



# Medietrender i Norden

Nyhetsbrev från NORDICOM

No. 2, 2014 (November)

## Innehåll

### Medieanvändning

- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2013: Temarapport om unga och medier 2
- Svenskarna och internet 2014 [.SE, Stiftelsen för internetstruktur] 3
- Danskernes nyhedsbrug på de digitale medier [RUC] 4
- Barn og medier 2014 - Norge vs. Sverige [Medietilsynet, Statens Medieråd] 4
- Children and Parents: Media Use and Attitudes [Ofcom] 5

### Mediemarknaden

- Nordens 25 största mediebolag 2013 5
- Norden blir mer mobilt [De nordiska telekommyndigheterna] 7
- Medieåret 2013-2014 [medienorge] 8
- Tre rapporter om norska TV-marknaden [Menon Business Economics, Oslo Economics, SNF] 8
- Norska mediers ekonomi 2013 [Medietilsynet] 9
- Nedgång på finska mediemarknaden [Finska statistikcentralen] 10
- Sveriges sämsta dagstidningsår [Presstödsnämnden] 10
- Landsbygd i medieskugga [Södertörns Högskola] 11

### Nordisk statistik

- Nordisk kulturstatistik på agendan 12
- Nordisk statistisk årsbok 2014 [Nordiska ministerrådet] 13

### Utblick Europa - Världen

- European Media Policy Newsletter no. 2, 2014 13
- Enabling Access to the Media for All [European Audiovisual Observatory] 14
- Mapping Digital Media: Global Findings & Country Reports [The Open Society Foundations] 14
- Measuring the Information Society 2014 [ITU, International Telecommunication Union] 15

### Medier och journalistik - aktuella publikationer från Nordicom

- Offentlighet i Norden. Sammenligning af retsregler for acces (open access) 15
- Defending Democracy. Nordic and Global Diversities in Media and Journalism (open access) 16
- New Wars, New Media and New War Journalism 16

### Konferenser

- Making Change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media 17
- Speaking Is Silver - Internationella yttrandefrihetsdagar 17
- Nordmedia 2015 17

# Medieanvändning

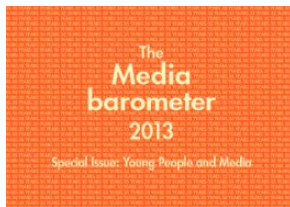
## Mediebarometern: Temarapport om unga och medier

Medieanvändning | Sverige oktober 2014

### Hur har ungas medievanor förändrats? Det belyser Nordicom i en specialstudie baserad på Mediebarometer-data, *The Media Barometer 2013: Special issue Young People and Media*.

Nästan alla ungdomar har tillgång till internet och smartphones. Ungdomar i åldern 15-24 år ägnar cirka sju timmar åt användning av olika medier genomsnittlig dag - sociala medier, musik, tv-program, YouTube och online spel dominerar. Men att ungdomar tillbringar en större del av sin vardag med sociala medier och andra aktiviteter på nätet innebär knappast att de har övergett traditionella medier.

Om hur ungas medievanor förändrats och vad de nya medievanorna betyder för demokratin talade professor Ulla Carlsson, NORDICOM, Göteborgs universitet, vid EBU:s konferens Knowledge Exchange 2014, som arrangerades i samarbete med Stockholms universitet, den 6 oktober.



Med anledning av konferensen utgav Nordicom en särskild Mediebarometer om ungas medieanvändning. Här finns tidsserier om utvecklingen vad gäller den unga publikens relation till public service-medier, till kommersiella kanaler och inte minst internet, särskilt sociala medier.

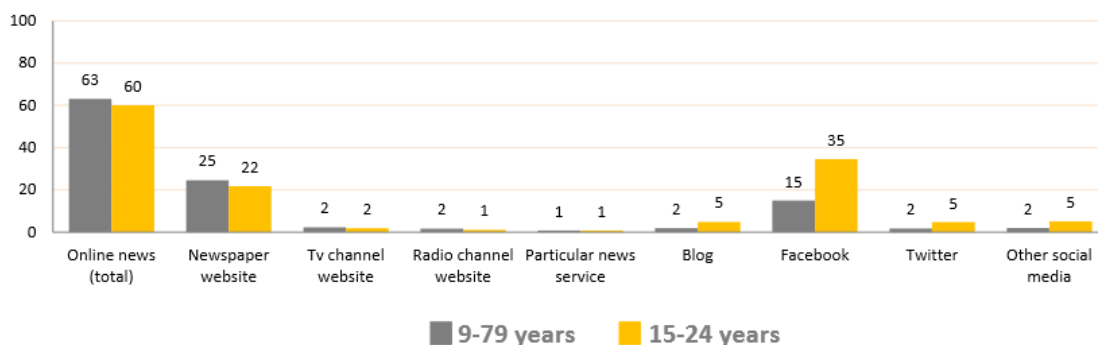
Läs mer och ladda ned rapporter och presentationer:

[The Media Barometer 2013: Special issue Young People and Media \(PDF\)](#)

[Public Service Media and the Young \(PDF\)](#), Ulla Carlssons huvudanförande från EBU-konferens

**Mer webbmateriell från Mediebarometern:** [Månadens tabell](#) baseras på data från den senaste Mediebarometerundersökningen. Under hösten har det handlat om dataspelning, bokinförskaffning och läsning av skönlitteratur, tv-tittande bland unga samt konsumtion av rörlig bild. I sektionen [Tema-rapporter & presentationer](#) publiceras varje vår en förhandstitt på Mediebarometerns huvudresultat. Från 2013 års undersökning finns också specialrapporten *Young People & Media* samt ett urval Mediebarometersidor med fokus på *Internet & medier*. Här finns också en särutgåva av tolv forskares reflektioner över medieutvecklingen och -användningen över tid, se presentation av [Mediebarometern 35 år. Forskare reflekterar](#).

### Online news by channel the average day 2013 (från temarapporten *Young People and Media*)



Läs mer: [Facebook och dagspress – ungdomars nyhetskällor på webben](#), nyhet om version 1 av rapporten.

# Svenskarna och internet 2014

Medieanvändning | Sverige november

**Internet har under tjugo år blivit en del av många svenskars vardag. Men än fortsätter nätanvändningen att öka. Allt fler kopplar upp sig till internet allt oftare under dagen och tiden på nätet växer. Bakom utvecklingen ligger en ökad användning av smarta mobiler och surfplattor, enligt rapporten Svenskarna och internet 2014 från .SE, Stiftelsen för internetstruktur.**



Mest slående i årets undersökning är den snabba utbredningen av surfplattor. Över hälften av befolkningen har tillgång till surfplatta, vilket är en rekordökning från fem procent under tre år. 45 procent av befolkningen använder en surfplatta och 25 procent gör det dagligen. Drivande i utvecklingen är barnfamiljerna. Åtta av tio föräldrar till barn under tio år har tillgång till en surfplatta.

Även smarta mobiler ökar. Idag har 73 procent av svenskarna en smart telefon, som blivit en allt vanligare ingång till internet. Bland de yngre (12-35 år) utspelar sig en dryg tredjedel av den totala internettiden på smartmobilen. Bland äldre har intresset för de smarta mobilerna dock varit lågt. De använder sig av mobilen huvudsakligen som en telefon och inte för att koppla upp sig mot nätet.

## *Fler betalar och färre fildelar*

Allt fler betalar för innehåll på webben. 14 procent av internetanvändarna prenumererar för att se video, film och tv på nätet. Bland 12-35-åringarna är andelen kring 25 procent. Ännu fler betalar för musik på internet. Här har utvecklingen gått snabbt från 15 procent av internetanvändarna 2011 till 38 procent 2014. Samtidigt visar studien att fildelningen minskar något, framför allt bland personer under 35 år.

## *Internet en viktig informationskälla*

Internets ställning som informationskälla har ökat. För personer upp till 45 år är internet nu den dominerande informationskällan, medan det för pensionärerna är de traditionella medierna tv, radio och tidningar som är viktigast. Däremellan, i åldrarna 45-65 år, är alla medier, inklusive internet ungefär lika viktiga.

## *En miljon använder inte internet*

Trots ökad internetanvändning är det fortfarande cirka en miljon svenskar som inte använder internet. Den vanligaste orsaken som nämns av icke-användarna är bristen på intresse. Andra motiv är att det inte finns uppkoppling där de bor, att de inte har tid eller råd. Också funktionshinder kan vara ett problem. Totalt är det fem procent i befolkningen som uppger att de har funktionshinder som försvårar användningen av internet.

[Ta del av fler resultat och ladda ned rapporten här](#)

**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 [.SE, Stiftelsen för internetinfrastruktur](#). Svenskarna och internet är den svenska delen av [World Internet Project](#), ett internationellt forskningsprojekt som följer internets spridning och användning runt om i världen.

## Ny rapport om danskernes nyhedsbrug på de digitale medier

Nyhedsbrug | Danmark november 2014

**I en ny rapport undersøger lektor Rasmus Kleis Nielsen og professor Kim Schrøder danskernes digitale nyhedsvaner. Rapporten fastslår, at selvom danskernes nyhedsbrug bliver mere og mere digitalt, baseres det stadig mest på etablerede medier og hjemmesider.**

De to forskere fra RUC har blandt andet undersøgt, hvordan socialt mediebrug hænger sammen med anvendelsen af sociale medier i en nyhedssammenhæng, og resultatet vil muligvis vække opsigt inden for mediebranchen. Undersøgelsen viser nemlig, at det kun generelt er under halvdelen af brugerne på en given social medie-plattform, der bruger platformen til at finde, dele og diskutere nyheder. Af dem der rent faktisk bruger de sociale medier til at finde nyheder, tilhører langt de fleste den yngre målgruppe, men det er stadig kun et mindretal, der finder nyhederne på de sociale medier. Rapporten konstaterer desuden, at danskernes interesse for live breaking news er begrænset og at det kun er et fåtal, der deltager aktivt i nyhedsdebatter.

[Laes mere her](#)

[Læs hele rapporten her \(pdf\)](#)

**Om rapporten:** *Danskernes brug af digitale medier og nyheder 2014* er resultatet af et samarbejde mellem Center for Magt, Medier og Kommunikation ved Roskilde Universitet og flere internationale partnere. Samarbejdet er koordineret af Reuters Institute for the Study of Journalism ved Oxford Universitet, som hvert år sammenligner forskellige landes digitale nyhedsforbrug i en stor årlig rapport. De to RUC-forskeres bidrag er dermed en del af Digital News Report 2014, [som du kan læse mere om her](#).

## Barn og medier 2014 - Norge vs. Sverige

Mediebrug | Norge og Sverige november 2014

**Undersøkelser om barn og unges bruk og opplevelser av medier har blitt gjennomført av Medietilsynet i Norge og Statens medieråd i Sverige i flere år. I et grafisk informasjonark sammenlignes barn og deres mediebruk i Norge og Sverige.**

I et faktaark presenteres og sammenlignes noen av resultatene fra datainnsamlinger som ble gjennomført i Norge og Sverige 2012-13. Forskjellene mellom norske og svenske barn er generelt svært liten. Blant forskjellene vi ser, kan det nevnes at norske barn spiller noe mer dataspill enn svenske barn, mens forholdet er motsatt når det gjelder mobilbruk.

[Barn og medier 2014 - Norge vs. Sverige](#) (Medietilsynet)

[Barn och medier 2014 – Norge vs Sverige](#) (Statens medieråd)

**Nationella rapporter:** Både Medietilsynet och Statens medieråd publicerar kontinuerligt rapporter om barn och ungas medieanvändning: [Medietilsynets rapporter](#) och [Statens medieråds rapporter](#).

## Children and Parents: Media Use and Attitudes

Medieanvändning | Storbritannien september 2014

Brittiska mediemyndigheten Ofcom har publicerat sin årliga rapport *Children and Parents: Media Use and Attitudes* om medieanvändning, attityder och mediekunskap hos 5-15-åringar och även om små barns, 3-4-åringars, tillgång till och användning av medier. Rapporten berör även föräldrars syn på barnens medieanvändning.

[Läs mer och ladda ned rapporten](#)

[Pressmeddelande med några resultat](#)

## Mediemarknaden

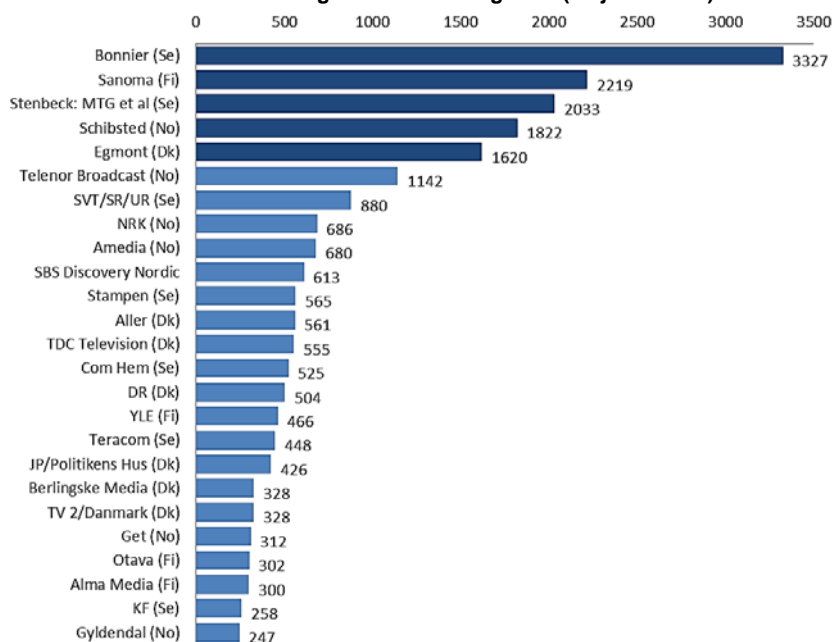
### Nordens 25 största mediebolag 2013

Medieföretag | Norden oktober 2014

**Fem nordiska mediebolag är betydligt större än övriga nordiska medieaktörer. I toppen ligger svenska Bonnier med en omsättning på 50 procent mer än finska Sanoma på andra plats. Bland de mest lönsamma av Nordens 25 största mediebolag finns tv-distributörerna.**

För många av mediebolagen på Nordicoms topp-25-lista minskade omsättningen under 2013 eller låg på ungefär samma nivå jämfört med 2012, men de flesta gick ändå med vinst. Störst vinstmarginaler (bruttomarginal) visar två distributionsbolag, Com Hem med 28% och Teracom 16%. Sedan kommer Schibsted med 15%. De två bolag på listan som har sämst resultat är svenska Stampen Media Group, minus 16% och finska Sanoma minus 12%.

#### Nordens 25 största medieföretag efter omsättning 2013 (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 inkluderas alla i 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 marknadsoperatörer. 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 norska Amedia, därefter Aller, JP/Politikens Hus, Otava, Alma Media, KF och norska Gyldendal.

### *Nordiskt ägande med några undantag*

Den nordiska mediemarknaden är nordisk också till ägarbild. Bara fem av de 25 största företagen har ägare utanför Norden. De gäller de tre distributionsbolagen Com Hem, TDC television (som inkluderar Danmarks största distributör YouSee) och Get som ägs av utländska riskkapitalbolag. Det fjärde är SBS Discovery Nordic som ingår i amerikanska Discovery Communications och det sista är den danska tidningskoncernen Berlingske Media som ägs av brittiska Mecom.

### *Händelser under 2014*

Inför 2014 års topplista kommer en utländsk ägare troligen att bytas ut mot en annan, då Mecom under året har sålt Berlingske Media till belgiska mediekoncernen De Persgroep. Bland tv-distributörerna köper TDC i Danmark Get i Norge (rankning 13 respektive 21) vilket krymper antal bolag på listan till 24 och lämnar plats för en ny aktör. Troligtvis fylls luckan av det norska tidningsbolaget Polaris, som idag ligger på 26 plats med en omsättning på 229 miljoner Euro.

Ett annat alternativ kan vara ett nytt danskt tidningshus. I september 2014 aviserade de tre regionala tidningsutgivarna Jyske Medier, Fynske Medier och Syddanske medier att de fusionerar till ett nytt bolag, Jysk Fynske Medier, som uppskattas bli tredje största tidningshus i Danmark efter JP/Politiken och Berlingske. (Vid tidpunkt för skrivandet granskas transaktionerna av konkurrensmyndigheter.)

[De 25 största nordiska medieföretagen 2013](#) (direktlänk exceltabell)

[Fler tabeller om de största nordiska medieföretagen](#) (välj Norden – Medieföretag – Företag/ägande)

**Mer statistik och analys från Nordicom:** En ny rapport om den nordiska mediemarknaden är under arbete, med beräknad publicering i början av 2015. För tidigare statistik- och analysrapporter, [se Nordicoms webb](#).

# Norden blir mer mobilt

Telekommarknad | Norden augusti 2014

**Mobil datatrafik ökar kraftigt i hela Norden. Men det finns skillnader mellan länderna vad gäller tillgång och bruk av tjänster för telekommunikation. Finland har flest abonnemang på mobila datatjänster per invånare, Danmark är störst på fast bredband och Sverige är i topp vad gäller snabbt bredband. Det visar jämförande marknadsdata som sammanställts av nordiska telekommyndigheter.**



Internet och mobiltelefoni har en stark utbredning i hela Norden och intresset är stort för mobila tjänster. I alla länder är tillväxten i datatrafik i mobila nätverk per abonnemang 50 procent eller mer under år 2013 (inklusive både mobiltelefon och mobilt bredband). Samtidigt minskar de traditionella tjänsterna, som tillgång till fast telefoni. Även användningen av sms minskar, vilket förklaras av tillgången till Skype, Messenger och liknande tjänster.

## *Det mobila Finland*

Störst genomslag har de mobila tjänsterna i Finland som har det högsta antalet mobila abonnemang (bredband och telefon) per invånare. Finländarna pratar också mest i mobiltelefon mätt i antal samtalsminuter per abonnemang. Finland ligger även i topp vad gäller dataförbrukning i mobila nätverk och har den största tillväxten, tätt följt av Sverige. Däremot är användningen av telefoni- och dataöverföringstjänster i det fasta nätet inte lika vanligt i Finland som i övriga nordiska länder.

## *Önskas: Snabbare bredband*

Utbredningen av fast bredband är störst i Danmark, följt av Norge och Island. Antalet fasta bredbandsabonnemang växer, men som högst med bara några få procent. Istället går utvecklingen mot en större efterfrågan på mer kapacitet i alla de nordiska länderna. I framför allt Sverige finns ett intresse för mycket snabba bredband (100 Mbit/s). Där finns betydligt fler abonnemang per capita än i grannländerna, även om Finland också har en stor tillväxt i antal snabba abonnemang.

## *IP-tv störst på Island*

Rapporten innehåller också en översikt av IP-tv och betal-tv. Vad gäller antal IP-tv-abonnemang per capita ligger Island långt före övriga Norden med ett genomsnitt på 26 av 100 invånare som har IP-tv jämfört med 6-7 av 100 i övriga nordiska länder. Översikten över antal betal-tv-abonnemang i Sverige, Danmark och Norge visar en stabil kurva under de senaste fem åren. Även storleksordning mellan länderna ligger fast: Sverige har flest abonnemang (54 av 100 invånare år 2013), sedan följer Danmark (50 per 100 invånare) och Norge (43 abonnemang per 100 invånare).

[Portalen Nordic Telecommunications Market – rapport och databas](#)

[Nordic telecom markets 2013 – Links to Nordic national reports and databases](#) (excel-fil Nordicom)

Pressmeddelanden från nationella myndigheter:

[PTS: Flest snabba bredbandsabonnemang i Sverige \[2014-06-26\]](#)

[Post- och telestyrelsen: Sterk vekt i mobildata i Norden \[2014-06-26\]](#)

[Kommunikationsverket: Finland fortfarande ett toppland med tanke på mobiltjänster \[2014-06-03\]](#)

**Om rapporten:** *Telecommunication Markets in the Nordic Countries* innehåller data för de fem nordiska länderna samt Estland, Lettland och Litauen. Rapporten, som utarbetas årligen av telekommunikationsmyndigheterna i de nordiska och baltiska länderna, visar på utvecklingen till och med 2013. Statistiken presenteras i en gemensam databas och i rapporten som finns att ladda ned (pdf) via statistikportalen på webben.

## Medieåret 2013-2014

Medieutvikling | Norge november 2014

**Medienorges nye rapport *Medieåret 2013-2014* prøver å oppsummere de viktigste utviklingstrekkene som har gjort seg gjeldende i norsk mediesektor de siste to årene innen mediebruk, eierskap og medieøkonomi.**



Fokus i medienorges nye publikasjon ligger på mediene og mediebrukernes overgang til digitale plattformer, og de store endringene dette fører med seg. Denne utviklingen varierer mellom ulike mediebransjer – mens enkelte medier opplever veritable jordskjelv, lever andre fortsatt i ro og mak. Når mediebrukerne finner nye tilbud på nye plattformer å bruke tiden på, endrer konkurransebildet seg, og internasjonale kjemper er med ett inne på det norske mediemarkedet.

Mesteparten av tallmaterialet som er benyttet her, finnes på medienorges nettsider. Der finnes det også andre tall om medieutviklingen i Norge, pluss fakta om en rekke norske mediekonsern, medienyheter og omtale av aktuelle publikasjoner.

[Rapporten kan lastes ned her \(medienorges nettsider\)](#)

[Rapporten i PDF direkt](#)

## Tre rapporter om den norska tv-marknaden

Mediemarknad Television | Norge hösten 2014

### **Analyse av modeller for finansiering av NRK AS**

Rapport fra Menon Business Economics til Kulturdepartementet. I utredningen vurderes fire ulike ikke-kommersielle finansieringsmodeller: Lisens, husholdningsavgift, skattefinansiering basert på økt inntektsskatt og øremerket skattefinansiering basert på en såkalt koppskatt. [November 2014]

[Les mer og last ned rapporten her](#)

### **Sammenhengen mellom NRKs satsing på bredt innhold og NRKs mulighet til å oppfylle sitt mandat**

På oppdrag for NRK har Oslo Economics utredet sammenhengen mellom NRKs satsing på bredt innhold og NRKs mulighet til å oppfylle sitt mandat. [November 2014]

[Les mer og last ned rapporten her](#)

### **TV-markedet – Private versus offentlige aktører**

I denne rapporten drøftes samspillet mellom offentlige og private kringkastere i tv-markedet. Rapporten er publisert av SNF, Samfunns- og næringslivsforskning, som er en del av fagmiljøet ved Norges Handelshøyskole. Oppdragsgiver er TV 2 Gruppen. [Oktober 2014]

[Les mer og last ned rapporten her](#)



# Norska mediers ekonomi 2013

Medieekonomi | Norge oktober 2014

**En lönsam tidningsbransch, stärkt position för kommersiell tv, ökande intäkter för annonsering i webbtidningar men också stora kostnadsnedskärningar är några kännetecken för mediernas utveckling i Norge 2013. Det skriver Medietilsynet i en rapport om mediernas ekonomi.**

Den norska mediebranschen är lönsam. Medietilsynet har analyserat dagspress, tv och radio och konstaterar att nyhetsmedierna tillsammans omsatte för 26 miljarder norska kronor med ett driftsresultat på 1,2 miljarder kronor år 2013. Men både omsättning och resultat har minskat sedan 2012 och variationerna är stora mellan olika mediekanaler och aktörer.

## *Dagspress*

Norges tidningshus, som är landets största medieaktörer, har under 2013 fått minskade annonsintäkter från sina papperstidningar. Och även om annonsintäkterna från nätet ökat, har de inte kunnat kompensera för nedgången i tryckta tidningar. Att den norska tidningsbranschen trots detta är lönsam förklaras till stor del av kostnadsnedskärningar.

De digitala annonsintäkterna är viktigast för de lösnummerförsålda tidningarnas (VG, Dagbladet) ekonomi. Deras annonsörer har i stor grad gått över från papper till nät. Av lösnummertidningarnas annonsintäkter 2013 stod nätet för 60 procent och papper för 40 procent. För de flesta norska tidningar utgör digitala annonsintäkter cirka 15 procent av totala annonsintäkter.

De digitala upplageintäkterna tredubblades från 2012 till 2013, men är fortfarande små och står för 2,5 procent av tidningsföretagens totala intäkter. För papperstidningarna står annonsintäkter och upplageintäkter var för sig för runt 50 procent av totalen. Fördelningen för digitala tidningar var 91 procent annonsintäkter och nio procent upplageintäkter.

## *TV och radio*

TV- och radiobranschens andel av mediebranschen ökar. År 2013 stod den för 45 procent av den samlade medieomsättningen. Det är framför allt kommersiell tv som har växt kraftigt de senaste åren. Det beror bland annat på vidgade distributionsmöjligheter, då både det digitala marknätet och en ökad utbredning av kabel och fiber har skapat plats för fler tv-kanaler och mer innehåll.

Reklam är den kommersiella tv-branschens största intäktskälla och 2013 gav de högsta tv-reklamintäkterna någonsin. Distributions- och betal-tv-intäkter ökar också och blir allt viktigare för företagen, men på grund av ägarförändringar, omstruktureringar och så vidare är det svårt att få en heltäckande bild av utvecklingen. De goda siffrorna till trots var resultatet för tv-branschen svagare än förra året, främst orsakat av större driftskostnader. Även kommersiell nationell radio (P4, Radio Norge) var lönsam under 2013, men med ett svagare resultat än året innan. Orsaken var framför allt kostnadsökningar kopplade till etablering och drift av digitala sändningar (DAB) i Norge.

[Økonomi i norske medievirksomheter 2009-2013](#) – läs mer och ladda ned  
[Medietilsynets alla rapporter om norska mediers ekonomiska utveckling](#)

**Om rapporten:** Den norska mediemyndigheten Medietilsynet publicerar årliga rapporter om den norska mediebranschens ekonomi med fokus på dagspress, radio och television. Den senaste rapporten, Økonomi i norske medievirksomheter 2009-2013, har analyserat följande koncerner: Schibsted, Amedia, Polaris Media, Aller (Dagbladet), NHST Media Group, Mentor Medier, NRK, MTG, Egmont (TV2) och SBS Discovery.

## Nedgång på finska mediemarknaden

Medieekonomi | Finland 2014

**Värdet av mediemarknaden i Finland minskar. Nedgången 2012-2013 var cirka tre procent eller 150 miljoner Euro. Med undantag för television och reklam i webbmedier minskade alla mediesektorer. Det visar Finska Statistikcentralens årliga beräkningar av värdet på den finska massmediemarknaden.**

Dagspress och videoinspelningar visar de största nedgångarna med minus 9 respektive 11 procent från 2012 till 2013. Television ökade med 2 procent och internet (reklam) ökade med 7 procent.

Från millennieskiftet har de tryckta mediernas andel av den finska mediemarknaden har minskat från 74 till 60 procent, medan de elektroniska medierna – tv, radio och internetreklam – har ökat sin andel från 18 till 33 procent under samma period. Inspelingsmedierna – fonogram, video, bio – har legat på ungefär samma nivå, 6-8 procent. (Tidningar, böcker och fonogram inkluderar även digital försäljning.)

[Läs mer och ta del av statistiken](#)

**Om statistiken:** Tryckta medier/förlagsverksamhet omfattar betalda tidningar, gratistidningar, tidskrifter, böcker och direktreklam. Elektroniska medier omfattar television, radio och internetreklam, medan fonogram, video och biografer inkluderas i gruppen inspelningsmeder. Kalkylerna över massmediemarknaden visas på slutanvändarnivå.

## Sveriges sämsta dagstidningsår

Medieekonomi Dagspress | Sverige september 2014

**2013 blev det sämsta året i modern tid för svensk dagspress med fallande upplagor och intäkter. Den ekonomiska nedgången beror framför allt på minskande annonsintäkter. Det visar rapporten *Dagspressens ekonomi 2013* från Presstödsnämnden.**



Den svenska dagspressen går igenom en kris. Branschens vinstnivåer har varit på nedgång sedan 2011 och utvecklingen förstärktes ytterligare under 2013. Totalt sett sjönk dagspressens intäkter med omkring fem procent, eller cirka 900 miljoner kronor.

Nedgången beror till största del på minskad annonsförsäljning i papperstidningarna. Även om dagspressens annonsförsäljning på nätet växer snabbt, kompenserar inte tillskottet för minskningen av annonsering på papper. Nätförsäljningen är dessutom ojämnt fördelad. Rapporten uppskattar att cirka hälften av dagspressens annonsintäkter från internet går till kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen, framför allt den förra.

### *Minusresultat*

Hos tidningar utan presstödd landade den genomsnittliga rörelsemarginalen på -0,8 procent. Det är första gången som resultatet för den här tidningsgruppen hamnat på minus under de 38 år som Presstödsnämnden analyserat utvecklingen. För gruppen landsortstidningar med driftsstöd är

situationen särskilt bekymmersam. Även med driftsstödet inkluderat, slutade den samlade rörelsemarginalen för denna grupp på -9,0 procent.

#### *Stampen och Bonnier störst bland tidningsgrupper*

De två största tidningsutgivarna är Stampen-gruppen och Bonniers tidningsdivision, med 24 respektive 21 procent av branschens totala intäkter. På tredje plats kommer Schibstedgruppen med en andel på 15 procent. På fjärde plats låg Norrköpings Tidningars Media med en andel på 9 procent. Det betyder att de två största tidningsgrupperna stod för 45 procent av branschens intäkter och de fyra största för 69 procent.

[Ladda ned rapporter via Presstödsnämndens hemsida](#)  
[Direktlänk till Dagspressens ekonomi 2013 \(pdf\)](#)

**Om rapporten:** Presstödsnämnden gör varje år en genomgång av svenska tidningsföretags årsredovisningar och analyserar utvecklingen i rapporten Dagspressens ekonomi. I Dagspressens ekonomi 2013 medverkar bland annat Jonas Ohlsson, medieforskare på Nordicom. Rapporten är den 38:e i ordningen.

## Landsbygd i medieskugga

Medielandskapet Journalistik | Sverige oktober 2014

**Mer än var tredje lokalredaktion i Sverige har lagts ner de senaste tio åren. Under samma period har var fjärde journalist på dagstidningar försvunnit och bevakningen har centraliserats till huvudredaktionerna. Det visar en studie som Södertörns högskola har gjort på uppdrag av Jordbruksverket.**

Rapporten sammanfattar en del av den aktuella forskningen om lokal journalistik, och redovisar två färskas undersökningar gjorda vid Södertörns högskola. Rapporten utgår från två frågor: Hur förändras resurserna och infrastrukturen för den lokala journalistiken? Och vilka konsekvenser får detta både för mediernas roll i den lokala demokratin och för bilden av Sverige utanför storstäderna? En av de viktigaste slutsatserna är en uppmaning till fortsatt forskning om en lokal journalistik som är i snabbförändring. Rapporten har skrivits på uppdrag av Jordbruksverkets landsbygdsavdelning, författare är Gunnar Nygren och Kajsa Althén.

[Direktlänk till Landsbygd i medieskugga \(pdf\)](#)  
[Pressmeddelande från Jordbruksverket 2014-10-08](#)

**Utblick Norden:** Nästan 800 fasta heltidstjänster försvann från dagstidningarna i Norden under förra året. Det visar en [kartläggning från Kulturnyheter i SVT 2014-09-23](#).

# Nordisk statistik

## Nordisk kulturstatistik på agendan

Kulturstatistik | Norden november 2014

**Finns det behov av en nordisk kulturstatistik? Vilka möjligheter finns i så fall att skapa en sådan kunskapsresurs? Det diskuterade en grupp representanter för politiken, praktiken och forskningen på ett nordiskt expertmöte i oktober, arrangerat av Nordicom.**



Nordiska ministerrådets strategi för det nordiska kultursamarbetet 2013-2020 tar upp behovet av mer kulturforskning och ett bredare kunskapsunderlag för kulturpolitiken. En del i detta kan vara en mer utvecklad nordisk kulturstatistik.

### *Rapport om en nordisk kunskapsresurs*

Med kulturstrategin som bakgrund fick Nordicom hösten 2013 ett uppdrag från Nordiska ministerrådet att göra en förundersökning om en bättre samordning av nordisk kulturstatistik. Uppdraget resulterade i rapporten ”En kundskabsressource for nordisk kulturpolitik.

Forundersøgelse om behov, muligheder og barrierer for en bedre samordning af nordisk kulturstatistik” av Christian S. Nissen.

### *Expertmöte om behov, vilja och möjligheter*

Att utveckla en nordisk kunskapsresurs på kulturområdet är en fråga för många berörda. För att komma ett steg vidare samlade Nordicom företrädare för departement och myndigheter, statistiker och forskare från de olika nordiska länderna samt representanter för nordiska organisationer aktiva inom kulturområdet till ett nordiskt expertmöte i Stockholm 29 oktober.

Mötet tog sin i utgångspunkt i Christian S. Nissens rapport, med syftet att värdera om det finns behov, vilja och realistiska möjligheter att gå vidare med ett nordiskt initiativ om en samordning av kunskap, främst statistik, vad gäller kulturområdet i de nordiska länderna.

Slutsatserna från mötet kommer att sammanfattas av Ulla Carlsson, Nordicom, och Christian S. Nissen i en rapport till Nordiska ministerrådet i slutet av året.

[Ladda ned rapporten hos Nordiska ministerrådet](#)

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

[Nordisk ministerråds strategi for det nordiske kultursamarbeidet 2013–2020](#)

**Nordiskt kulturforum om kulturstatistik:** Frågan om en samordning av nordisk kulturstatistik presenterades även på Kulturkontakt Nord's Kulturforum 30 november "Kan man måle effekten af et kunstværk?" om mätningar på kulturområdet. [Läs mer här.](#)

**Rapporttips svensk kulturstatistik:** De sammanlagda offentliga utgifterna för kultur uppgick 2013 till 25 miljarder kronor. Under perioden 2007-2013 ökade de offentliga utgifterna med 6,2 procent. Det visar statistikrapporten [Samhällets utgifter för kultur](#) från Myndigheten för kulturanalys.

## Nordisk statistisk årsbok 2014

Statistik | Norden november 2014

**Nordisk statistisk årsbok har nu publicerats för 52:a gången. Boken, som ges ut av Nordiska ministerrådet, innehåller en överskådlig statistik om livet och livsvillkoren i de nordiska länderna och belyser både likheter och skillnader.**

*Nordisk statistisk årsbok 2014* ger en sammanfattande bild över olika aspekter av det sociala livet i de fem nordiska länderna Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige. Dessutom redovisas uppgifter om Färöarna, Grönland och Åland.

Syftet är att så långt det är möjligt presentera jämförbara uppgifter om de nordiska länderna. Exempel på områden som lyfts upp är befolkning, hälsa, utbildning, arbetsmarknad, miljö och energi, med mera. Boken behandlar också de nordiska ländernas förhållande till övriga Västeuropa på en rad områden.



[Läs mer och ladda ned publikationen](#)

[Nordisk statistisk databank nås via Nordiska ministerrådets webb](#)

## Utblick Europa - Världen

### European Media Policy Newsletter no. 2, 2014

Media Policy | Europe September 2014

*European Media Policy*, a newsletter from Nordicom, provides an up-date on policy developments at the European level. The latest issue (September) gives an overview of some main media questions - such as Internet governance, data protection and freedom of expression - that have been discussed during the last months or will be on the agenda in the near future.

[Läs hela nyhetsbrevet 2-2014 \(länk till pdf\)](#)

[Övriga utgåvor finns samlade här](#)

## Enabling Access to the Media for All

Media Policy | Europe September 2014

**Enabling Access to the Media for all – how does European law take care of disabled media users? The European Audiovisual Observatory, part of the Council of Europe in Strasbourg, examines the current legal state of play in its latest IRIS plus report.**

Barrier-free access to audiovisual content is paramount to our fundamental right to freedom of expression and information. But how does guaranteeing maximum access for the disabled members of our society work in practice? What steps have European lawmakers taken, and are taking, to ensure that the 15% of our society with some form of impairment can enjoy optimum access not only to traditional TV, but also the internet and the increasing number of on-demand services?

The lead article in this IRIS publication offers an analysis of the legal instruments at international and European levels concerning barrier-free access, including various provisions provided by the UN Disability Convention, the Council of Europe's European Convention on Human Rights (ECHR) as well as EU primary and secondary legislation. The reporting section provides short articles on the latest developments in legislation related to access issues in Albania, Spain, Ireland, Italy, Romania, Slovakia and the United Kingdom. The final Zoom section concentrates on the specifically German national practices to ensure access free media. (The report is for purchase.)

[Press release from the European Audiovisual Observatory](#) 2014-09-04

## Mapping Digital Media: Global Findings & Country Reports

Journalism | International September 2014

**Is a world where there are almost as many mobile phones as people, more than half the globe can access digital TV signals, and almost 3 billion people are online a better place for journalism? The Global Findings of the Mapping Digital Media project from the Open Society Foundations' assess these and other forces affecting digital media and independent journalism worldwide.**

The global findings report, *Digital Journalism: Making News, Breking News*, by The Open Society Foundations is researched and written by a team of local experts. The 56 country reports, from which these global findings are drawn, examine the communication and media environments in 15 of the world's 20 most populous countries, covering more than 4.5 billion of the world's population, and in 16 of the world's 20 largest economies. Nordic countries included in the Mapping Digital Media project are Finland and Sweden.

Read more and download PDF-reports:

[Mapping Digital Media: Global Findings](#) (September 2014)

[Mapping Digital Media: Finland](#) (January 2014)

[Mapping Digital Media: Sweden](#) (September 2011)

[All 56 country reports](#)

**Background:** The Open Society Foundations' [Mapping Digital Media project](#) examines the global opportunities and risks created by new and digital media. Covering 56 countries, the project assesses how these changes affect the core democratic service that any media system should provide—news about political, economic, and social affairs—and how they can help advance open society values.

## Measuring the Information Society 2014

ICT Development | International November 2014

**The MIS Report, which has been published by ITU annually since 2009, features key ICT data and benchmarking tools to measure the information society, including the ICT Development Index (IDI). The IDI captures the level of ICT developments in 166 economies worldwide and compares progress made during the last year.**



The MIS 2014 highlights the relationship between ICT development (as measured by the IDI) and the MDGs, a contribution to the ongoing discussions on the potential of ICTs as development enablers. The report includes the results of the ICT Price Basket (IPB) and new mobile-broadband price data for over 140 economies. Price data are analysed to provide insights into the relationship between affordability and income inequality, competition and regulation. The report also looks at new ICT data sources for measurement and examines the possible role of ICT big data for monitoring and development.

[Read more and download PDF report](#)

[ITU press release: Denmark ranks in first place in global ICT Development Index \(IDI\)](#)

## Medier och journalistik - aktuellt från Nordicom

### Offentlighed i Norden

Offentlighetsregler | Norden, Internationellt november 2014

**Offentlighet i Norden. Offentlige eller hemmelige dokumenter og data: Sammenligning af retsregler for acces i Sverige, Finland, Danmark, Norge, Island og internationale regler.**



Offentlighedsregler kræver, at myndigheder og andre offentlige organer ikke blot informerer, som de selv finder passende, men skal give acces til autentiske dokumenter og data. Kravet om autenticitet er offentligheds-reglernes "raison d'être". *Offentlighed i Norden* forklarer og sammenligner retsreglerne for acces til dokumenter og data i Sverige, Finland, Danmark, Norge og Island. Internationale regler fra FN, Europarådet og EU, der har stigende betydning, bliver også belyst. Offentlighed er afgørende for demokratisk kontrol og deltagelse. Retsregler og praksis for offentlighed og hemmeligholdelse har stor betydning på alle områder af samfundslivet og forforholdet mellem borgere og stat. Ret til acces er et vigtigt redskab for undersøgende journalistik.

*Offentlighed i Norden* viser, at offentlighedsreglerne i de fem nordiske lande er meget forskellige og uden et gennemgående mønster. Et land, der har de bedste vilkår for offentlighed på nogle områder, har de dårligste vilkår på andre områder. Redaktør er Oluf Jørgensen. Serie: Nordicom-Information 3/2014)

[Läs mer, beställ eller ladda ned pdf](#)

[Sammanfattning på engelska: beställ eller ladda ned pdf](#)

# Defending Democracy. Nordic and Global Diversities in Media and Journalism

Nordicom Review: Special Issue 2014 | Norden augusti 2014



The 2013 NordMedia conference in Oslo marked the 40 years that had passed since the very first Nordic media conference. Focusing on the relationship between journalism, other media practices and democracy, the plenary sessions raised questions such as:

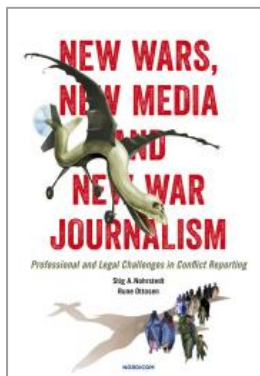
- What roles do media and journalism play in democratization processes and what roles should they play?
- How does the increasingly complex and omnipresent media field affect conditions for freedom of speech?

This special issue of *Nordicom Review/Nordicom Information* contains the keynote speeches plus a number of articles based on conference papers. Together, the articles presented should give the reader an idea of the breadth and depth of current Nordic scholarship in the area. Editors: Harald Hornmoen and Kristin Skare Orgeret.

[Läs mer, beställ eller ladda ned forskningsartiklar i pdf](#)

## New Wars, New Media and New War Journalism

Journalistik | Norden, Internationellt oktober 2014



### **New Wars, New Media and New War Journalism. Professional and Legal Challenges in Conflict Reporting**

In this book, the authors discuss media coverage of major conflicts, from the Gulf War in 1990/91 to the NATO military operations in Libya in 2011 and the now ongoing civil war in Syria. Through in-depth analysis of Norwegian and Swedish media coverage of the Kosovo conflict in 1999, the Afghanistan War from 2001, the Iraq War from 2003 as well as more recent conflicts, the authors claim that legal issues are poorly covered in the running news coverage of major conflicts.

Underreporting of legal issues is especially problematic in relation to new forms of warfare involving extra-judicial killing by drones of targets in Pakistan, Afghanistan, Yemen and Somalia. While historically Sweden and Norway have had different security policy orientations, the tendency is toward the two countries becoming more closely oriented through Nordic defense co-operation and participation in the wars in Afghanistan and Libya. Authors: Stig A. Nohrstedt, Rune Ottosen.

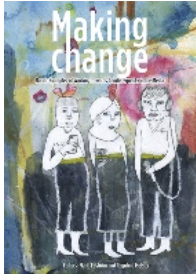
[Läs mer och beställ](#)



## Konferenser

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

Kön & medier | Norden december 2014



**Vilnius, 4 december.** How can the media industry promote gender equality? What difference can activists make? How can research contribute to developing and sharing knowledge? These issues are in focus at a seminar in Vilnius, when the project Nordic Gender & Media Forum is launching the anthology *Making change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media*. Register for participation by Thursday, November 27.

[Läs mer](#)

### Speaking Is Silver - Internationella yttrandefrihetsdagar

Yttrandefrihet | Norden, Internationellt december 2014

**Hanaholmen, Esbo 8-9 december.** Hanaholmens tredje internationella yttrandefrihetsdagar har fokus på offentlighet och yttrandeansvar samt på frågan om vi kan exportera vår nordiska yttrandefrihet till de länder där vi tycker att den behövs. Dagarna arrangeras i samarbete med bl.a. Norges ambassad, Nordicom, Finlands journalistförbund, International Media Support och Reportrar utan gränser. Simultantolkning till finska och svenska. Anmäl senast 28 november.

[Läs mer](#)

### Nordmedia 2015

Forskningskonferens | Norden augusti 2015

**Köpenhamn 13-15 augusti.** The biannual NordMedia conference is arranged by the Nordic media research associations in cooperation with Nordicom and the host university. The conference was first arranged in Oslo in 1973, and has ever since been arranged by the Nordic countries (Sweden, Denmark, Finland, Norway, and Iceland) in turn. University of Copenhagen invites to the 2015 NordMedia conference under the theme Media Presence – Mobile Modernities.

[Läs mer](#)

#### Fler konferenser på Nordicoms webbplats

Nordicom presenterar aktuella konferenser inom forskningsområdet i en konferensdatabas på webben. Här ingår såväl internationella som nordiska och nationella konferenser.

[Till konferensdatabasen](#)

Kontakta gärna [Karin Poulsen](#) med information om aktuella konferenser inom medie-/kommunikationsområdet.

## Medietrender i Norden

Redaktör: [Eva Harrie](#)

**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, mediestruktur och mediepolitik och rapporterar om den senaste utvecklingen och om aktuell forskning på området.*

Nyhetsbrevet har en planerad utgivning på 4 nummer per år.

## Följ Nordicoms rapportering om nordiska medietrender

[Mediefakta nyheter](#)

[Mediefakta rapporttips](#)

[Publikationer från Nordicom](#)

[Prenumerera på nyhetsbrev](#)

