eurovision Song Contest som hölls i landet och EM-handboll med Danmark i final gav ett ökat tittande.

Äldre tittar mer, de yngre allt mindre

Äldre personer, som är den grupp som spenderar mest tid på tv, har under 2014 ökat sin tittartid i de nordiska länderna. För barn, ungdomar och yngre vuxna är utvecklingen den motsatta. Skillnaderna mellan länderna är desamma som ovan. Största nedgången i traditionellt tittande finner vi i Danmark och Sverige och då i alla åldersgrupper utom den äldsta, minst är nedgången i Finland och bara i åldrarna upp till 29 år. Störst är fallet för danska 12-18-åringar vars tittartid minskat med 21 minuter, motsvarande 21 procent det sista året.

Ökat tittande på rörlig bild

Med ett växande utbud av digitala tjänster och snabb spridning av apparater som surfplattor (tablets) ökar konkurrensen för traditionell tv. Några av de nationella tv-meter-rapporterna kompletterar med andra mätningar som visar hur en del av tv-tittandet flyttar från traditionellt tittande till andra plattformar och innehåll. Följden blir att tittande på rörlig bild totalt sett är stabilt eller ökar.

För Finland och Sverige redovisas antal webbstarter för olika play-tjänster. År 2014 i Finland var det genomsnittliga antalet webbstarter per månad 41 miljoner, en ökning från 27 miljoner 2013 (inkluderar Yle Areena, MTV3s Katsomo och Nelonen Medias Ruutu). I Sverige var antal webbstarter per månad 50 miljoner 2014, en svag ökning från 49 miljoner 2013, medan antalet spenderade webb-tv-timmar per månad var knappt 14 timmar, jämfört med 11 timmar 2013 (inkluderar play-tjänsterna för SVT, UR, TV4, MTG TV och SBS Discovery).

I Danmark uppskattar DR Medieforskning att 17 procent av tv-tittandet 2014 utgjordes av tittande på streaming-tjänster, en ökning från 12 procent 2013. Att streaming-tittandet steg medan det traditionella tittandet föll betyder att danskarna såg ungefär lika mycket på tv och tv-liknande innehåll 2014 som de gjorde 2013.

Källor: DR Medieforskning, Finnpanel, Capacent, TNS Gallup Norge, MMS – se nyhetsbrevets sid 5 för länkar.

Splittrat tv-tittande men fortsatt stora kanaler i Norden

Television | Norden mars 2015

Linjär tv: Två tv-kanaler i varje nordiskt land får runt hälften av tittartiden tillsammans. Och trots minskande kanäläckvidder når tre kanaler - varav två i Finland - hälften av befolkningen varje dag. En jämförelse av kanalers publikdata i Norden över drygt tio år visar även att störst då är störst nu.

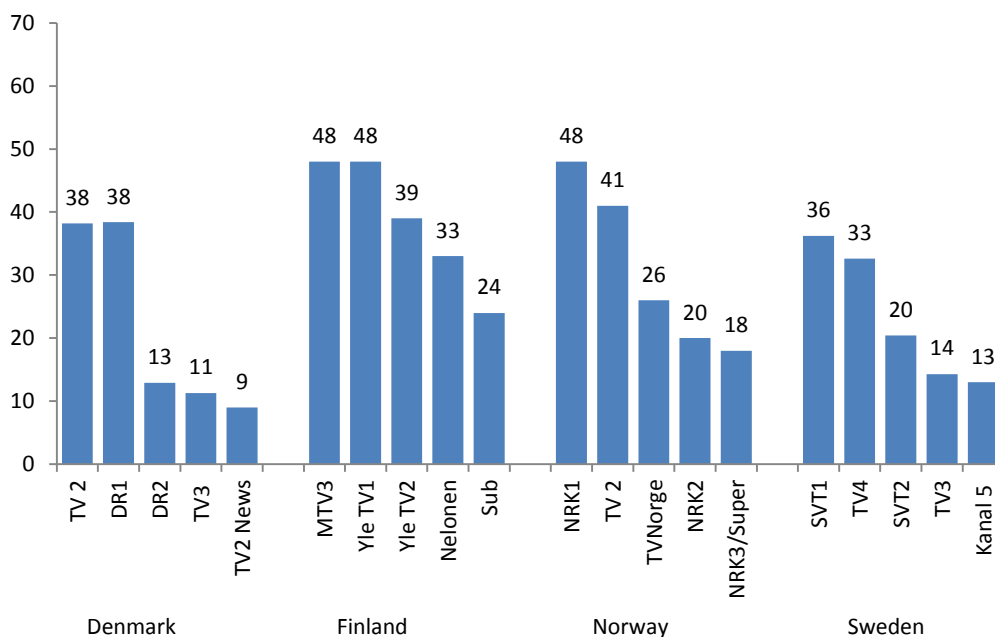
Nordicoms översikt av det totala tablå-tv-tittandet 2014 visade att Finland och Norge tittade något mer än året innan, medan Danmark och Sverige tittade mindre. Men har tittandet på traditionell tv förändrats i förhållande till vilka kanaler som får störst publik? Vad har hänt det senaste året och vad har skett i ett tioårsperspektiv?

Tre kanaler når hälften av befolkningen varje dag

De stora kanalernas dagliga räckvidd har minskat stadigt – och för vissa ganska drastiskt – över en tioårsperiod, men ett antal kanaler når ändå ut till en stor del av invånarna. De största, MTV3 och Yle TV1 i Finland samt NRK1 i Norge, ses dagligen av nästan hälften (48%) av befolkningen i respektive land. I Danmark och Sverige är räckvidden lägre. I Danmark dominerar TV2 och DR1 med 38 procent

daglig räckvidd, medan 36 respektive 33 procent av svenskarna dagligen ser på de ledande kanalerna SVT1 och TV4.

Daglig räckvidd för de fem största TV-kanalerna i de nordiska länderna 2014 (andel av befolkningen, procent)



Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel, TNS Gallup Norge, MMS.

Ladda ned tabell: [The five TV channels with largest daily reach 2014. Reach 2004-2014 \(excel\)](#)

Under förra året minskade många av Nordens stora kanaler med 1-2 procentenheter i daglig räckvidd eller låg kvar på samma nivå. Räckviddstal för Island saknas.

Två kanaler per land = 40-50 procent av tittartiden

I varje land är det två kanaler som får betydligt mer tittartid än de övriga. Tillsammans tar de två största kanalerna från 42 procent i Sverige till över 80 procent på Island. De kanaler som följer därefter har publikandelar på 4-8 procent vardera. Undantaget är Finland där nummer tre, Nelonen, har 13 procent av tittartiden.

De största kanalerna i tittartid är ungefär desamma som de med störst räckvidd och i toppen ligger public service eller breda reklam-tv-kanaler.

Samlad publikandel för de två största tv-kanalerna 2014 (andel av tittartid, procent)

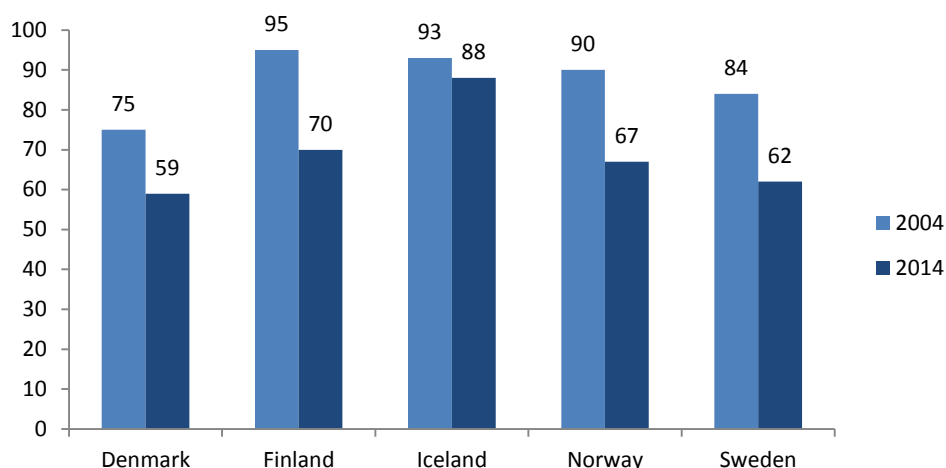
Country	Two largest
Denmark	46
Finland	44
Iceland	83
Norway	51
Sweden	42

Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel, Capacent, TNS Gallup Norge, MMS.

Minskande andel för de fem största

Ser man till de fem kanaler med mest tittartid 2014 så ser det ut som året innan. Flera ligger stilla, andra ökar eller minskar med en-två procentenheter. Jämför vi tio år bakåt är de fem största kanaler också desamma, även om några har bytt position i listan. I Danmark har några mindre kanaler bytts ut under åren.

Samlad publikandel för de fem största kanalerna 2004 och 2014 (andel av tittartid, procent)



*Isländsk data visar de tre största tv-kanalerna istället för fem största.

Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel, Capacent, TNS Gallup Norge, MMS.

Ladda ned tabell: [The five TV channels with the largest audience shares 2014. Shares 2004-2014 \(excel\)](#)

Den stora skillnaden jämfört med 2004 är att då, innan digitaliseringen av marknäten, stod de fem största för en överväldigande majoritet av tittartiden, från 95 procent i Finland till 75 procent i Danmark. Enbart 5 procent av tittartiden i Finland ägnades alltså åt ”övriga kanaler” (idag 30 procent) och i Danmark 25 procent (idag 41 procent). Men fortfarande står de fem största tv-kanalerna – och som vi såg ovan framför allt de två största – för en betydlig del av tittartiden.

Ladda ned tabeller från Nordicoms tabelldatabas (exceller):

[Daily TV reach 2004-2014](#)

[Daily TV viewing time, total 2004-2014](#)

[Daily TV viewing time by age 2005-2014](#)

[The five TV channels with largest daily reach 2014. Reach 2004-2014](#)

[The five TV channels with the largest audience shares 2014. Shares 2004-2014](#)

[Access to various media equipment at home 2003-2013](#)

[Nordic TV-meter surveys, basic facts](#)

Fler tabeller finns i [Nordicoms tabelldatabas](#).

Om statistiken: Nordicoms sammanställningar baserar sig på tv-meter-data från de nationella mätinstitut som står bakom ländernas officiella tv-mätningar. Undersökningarna mäter i huvudsak tittandet på linjär tv, men rapporterna redovisar i olika utsträckning även mätningar och uppskattningar av icke-linjärt tittande.

Källor: Data är inhämtade från följande organisationer och rapporter

DR Medieforskning: [Medieudvikling 2014](#) (se även nedan) + [tidigare rapporter](#) (tv-meter-tal: TNS Gallup Danmark)

Finnpanel: [Television viewing in Finland 2014](#) (see TV year 2015 press event)

Finnpanel: [TV-mätarundersökning resultat](#)

Capacent, Island

TNS Gallup Norge: [TV-seing 2014](#) + tidigare rapporter*

MMS: [Årsrapporter](#)

*För data om webb-tv-tittande i Norge, se TNS Gallup Norges [Årsrapport for Internettbruk 2014](#) som utkom efter att artikeln ovan skrevs.

”Den nye medievirkelighed er blevet hverdag”

Elektroniske medier | Danmark januari 2015

Hvert år laver DR Medieforskning en rapport om udviklingen i danskernes brug af de elektroniske medier. Nu er *Medieudviklingen 2014* klar, og den peger bl.a. på et fortsat skifte fra traditionelt tv til streaming.



”I 2013 blev streaming mainstream i Danmark. I 2014 er befolkningens mod på selv at tage kontrollen over, hvad de ser på skærmen, vokset, og streaming står i dag for 17 procent af vores tv-tid. Den nye medievirkelighed er med andre ord blevet hverdag,” siger stedfortrædende forskningschef Dennis Christensen fra DR Medieforskning. Blandt andet fremgår det af Medieudviklingen 2014, at befolkningens forbrug af streaming er vokset med 38 procent, mens forbruget af traditionelt tv er faldet med fire procent.

Blandt de ældre danskere viser der sig også en markant udvikling. I dag har 42 procent af de 60-74-årige en tablet i husstanden, mens 44 procent har deres egen smartphone. Især når det gælder tablets, har udviklingen været eksplosiv den seneste år. Sammenligner man med 2012 og 2013, var det dengang kun henholdsvis 10 og 23 procent af de ældre, som havde adgang til en tablet i husstanden. Også udviklingen i antallet af 60-74-årige med en smartphone er bemærkelsesværdig – her er der tale om mere end en fordobling på 1½ år.

Rapporten viser også, at mod forventning er de danske teenagere begyndt at høre mere radio hver dag, og at faldet i radiolytningen i hele befolkningen er det mindste i en årrække. Hvor 93 procent af befolkningen benyttede radiomediet i 2013, var tallet faldet til 92 procent i 2014. Og hvor gennemsnitsdanskeren lyttede til radio i 117 minutter pr. dag i 2013, var tallet 116 minutter sidste år. Det er nu ikke alle aldersgrupper, der har sænket deres tidsforbrug på radio. Faktisk har teenagerne øget deres daglige lyttetid fra 55 minutter til 59 minutter.

[Medieudviklingen 2014 kan hentes som PDF på DR's hjemmeside](#)

[Download direkte i PDF](#)

Mere om rapporten: *Medieudviklingen 2014* gør status over befolkningens brug af medieindhold både på tv, radio og nettet. Rapporten ser blandt andet nærmere på unge og ældres brug af bærbare enheder, hvordan befolkningen zapper mellem forskellige kanaler, og hvor udbredt det er at bruge en anden skærm, når man sidder foran fjernsynet.

Derudover indeholder rapporten en temasektion, hvor der bliver set nærmere på folks ændrede tv-vaner, og medieforskerne kommer med deres bud på, hvad vi kan vente os af fremtidige landvindinger inden for det medieteknologiske område, forretningsmodeller og brugeradfærd.

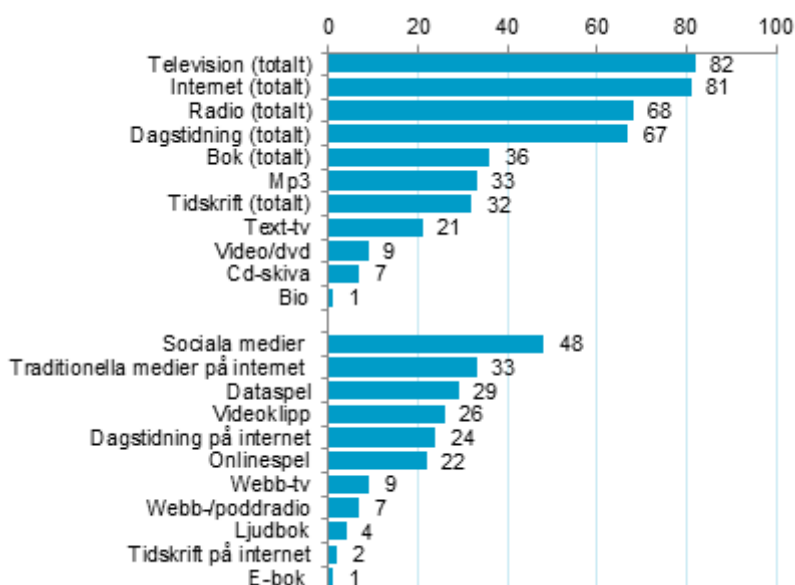
Mediebarometern 2014: Bok, webb-tv och digital radio ökar

Medieanvändning | Sverige mars 2015

Användningen av medier en genomsnittlig dag 2014 uppvisar inte några dramatiska förändringar från 2013. Resultaten är, utifrån hur utvecklingen ser och har sett ut, högst rimliga.

2014 års första resultat från Mediebarometern 2014 visar att användningen av dagstidning, tv och radio online fortsätter öka (samtliga med tre procentenheter), men att användningen av vanliga tv- och radioapparater och pappersprodukter fortfarande är betydligt högre.

Mediedagen 2014: Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Källa: Mediebarometern 2014 - de första resultaten (Nordicom-Sverige)

[Mediedagen 2014 – klicka för att se bilden i stort format \(PDF\)](#)

[Mediedagen 2013 – klicka för att jämföra med Mediedagen 2013, stort format \(PDF\)](#)

Bokläsning ökar

Bokläsningen en genomsnittlig dag ökar från 34 procent 2013 till 36 procent 2014. Ökningen sker i flera grupper: mest bland kvinnor (+4 procentenheter), barn (+11 procentenheter) och ungdomar 15-24 år (från 29 till 37 procent). Detta resultat är i linje med de försäljninguppgifter för 2014 som har presenterats av Förläggareföreningen och Bokhandlareföreningen. Dessa visar att det är en nedgång i den totala bokförsäljningen men att försäljning av barn- och ungdomsböcker går upp. En tänkbar förklaring som lyfts fram i deras [rapport Boken 2015](#) är att diskussionerna om resultaten av Pisaundersökningen har satt bokläsningen i fokus.

Internetanvändning växer hos äldre medelålders

Det är framför allt när flera undersökningsår läggs efter varandra, som vi ser mönster i medieanvändningen. Det som ser stabilt ut kan också till viss del förklaras av hur resultaten redovisas. I redovisningen av ”totaler”, till exempel hela befolkningen (9–79 år) och att flera tekniska plattformar läggs ihop för ett medium, ser utvecklingen ser stabil ut. När befolkningen delas in i olika grupper och plattformar ser vi att det händer saker i medieanvändningen.

Ett mönster är att internetanvändarna blir äldre. Det vill säga att de som var i tjugooårsåldern när world wide web utvecklades i mitten av 1990-talet, växer nu in i åldersgruppen 45–64 år. Tillskottet av vana

internetanvändare i denna grupp ökar därmed dess andel internetanvändare och medieanvändning online; mellan 2013 och 2014 ökar 45-64-åringarnas läsning av dagstidning med 8 procentenheter och tittandet på videoklipp med 5 procentenheter. Gruppen äldre medelålders har både tagit till sig internet och digitala plattformar samtidigt som de har vuxit upp med medierna i deras traditionella former.

Webb-tv och digital radio ökar bland yngre

Den ökande användningen av webb-tv och webb-/poddradio förklaras dock inte av gruppen 45–64 år, utan ökningen för dessa onlinemedier ligger hos dem som är yngre än 45 år. För radio pekar preliminära resultat på att det framför allt är användningen av poddcast som ökar i åldrarna 15-44 år. Det finns inga könsskillnader i detta.

I slutet av maj/juni kommer Mediebarometerens huvudrapport med mer resultat från 2014 års undersökning.

[Här kan du ladda ned Mediebarometern 2014 - de första resultaten](#)

Om undersökningen: Mediebarometern startades 1979 av SR/PUB i samarbete med Dagspresskollegiet vid Göteborgs universitet. 1994 tog Nordicom vid Göteborgs universitet över ansvaret för Mediebarometern. Undersökningen genomförs med hjälp av telefonintervjuer till ett obundet och slumpmässigt urval av befolkningen i ålder 9 till 79 år. 2014 ökades antalet intervjuer och uppgick till 6 010. Mediebarometern frågar människor om de använde ett specifikt medium i går och får sedan uppskatta den tid de ägnade mediet. Utifrån detta redovisas befolkningens medieanvändning en genomsnittlig dag. Mediebarometern består därtill av en rad följdfrågor samt frågor om innehav och tillgång till olika medier/medieteknik.

Internet i Europa ökar, men fortsatta skillnader mellan länder

Internet | Europa januari 2015

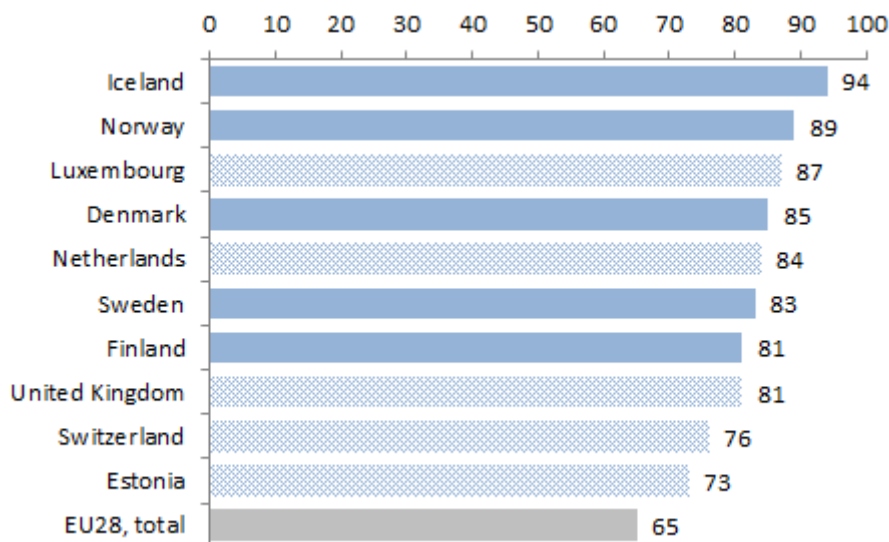
Internetanvändningen fortsätter att öka i Europa. Nästan två tredjedelar av EU-invånarna i åldern 16-74 år använder Internet dagligen, enligt 2014 års data från Eurostat. Men andelen användare skiljer sig kraftigt åt mellan länderna, från drygt 30 procent dagliga användare i Rumänien till runt 90 procent på Island och i Norge.

Eurostats årliga statistik bygger på data insamlad från nationella statistikcentraler i EU-länderna samt Island, Norge och Schweiz. Data visar att både tillgång och användning av internet ökar i hela Europa, men att det fortfarande finns tydliga variationer mellan länderna. I topp på alla listor ligger ett antal länder i norra Europa - inklusive de fem nordiska länderna - medan Bulgarien, Rumänien och Grekland är exempel på länder med lägre nåtillgång och användning.

Hög nåtillgång och användning i Norden

Åtta av tio EU-hushåll har tillgång till internet. I Norden har de flesta hushåll nåtillgång, från 90 procent i Finland och Sverige till 96 procent på Island. Även internetanvändningen är utbredd. Island tar täten med 94 procent av befolkningen som dagliga brukare.

**Andel personer 16-74 år som använder internet dagligen eller nästan dagligen i Europa 2014:
De tio länder som ligger högst på listan samt EU28 (procent)**



Källa: Eurostats databas.

Ladda ned [Daily Internet use 2004-2014 in Europe](#) (Nordicoms tabelldatabas, excel fil).

Ladda ned [Daily Internet use by sex and age 2004-2014 in the Nordic countries](#) (Nordicoms tabelldatabas, excel fil)

18 procent använder inte internet (EU28)

Fortfarande finns personer som aldrig använder internet. Av EU-medborgarna 16-74 år är 18 procent icke-användare, vilket är en betydlig minskning från 43 procent år 2006. Även här är skillnaderna mellan länder stora. I Rumänien och Bulgarien är en dryg tredjedel icke-användare, medan de bara utgör några procent i de nordiska länderna (1-6 procent).

En femtedel använder molntjänster för lagring (EU28)

Eurostat presenterar också hur många som använder molntjänster för att lagra dokument, foton, musik eller andra filer. Danmark ligger först på listan med 42 procent av befolkningen som sparar filer med hjälp av molntjänster, följt av Norge 40 procent och Storbritannien 38 procent. För övriga nordiska länderna är andelen 35 procent i Sverige, 34 procent på Island och 24 procent i Finland. De flesta använder sig av gratis tjänster och det vanligast ändamålet är att lagra foton.

Länkar till Eurostat, Nordicom samt nationella rapporter och databaser.

EUROSTAT [Internet and cloud services - statistics on the use by individuals](#) (artikel)

EUROSTAT [Information Society Statistics](#) (databas, se Industry, Trade and Services)

NORDICOM [Mediestatistik](#) (tabelldatabas: Norden, Internationellt, Sverige)

DANMARK Danmarks Statistik [It-anvendelse i befolkningen 2014](#)

FINLAND Statistikcentralen [Befolkningens användning av IKT 2014](#)

ISLAND Statistics Iceland [Information technology](#) (databas)

NORGE Statistisk sentralbyrå (SSB) [Bruk av IKT i husholdningene, 2014](#)

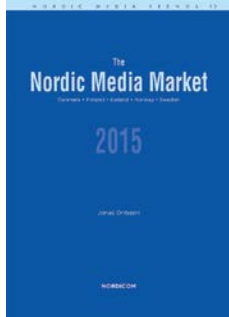
SVERIGE Statistiska centralbyrån (SCB) [Privatpersoners användning av datorer och internet 2014](#)

Om Eurostats statistik: De nationella statistikcentralerna inom EU (plus Island, Norge och Schweiz) genomför varje år undersökningar om privatpersoners användning av datorer och internet. De ingår i ett europeiskt projekt och data rapporteras in till Eurostat. Statistiken kan därför i stora drag jämföras länderna emellan. Undersökningarna är urvalsundersökningar i befolkningen 16-74 år, i vissa länder högre upp i åldrarna. Svaren ovan avser användning under andra kvartalet 2014.

Mediemarknaden

The Nordic Media Market 2015

Mediemarknaden | Norden mars 2015



The media industries in the Nordic countries have often been used as examples of media industries that have been able to carry out the commercially delicate – but from a democratic perspective utterly important – task of providing both financially viable and socially meaningful media content. But is this still a valid description? Given the fundamental reshaping of the global media landscape in recent years, are the media structures of the Nordic countries still distinguishable from those in the rest of the Western world?

The Nordic Media Market 2015 presents a comparative analysis of the news media industries of Denmark, Finland, Iceland, Norway, and Sweden. Building on a substantial amount of industrial data, this timely report explores whether there is still reason to speak of a Nordic media model. Author: Jonas Ohlsson, Nordicom.

[Read more and order](#)

About: *The Nordic Media Market 2015* is the thirteenth publication in Nordicom's [Nordic Media Trends series](#), which documents, describes and analyses developments in the media sector from a Nordic perspective.

Medieexplosion - men journalistiken pressas

Mediemarknaden | Sverige mars 2015

Mediemarknaden har förändrats stort på ett kvartssekel. Vad innebär denna fundamentala förändring för branschen, för samhället, för demokratin?



Institutet för Mediestudier i samarbete med Nordicom visar i en sammanställning hur nyhetsmedierna utvecklas från en marknad delad mellan public service och dagspress till dagens mångfacetterade bild. Från en mediemarknad där journalistiken dominerade till en situation med fler medieslag, större utbud, mer konsumtion mätt i både tid och pengar. Men med mindre resurser till journalistik.

Vad innebär denna fundamentala förändring för branschen, för samhället, för demokratin?

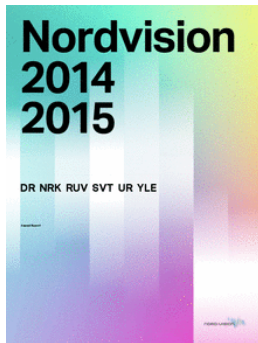
Författare: *Jonas Ohlsson*, fil dr, ekonom och medieforskare vid Nordicom, Göteborgs universitet och *Lars Truedson*, journalist och föreståndare för Institutet för Mediestudier

[Ladda ned PDF hos Institutet för Mediestudier](#)

Børneprogrammer hitter i nordisk tv-samarbejde

Television | Norden mars 2015

2014 blev et rekordår for Nordvisions-samarbejdet. Især samarbejdet på børneområdet er blevet øget i følge Nordvisions årsrapport 2014/2015.



Tv- og mediesamarbejdet mellem de nordiske public service-organisationer DR, NRK, RÚV, SVT, UR og Yle har haft det bedste år i løbet af deres 55 års virksomhed, meddeler Nordvision. Antallet af samproduktioner, udveksling af programmer, arkivklip og nyheder stiger. Også samarbejdet om at udvikle og udveksle formater er øget.

Fundamentet for samarbejdet er de syv genregrupper - børn, drama, fakta, kultur, ung, undervisning og undersøgende journalistik - samt faktascreeningssamarbejdet og Nordvisionssekretariatet i København.

Børneprogrammerne gik fra 650 samproduktioner i 2013 til 950 samproduktioner i 2014.

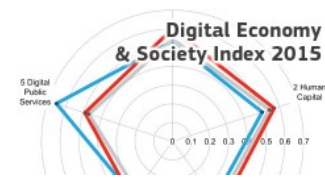
[Læs nyhed](#)

[Download årsrapport](#)

Bakgrund: Nordvision är ett nordiskt tv- och mediesamarbete mellan DR i Danmark, NRK i Norge, RÚV på Island, Yle i Finland samt SVT och UR i Sverige. I den senaste årsrapporten presenteras nyckeltal och information för 2014 från programutväxling och om samproduktioner och Nordvisionsfonden.

Nordiska länder toppar EU-index om digital utveckling

Digital marknad | Europa mars 2015



Europeiska kommissionen har skapat ett index för att följa medlemsländernas utveckling mot en digital ekonomi och digitalt samhälle. Danmark, Sverige och Finland hamnar på första, andra och fjärde plats.

Det nya indexet ska hjälpa till att utvärdera medlemsstaternas framsteg mot målen i den digitala agendan för Europa. Indexet ger en bild av varje land utifrån fem dimensioner:

- *Uppkoppling* som visar hur spridd, snabb och prismässigt överkomlig tillgången till bredband är
- *Humankapital*, även kallat internetkompetens, innefattar bland annat andel nätanvändare, digitala färdigheter och andel IKT-specialister
- *Användning av internet* inkluderar en rad aktiviteter, till exempel nyhetsläsning och inköp
- *Integrering av digital teknik*, till exempel e-fakturor och molnbaserade tjänster
- *Digitala offentliga tjänster*, till exempel e-förvaltning och e-hälsovård.

Indexet kombinerar mer än 30 indikatorer och använder ett viktningssystem för att rangordna länderna efter deras digitala resultat.

Norden bäst i fyra av fem dimensioner

Danmark, Sverige, Finland och Nederländerna tillhör vad rapporten kallar det högpresterande klustret. Sammanställningen nedan visar de nordiska ländernas rankning totalt och för de

respektive fem dimensionerna. Danmark är bäst i EU på företagens integrering av digital teknik samt användning av digitala offentliga tjänster i samhället (e-förvaltning, e-hälsotjänster). Sverige kommer först när det gäller internetanvändning och Finland rankas etta under humankapital/ internetkompetens. För uppkoppling innehas förstaplatsen av Belgien.

DESI Index: De nordiska ländernas position på listan över 28 EU-länder

Position	Danmark	Sverige	Finland
DESI totalt	1	2	4
<i>Fem dimensioner:</i>			
Uppkoppling	5	4	10
Humankapital	3	2	1
Internetanvändning	2	1	9
Integrering av IT	1	2	5
Digitala offentliga tjänster	1	5	4

Källa: Digital Economy and Society Index (DESI), Europeiska kommissionen.

Mer detaljerade resultat för de 30 indikatorer som ingår i de olika områdena presenteras i landprofilerna för respektive land. Data finns också för Island och Norge, även om de inte ingår i sammanställningen.

[Läs mer om DESI, Digital Economy and Society Index](#)
[Läs landprofiler](#)

EAO Yearbook:

Market stagnation despite growth in VoD and pay TV

Mediemarknaden | Europa januari 2015

The European audiovisual market experienced a year of stagnation in 2013. And worldwide the European audiovisual media groups have lost more than five per cent of their global market share over the last five years, according to the EAO Yearbook 2014.

The European Audiovisual Observatory has published the 20th edition of its yearbook on television, cinema, video and on-demand audiovisual services. The publication covers 40 European states and offers country by country data as well as the pan-European picture and some worldwide comparisons.

Growth in pay TV and VoD

The European market has seen a rapid rise in on-demand services in 2013. But still the audiovisual sector in Europe experienced a stagnation, with a fall in market generated revenues from 2012 to 2013. The sector most affected is physical video (-11.3%), but for example cinema receipts and video games also experienced a downturn. The growth in the activities of pay TV platforms (+2.7%) and in the production of online video-on-demand services (+46.1%) could not compensate for the decline in the other activities.

Loss for European audiovisual groups

The stagnation of the European market and the fact that the two growth areas are mainly controlled by American groups means that the European groups lost 2 per cent of their global market share between 2012 and 2013 and a total of 5.3 per cent between 2009 and 2013.

[Read press release 21/01/2015](#)

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

Aktuellt i mediepolitiken

DAB-utveckling i de nordiska länderna

Mediepolitik, radio | Norden mars 2015

I vår fattar Norges regering beslut om och när en övergång till DAB-radio kan ske. I Danmark och Sverige är ett teknikskifte för radion också på agendan: i Danmark finns ett politiskt beslut om övergång till DAB och i Sverige har en utredning föreslagit ett teknikskifte.



Radio via DAB har sänts i de nordiska länderna sedan mitten av 1990-talet. Samtidigt har en eventuell övergång till marksänd digital radio i form av DAB varit föremål för en rad utredningar och debatter. Ska de analoga FM-näten släckas? Och är det DAB/DAB+ som är framtidens teknik för radion?

För och emot en övergång till DAB

Att byta infrastruktur för ett medium är en stor investering för både branschaktörer och användare. Åsikterna om DAB är en bra och nödvändig investering skiljer sig åt, men oavsett för eller emot är alla parter intresserade av att det skapas tydliga förutsättningar för radions aktörer.

Förespråkarna för en övergång till DAB pekar på att digitala marknät ger plats för fler kanaler och fler aktörer på marknaden, vilket skapar ett mervärde för lyssnarna. De menar också att distribution enbart via DAB blir billigare än att fortsätta med dagens parallelldistribution, och att DAB-näten är stabila i beredskapssyfte jämfört med andra digitala lösningar.

Motståndarna menar att det varken finns behov av eller en marknad för fler radiokanaler. DAB anses för dyrt för såväl radiobransch som lyssnare eftersom all utrustning måste bytas ut. Man ser också DAB-tekniken som föråldrad och menar att framtiden för digital radio snarare finns på internet och mobilen.

Spretig utveckling i Norden

I Norge och Danmark har det tagits politiska beslut om släckning av FM-nätet och byte till DAB. I Sverige finns ett utredningsförslag om övergång till DAB. Finland och Island har i nuläget inga planer på att släcka FM-nätet. Finland, som sade nej till DAB 2005, sänder marksänd digital radio i digital-tv-nätet (DVB-T), medan RÚV på Island sedan 2004 sänder musikkanalen Róndo i DAB.

Villkor för FM-släckning

En övergång till digitala marknät knyts till ett antal villkor. I Norge och Danmark, liksom i förslaget för Sverige, ska hälften av lyssnandet vara digitalt och det ska finnas bra lösningar för DAB-radio i bilen innan de analoga näten får släckas. I Norge och Sverige ska även de digitala sändningsnäten byggas ut till samma täckning som dagens FM-nät och lyssnarna ska erbjudas mervärde i utbud och teknik. (Danmark saknar kravet på digital täckning, eftersom DAB-näten redan hade hög täckning vid beslut).

Norge först på plan

Den norska regeringen lade 2011 fram en [stortingsmelding om digitalisering av radion](#) som slog fast att FM-nätet kan släckas år 2017, under förutsättning att fem villkor – varav tre är absoluta - är uppfyllda januari 2015. Om villkoren inte skulle infrias, kan en FM-avveckling skjutas fram till 2019.

Under februari har myndigheterna nu rapporterat om hur villkoren har uppfyllts. Enligt den [nationella kommunikationsmyndigheten Nkom](#) är kraven om riksnätets täckning uppnådda. [Medietilsynet](#) [uppgir i sin slutrapport](#) att kravet om det dagliga digitala lyssnandet är uppfyllt (56 procent). Rapporten redogör också för status för radiomottagning i bilen och mervärde för lyssnarna, men den slutliga bedömningen om de målen har uppnåtts avgörs av regeringen senare i vår.

Under våren 2015 beslutar den norska regeringen om alla villkor är uppfyllda och när i så fall det analoga nätet kan släckas. Norge kan därmed bli det första landet i världen som övergår till DAB.

Vad gäller lokal radio har det påbörjats provsändningar i ett tredje DAB-nät. Det digitala lokalradionätet är uppdelat i 37 regioner, varav en handfull har provsändningar idag. Frågan om lokalradions digitalisering är inte fastlagd, men under våren inväntas en stortingsmelding om lokalradions framtid på DAB och/eller FM.

Danmark bygger ut och uppgraderar

De två senaste danska mediepolitiska avtalen ([Mediepolitisk aftale for 2012-2014 och 2015-2018](#)) slår fast att FM-bandet ska släckas 2019, under förutsättning att minst hälften av radiolyssnandet – inklusive lyssnandet i bilar - sker på digitala plattformar i mitten av 2018.

Digitalradion ska byggas ut och i mars 2014 presenterade parterna bakom medieavtalet en [Justeret køreplan for udbygning af digital radio i Danmark](#). I planens första fas ska antalet DAB-kanaler bli fler. Bland annat ska ett [tredje regionalt sändningsnät](#) byggas och de regionala licenserna ska delas ut till kommersiella aktörer. I fas 2 uppgraderas näten från DAB till DAB+, vilket också ska ge plats för fler privata aktörer. Dessutom byter public service (DR) och de rikssändande kommersiella aktörerna nät med varandra, så att DR får möjlighet till regionala sändningar. Fas 2 ska inledas senast 2018, men i körplanen ligger även en marknadsundersökning i slutet av 2015, vars utgång kan påverka tidtabellen.

I Sverige granskas digitalradio-förslaget

Frågan om övergång till digital radio aktualiserades 2013 i [propositionen Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014-2019](#). Det ledde till att regeringen utsåg en särskild utredare som skulle arbeta för ett skifte från FM-sändningar till marksänd digitalradio. Utgångspunkten var att FM-sändningarna ska släckas år 2022 och att övergången ska vara marknadsdriven.

I slutet av 2014 presenterade utredaren sitt [förslag till plan för en övergång](#). Enligt förslaget ska FM-sändningarna kunna släckas år 2022. Förutsättningen är att fyra villkor – som liknar de norska - är uppfyllda i mars 2020. Även om villkoren inte uppfylls föreslår utredningen att FM-sändningarna avslutas 2024. Förslaget har varit på [remissrunda](#) (høring) som avslutades 23 mars. Beslut om planen väntas under 2015.

Under 2014 inledde Riksrevisionen [en granskning av förslaget](#) om övergång till DAB. Myndigheten vill undersöka om staten tar hänsyn till medborgarnas behov och om konsekvenserna för samhället är tillräckligt klarlagda, samt ge riksdagen mer underlag för beslut. Rapporten har planerad publicering i april 2015.

Om DAB/DAB+: Förkortningen står för Digital Audio Broadcasting. DAB+ är en modernare och tekniskt uppgraderad version av DAB. De nordiska ländernas DAB-sändningar startade i det ursprungliga DAB-formatet, men näten uppgraderas till DAB+ i takt med utbyggnaden. Ovan används DAB som ett samlingsnamn, även om det refererar till DAB+.

NORGE

[Digitalisering av radiomediet \(Stortingsmelding 8 2010-2011\)](#)

[Medietilsynets temasida: Fra FM til digital kringkasting](#) (inkl. statusrapporter om släckningsvillkor)

[NKOM: Vurdering om dekningsvilkår for avvikling av FM er oppfylt](#)

DANMARK

[Kulturministeriet: Mediepolitiske aftaler](#)

[Kulturstyrelsens temasida: Digital radio](#) (inkl. medieavtal och 'justeret køreplan')

[Justeret køreplan for udbygning af digital radio i Danmark](#)

SVERIGE

[Bildning och tillgänglighet - radio och tv i allmänhetens tjänst 2014-2019 \(SOU 2012/13:164\)](#)

[Från analog till digital marksänd radio - en plan från Digitalradiosamordningen \(SOU 2014:77\)](#)

Riksrevisionen om sin granskning: [Statens hantering av omställningen till digitalradio](#)

Public service-utredningar i Danmark, Norge och Sverige

Mediepolitik, public service | Norden våren 2015

I Danmark tillsattes i december 2014 en public service-kommitté som ska utarbeta ett underlag för diskussion om public service-mediernas roll. Arbetet ska vara avslutat 2017. Även i Norge och Sverige pågår public service-utredningar. I Norge väntas en stortingsmelding som omfattar både NRK och TV2 i juni och i Sverige ska två uppdrag redovisas i september.

Danmark: Public service-udvalg

På baggrund af den mediepolitiske aftale for 2015-2018 er der blevet nedsat et Public service-udvalg, som skal udarbejde et grundlag for overvejelser om public service-mediernes rolle i medievirkeligheden de kommende år. Udvalgets arbejde skal være afsluttet den 1. januar 2017.

[Pressemeddelse Kulturministeriet 2014-12-16](#)

[Temaer Kulturministeriet: Public service-udvalget](#)

Norge: NRK og kommersiell allmennkringkasting, Stortingsmelding

I [regjeringsplattformen](#) 2013 varslet regjeringen at det skal legges frem en stortingsmelding om NRK. Regjeringen har besluttet å utvide mandatet for stortingsmeldingen slik at den også omfatter kommersiell allmennkringkasting.

[Pressemelding Kulturdepartementet 2015-02-05](#)

En stortingsmelding [väntas i juni](#)

Sverige: Myndigheten för radio och TV utreder public service-påverkan och förhandsprövning av nya tjänster hos public service-bolagen

[Myndigheten för radio och TV 2013-12-19](#)

[Myndigheten för radio och TV 2014-05-15](#)

Båda uppdragen ska redovisas genom en rapport till Kulturdepartementet senast 1 september 2015.

[Läs mer om uppdragen.](#)

Medieutredning i Sverige

Mediepolitik | Sverige mars 2015

I början av mars 2015 tillsatte kulturdepartementet **en utredning** som ska analysera behovet av nya mediepolitiska insatser när presstödet i dess nuvarande form upphör. Utredaren ska presentera en analys av behovet av insatser senast den 31 oktober 2015. Förslag till nya mediepolitiska verktyg ska lämnas senast den 30 april 2016.

Läs mer: [En mediepolitik för framtiden \(Dir. 2015:26\)](#)

Den 20 mars lämnade regeringen **en proposition** till riksdagen om statens stöd till dagspressen. I propositionen ges förslag till justeringar av driftsstödet så att regelverket anpassas till de nya förutsättningarna som dagspressen står inför. Propositionen innehåller även förslag till förändrad myndighetsorganisation för presstödet.

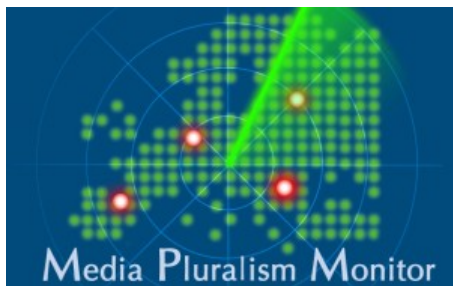
Läs mer: [Statens stöd till dagspressen \(Prop. 2014/15:88\)](#)

Medier, demokrati och yttrandefrihet

Media Pluralism Monitor Report

Media Pluralism, Media Freedom | Europe March 2015

The Centre for Media Pluralism and Media Freedom has carried out a pilot-test implementation of the Media Pluralism Monitor, with the aim to assess the risks to media pluralism in a number of EU countries. The result for Denmark, the only Nordic country included in the study, shows a low/medium risk for media pluralism.



The aim of the Media Pluralism Monitor, MPM, as a measurement tool is to assess the risks to media pluralism in the countries monitored. The examined risk domains are: basic domain, cultural pluralism in the media, geographical pluralism in the media, pluralism of media ownership and control, political pluralism in the media and pluralism of media types and genres.

The implementation was conducted in nine EU Member States: Belgium, Bulgaria, Denmark, Estonia, France, Greece, Hungary, Italy and the UK. The application of the MPM2014 demonstrates that there are various risks for media pluralism across the selected countries and every country has a specific weakness that creates high scores, meaning high risk. Due to the yet unfinished design of the MPM, in these cases a further investigation is needed to understand whether the high score means a clear and present danger for media pluralism, or whether it is a false positive.

In 2015 the CMPF is going to implement a “fine-tuned” version of the MPM2014 to the remaining 19 EU countries.

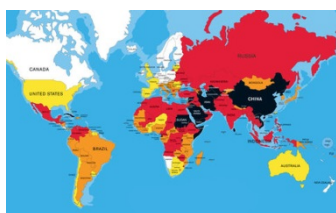
[Read more about MPM2014](#)

[Read the country report for Denmark](#)

Reportrar utan gränsers pressfrihetsindex 2015

Pressfrihet, Yttrandefrihet | Internationellt Mars 2015

Reportrar utan gränser publicerade under februari sitt årliga pressfrihetsindex. Sett till världens sammanlagda betyg så har press- och yttrandefrihet haft ett svårt år, enligt organisationen. De nordiska länderna toppar listan, men visar sämre resultat än året innan.



Pressfrihetsindexet är ett referensverktyg som betygsätter 180 länder efter sju kriterier, bland annat mediepluralism, själv censur, yttrande- och presslagstiftning liksom hot mot journalister. Målet är att ge en tydlig bild av pressfrihetssituationen både i enskilda länder och i världen i stort.

Finland bäst i världen på pressfrihet

Finland har toppat listan i fem år på rad och behåller sin position även i år. På andra och tredje plats landar Norge och Danmark och på femte plats kommer Sverige. Jämfört med förra året har de alla förbättrat sina positioner på listan, men ändå fått lägre betyg. Klättringen uppåt förklaras av att andra länder också blivit sämre. Island som i förra årets index låg på plats åtta har halkat ned till 21. Europa är den region som klarar sig bäst, medan Mellanöstern och Nordafrika är de värsta regionerna för press- och yttrandefrihet.

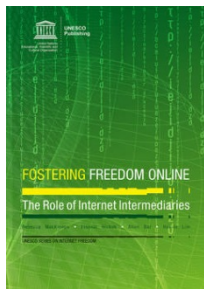
[Reportrar utan gränser, nyhet 2015-02-12](#)

[Reporters without borders: World Press Freedom Index 2015](#) (rapport, analyser samt interaktiv karta)

UNESCO Internet freedom series: Fostering Freedom Online

Freedom of Expression, Internet | International January 2015

***Fostering Freedom Online: the Role of Internet Intermediaries* focuses on Internet service providers, search engines and social networking platforms. It examines how this recent phenomenon of Internet intermediaries impacts on freedom of expression and associated fundamental rights such as privacy.**



The goal of this report is to shed light on how Internet intermediaries both foster and restrict freedom of expression across a range of jurisdictions, circumstances, technologies, and business models.

Based on three case studies across ten countries, the authors highlight challenges and opportunities for Internet intermediaries in respecting and protecting online freedom of expression.

Findings and recommendations

The research shows that Internet intermediaries are heavily influenced by states' legal and policy environments, but do have leeway in many areas of policy and practice affecting online expression and privacy.

The findings also highlight the challenge presented by the situation that many state policies, laws, and regulations are – to varying degrees – poorly aligned with the duty to promote and protect intermediaries' respect for freedom of expression.

The research also recommends specific ways that intermediaries and states can improve the respect for Internet users' right to freedom of expression, through promoting adequate legal frameworks and policies consistent with international norms, multi-stakeholder policy development, transparency of governance, accountability in self-regulation, mechanisms for remedy, and public information and education.

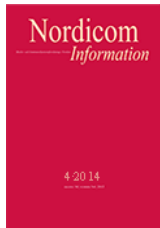
[UNESCO press release 19.01.2015](#)

[Download: Fostering Freedom Online: the Role of Internet Intermediaries \(PDF\)](#)

[Previous two titles in UNESCO Series on Internet Freedom](#)

About: The publication is a joint initiative by UNESCO, the Open Society Foundations, the Internet Society, and the Center for Global Communication Studies at the University of Pennsylvania's Annenberg School for Communication. The case study research, collaboratively delivered by 16 international researchers led by Ms Rebecca MacKinnon and Mr Allon Bar, as well as 14 members of the International Advisory Committee, covers three categories of intermediaries (ISP, search engines, social networks) and ten countries (China, India, Brazil, Egypt, Kenya, the US, the UK, Germany, Hungary and Russia).

Forskningsartiklar, open access



Nordicom Information 4/2014

[Hela publikationen](#)

Lästips:

[As it Happens. How Live News Blogs Work and their Future](#) [Karin O'Mahony]

Recensioner. *Lisbeth Morlandstø & Arne M. Krumsvik (red): Innovasjon og verdiskaping i lokale medier* [Anker Brink Lund]. *Sidan 4 i pdf-filen.*



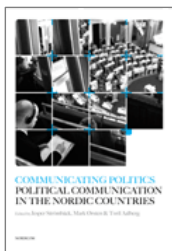
Nordicom Review 2/2014

[Hela publikationen](#)

Lästips:

[The Legitimacy of Public Service Broadcasting in the 21st Century. The Case of Scandinavia](#) [Håkon Larsen]

Nypublicering i open access



Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries

Antologin *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries* (2008) finns nu att ladda ned som pdf. Den tryckta versionen är i det närmaste slutsåld på Nordicom, men det finns ett fåtal exemplar att beställa. Redaktörer är Jesper Strömbäck, Mark Ørsten och Toril Aalberg.

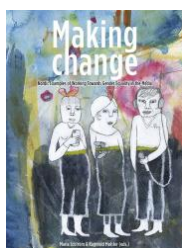
[Läs mer och ladda ned](#)



Media Innovations. A Multidisciplinary Study of Change

Antologin *Media Innovations* (2013) finns nu att ladda ned som gratis pdf. Publikationen är slutsåld i tryckt version. Redaktörer är Arne H. Krumsvik och Tanja Storsul.

[Läs mer och ladda ned](#)



Making Change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media

This publication (2014) presents a collection of inspiring media practices in the Nordic region and a compilation of comparative data on gender equality in the Nordic media sector. Editors are Maria Edström and Ragnhild Mølster. Available in PDF-format and print.

[Read more, order or download](#)

Medietrender i Norden

Redaktör: [Eva Harrie](#)

Utges av:

NORDICOM

Göteborgs universitet

E-post: info@nordicom.gu.se

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, mediestruktur 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](#)

