



# Medietrender i Norden

Nyhetsbrev från NORDICOM

No. 2, 2017 (september)

## Innehåll

### Medieanvändning

- Radiolyssnandet i Norden 2016 [Nordicom] 2
- Digital News Report 2017 – incl. Denmark, Finland, Norway, Sweden [Reuters Institute] 5
- Danskernes medieforbrug ændrer sig fortsat [Slots- og Kulturstyrelsen] 7
- Norsk mediebarometer 2016: Fler læser tidningen på nettet [Statistisk sentralbyrå] 8
- Svensk mediebarometer 2016: Medieanvändningen på nätet ökar [Nordicom-Sverige] 9
- Svensk rapport: Förtroendet för medier fortsatt stabilt [SOM-institutet] 10

### Mediemarknaden

- Medielandskapet i Europa – inkl. Finland, Norge, Sverige [European Journalism Centre] 11
- Nordisk telekomrapport: Mobilt fortsätter att öka [nordiska telekommyndigheter] 12
- Report maps business models of Nordic local and city newspapers [University of Helsinki] 13
- Norska aviser tappar en miljard i annonsintäkter [Medietilsynet] 14
- Avisåret 2016 – digitala abonnemang ökar i Norge [Sigurd Høst, Høgskulen i Volda] 15
- Ny studie kartlägger svenskt medieutbud [Myndigheten för press, radio och tv & Nordicom] 16

### Aktuellt i mediepolitiken

- European Media Policy Newsletter, no. 2, 2017 [Nordicom] 17
- Arbetet med nytt medieavtal igång i Danmark 17
- Finland: Rapporter granskar Yles lokala nyheter på webben 18
- Utökad utredning om svensk public service (tilläggsdirektiv) 19

### Yttrandefrihet och mediemångfald

- The Legacy of Peter Forsskål. 250 Years of Freedom of Expression [Nordicom] 20
- Debattbok med fokus på yttrandefriheten i Norden [NJC] 21
- Rapport kartlägger hat och hot på nätet i Norden [NIKK] 21
- Media Pluralism Monitor Report 2016 – Europe, incl. Denmark, Finland, Sweden [CMPF] 23
- UNESCO Study: Protecting Journalism Sources in the Digital Age 24

### Fler publikationer från Nordicom, open access

- Cultural Journalism in the Nordic Countries 25
- Nordicom-Information 1/2017. Tema: Medieforskning i samhället 25
- Nordicom Review, special issue 1/2017: Being Old in the Age of Mediatization 26

### Fler tidskriftsartiklar, open access

- Här finns journalistikforskning från hela världen: Journalism Research News 26
- Aktuella nummer av nationella forskningstidskrifter i Danmark, Finland, Norge 27

# Medieanvändning

## Radiolyssnandet i Norden 2016

Radio | Norden juni 2017 | EH

**Sju av tio nordbor lyssnar på radio varje dag via FM/DAB eller direkt via webben. Radiolyssnandet i Norden håller sig därmed på en ganska stabil nivå. Däremot är podcast-lyssnarna fortfarande få. Det visar 2016 års nordiska radiodata, sammanställda av Nordicom.**

Nordicoms nordiska statistik baserar sig på branschens officiella lyssnartal som omfattar direktsänd radio på alla plattformar. För annat radiolyssnande (radio on demand, podcast) refererar vi till olika nationella undersökningar och rapporter.

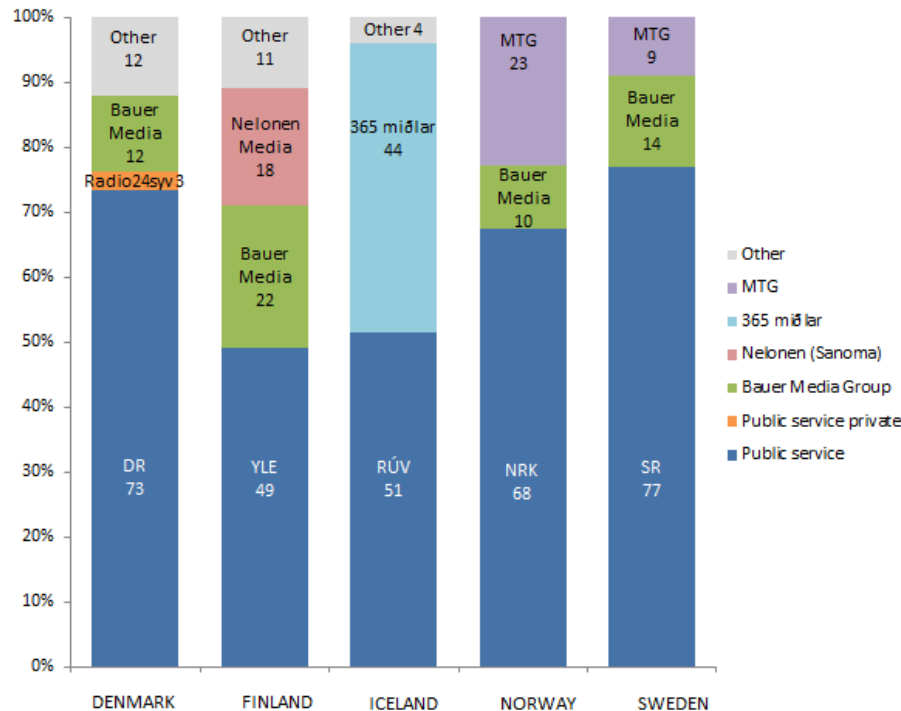
### Stabil nivå de senaste åren

Under 2016 lyssnade runt sju av tio personer på radio dagligen, ungefär lika många som året innan. Däremot minskade lyssnartiden något i Danmark, Island och Norge, ökade i Finland och var oförändrad i Sverige. I alla länderna lyssnar äldre personer mer på radio än de yngre. Trots de senaste årens stabilitet, har radion tappat lyssnare över en längre period. Det gäller för alla åldrar och både räckvidd och lyssnartid.

### Public service-radio störst

Störst publik når public service-radion. I Sverige och Danmark har public service drygt tre fjärdedelar av lyssnartiden. I Sverige står SR för hela andelen (77 procent) medan DR och den privatägda public service-kanalen 24syv står för 73 respektive tre procent i Danmark. Norska NRK har en lyssnartidsandel på 68 procent, medan Yle i Finland och RÚV på Island får hälften av lyssnartiden i respektive land.

Radiobolagens andel av lyssnartiden 2016 (procent)



Källor: Kantar TNS Danmark, Finnpanel, Gallup Island, Kantar TNS Norge, Kantar Sifo Sverige.

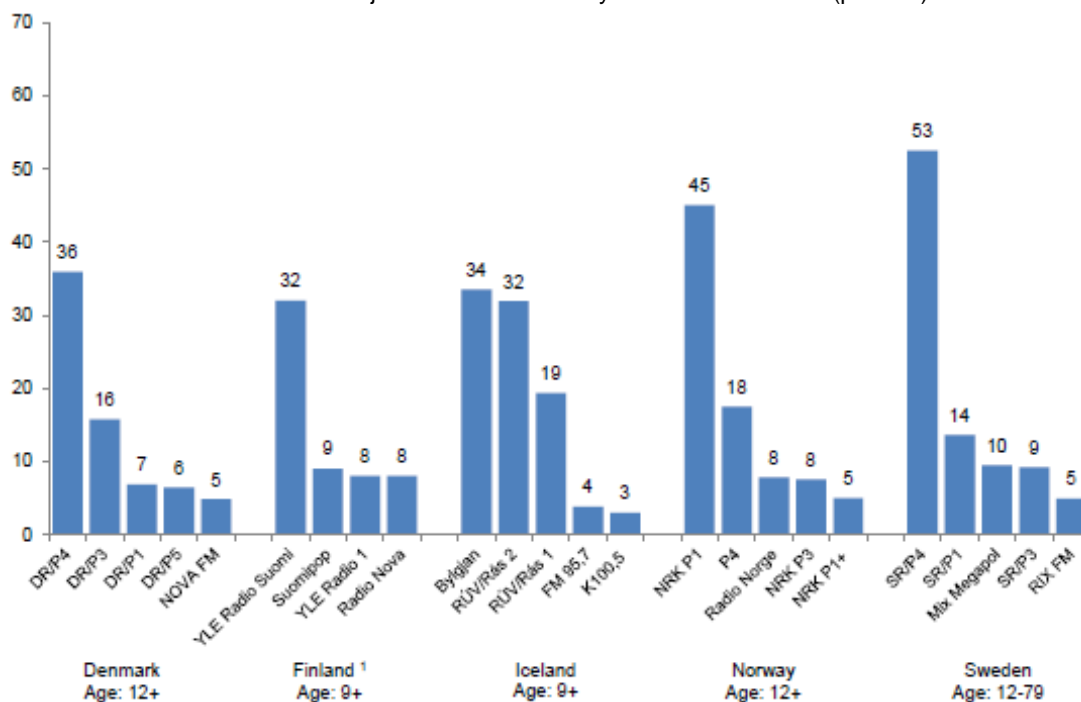
[Ladda ner graf \(PDF\)](#) [Ladda ner tabell \(excel\)](#)

Bland de kommersiella radiobolagen har två grupper starka positioner i flera länder: tyska Bauer Media med verksamhet i alla nordiska länder utom Island och svenska MTG med radiokanaler i Norge och Sverige. Bauer Media är den största privata radioaktören i Danmark, Finland och Sverige, medan MTG är störst i Norge. På Island dominerar 365 Media (365 Miðlar) den privata marknaden.

### Digitala kanaler på topp-fem-listan

De största radiokanalerna har tappat lyssnare under åren, men har fortfarande en hög räckvidd och en betydande andel av lyssnartiden. De ledande kanalerna i respektive land är breda public service-kanaler – DR P4, Yle Radio Suomi, NRK P1 och SR P4 – som sänder på både nationell och regional basis. Undantaget är Island, där Bylgjan (rikstäckande kommersiell radio) och RÚV2 (public service) samsas om förstaplatsen med en tredjedel av lyssnartiden var.

De fem största radiokanalerna i varje nordiskt land efter lyssnartidsandel 2016 (procent)



<sup>1)</sup> Femteplatsen i Finland delas av YLE Radio Vega/Radio X3M, Radio Rock och Iskelmä med 4 procents lyssnarandel vardera. Källor: Kantar TNS Danmark, Finnpanel, Gallup Island, Kantar TNS Norge, Kantar Sifo Sverige. [Ladda ner graf \(PDF\)](#) [Ladda ner tabell med lyssnarandelar 2000, 2005-2016](#) (excel).

Men publiken hittar även till nya radiokanaler. Sedan 2015 finns heldigitala kanaler med bland de fem största kanalerna (efter lyssnartidsandel) i såväl Danmark som Norge. Båda kanalerna, DR/P5 och NRK/P1+, riktar sig mot en vuxen och äldre publik.

### Poddtillväxt stannar av

Utbudet av digitala ljudmedier – i form av FM-kanalers webbsändningar, digitala radiokanaler, nedladdningsbara program som tidigare sänts live, poddradio (podcast) och strömmade musiktjänster – ökar stadigt. Även tillgång till och lyssnande via digitala apparater ökar.

Lyssnandet på ondemand-radio och podcast är dock fortfarande begränsat. I de två länder som har data för flera år, Danmark och Sverige, tycks tillväxten ha stannat av. Det rapporterar DR Medieforskning i [Medieudviklingen 2016](#) och Kantar Sifo i [ett pressmeddelande](#). I Danmark lyssnar en av tio personer på podcast varje vecka (9 procent både 2015 och 2016). För Norge visar [Norsk Mediebarometer](#) att två

procent av befolkningen lyssnade på podcast en genomsnittlig vecka 2016 (inga uppgifter för 2015). För Finland och Island har vi inga data.

I Sverige lyssnade 12 procent av befolkningen på webb/poddradio en genomsnittlig vecka 2016, en ökning från 9 procent året innan, men här ingår även direktlyssnande på webben. Störst är lyssnandet i gruppen 25-44 år, enligt [Nordicom-Sveriges Mediebarometer](#).

#### *Vad händer i det digitala Norge?*

Den stora förändringen på den nordiska radiomarknaden sker just nu i Norge. I januari påbörjades släckningen av FM-nätet och under 2017 ska den nationella radion bli helt digital. Vad sker då med lyssnandet i världens första övergång från FM till DAB? Mätningar under våren visar på ett minskat radiolyssnande, men vad som skett i ett helårsperspektiv får vi veta i början av 2018. (Lästips: Kantar TNS-rapport från januari 2017 [The world's first FM switch off: What happens to the listening?](#))

**Ladda ner radiotabeller** från Nordicoms tabelldatabas (exceller):

[Daily radio listening time 2000-2016](#)

[Daily radio listening time by age 2008-2016](#)

[Radio channels' audience shares 2000, 2005-2016](#)

[Public service radio audience shares 2000-2016](#)

[Daily radio reach 2000-2016](#)

[Daily radio reach by age 2008-2016](#)

[Radio channels' daily reach 2000, 2005-2016](#)

[The five largest radio channels/networks per country by daily reach 2016 - graph](#)

[Daily radio reach by age for public service, commercial radio and total radio, 2016](#)

Fler tabeller om radio finns i [Nordicoms tabelldatabas \(välj Norden – Radio\)](#)

**Om statistiken:** Nordicoms sammanställningar baserar sig på data från de nationella mätinstitut som står bakom ländernas officiella radiomätningar (se nedan). Olikheter i mätmetoder gör det svårt att jämföra lyssnandet mellan länder och år, se [Radio surveys in the Nordic countries, basic facts \(excel\)](#). Data är insamlad direkt från mätinstitutens rapporter samt med hjälp av [ett nordiskt nätverk](#): Slots- og Kulturstyrelsen i Danmark, Finska statistikcentralen, Isländska statistikcentralen, medienorge och Nordicom-Sverige.

**Tabellernas data är från** följande organisationer och rapporter:

[DR Medieforskning: Medieudviklingen 2016](#) (data från TNS Gallup Danmark)

[Slots- og Kulturstyrelsen: Mediernes udvikling i Danmark 2017 - radio](#)

[Finnpanel: Radio listening in Finland 2016](#)

[Gallup Island](#)

[TNS Gallup Norge: Årsrapporter for radiolytting i Norge 2013-2016](#)

[TNS Gallup Norge via medienorges databas](#)

[TNS Sifo: Radiolyssnandet i Sverige 2016](#)

# Digital News Report 2017

News Consumption | Nordic June 2017 | EH

**People in the Nordic countries are among Europe's most avid users of smartphones for reading news online. They are also the most willing to pay for online news. These are some of the findings in the Digital News Report, which compares online news consumption in 36 countries, including Denmark, Finland, Norway and Sweden.**



The Reuters Institute for the Study of Journalism has published its sixth annual report, looking to track and compare changes in online news consumption across countries. Its scope has been expanded from 26 to 36 countries. The key focus is Europe, even though, e.g., Canada, South Korea, the US, Brazil and Japan are also included.

### *Sweden at the top in using smartphone for news*

Mobile marches on, outstripping computer access for news in an increasing number of countries. In Sweden, already last year it was more common to access news from a smartphone than from a computer or laptop; in 2017, this is also true for Denmark and Norway.

In Sweden, almost seven of ten use their smartphone to read news, which puts the country at the top of the European list. In Denmark and Norway, around six of ten use a smartphone to access news each week, which ranks them among the top ten European countries as well. In Finland, the only Nordic country where the computer is still the most used way of reading online news, the share of mobile users for news is slightly lower.

Devices for news 2017 (per cent)

	Denmark	Finland	Norway	Sweden	All
Computer	54	64	29	55	58
Smartphone	60	56	62	69	56
Tablet	36	26	32	32	22

Survey question: Which, if any, of the following devices have you used to access news in the last week?

Base: Total sample in each country. All: Total sample across the study. Source: [Digital News Report 2017](#).

As for other mobile devices, around one-third of Nordic news consumers use a tablet for news, making them the most avid users in the survey, with Denmark in the lead across the survey's total sample. Norway and Sweden rank second and third.

### *Branded websites starting point for the Nordics*

Patterns of online news access differ across the countries. People in the Nordic countries and the UK are more likely to go directly to a website or app, while those in other countries prefer a search engine or social media as the key gateway to news. The most popular websites or apps for news in the Nordic countries are legacy media brands, e.g. national dailies or major broadcasting networks (public service and commercial).

### *Facebook dominates social media news*

Across the study, half say they use social media as a source of news each week, which is also true for Denmark, Norway and Sweden, while in Finland the level is slightly lower. Facebook is by far the most important network for finding, reading/watching, and sharing news in all countries in the study; the Nordic countries are no exception to this.

Despite a small decrease in Denmark, Norway and Sweden in 2017, Facebook maintains a dominant position (highest in Norway with 41 per cent, lowest in Finland with 35 per cent). Among the countries' top five social media for news, Facebook is followed by other global networks. Again Finland is the exception, with a domestic chat/discussion forum, Suomi24, ranking fifth, with 5 per cent using it to read news every week.

#### *Norway has the highest level of online payment*

Most consumers are still reluctant to pay for news online. Across all countries only one in ten pays for online news, but the Nordic countries stand out as the most willing to pay. In Norway, 26 per cent have paid for online news in the past year, which puts Norway at the top of international comparisons. Sweden (20 per cent), Denmark and Finland (15 and 14 per cent, respectively) have among the highest level of online payment as well. It should be noted, however, that the share paying for digital news in the Nordic region did not grow from the year before.

Looking at ongoing digital news subscriptions, the Nordic countries top the European ranking. Norway has the highest rate (15 per cent), followed by Sweden, Denmark and Finland (12, 10 and 7 per cent, respectively). To a large extent, this is the result of newspaper subscriptions that combine print and web.

#### *More key findings*

Read the full report to learn more about key findings, such as: wide variation in trust in news media (highest trust in Finland); the growth of ad blocking has stopped (around one in four in the Nordic region uses ad blockers); and people are more likely to pay for access to online video and audio services than they are to pay for online news (again, the Norwegians are most willing to pay).

[Digital News 2017, full report online](#)

[Explore the 2017 data at the interactive site](#)

Country reports in national languages:

[Danskernes brug av nyhedsmedier 2017](#), RUC Roskilde University (in Danish)

[Uutismedia verkossa 2017: Suomen maaraaportti](#), University of Tampere (in Finnish)

[Bruksmønstre for digitale nyheter](#) (PDF), University of Bergen (in Norwegian)

**Important to note about the survey sample:** Because this survey deals with news consumption, anyone indicating they had not consumed any news during the past month was filtered out. The report is based on an online survey, and as such the results will underrepresent the consumption habits of people who are not online (typically older, less affluent, and with limited formal education). The core purpose of the survey is to track activities and changes over time within the digital space – as well as to gain an understanding of how offline and online media are used together. The research was conducted by YouGov, using an online questionnaire, at the end of January/beginning of February 2017.

## Danskernes medieforbrug ændrer sig fortsat

Medieudvikling | Danmark juni 2017 | MVK

**Brugen af traditionelle medier som tv, radio og aviser går stadig tilbage, og medieforbruget bliver mere og mere baseret på digitale og mobile platforme. Samtidig udvikler brugen af medier og platforme sig forskelligt fordelt på alder. Det fremgår af Slots- og Kulturstyrelsens ”Rapportering om mediernes udvikling i Danmark 2017”.**

Danskernes mediebrug er under konstant forandring i disse år, og nye medieplatforme ændrer på, hvordan de bruger medierne. Samtidig har særligt yngre mediebrugere i stigende grad taget digitale tjenester til sig. I 2016 tændte danskerne for tv’et og så med i 43 minutter mindre end i 2010. Rapporten viser desuden, at medieforbruget bliver mere og mere digitalt og stadigt oftere foregår ved brug af eksempelvis mobiltelefoner og tablets.

I dag bruger 85 procent af danskerne internettet hver dag, og 65 procent af besøgene på de målte internetsider sker nu via mobiltelefoner eller tablets. Også brugen af såkaldte streaming-tjenester er blevet udbredt, og i dag har omkring halvdelen af de danske internetbrugere streamet tv og video on demand.

### *Alder betyder mere – og mindre*

Rapporten viser, at forskellene på tværs af mediebrugernes alder bliver større, når det gælder brugen af de traditionelle medier – og særligt for trykte dagblade og tv. For eksempel så de 12-18-årige kun tv i 49 minutter om dagen i 2016, hvilket er et fald på 87 minutter siden 2010. For de 55-70-årige var faldet derimod kun på 2 minutter i samme periode, så de ældre i 2016 så tv i 231 minutter dagligt. Fælles for alle aldersgrupper er dog, at nye medier som sociale medier, online nyhedssider og streaming-tjenester vinder frem og bliver benyttet i stadigt højere grad.

### *Specialrapport om danskernes brug af adblockere*



I sammenhæng med den årlige rapportering om mediernes udvikling er specialrapporten ”Danskernes brug af adblockere” også blevet udgivet for første gang. Specialrapporten undersøger danskernes brug af adblockere, der forhindrer annoncer og reklamer i at dukke op på internettet.

Rapporten viser blandt andet, at andelen af danske internetbrugere, der i 2016 bruger adblockere, er 33 procent på computer, 15 procent via smartphone og 12 procent på tablet. Især den ældre del af befolkningen gør ikke brug af adblockere.

Læs rapportering om [Mediernes udvikling i Danmark 2017](#)

Læs specialrapporten [Danskernes brug af adblockere](#)

**Rapporterne er en del af** Slots- og Kulturstyrelsens ”Rapportering om mediernes udvikling i Danmark”, der løbende offentliggør faktuel viden om danskernes mediebrug, mediernes indhold og mediebranchens udvikling og vilkår.

## Norsk mediebarometer 2016: Fler läser tidningen på nätet

Medieanvändning | Norge maj 2017 | EH

**Medieanvändningen på nätet ökar stadigt. I Norge läser en allt större del av befolkningen tidningen på nätet och de strömmade audiovisuella tjänsterna fortsätter att växa. Samtidigt ligger linjär tv och radio kvar på samma nivåer som förra året. Det visar data från Norsk Mediebarometer 2016.**

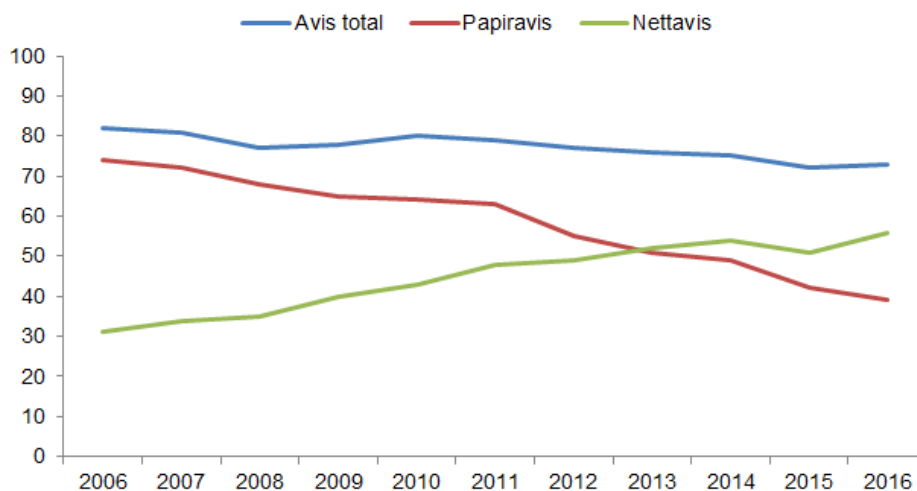
Den årliga undersökningen från Statistisk sentralbyrå visar att nio av tio norrmän använder internet en vanlig dag, och bland dessa besöker sju av tio dagligen Facebook och hälften andra sociala medier. Såväl internet som sociala medier har ökat med några procentenheter från året innan.

### *Pappersavis för första gången under 40 procent*

Drygt sju av tio norrmän läser tidningen en genomsnittlig dag, på papper och/eller online. De tryckta tidningarna tappar dock märkbart läsare år från år. 2014 föll den dagliga pappersläsningen för första gången till under 50 procent, 2016 sjönk den till under 40 procent.

Tidningsläsningen på nätet ökar däremot och gick 2013 om pappersläsningen. Enligt årets undersökning läser 56 procent av den norska befolkningen dagstidningar på nätet, jämfört med 51 procent året innan.

Andel av befolkningen 9-79 år som läser en dagstidning (totalt) samt papperstidning respektive nättidning en genomsnittlig dag 2006-2016 (procent)



Källa: [Norsk mediebarometer 2016](#), Statistisk sentralbyrå.

### *Ökning för strömmade tjänster*

Linjärt tv-tittande och radiolyssnande har minskat under flera år. Resultaten från 2016 ligger dock på samma nivå som året innan: sju av tio tittar på tv och sex av tio lyssnar på radio en vanlig dag. Inte oväntat tittar och lyssnar de äldre mer än de yngre. Samtidigt ökar lyssnandet och tittandet på strömmat ljud och bilder från nätet, och här är ungdomar och unga vuxna storkonsumenter. Bland de 37 procent som lyssnar på ljudmedier varje dag tar sju av tio del av strömmade ljudfiler från internet, och många lyssnar via mobiltelefonen. Bland 16-24-åriga lyssnare är det nio av tio som använder mobilen för ljudfiler.



En fjärdedel av befolkningen tittar på videomedier (DVD/Blu-ray, hårddiskmottagare samt rörliga bilder/filmer som laddas ner eller strömmas från nätet) dagligen. Av dessa såg 70 procent på strömmade betaltjänster, en ökning från 65 procent året innan.

#### *Fler har abonnemang på strömmade tjänster än på avis*

Andelen som har abonnemang på en eller flera tryckta tidningar i hushållet minskar snabbt och är tydligt kopplat till ålder. År 2016 hade 44 procent av befolkningen ett pappersabonnemang, en minskning från 50 procent året innan. På drygt tio år har abonnemangen minskat från runt 70 procent. Bland 67-79-åringarna har nästan 80 procent en papperstidning, jämfört med 15 procent bland 25-34-åringarna. Andelen som har abonnemang på en nättidning i hushållet ökade från 12 till 15 procent förra året. Samtidigt har drygt hälften av befolkningen (53 procent) betalabonnemang på strömmade filmtjänster.

Läs mer: [Norsk mediebarometer 2016, Statistisk sentralbyrå](#) (rapporten finns i pdf)  
[Sammanfattning av resultaten](#) (SSB)

**Om Norsk mediebarometer:** Den rikstäckande undersökningen genomförs med telefonintervjuer i ett slumpmässigt urval av befolkningen 9-79 år. Medier som omfattas är: tidningar, veckotidningar, tidskrifter, böcker, ljudmedier, video-/filmmedier, radio, tv, internet, digitala spel och bio. Norsk mediebarometer genomfördes första gången 1991 och rapporten publiceras under våren varje år. Rapporten finns tillgänglig i pdf och kan laddas ner gratis från Statistisk sentralbyrås webb. Statistik från Mediebarometer-undersökningarna finns också tillgänglig via [SSBs databas](#) samt [medienorges databas](#).

## **Svensk mediebarometer 2016: Medieanvändningen på nätet ökar**

Medieanvändning | Sverige maj 2017 | KH

**Nordicom-Sveriges undersökning Mediebarometer 2016 visar att användningen av medier på internet fortfarande ökar. Vi tillbringade till exempel mer tid på både sociala medier och rörlig bild på internet år 2016 jämfört med år 2015. Men trots framgången för den digitala tekniken är traditionell radio och tv alltjämt de största medierna.**



Nordicoms Mediebarometer studerar medieanvändningen i Sverige och visar hur stor andel av befolkningen som tar del av ett antal enskilda medier en genomsnittlig dag. Här presenteras några aktuella resultat.

#### *Stabilt radiolyssnande och musiklyssnande*

Andelen radiolyssnare minskade något i början av 2000-talet men nedgången i lyssnandet har stagnerat under senare år. 68 procent lyssnar på radio på någon plattform, 9 procent lyssnar på webb-/poddradio. Räckvidden är 15 procent bland dem mellan 25 och 44 år.

Olika teknikskiften bland musiklyssnare märks tydligt i Mediebarometern. Men även musiklyssnandet är stabilt. Andelen som använder mobiltelefonen för musiklyssnande ökade från 20 procent 2015 till 30 procent 2016. Närmare 70 procent av ungdomarna lyssnar på musik i mobilen en genomsnittlig dag.

#### *Webb-tv ökar*

Den totala användningen av rörlig bild via tv är stabil över tid, men plattformarna som används för att titta har förändrats. 81 procent tittar på tv på någon plattform, 65 procent tittar på vanlig tv och 30 procent tittar på webb-tv. Bland ungdomarna tittar 55 procent på webb-tv en vanlig dag och 45 procent

på traditionell tv. Även om allt färre ser på vanlig tv är inte mobilen den självklara skärmen för webb-tv. Enbart 6 procent ser på webb-tv via en mobiltelefon, bland ungdomarna är det 13 procent.

Andelen som tittar på videoklipp via den smarta telefonen är 17 procent, en ökning med två procentenheter. Andelarna är högre bland barn, 39 procent och bland ungdomar, 43 procent.

#### *Färre läser dagstidningar på papper*

Omkring två tredjedelar av befolkningen läser en dagstidning en genomsnittlig dag. 46 procent läser dagstidningen på papper och 25 procent läser digitalt. Personer mellan 24 och 44 år läser tidningen online i högre utsträckning än andra grupper, de flesta av dem läser via mobilen, 25 procent.

#### *Bok på papper – mest stabil bland tryckta medier*

30 procent läser en bok på papper en vanlig dag men bara två procent läser en e-bok och fyra procent tar del av en ljudbok.

#### *Sociala medier fortsätter att öka*

62 procent använder sociala medier en vanlig dag. Det är en ökning med 10 procentenheter från år 2015. Framför allt är det ungdomar och unga vuxna som är flitiga användare. I åldersgruppen 15 till 24 år ägnar 94 procent omkring 2 timmar åt sociala medier en genomsnittlig dag.

Nordicoms pressmeddelande: [Övergången till digitala medier fortsätter](#)

[Delar av resultaten från Mediebarometern finns på webben](#)

[Ladda ner statistik från Nordicoms tabelldatas \(välj Sverige och Användning\)](#)

**Om undersökningen:** Mediebarometern är en årlig räckviddsundersökning, som belyser hur stor andel av den svenska befolkningen mellan 9 och 79 år som en genomsnittlig dag under respektive år har tagit del av ett antal enskilda medier på traditionella och digitala plattformar. Syftet är att beskriva tendenser och förändringar i människors användning av medier. Undersökningen genomfördes första gången 1979 och bygger på telefonintervjuer över hela året, med ett slumpmässigt urval av befolkningen. År 2016 intervjuades 6 002 personer.

## **Svensk rapport: Förtroendet för medier fortsatt stabilt**

Medieanvändning | Sverige juni 2017 | MJL

**Trots stora förändringar i omvärlden finns en stabilitet i Sverige i allmänhet. Förtroendet för samhällsinstitutioner, demokrati och vetenskap påverkas inte av larmandet som återfinns i våra informationskanaler. Förtroendet för landets medier är också stabilt, men skiljer sig mellan olika samhällsgrupper. Det här visar SOM-institutets nya forskningsantologi.**



Antologin *Larmar och gör sig till* bygger på SOM-institutets undersökningar om svenskars vanor, beteenden, åsikter och värderingar när det gäller samhälle, politik och medier. Den presenterar analyser av data från 2016 års nationella SOM-undersökning och innehåller ett 40-tal kapitel skrivna av forskare från universitet och högskolor i Sverige och utomlands.

Undersökningen visar bland annat att svenskarnas förtroende för radio och tv är stabilt över tid, endast 12 procent av de som svarat på undersökningen uppger att de har ganska eller mycket litet förtroende. Förtroendenivån inom olika samhällsgrupper skiljer sig

dock åt, äldre personer har till exempel större förtroende för radio och tv än yngre. Som flera andra förtroendefrågor har den om förtroendet för medierna blivit kraftigt partipolariserad på senare år, där väljare som står till höger i politiken tenderar att vara mer negativa.

**Bokens temaområde om medier & det fria ordet** innehåller kapitel om medieanvändning och social sammanhållning, yttrandefriheten i dagens mediekultur, om hur digitala plattformar blir allt viktigare för nyhetspubliken, om sociala medier som en nyhetsdistributör att räkna med samt om läsning av e-böcker och befolkningens användning av och förtroende för biblioteken.

[Alla kapitel finns tillgängliga för nedladdning på SOM-institutets hemsida](#)

Se även datatidsserier i [Svenska trender 1986-2016 \(PDF\)](#)

SOM-institutet 2017-06-28: [Stabilitet trots mycket larmande visar SOM-institutets nya forskarantologi](#)

**Om SOM-institutet:** Institutet är en opartisk undersökningsorganisation vid Göteborgs universitet, som sedan 1986 har arbetat tillsammans med forskare inom en rad olika forskningsfält för att belysa opinioner och för att förstå svensk samhällsutveckling. SOM-institutet har från starten haft fokus på svenskarnas vanor, beteenden, åsikter och värderingar när det gäller samhälle, politik och medier. Varje år publicerar SOM-institutet en rad [böcker och rapporter som publiceras på hemsidan](#) fritt för nedladdning.

## Mediemarknaden

### Ny webbtjänst: Medielandskapet i 20 europeiska länder

Mediestruktur | Norden Europa augusti 2017 | EH

**European Journalism Centre (EJC) har med hjälp av medieforskare kartlagt medielandskapet i tjugotvå europeiska länder. Rapporterna, som omfattar bland annat Finland, Norge och Sverige, finns att läsa på webben.**



Webbtjänsten Media Landscapes, som tidigare varit en undersektion på EJC:s webb, har nu fått en egen webbplats. Här presenteras aktuella landrapporter av nationella medieexperter, som ger en bild av medielandskapet och aktörerna i respektive land idag och utvecklingen över tid. Här finns också information om relevanta organisationer (branschföreningar, undersökningsföretag, utbildningsinstitutioner, med flera) samt landets mediereglering, lagstiftning och mediemyndigheter.

[Läs landrapporterna](#)

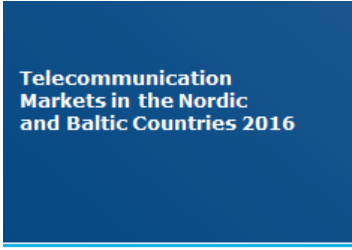
[Saknas ditt land? EJC söker fler författare.](#)

**Om European Journalism Centre:** EJC är en internationell oberoende organisation som syftar till att främja hög journalistisk kvalitet genom vidareutbildning, diskussionsforum och nätverk för mediebranschen. [Läs mer här.](#)

# Nordisk telekomrapport: Mobilt fortsätter att öka

Telekommarknad | Norden juni 2017 | EH

**Mobil datatrafik fortsätter att växa kraftigt i Norden. Samtidigt ökar tillgången till snabbt bredband, där de nordiska länder ligger över EU-snittet. Det visar en rapport från de nordiska telekommyndigheterna.**



Telecommunication  
Markets in the Nordic  
and Baltic Countries 2016

Den årliga nordisk-baltiska rapporten om utvecklingen på telekomområdet sammanställs av de nationella regleringsmyndigheterna. Jämförelserna nedan omfattar de fem nordiska länderna.

## *Norden alltmer mobilt – Finland i topp*

Datatrafiken i de mobila nätverken fortsätter att växa kraftigt. De flitigaste användarna av mobildatajänster är finländarna, som använder tre gånger så mycket data per invånare och månad som svenskarna och danskarna på andra plats (16 Gigabyte jämfört med 5 Gigabyte). Finland har även flest mobilabonnemang per invånare.

## *Snabbt bredband ökar – Sverige drar ifrån*

Tillgången till bredband i Norden är hög och fortsätter att öka. Flest abonnemang har Finland med 70 bredbandsabonnemang per 100 invånare (fasta plus mobila), tätt följt av Danmark. Räknas enbart mobilt bredband ligger Finland långt före sina grannländer. För fast bredband är Danmark störst med en penetration på över 40 procent, medan Finland ligger lägst. Snabbt bredband (100 Mbit/s) ökar i alla länder, men Sverige drar ifrån. I alla nordiska länder ligger nivån högre än EU-genomsnittet. Efterfrågan på större kapacitet i näten hänger ihop med hög konsumtion av tjänster för rörlig bild.

## *IP-TV störst på Island*

Rapporten redovisar också tillgången till IPTV, kabel-tv och satellit-tv. IPTV är vanligast på Island som inte har kabel-tv. En knapp tredjedel av alla islänningar har ett IPTV-abonnemang, jämfört med en runt en tiondel av befolkningen i övriga Norden. Kabel-tv är störst i Danmark tätt följt av Finland, medan Norge har större satellitpenetration än övriga nordiska länder.

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

[Nationella telekomrapporter och databaser 2016](#) (PDF med länkar, från Nordicoms databas)

Pressmeddelanden från nationella myndigheter (2017-06-22):

[Kommunikationsverket: Stora skillnader i användning av mobildata mellan länder kvarstår](#)

[Nkom: Norske husstander har høyest andel bredbåndsabonnement](#)

[PTS: Fler snabba bredbandsabonnemang i Sverige jämfört med andra EU-länder](#)

**Om rapporten:** *Telecommunication Markets in the Nordic and Baltic Countries* innehåller data för de fem nordiska länderna samt Estland, Lettland och Litauen. Rapporten, som utarbetas årligen av regleringsmyndigheterna inom telekområdet i de åtta länderna, visar på utvecklingen till och med 2016. Statistiken finns även tillgänglig i en gemensam databas som startades 2007 (de baltiska länderna ingår sedan 2013).

# Report maps business models of Nordic local and city newspapers

Newspapers | Nordic June 2017 | MJ

**A report published by the Communication Research Centre CRC at the University of Helsinki explores the business models of local and city newspapers in Scandinavia. The report, written in Finnish, is based on a description and comparison of cases in Sweden, Norway and Denmark.**



The data consist of pre-existing material such as media companies' financial reports from 2007-2015, and also include a qualitative data set of interviews with key persons in Scandinavia, conducted in 2016. From Sweden, Mittmedia and NTM Group are included; from Norway, Amedia and Sunnmørsposten; and from Denmark, North Media and Jysk Fynske Medier.

**It was found that** the Nordic business models in local and city newspapers, particularly in Norway and Sweden, are very similar to each other, even if no single model exists. Platformization, transformations of audiences, and the end of the broadcast paradigm pose new challenges.

**Some policy recommendations** were also drawn from the interviews. Among other things, geographical personalization of news and feedback loop, in which new models are initially tested in one part of the company only, as well as the organization of events to help readers become committed to the newspapers, are recommended as future means of improvement.

**The study is conducted within** the research project The New Business Models of News Media in the Nordic Countries, funded by the [Finnish Newspapers Association](#) and the [Media Industry Research Foundation of Finland](#).

Download the report: [Paikallis- ja kaupunkilehtien uudet liiketoimintamallit Pohjoismaissa \(PDF\)](#)

Read more: [The Communication Research Centre CRC at the University of Helsinki](#)

## **Finn fler rapporter om medietrender i Norden på Nordicoms webb.**

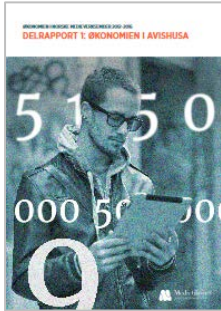
Under [Rapporttips](#) listar vi löpande aktuella rapporter, här nedan är några exempel:

- Så utvecklas den svenska dataspelsbranschen. Se rapporten Svenskt spelutvecklarindex
- Musikkbransjen i Norge 2011-2015 – økonomisk analyse av fem delbransjer
- 25 år med kommersiell allmennkringkasting i Norge. En artikkel om TV 2, dess historia och roll i samhället
- Nordisk Film & TV Fond: Distribution and viewing of 21 TV series in the Nordic countries
- State of the News Media. Faktablad om amerikanska nyhetsmedier från Pew Research Centre.

# Norska aviser tappar en miljard i annonsinntäkter

Tidningar | Norge juni 2017 | EH

**Under förra året förlorade den norska dagspressen över en miljard annonskronor. För första gången minskade även de digitala annonsintäkterna. Det framgår av Medietilsynets årliga rapport om tidningshusens ekonomi 2016.**



Trots att de norska tidningarna skar ned på sina kostnader med över 750 miljoner norska kronor, minskade lönsamheten från 2015 till 2016. De samlade driftsintäkterna föll med över 950 miljoner kronor.

## *Nästan alla tidningar tappar annonspengar*

Under de senaste fem åren har de norska tidningshusen tappat 35 procent av sina annonsintäkter. Förra året föll annonsintäkterna mer än någonsin, med mer än en miljard norska kronor. Och nu slår utvecklingen mot nästan alla tidningar, efter att tidigare ha drabbat främst de större tidningarna. Tidigare års annonstapp gällde framför allt papperstidningarna och kompensades i viss mån av växande digitala intäkter. Men under 2016 var det slut med det och även reklamen i digitala publikationer minskade.

## *Kompenserar med dyrare tidningar*

I motsats till den negativa utvecklingen för reklamen ökade upplageintäkterna något förra året. Intäkterna har dessutom legat ganska stilla under flera år, medan upplagan sjunkit med nästan 13 procent (2012-2016). Det betyder att tidningarna har kompenserat för fallet i upplaga med högre priser.

## *Läsarnas betalning allt viktigare*

Under senare år har förhållandet mellan tidningarnas två stora intäktskällor – reklam och upplagor – förändrats. År 2015 blev intäkterna från reklamen för första gången mindre än intäkterna från upplageförsäljningen, och förra året minskade reklamens andel av intäkterna ytterligare, från 46,5 procent till 41,5 procent. Det betyder att tidningarna blir alltmer beroende av att läsarna är redo att betala för sina nyheter.

## *Fler betalar för digitalt innehåll*

Under förra året ökade antalet norska tidningar som tog betalt för nyheter på webben. Samtidigt har det kommit flera positiva besked om betalningsvilja för digitalt innehåll. Bland annat visar rapporten [Avisåret 2016](#) att antalet digitala abonnemang ökar i Norge, och enligt en internationell rapport om [digital nyhetskonsumtion \(pdf\)](#) är Norge det land där tillgången till digitala nyhetsabonnemang är som mest utbredd.

## [Läs mer och ladda ner rapporten från Medietilsynet](#)

**Om rapporten:** Økonomien i avishusa är den första delrapporten i Medietilsynets årliga rapportering Økonomi i norske medievirksomheter som analyserar mediebranschens ekonomiska utveckling, med fokus på nyhets- och aktualitetsmedier. Datagrundlaget baserar sig främst på egen datainsamling och mediernas officiella årsrapporter och räkenskapsstal, men omfattar också vissa estimat. Delrapport 2 om [Økonomien i lokalkringkastinga 2012-2016](#) publicerades i juli och hela rapporten kommer i oktober.

## Avisåret 2016 – digitala abonnemang ökar i Norge

Tidningar | Norge maj 2017 | EH

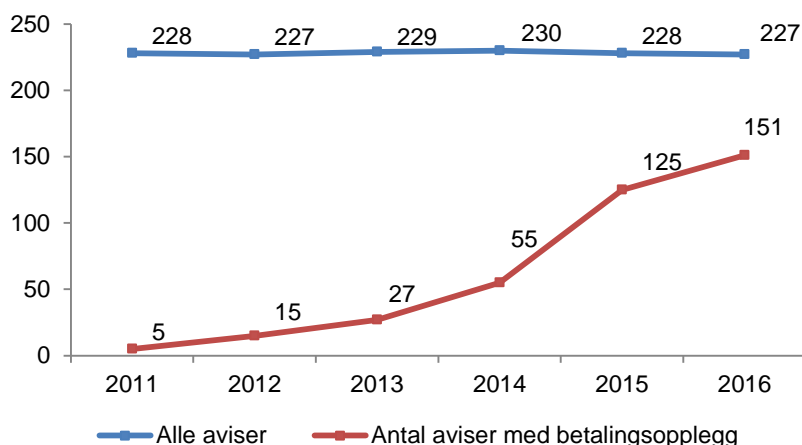
**Allt fler norska tidningar tar betalt för sina nyheter på nätet. Samtidigt ökar antalet digitala prenumerationer, vilket har bromsat upplageraset för den norska tidningsbranschen. Det visar Sigurd Høst i årsrapporten "Avisåret 2016".**

Under 2016 stannade upplagefallet av för den norska dagspressen. Sammantaget minskade upplagan med en procent, jämfört med fem procent året innan. Det betyder att pappersupplagans fortsatta fall (minus 8 procent) kompenseras av en ökad försäljning av digitala prenumerationer. Den vanligaste formen är ett "komplett-abonnemang", som ger tillgång till tidningen på både papper och digitalt. De fristående digitala abonnemangen utgör 13 procent av upplagan, en ökning från 7 procent 2015.

### *Majoriteten tar betalt på webben*

Utvecklingen mot betalmodeller på nätet startade 2011 och fick ett genombrott 2015 med en fördubbling av antalet tidningar som tog betalt på nätet, från 55 till 125 tidningar. Tillväxten fortsatte och i slutet av 2016 hade 151 tidningar en betalmodell för nätnyheter. De flesta har valt en restriktiv lösning (hard paywall), där egenproducerade nyheter är tillgängliga enbart för prenumeranter.

Antal norska tidningar som tar betalt på nätet 2011-2016



Källa: Høst, Sigurd "Avisåret 2017" (sid. 29).

Norges tre stora tidningskoncerner – Schibsted, Amedia och Polaris Media – har aktivt bidragit till att fler tidningar tar betalt för nyheter på webben. Den kraftiga ökningen under 2015 förklaras framför allt av Amedias satsning på en betalordning för koncernens tidningar. Av Amedias 62 betalda tidningar har nu nästan alla gått över till det nya systemet. De tidningar som ger bort nätnyheterna gratis är främst lokala fådagartidningar. Bara sju av 71 flerdagartidningar hade helt öppna webbsidor i slutet av 2016.

Ladda ner: [Avisåret 2016 via Høgskulen i Volda](#) (rapport nr. 84) | [. Avisåret 2016 direkt](#) (PDF)

**Om rapporten:** "Avisåret 2016" är den 22:a rapporten i serien, som täcker in alla norska tidningar (medlemmar i Mediebedriftenes Landsforening MBL och Landslaget for Lokalaviser LLA samt några som är insamlade speciellt). Rapporterna fokuserar på upplageutveckling och förändringar i tidningsstrukturen, men omfattar också nyhetsutbudet på nätet, prisutveckling, digital betalning med mera. Rapportens författare Sigurd Høst är verksam som professor II vid Avdelning for Mediefag vid Høgskulen i Volda.

# Ny studie kartlägger svenskt medieutbud

Medieinnehåll | Sverige juni 2017 | MJL

**Myndigheten för press, radio och tv och Nordicom har publicerat Medieutveckling 2017 – Medieutbud. Rapporten är ett nytt sätt att studera svenskt medieutbud, med fokus på nyhets- och faktainnehåll i medierna över tid. Den behandlar utbudet i radio och tv samt dagspress i tryckt och digital form.**



En viktig del i att följa medieutvecklingen är att studera hur medieutbudet ser ut och förändras. Ur ett demokratiskt perspektiv är det inte primärt underhålls-inriktat utbud som är av störst intresse, utan snarare utbudet av nyheter och fakta av olika slag. I den här rapporten studeras det svenska medieutbudet, med fokus på nyhets- och faktainnehåll i medierna, över tid.

Några resultat från rapporten:

- Nyheter och fakta tar upp en större andel av sändningstiden i Sveriges Television än i TV4. Över hälften av SVT:s utbud i de fyra kanaler som ingått i studien består av nyheter och fakta, medan motsvarande andel för TV4 är ungefär en tredjedel.
- Jämförelse mellan medietyperna visar att alla har betydligt mer omfattande material online än i sin ursprungsform, men detta gäller framför allt kvällstidningarna. De har nästan fem gånger så mycket material online som i sin tryckta publikation.
- Ungefär en tredjedel av innehållet i dagspressen består av TT-material, men det är relativt stora skillnader mellan olika slags tidningar. Kvällstidningarna har minst, landsortens morgontidningar mest.
- Ett viktigt resultat handlar om den genomgående skillnaden mellan respektive mediums ursprungsform och online-publicering. Andelen samhällsrelevant information är större i mediernas ursprungsform än vad den är online, vilket innebär att innehållet online blir mer lättillgängligt.

[Läs mer och ladda ner rapporten här](#)

[Tidigare rapporter om svenskt medieutbud \(Myndigheten för press, radio och tv\).](#)

**Fler rapporter om medieutvecklingen i Sverige:** [Rapportserien Medieutveckling](#) ingår i Myndigheten för press, radio och tv:s uppdrag att följa medieutvecklingen. I serien ingår tre rapporter om medieutbud (ovan), [mediekonsumtion](#) respektive [medieekonomi](#) som tas fram i samarbete med Nordicom, samt en årlig rapport om [mediepolitik](#). Rapportserien ersätter de tidigare årsrapporterna [om medieutvecklingen i Sverige](#).



# Aktuellt i mediepolitiken

## European Media Policy Newsletter, no. 2, 2017

Media Policy | Europe August 2017 | Nordicom



The *European Media Policy Newsletter* from Nordicom provides an update on policy developments at the European level. It concentrates on news from the EU – current issues and trends in media policy, new proposals for legislation, debates in the European Parliament, recently taken or impending policy decisions and reactions among those concerned, EU studies in the field, etc.

The latest issue (August) gives an overview of policy developments regarding the media in general, freedom of expression/media pluralism, hate speech, audiovisual, online platforms/social media, privacy/data protection and artificial intelligence/robotics.

[Read the whole newsletter no. 2, 2017 \(PDF\)](#)

[Read previous issues and/or subscribe](#) (free service)

## Arbetet med nytt medieavtal igång i Danmark

Mediepolitik | Danmark april-maj 2017 | EH

**Den danska regeringen har presenterat en tidplan för nästa mediepolitiska avtal, och bjuder in medborgare, bransch och politiker till debatt om vilket medieinnehåll som är viktigt för framtiden. Det nya medieavtalet väntas träda i kraft vid årsskiftet 2018/2019.**

I Danmark läggs ramarna för mediepolitiken fast i [politiska medieavtal \(eller medieförlik\)](#). Avtalen är fyraåriga och grundar sig på överenskommelser mellan regeringen och en eller flera partier i Folketinget (riksdagen). Det nuvarande medieavtalet, som gäller 2015-2018, ingicks under 2014 av samtliga partier i Folketinget.

*En tidplan inför det kommande medieavtalet*

Den danska regeringen med kulturministern Mette Bock i spetsen har satt upp [en tidplan](#) för nästa medieavtal. Arbetet inleddes med en öppen process under maj-september, där medborgarna bjöds in för att diskutera vilket medieinnehåll som är viktigt och på vilka plattformar man vill ta del av innehållet. Från september till november är det branschens och de politiska ordförandenas tur att delta i debatten, och då handlar det om vem som kan producera och distribuera inhemskt innehåll och i vilken utsträckning det kan behövas offentligt stöd.

I början av 2018 ska regeringen presentera sitt förslag till ett nytt medieavtal och de politiska förhandlingarna börjar. Det nya avtalet väntas träda i kraft vid årsskiftet 2018/2019.

[Kulturministeriets pressmeddelande 07/04/2017](#)

[Här finns alla mediepolitiska avtal](#) (Kulturministeriets webb)

**Mer underlag:** Även [public service-udvalgets rapport från november 2016](#) om fem framtida scenarier för public service-medier utgör grundlag för arbetsprocessen.

# Finland: Rapporter granskar Yles lokala nyheter på webben

Mediereglering | Finland våren 2017 | MJ

**Public service-bolagens nyheter på webben kan inte bevisas ha någon skadlig effekt på den kommersiella mediemarknaden. Det menar en finländsk forskningsrapport som granskat Yles regionala nyhetsverksamhet i förhållande till tidningsmarknaden. Författarna grundar sig på ett antal nordiska utredningar om public service-innehållets eventuella påverkan.**

Under våren fick Yles förvaltningsråd ta emot två granskningsrapporter om sitt lokala och regionala nyhetsutbud på webben. Båda rapporterna har utarbetats av forskare vid [forskningscentret Comet](#) vid universitet i Tammerfors. Rapporterna utgör faktaunderlag i en pågående diskussion om Yles roll och mer specifikt för en [granskning av Yles digitala nyhetstjänster](#) under våren, efter en prövningsansökan från mediebranschen.



**Rapporten om Yles regionala nyhetsverksamhet och tidningsmarknaden** granskar Yles regionala nyhetsutbud på webben och försöker utvärdera dess eventuella påverkan på dagstidningsmarknaden. Rapporten baserar sig på analyser av ett antal studier om public service-innehåll på webben och dess eventuella effekt på den kommersiella marknaden. De argument som framförts i prövningsansökan undersöks sedan mot bakgrund av senast tillgängliga forskningsresultat.

Underlaget består av nationella utredningar i [Danmark](#), [Finland](#), [Norge](#), [Sverige](#) samt [Storbritannien \(pdf\)](#) samt andra rapporter 2015-2016, och författarna finner att ingen av dessa visar på en entydig påverkan på den kommersiella marknaden. De konstaterar också att det är svårt att bygga en forskningsdesign som skulle bevisa public service-verksamhetens effekter på mediemarknaden.

**Om Yles svenskspråkiga webbnyheter.** Svenska Yle producerar regelbundet nyheter på svenska på fem lokalredaktioner i Finland, varav alla har sina egna förstasidor. Den andra rapporten beskriver användningen av dessa tjänster under 2016 och 2017 och visar att antalet sidvisningar av det lokala nyhetsinnehållet på svenska Yle var jämförelsevis lågt, sammanlagt 2-8 procent av alla sidvisningar på svenska Yle. Också i jämförelse med Finlands kommersiella svenskspråkiga nyhetsmedier är antalet sidvisningar lågt. Däremot ökar antalet unika besök (webbläsare).

Läs mer och ladda ner rapporterna (på finska)

Om Yles regionala nyhetsverksamhet och tidningsmarknaden: [Yleisradion alueellisten verkkouutisten vaikutus sanomalehtien verkkopalveluiden markkinoihin](#)

Om Yles svenskspråkiga webbnyheter: [Selvitys Yleiosradion ruotsinkielisten alueuutissivujen sivunäyttö ja verkkoselainmääristä](#)

**Om aktuella medieutredningar i Finland:** Under 2015 och 2016 har såväl mediemarknadens villkor som Yles roll och finansiering varit föremål för [utredningar och politiska förslag](#). Se även Nordicom's listor över [offentliga utredningar inom medieområdet](#) från år 2000 och framåt.

# Utökad utredning om svensk public service

Mediepolitik | Sverige juni 2017 | UF

**Den svenska public service-kommittén har fått utökad uppdrag. I juni presenterade regeringen ett tilläggsdirektiv med fokus på att värna public service-organisationernas oberoende och integritet och på att innehållet ska kunna nå en så stor del av publiken som möjligt. Uppdraget ska redovisas i juni 2018.**

Innan varje ny tillståndsperiod för de svenska public service-bolagen genomförs en offentlig utredning. Inför nästa period, som inleds 1 januari 2020, har en parlamentarisk kommitté tillsatts som ska genomföra översynen. Kommitténs huvuduppdrag är att föreslå en mer ändamålsenlig reglering av public service-företagens verksamhet – det vill säga SVT, SR och UR.

## *Utredning om finansiering redan igång*

Kommitténs [första direktiv kom i december 2016](#). Uppdraget är att föreslå hur public service långsiktigt och hållbart ska finansieras med ett solidariskt system. Datum för när denna utredning ska rapporteras har flyttats fram till 17 november 2017.

## *Utvecklingen online är central*

I juni 2017 utvidgades uppdraget genom ett tilläggsdirektiv. Kommittén ska här ha fokus på att värna public service oberoende och integritet samt beskriva medieutvecklingens konsekvenser för radio och tv i allmänhetens tjänst. Centralt för arbetet är utvecklingen online, både i förhållande till hur publiken nås och till nya aktörer och tjänster som utvecklas i det digitala medielandskapet. Det gäller att hitta en balansgång mellan att vara på relevanta platser i förhållande till publiken och inte vara marknadsstörande.

Kommittén ska belysa och lämna förslag inom olika områden, till exempel hur public service-bolagen ska nå hela befolkningen med sitt utbud, vilket även omfattar publik online. I uppdraget ligger att föreslå hur ett täckningskrav ska formuleras. Kommittén ska även bedöma om verksamheten online ska kunna tillgodoräknas när företagen redovisar hur de lever upp till innehållsmålen.

## *Förhållandet till kommersiell verksamhet*

Vidare ska kommittén bedöma hur public service-företagens ansvar och oberoende påverkas i relation till kommersiell verksamhet. Det gäller till exempel konsekvenserna av programföretagens, eventuella, kommersiella samarbeten och förhållanden till globala medieaktörer och distributörer (Google, Facebook, etc). Ett led i detta är att kommittén ska föreslå hur förhandsgranskning av nya tjänster ska göras.

Utredningen har även i varje public service-utredning återkommande punkter att beakta, till exempel värnandet av minoriteter, funktionsanpassning, decentraliserad produktion och SVT:s förhållande till svensk filmproduktion.

## *Politisk enighet om innehållsuppdraget*

Utredningen ska uttala inte utreda en sammanslagning av de tre programföretagen SVT, SR, UR. Den ska inte heller se över programföretagens innehållsliga uppdrag, ej heller eventuella behov av grundlagsändringar. Kring det innehållsliga uppdraget konstateras i direktivet, att det under lång tid har funnits en bred politisk enighet, och i fråga om grundlagarna kommer regeringen i början av 2018 att tillsätta en annan utredning som ska se över yttrandefrihetsgrundlagen YGL.

Den här delen av utredningen om public service ska redovisas senast 29 juni 2018.

[Läs tilläggsdirektivet till kommittén för radio och tv i allmänhetens tjänst](#)

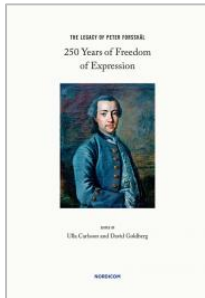
[Läs mer om utredningen av finanssystemet för public service](#)

# Yttrandefrihet och mediemångfald

## The Legacy of Peter Forsskål. 250 Years of Freedom of Expression

Yttrandefrihet | Publikation från Nordicom | Augusti 2017

**Förra året uppmärksammades 250-årsjubileet av Sveriges tryck- och yttrandefrihetslag – som var den första i världen. Boken *The Legacy of Peter Forsskål. 250 Years of Freedom of Expression* belyser yttrandefrihetens historia med utgångspunkt i Peter Forsskåls 21 teser om borglig frihet.**



Sverige och Finland, som på den tiden var ett land, var först i världen med att anta en lag om tryck- och yttrandefrihet. Men några år innan den nya lagen antogs publicerade en man vid namn Peter Forsskål en pamflett, som med den tidens mått innehöll nyskapande idéer om bland annat medborgarnas rätt till yttrande-, tryck- och informationsfrihet.

– Forsskåls pamflett med namnet Tankar om den Borgerliga Friheten kom att väcka stor uppståndelse i 1760-talets Sverige. Den innehöll 21 paragrafer som motsatte sig alla former av förtryck och tyranni, och påtalade människans medborgerliga rättigheter, säger Ulla Carlsson som är en av bokens redaktörer och innehavare av världens första Unesco-professur inom yttrandefrihet och internationell mediepolitik.

I boken kastar ett antal forskare och skribenter från både Sverige och Finland nytt ljus över såväl Forsskåls liv och historiska kamp för svensk yttrandefrihet som yttrandefrihetens utveckling fram till idag. Boken är således både en historisk återblick och högaktuell i dagens digitala samhälle.

– Tryck- och yttrandefriheten är ständigt omstridd och att den inte är självklar ser vi bevis på varje dag. Med digitaliseringen som genomsyrar hela samhället och med Internet och alla dess plattformar skapas nya dimensioner och dilemman, inte minst utifrån ett yttrandefrihets- och demokratiperspektiv, säger Ulla Carlsson.

[Läs mer, beställ eller ladda ner \(open access\)](#)

**Bokens redaktörer:** Ulla Carlsson, professor och innehavare av UNESCO Chair on Freedom of Expression, Media Development and Global Policy, är verksam vid JMG Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet och har tidigare varit föreståndare för Nordicom. David Goldberg är grundare av och chef för [The Project Peter Forsskål](#).

**Fler böcker om yttrandefrihet från Nordicom (open access):**

- [The Assault on Journalism. Building Knowledge to Protect Freedom of Expression](#) (2017)
- [Freedom of Expression and Media in Transition. Studies and Reflections in the Digital Age](#) (2016)
- [Freedom of Expression Revisited. Citizenship and Journalism in the Digital Era](#) (2013)
- [Freedom of Speech Abridged? Cultural, Legal and Philosophical Challenges](#) (2009)

**Läs även:** [Det viktiga för Unesco är att hålla dialogen levande – Ulla Carlsson om press- och yttrandefrihet](#), artikel på UNESCO Sveriges webb 2017-05-02

## Debattbok med fokus på yttrandefriheten i Norden

Yttrandefrihet | Norden juni 2017 | EH



**Den svåra yttrandefriheten är temat för en nordisk debattbok från NJC, Nordiskt Journalistcenter. Här skriver författare från hela Norden om näthat, digitaliseringens påverkan på medieutvecklingen, ekonomiska utmaningar och andra hot mot yttrandefriheten.**

Syftet med boken, som är gjord på uppdrag av Nordiska Ministerrådet, är att bidra till ett samtal om medier och yttrandefrihet och mediernas betydelse för mångfalden och våra nordiska demokratier. Bland författarna finns debattörer, journalister, författare och forskare från hela Norden – Danmark, Färöarna, Finland, Grönland, Norge, Sverige och Åland.

[Läs artiklarna online på NJC:s webbsida](#)

[Ladda ner boken i fulltext via Nordpub](#)

**Om NJC, Nordiskt Journalistcenter:** NJC är ett nordiskt samarbetsorgan under Nordiska ministerrådet. Genom kurser, seminarier och nätverk arbetar NJC för att skapa intresse för nordisk samhörighet och kulturell gemenskap i medierna. I fokus är Norden och samspelet med Europa och övriga världen. [Läs mer här.](#)

## Rapport kartlägger hat och hot på nätet i Norden

Yttrandefrihet | Norden juni 2017 | MJL

**Både kvinnor och män utsätts för kränkningar på nätet. När män utsätts för näthat anspelar kränkningarna på yrkesskicklighet och kompetens eller hot om våld. Kvinnor utsätts istället för sexism, sexuella hot och trakasserier. Trots detta är det praktiska skyddet för den som utsätts för näthat på grund av kön obefintligt i samtliga nordiska länder. Det visar en rapport om hat och hot på nätet från NIKK, Nordisk information för kunskap om kön.**



Att kommentarsfält fylls med hotfulla och sexistiska inlägg är ett demokrati-problem och hur det ska stoppas är en aktuell fråga i alla nordiska länder. Nordisk information för kunskap om kön (NIKK) har på uppdrag av Nordiska ministerrådet publicerat rapporten ”Hat och hot på nätet – en kartläggning av den rättsliga regleringen i Norden från ett jämställdhetsperspektiv”.

Moa Bladini, rapportförfattare och lektor i straffrätt vid Göteborgs universitet, visar i rapporten att såväl kvinnor som män är utsatta för kränkningar på nätet och i ungefär lika stor utsträckning – men de drabbas på olika sätt. När män, särskilt i offentligheten, utsätts är det oftare fråga om kränkningar med anspelning på yrkesskicklighet och kompetens eller hot om våld. Kvinnor utsätts istället för kränkningar med betydligt större inslag av sexism, sexuella hot och trakasserier som kopplar till person mer än profession.

*”Kön” saknas i hatbrottslagstiftningen i Norden*

Kartläggningen visar att lagstiftningen i de nordiska länderna till stora delar är lika: Hatyttringar är kriminaliserat som ett enskilt brott och skyddar vissa uppräknade grupper. I samtliga nordiska länder

faller dock ”kön” utanför bestämmelserna. Det innebär att det praktiska skyddet för den som utsätts för näthat på grund av kön i dagsläget är obefintligt.

### *Starkt skydd för yttrandefriheten*

I Norden råder en osäkerhet kring hur bestämmelserna som omfattar hatbrott ska tillämpas och var gränsen mot yttrandefriheten går, vilket leder till att bestämmelserna inte används i den utsträckning som i teorin är möjligt.

– Det finns i Norden ett väldigt starkt skydd för den formella yttrandefriheten. Men i förlängningen leder det till att vissa röster faktiskt tystnar – och det blir en reell inskränkning av deras yttrandefrihet. Vi utgår ofta från en alltför förenklad bild av yttrandefriheten, säger Moa Bladini.

[Ladda ner rapporten via NIKKs hemsida](#)

[NMR pressmeddelande 2017-06-21: Näthatade kvinnor har sämre rättsligt skydd](#)

**Om NIKK, Nordisk information för kunskap om kön:** NIKK är ett nordiskt samarbetsorgan under Nordiska ministerrådet som samlar in och förmedlar kunskap om politik och praktik, fakta och forskning på jämställdhetsområdet – i ett nordiskt perspektiv och till en bred grupp av intressenter. Syftet är att den kunskap som förmedlas ska kunna fungera som underlag för politiska diskussioner i Norden. [Läs mer på NIKKs hemsida.](#)

## Om jämställdhet och medier i Norden – fler aktuella nordiska rapporter



### **Regulation of Gender – Discriminatory Advertising in the Nordic Countries**

undersöker hur könsdiskriminerande reklam är reglerad i de nordiska länderna.

[Ladda ner via Nordiska Ministerrådets webb](#) eller [Nordpub](#)

### **Women and men in the news: Report on gender representation in Nordic news content and the Nordic media industry**

[Läs nyhet på Nordicoms webb](#) med länkar till fler rapporter och källor

[Ladda ner via Nordiska ministerrådets webb](#) eller [Nordpub](#)

Rapporterna är publicerade inom ramen för det nordiska samarbetet på jämställdhetsområdet. Mer information om samarbetsprogrammet, mål och visioner finns [på Nordiska ministerrådets webb](#).

Läs även: [Fortsatt skev könsbalans i nordiska nyhetsmedier](#). .NIKKs intervju med ministerrådets projektledare Heidi Haggrén om rapporternas resultat [Nyhet NIKK 2017-08-24]

# Europe: Media Pluralism Monitor Report 2016

Media Pluralism | Nordics Europe June 2017 | EH

**The Media Pluralism Monitor has examined 30 European countries and finds that none of them is free from risks for media pluralism. The three Nordic countries in the survey – Denmark, Finland and Sweden – are reported as low-risk countries, but with warning signs due to a concentration in media ownership.**

The Media Pluralism Monitor, conducted by the Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), is a tool designed to assess media pluralism in the EU member states. It examines the risks for media pluralism in four thematic areas: basic protection, market plurality, political independence, and social inclusiveness. The results are based on 20 indicators, five per each area.

## *Generally low risks in the Nordic region*

In the Nordic countries there is generally good ground for media pluralism. In e.g. the area of basic protection – including freedom of expression, the right to information, the status of journalists, etc. – they all show low risks, in line with most of the EU countries.

MPM 2016: The Nordic countries' scores for risks for media pluralism (%)

	Denmark	Finland	Sweden
Basic protection	13	17	13
Market plurality	39	61	50
Political independence	18	44	7
Social inclusiveness	22	43	19

	Low risk
	Medium risk

Denmark and Sweden also show good results for political independence, with indicators such as editorial autonomy and independence of public service media; and for social inclusiveness, which measures media literacy and access to media by various social and cultural groups.

Finland, on the other hand, shows medium risks, which is mostly related to a lack of regulation. Here, the report suggests, e.g., that the relationship between the public service company Yle and the state should be formulated more explicitly (political independence) and that support to local and minority media should be expanded (social inclusiveness).

## *Small and highly concentrated Nordic markets*

The largest risk for media pluralism in the Nordic countries is linked to market plurality. Denmark, Finland and Sweden have a high concentration of media ownership, mostly explained by their being relatively small media markets. Also in the EU as a whole, the highest risks are related to market plurality; the media ownership concentration being the only indicator for which all countries score medium or high risks. Commercial and owner influence over editorial content is also a matter of concern for many EU countries, and for the two EU candidates under consideration.

[The 2016 results at CMPF's website](#)

Country reports: [Denmark](#) | [Finland](#) | [Sweden](#)

**About the method:** The CMPF cooperates with national researchers to carry out the data collection and to author the reports, which are reviewed by CMPF staff. Moreover, to ensure accurate and reliable findings, a group of national experts in each country review the answers to particularly evaluative questions. For more information on the methodology and the national researchers and experts involved, see each country report. [More about CMPF](#).

## UNESCO Study: Protecting Journalism Sources in the Digital Age

Freedom of Expression | Global June 2017 | MJL

**Protecting Journalism Sources in the Digital Age is the name of a new global study produced by WAN-IFRA for UNESCO. It examines the risks and challenges confronting the safety and privacy of journalistic sources in the new digital environment.**



This UNESCO-study examines the growing risks confronting forms of journalism dependent upon confidential sources and whistleblowers. The research seeks to assess the evolution of protective legal frameworks that support protection of journalistic sources and provides recommendations for the future of journalistic source protection.

The study finds that the legal frameworks that support protection of journalistic sources are under significant strain. This represents a direct challenge to the established universal human rights of freedom of expression and privacy, and one that especially constitutes a threat to the sustainability of investigative journalism.

Read more and download the report here: [UNESCO](#) | [WAN-IFRA](#)

**About the report:** This is the ninth edition in the UNESCO Internet Freedom Series, and covers 121 UNESCO Member States during the period 2007-2015. UNESCO series of publications on Internet Freedom aims to explore the changing legal and policy issues of Internet and provide its Member States and other stakeholders with policy recommendations aiming to foster a conducive environment to freedom of expression on the net. See [previous titles in UNESCO Series on Internet Freedom](#).

### **More reading: An attack on one is an attack on all**

In June, UNESCO published a report on the issue of safety of journalists. The report, named *An attack on one is an attack on all*, looks at the innovative, successful ways in which media companies, individual journalists and civil society organisations are coming together to improve journalists' safety and end impunity.

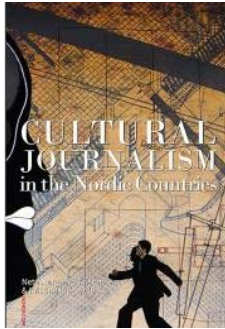
[Read more and download the report](#)



## Publikationer från Nordicom, open access

### Cultural Journalism in the Nordic Countries

Forskningsantologi | Norden maj 2017



**In an era when culture itself** has become central to political debates, when boundaries between hard news and soft news, facts and opinion are dissolving, cultural journalism contributes to democratic discourse on vital issues of our time. Cultural journalism is furthermore indicative of journalistic autonomy and specialisation within media organisations, and of the intertwined relationship between the cultural and political public spheres.

**Nordic cultural journalism** in the mainstream media covers more subjects today than ever before, from fine arts to gaming, media industries, and lifestyle issues.

At the same time, it harbours debates and reflection on freedom of expression, ethnicity and national identity. This book contributes to an emerging international research agenda on cultural journalism at a time when digitalisation, convergence and globalisation are influencing the character of journalism in multiple ways. Editors are Nete Nørgaard Kristensen and Kristina Riegert.

[Läs mer, beställ eller ladda ner](#)

### Nordicom-Information 1/2017

Tema: Medieforskning i samhället. Relationen mellan bransch och akademi



Detta nummer av *Nordicom-Information* sätter fokus på medieforskningens relevans i samhället. Med ett innehåll som består av forskningsöversikter, debattartiklar, intervjuer och en lista över nordiska forskningsprojekt på gränsen mellan akademi och bransch vill tidskriften skapa en mötesplattform för akademi och bransch, inte minst för att hitta modeller för nya typer av samarbeten.

Artiklarna handlar bland annat om hur den så kallade ”försoningsjournalistiken” skapas i samarbete mellan journalister och forskare, vilket värde den humanistiska forskningen har idag, på vilket sätt medieforskare kan fungera som motvikt till ”alternativa fakta” och hur arbetsmetoder och tankesätt beträffande forskning hämtas från företagsvärlden. Redaktörer är Maarit Jaakkola och Ragnhild Mølster.

[Läs mer, beställ eller ladda ner artiklarna](#)

**Hur borde forskningsresultatet spridas mer effektivt?** I samband med utgivningen av det senaste numret av *Nordicom-Information* ställde Nordicom frågan till fyra nordiska medieprofessorer och [deras svar finner du på vår webb](#).

## Nordicom Review Special Issue 1/2017

Tema: Being Old in the Age of Mediatization



This special issue of *Nordicom Review* examines media dynamics in the lives of older people and how these dynamics influence the perceptions of old age, ageing and older people. From a number of different perspectives, the articles in the issue present studies of the specific consequences media have on the later part of the life cycle and how old age and ageing is affected and shaped by processes of mediatization.

This issue concentrates on the question of how media influence our older generations and thus discusses how a mediatized society may contribute to confirming or altering conceptions of what it means to be old. Editors are Christa

Lykke Christensen and Line Nybro Petersen.

[Läs mer, beställ eller ladda ner artiklarna](#)

Här publiceras kontinuerligt [de senaste artiklarna enligt principen online first](#).

## Fler tidskriftsartiklar, open access

### Här finns journalistikforskning från hela världen

Forskningsartiklar | Finland Världen juni 2017 | MJ

**Kan journalistikforskning från hela världen samlas på en sajt? Projektet Journalism Research News finkammar nätet för att samla in nyheter om aktuell forskning till en plats. Webbtjänsten lanserades i Finland 2015 och har hittills presenterat nästan 1500 artiklar.**

Journalism Research News (JRN) samlar varje månad in ungefär 80 nya forskningsartiklar från vetenskapliga tidskrifter. Vid sidan av nyheter, trendöversikter och Call for Papers (CFP) presenterar JNR även egenproducerade videor samt akademiska platsannonser inom journalistik fältet.



Projektet startades vid Jyväskylä universitet i Finland 2014. Syftet var att lyfta fram europeisk forskning som motvikt till den amerikanska forskningens dominans i Europa, och för att amerikanska forskningsresultat sällan kan överföras direkt till europeiska eller nordiska förhållanden. Mellan 2015 och 2017 utvidgades tjänsten till att täcka även Nordamerika, Australien och Nya Zeeland. När Asien, Afrika och Sydafrika ansluts till forskningsbevakningen i slutet av året täcker JRN så gott som all den journalistikforskning som genomförs i världen.

Finansieringen har sedan 2014 kommit från Helsingin Sanomats stiftelse. När den upphör i slutet av 2017 är planen att ansluta JRN till det nystartade [Centret för öppen kunskap](#) vid Jyväskylä universitet.

[Besök Journalism Research News online](#)

[Projektets slutrapport 2015 \(PDF, finska\)](#) | [Fortsättningsprojektets slutrapport 2017 \(PDF, finska\)](#)

# Nya nummer av de nationella forskningstidskrifterna i Norden

Forskningstidskrifter | Norden sommar 2017

I Norge, Finland och Danmark står de nationella forskarföreningarna på medie- och kommunikationsfältet bakom varsin nationell forskningstidskrift: *Norsk Medietidskrift*, *Media & viestintä* och *MedieKultur: tidskrift for medie- og kommunikationsforskning*. Alla tidskrifterna har publicerat nya nummer under sommaren. [Se nyheter om och länkar till de senaste utgåvorna \(open access\)](#).

## Medietrender i Norden

**Redaktör:** [Eva Harrie](#)

### I detta nummer medverkar:

Eva Harrie, Nordicom (EH)  
Karin Hellingwerf, Nordicom-Sverige (KH)  
Maarit Jaakkola, Nordicom (MJ)  
Mia Jonsson Lindell, Nordicom (MJL)  
Mogens Vestergaard Kjeldsen, Nordicom-Danmark (MVK)  
Ulrika Facht, Nordicom-Sverige (UF)

### Utges av:

NORDICOM  
Göteborgs universitet  
E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)  
[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

Nordicom är ett samarbetsorgan inom 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

[Nyheter](#)

[Rapporttips](#) (länkar till aktuella rapporter från omvärlden)

[Publikationer från Nordicom](#)

[Prenumerera på nyhetsbrev](#)

