

mediefakta 2/2002

informasjon fra medienorge (www.medienorge.uib.no)

BILDE

Hva skjer på den norske mediesektoren?

Ønsker du å vite noe om utviklingen innen massemediene i Norge? Om mediebruken øker eller går tilbake - om nye medier erstatter gamle - eller om vi bruker nye medier i tillegg? Vil du vite noe om utviklingen for norske aviser? Om opplagene går ned eller opp - eller om antallet aviser er gått tilbake? Eller ønsker du å vite noe om bokbransjen i Norge - om omsetning, forlag og antall bokutgivelser?

Vil du ha et overblikk over eierforholdene i de største norske medieselskapene eller vite hvordan det står til med norsk medieøkonomi? Ønsker du deg fakta om det norske kinosystemet - om filmene som vises og hvilket besøk de har?

Da er medienorge 2002 boken for deg. Den inneholder ni artikler av ulike forfattere som beskriver de viktigste utviklingstrekkene på den norske mediesektoren. Samtidig inneholder den nesten 200 sider med tall og fakta om bruk, innhold, struktur og økonomi for alle de viktigste massemediene. Du finner informasjon om TV, radio, aviser, bøker, uke- og fagpresse, film, video, fonogram og IT.

Bestillingsinformasjon og nærmere detaljer om innholdet i boken finner du på de neste sidene.

Visste du at

- at stadig flere steder i Norge får sin egen avis?
- Schibsted eier tre av Norges fem største aviser?
- VG og Dagbladet alene står for 19 % av avisopplaget i Norge?
- 22 % av oss ikke leser aviser?
- avislesingen har gått tilbake med 13 % i aldersgruppen 9-15 år de siste ti årene?
- antall nettaviser har økt fra 72 i 1996 til 200 i 2001?
- det selges nesten sju millioner Donald Duck-blader i året i Norge?
- tegneserielesing sank med 17 % i aldersgruppen 9-15 år i perioden 1991-2001?
- vi i 2001 brukte halvparten så lang tid på ukebladlesing som i 1991?

Visste du at

- vi har 27 lokale TV-stasjoner i Norge?
- Telenor Avidi er det største kabelselskapet i Norge?
- NRK har 3 406 ansatte mens TV 2 har 504?
- TV-reklame stod for 39 % av den totale reklameomsetningen i Norge i 2001?
- andelen nyheter på NRK1 er doblet de siste 10 årene?
- på NRK er 53 % av filmene amerikanske, mens for TV 2 er tilsvarende tall 86 %?
- antall fjernsynslisenser har økt med 300 000 siden 1987?
- 29 % av oss ikke ser TV en gjennomsnittsdag?
- kvinner og menn ser like mye på TV?
- befolkningen over 65 år ser mest på TV?
- barn mellom 3 og 5 år ser på TV 1 time og 22 minutter daglig?

Visste du at

- det ble omsatt bøker for over 4 milliarder kroner i Norge i 2001?
- det finnes 4,9 bøker per innbygger ved norske folkebibliotek?
- norske folkebibliotek låner ut over 18 millioner bøker årlig?

medienorge 2002 inneholder følgende artikler:

Dagspressen

Ivar Andenæs var tidligere direktør for Statens medieforvaltning og er nå ansatt som forsker ved Institutt for Journalistikk. Han skriver om utviklingen innenfor dagspressen; om endringer i avismønstre og lesevaner, om eierskap og voksende avis konserner, og om pressestøtten og dagspressens framtid.

Bøker

Helge Østbye er professor ved Institutt for medievitenskap ved Universitetet i Bergen. I sin artikkel gir han en oversikt over den norske bokbransjen, og ser nærmere på utviklingen innenfor de ulike leddene i bokproduksjonen. Østbye tar bl.a. for seg eierkonsentrasjon i forlagsleddet og ser på forlagenes oppkjøp av bokhandlerleddet. I tillegg blir statlige støtteordninger og bransjeavtalen gjennomgått.

Radio

Gunn Sara Enli er universitetslektor ved Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo. Hun tar for seg norsk radio og de endringene som har skjedd etter at NRKs radiomonopol ble opphevet. Sentrale tema er konkurranse, kommersialisering og målgruppeorientering. Hun skriver også om digital teknologi og radioens framtidsutsikter.

Fonogrammer

Dag Grønnestad er medievitner og forlagsredaktør i Fagbokforlaget. Han har tidligere skrevet en utredning om norsk plateproduksjon for Norsk Kulturråd. I sin artikkel skriver han om platebransjen i Norge; om eierskapskonsentrasjon og rasjonalisering, og om internett og elektronisk distribusjon. Han ser også på bransjeregulering og støtteordninger.

Fjernsyn

Trine Syvertsen er professor ved Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo. Hun ser nærmere på framtrepende tendenser i det norske fjernsynslandskapet rundt årtusenskiftet, der viktige stikkord er omorganisering og ekspansjon, kanalkonkurranse og seeropplutning, spesialisering i programtilbudet og økt samarbeid.

Film, kino, video og DVD

Nils Klevjer Aas var tidligere direktør ved Det europeiske audiovisuelle observatoriet i Strasbourg, og er nå ansatt som rådgiver i Norsk filmfond. Han skriver om filmproduksjon, filmpolitikk og støtteordninger, og om film-

distribusjon og det norske kinosystemet. I artikkelen sin tar han også for seg video- og DVD-markedet.

IKT – mobilkommunikasjon og internett

Dag Andersen er avdelingsleder for internett ved Norsk Gallup, og skriver om tilgang til og bruk av PC, internett og mobilkommunikasjon. Han ser også på nordmenns bruksmønster på internett i dag og hvordan utbredelsen av bredbånd kan komme til å påvirke framtidig bruk av internettjenester.

Medieøkonomi

Torolf Helgesen er professor ved Senter for medieøkonomi ved BI i Oslo. Han skriver om medieøkonomi og tar for seg utviklingen i medie- og reklamemarkedet, der økt konkurranse, produktutvikling og merkevarebygging er viktige stikkord. I tillegg ser han på eierforhold og strategiske allianser i norske medier og på de nye medienes muligheter og risikoer.

Eigarskap

Johann Roppen er forskningskoordinator ved Avdeling for mediefag ved Høgskulen i Volda og tidligere ansatt i Eierskapstilsynet. I artikkelen ser han nærmere på eierforholdene i norske medier, der økt konsentrasjon og oppkjøp både innenlands og utenlands er sentrale utviklingstendenser. Han skriver også om mediepolitiske tiltak på området.

Tall- og faktadelen av boken spenner over nesten 200 sider og omfatter mesteparten av det du trenger å vite om norske massemedier fra 90-tallet til i dag. **medienorge 2002** egner seg både som en basisbok i medieundervisning og som en oppslagsbok for journalister, forskere og offentlige myndigheter.

medienorge 2002 kan bestilles på internett-adressen nedenfor:

<http://medienorge.uib.no>

eller via e-post:

Visste du at

vi lytter like mye på radio i dag som for ti år siden?

personer mellom 50 og 59 år er de som lytter mest på radio?

det ble solgt CDer for nesten to milliarder kroner i norske platebutikker i 2001?

Universal var det største plateselskapet i Norge i 2001, rangert etter omsetning?

andelen som hører på CD en gjennomsnittsdag stiger med utdanning?

vi gjennomsnittlig lytter til CD, kassett eller plate 43 minutter daglig?

Visste du at

det finnes 84 854 seter på norske kinoer? Og at dette er mer enn 20 000 færre enn for ti år siden?

vi har 394 kinosaler her til lands?

hver innbygger gjennomsnittlig gikk 2,8 ganger på kino i løpet av 2001?

den mest besøkte kinofilmen i fjor var norsk?

det blir bevilget 90 millioner kroner mer i statsstøtte til filmproduksjon i dag enn for ti år siden?

antall kinobesøk øker med utdanning?

det ble solgt 104 000 DVD-spillere i 2001?

det ble solgt over tre og en halv million videokassetter i fjor?

norske folkebibliotek lånte ut to og en halv million videofilmer i fjor?

Visste du at

75 % av befolkningen har tilgang til PC hjemme?

90 % av barn mellom 9 og 12 år har tilgang til PC hjemme?

menn bruker 38 minutter på PC hjemme en gjennomsnittsdag, mens tilsvarende tall for kvinner er 16?

Jo høyere utdanning, jo mer tid bruker vi på PCen hjemme?

at det i januar 2002 fantes 630 000 norske internett-adresser?

74 % av oss har tilgang til internett?

Visste du at

2,3 millioner nordmenn oppgir at de har brukt internett siste måned?

internettbruken faller med alder, men stiger med utdanningsnivå?

menn (fremdeles) bruker nesten dobbelt så mye tid på internett som kvinner?

norske nyhetssider er den tjenesten på internett flest nordmenn bruker?

Visste du at

reklameomsetningen i norske medier er mer enn doblet på ti år?

avis er mediet med høyest reklameomsetning, tett fulgt av TV?

85 % av reklamen for vaskemidler går på TV?

TV 2 har høyere reklameomsetning enn TV3 og TVNorge til sammen?

medienorge ble startet av Kulturdepartementet i 1994 for å skape et informasjonskontor for fakta om norske massemedier. Her kan offentlige myndigheter, forskere, studenter og allmennheten generelt henvende seg for å få svar på spørsmål om mediebruk og -innhold, bransjestruktur og økonomi.

Informasjonen finner du på medienorges sider på internett, hvor det er laget et omfattende søkesystem som gjør det enkelt å hente fram de opplysningene du er ute etter (www.medienorge.uib.no).

Hvert andre år utgir også medienorge en egen bok som i tillegg til tall og fakta inneholder en rekke artikler om utviklingen innen norske massemedier.

medienorge deltar også i et nordisk samarbeid via nettverket NORDICOM. Nordicom er finansiert av Nordisk ministerråd og arbeider for å spre kunnskap om nordisk forskning innen journalistikk, medier og kommunikasjon. Nordicom prøver også å dokumentere medieutviklingen i Norden ved å utarbeide mediestatistikk som er sammenlignbar landene imellom. medienorge bidrar til dette gjennom å levere statistikk til den årlige Nordicom-publikasjonen *Nordic Media Trends*.

medienorge

<http://medienorge.uib.no>

medienorge@media.uib.no

Institutt for medievitenskap

Fosswinckelsgt. 6

5007 Bergen

Tlf: 55 58 91 26

Faks: 55 58 91 49