



# Medietrender i Norden

Nyhetsbrev från NORDICOM

No. 2, 2018 (oktober)

## Medieanvändning

■ Nordborna surfar snabbt och mobilt [nordiska telekommyndigheter]	2
■ Norden toppar digitalt EU-index [Europeiska kommissionen]	3
■ Digital News Report 2018 – incl. Denmark, Finland, Norway, Sweden [Reuters Institute]	5
■ Digital nyhetskonsumtion i Danmark, Finland och Norge 2018 [baserade på DNR 2018]	7
■ Europa: Stora skillnader i tillit till medierna – inkl. Danmark, Sverige [Pew Research]	7
■ Danskernes mediebrug bliver stadig mere digitalt [Slots- og Kulturstyrelsen]	9
■ Norge: Barn og medier-undersøkelsen 2018 [Medietilsynet]	10
■ Norsk mediebarometer: Kraftig ökning för strömmat innehåll [SSB Statistisk sentralbyrå]	11
■ Svensk mediebarometer: Nyhetsanvändning tar allt större plats på sociala medier [Nordicom]	12
■ Fyra rapporter om medie- och kulturvanor i Sverige [MPRT och Kulturanalys]	13
■ Sverige: Stabilt medieförtroende, men sprickor i fasaden [SOM-institutet]	14

## Mediemarknaden

■ Finn fakta om medierna i Finland [Finska statistikcentralen]	15
■ Største mediekonsern etter omsetning i Norge 2017 [medienorge]	16
■ Sverige har fått nationell kommersiell radio	17

## Aktuellt i mediepolitiken

■ Det danska medieavtalet 2019-2023	18
■ DRs public service-kontrakt 2019-2023	19
■ Nya riktlinjer för mediepolitiken i Finland 2019-2023 – regeringens principbeslut	20
■ Nya villkor för svensk public service 2020-2029 – PS-kommitténs slutbetänkande	21
■ Så ska svensk public service finansieras i framtiden – proposition	23
■ Tre nordiska länder breddar satsningarna på mediekunnighet, MIK	24
■ Hur styrs kulturpolitiken i Norden? [Kulturanalys Norden]	25

## Nationella forskningstidskrifter och konferenser

■ Media & viestintä nummer 2/2018 och Norsk medietidskrift nummer 3/2018	26
■ Forskarföreningarnas konferenser i Danmark och Norge hösten 2018	27

## Nytt från Nordicom: Antologier, tidskrifter och konferens

■ Medie- och informationskunnighet i den digitala tidsåldern [Nordicom, publikation]	28
■ Smaken för nyheter: Klasskillnader i det digitala medielandskapet [Lindell, Johan]	29
■ Media Innovation and Design in Cultural Institutions [Stuedahl & Vestergaard]	29
■ Nordicom-Information: Flera utmaningar för öppenhet i medier och kommunikation	30
■ Welcome to publish with Nordicom Review	30
■ Conference Call: Behind the Paywall 2019	31
■ Coming in 2019: Nordic Journal of Media Studies	32

# Medieanvändning

## Nordborna surfar snabbt och mobilt

Medieanvändning | Norden juni 2018 | EH

**Allt fler nordbor har abonnemang på snabbt bredband. De surfar också mobilt i allt större utsträckning. Men det finns skillnader mellan länderna visar en rapport från de nordiska telekommyndigheterna.**

Den årliga rapporten om elektronisk kommunikation i de nordiska och baltiska länderna sammanställs av de nationella regleringsmyndigheterna på området. Jämförelserna nedan omfattar de fem nordiska länderna.

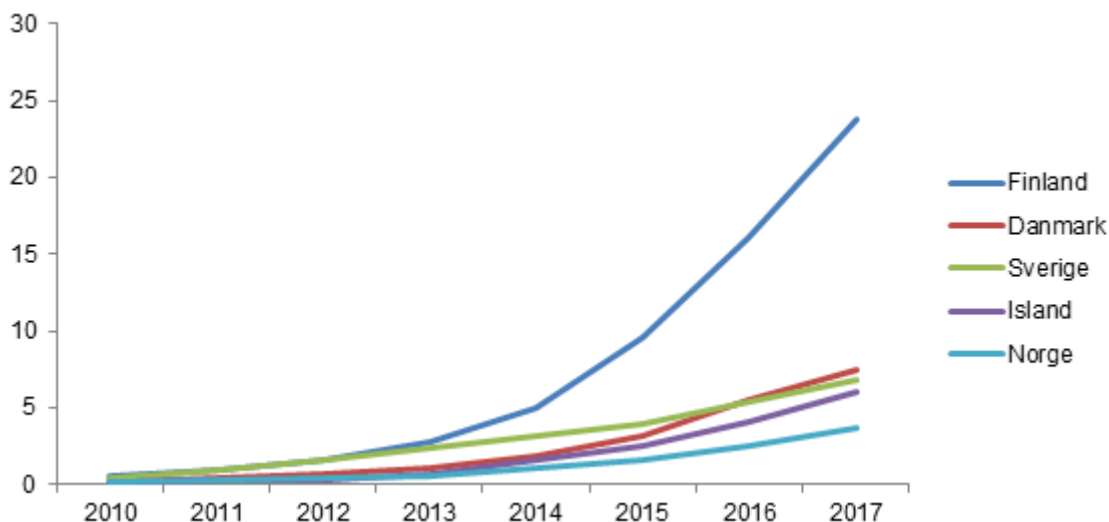
### *Fast bredband: Fler snabba abonnemang*

Tillgången till snabbt bredband via fiber ökar över hela Norden. Även antalet snabba abonnemang (100 Mbit/s) ökar i alla fem länderna. Flest snabba abonnemang har Sverige, följt av Island (26 per 100 invånare i Sverige, 20 per 100 på Island, jämfört med 9-13 per 100 invånare i Danmark, Finland och Norge).

### *Mobilt ökar – Finland drar ifrån*

Den mobila datatrafiken fortsätter att växa kraftigt i Norden, men det är stora skillnader mellan länderna i hur mycket data man konsumerar. Finländare använder mer än tre gånger så mycket data per invånare och månad som danskar och svenskar på andra och tredje plats (24 Gigabyte jämfört med runt 7 Gigabyte), se figur nedan. En faktor som bidrar till den höga trafiken i Finland är att många väljer abonnemang med obegränsad datamängd.

Antal Gbyte som överförs i mobilnäten per person och månad i Norden 2010-2017



Källa: [The Nordic Baltic Telecom Market 2017](#)

Att Finland är det mest mobila landet i Norden bekräftas av att antalet abonnemang per invånare på mobilt bredband (enbart mobildata) nästan är dubbelt så högt som i Danmark som kommer tvåa (40 abonnemang per 100 invånare i Finland jämfört med 23 per 100 i Danmark). Finland har också det högsta antalet mobilabonnemang (samtals- och datatjänster) per invånare totalt sett. Samtidigt ligger Finland i botten när det gäller abonnemang på fast bredband, där Danmark istället ligger bäst till.

### *IPTV störst på Island*

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

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

[Nationella telekomrapporter och databaser 2017](#) (PDF med länkar från Nordicoms databas)

Pressmeddelanden från nationella myndigheter:

Kommunikationsverket: [Finlands mobildominans fortsätter – för fast bredband är det sämre](#)

Viestintävirasto: [Suomen mobiilidominanssi jatkuu – kiinteän laajakaistan yhteyksien tilanne heikompi](#)

Nkom: [Fortsatt stor vekst for fiberbredbånd i de nordiske og baltiske landene](#)

PTS: [Fler har tillgång till fiber i Sverige än i grannländerna](#)

**Om rapporten:** *Telecommunications Markets in the Nordic and Baltic Countries 2017* innehåller data för de fem nordiska länderna samt Estland, Lettland och Litauen. Rapporten, som utarbetas årligen av regleringsmyndigheterna på telekomområdet i de åtta länderna, visar på utvecklingen till och med 2017. Statistiken finns även tillgänglig i en gemensam databas som startades 2007 (de baltiska länderna ingår sedan 2013).

## Norden toppar digitalt EU-index 2018

Medieanvändning, mediestruktur | Norden juni 2018 | EH

**Danmark, Sverige och Finland är EU:s mest högpresterande länder i digitalisering enligt EU-kommissionens index för 2018. Norge är inte med i rankningen eftersom landet inte är med i EU, men ligger på samma nivå som sina nordiska grannländer.**

De nordiska länderna lyckas bra med digitaliseringsarbetet. Det visar det årliga indexet DESI som mäter EU-ländernas utveckling på fem områden: digital infrastruktur, internetkompetens, internetanvändning, näringslivets användning av digital teknik och användningen av offentliga digitala tjänster.

**Danmark, Sverige och Finland** hamnar på första, andra och tredje plats i det totala indexet. Dessutom intar Norden förstaplatsen på fyra av fem delområden: Danmark är bäst i EU på internetanvändning och integrering av digital teknik medan Finland är bäst på internetkompetens och digitala offentliga tjänster.

DESI Index 2018: De nordiska ländernas rankning bland EU28

Position	Danmark	Sverige	Finland
<b>DESI totalt</b>	1	2	3
<i>Fem komponenter:</i>			
Uppkoppling	3	4	9
Internetkompetens	6	3	1
Internetanvändning	1	2	5
Integrering av digital teknik	1	4	2
Digitala offentliga tjänster	3	5	1

Källa: [DESI Index 2018](#) (Europeiska kommissionen)

Varje land utvärderas på fem områden, där de nordiska länderna genomgående får höga poäng. I mätningen ingår även Norge, medan rankningen enbart omfattar EU-länder. Poängmässigt ligger dock Norge på samma nivå som sina grannländer och skulle ha hamnat på femte plats totalt, och på första plats på delområdet internetanvändning, om man ingått i rankningen.[1]

**Under uppkoppling** mäts infrastrukturen för bredband. De fyra nordiska länderna ligger bra till, även om de inte intar toppositionerna. Finland är bäst i EU på mobilt bredband, men får ändå sin lägsta placering (nionde plats) vilket beror på att det är relativt få som har fast bredbandsuppkoppling. En framtida utmaning för Norden blir att nå ut till återstående landsbygds- och glesbygdsområden i respektive land.

**Inom internetkompetens**, eller humankapital, är Finland nummer ett. Området innefattar bland annat andelen internetanvändare (nästan alla nordbor är online) och tillgången till IKT-specialister[2] i landet (Finland har EU:s högsta andel IKT-specialister, följt av Sverige på andra plats).

**Vad gäller internetanvändning** är nordborna EU:s mest aktiva internetanvändare. Danmark och Sverige rankas som etta och tvåa bland EU-länderna (och Norge hade varit etta om landet ingått i rankningen). De nordiska invånarna lyssnar på musik/tittar på video/spelar spel online, ser på video-on-demand, läser digitala nyheter och använder sociala nätverk i högre utsträckning än de flesta européer. Allra flitigast är man i Norge, medan Finland ligger lite efter sina nordiska grannar vad gäller sociala nätverk och video-on-demand.

**När det gäller digital teknik** i näringslivet intar Danmark förstaplatsen. Det här området innehåller indikatorer som användning av molntjänster, som är mest utbredd i Finland (etta). Omsättningen för e-handeln samt andelen små och medelstora företag med onlineförsäljning är andra indikatorer där Norden ligger högt.

**Även utbredningen** och användningen av digitala offentliga tjänster är ligger på en hög nivå i alla nordiska länder. Finland intar återigen en förstaplats och Norge ligger på samma nivå. På indikatorer som e-förvaltning och e-hälsotjänster får alla nordiska länder höga poäng. Finland och Norge gör också bra ifrån sig vad gäller öppna data, medan Sverige och Danmark släpar efter.

Läs mer om [DESI, Digital Economy and Society Index, 2018](#)

Landprofiler på nationella språk och på engelska: [Danmark](#) | [Finland](#) | [Norge](#) | [Sverige](#)

Utforska DESI med [Digital Scorebord – visualiseringar av data](#)

[1] För Island, som inte heller är EU-medlem, är den senaste landrapporten från 2015.

[2] IKT står för informations- och kommunikationsteknik.

**Mer om Digital Economy and Society Index:** DESI 2018 baserar sig på data främst från 2017. Indexet kombinerar mer än 30 indikatorer och använder ett viktningssystem för att rangordna länderna efter deras digitala resultat. Detaljerade resultat för de indikatorer som ingår i de olika områdena presenteras i landprofilerna för respektive land. För mer information om metoden, se [DESI Fact Sheet](#).

# Digital News Report 2018

Media Consumption | Nordic June 2018 | EH

**The Nordic countries lead the world in paying for online news. This is according to the Digital News Report 2018, which compares online news consumption in 37 countries, including Denmark, Finland, Norway and Sweden.**

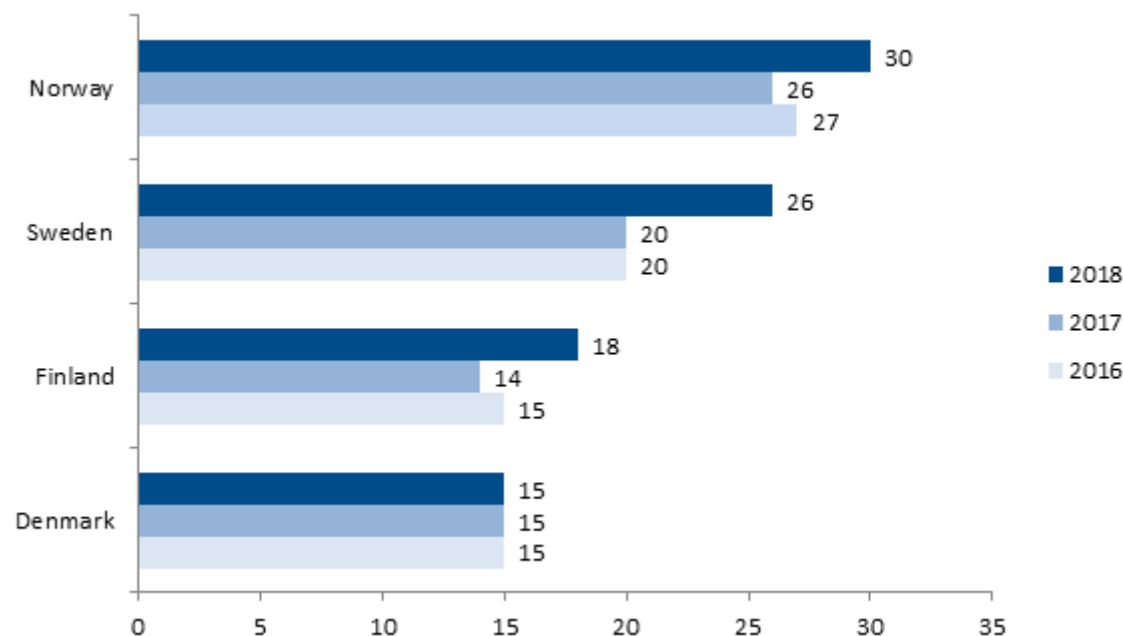
The Reuters Institute for the Study of Journalism has published its seventh annual report, looking to track and compare changes in online news consumption across countries. Europe remains a key focus, but the report also covers the US, Canada, and a number of countries in Asia and Latin America.

## *More people pay for online news*

Across all countries in the survey, the Nordic countries stand out as the most willing to pay for online news. Norway and Sweden top the league, with 30 and 26 per cent paying for online news, respectively. Eighteen per cent in Finland and 15 per cent in Denmark pay for online news.

Even if paying for online news has edged up in many countries, the significant increases are found in Sweden (+6 percentage points since 2017), Norway (+4), and Finland (+4). In Denmark, however, the level of payment for online news holds steady. All these countries have a small number of publishers, the majority of whom are relentlessly pursuing a variety of paywall strategies, and there is a strong tradition of reading and subscription.

Share of Internet users in the Nordic countries paying for online news 2016-2018 (%)



Source: [Digital News Report 2018 \(Reuters Institute for Journalism\)](#).

## *Smartphone the Number 1 device for news*

In the highly connected Nordic countries, online and mobile media are the main routes to news. Almost all Nordics use online news weekly, from 82 per cent in Denmark to 87 per cent in Norway and Sweden. For accessing online news, the smartphone is becoming increasingly important: it is the Number 1 device for news in Denmark, Norway and Sweden, and is continuously growing as a news platform (+7 percentage points in Denmark, +8 in Finland and Norway, and +5 in Sweden). In Finland, despite the smartphone growth, the computer is still slightly more common for accessing online news.

### *News via social media*

After years of growth, the use of social media for news has started to fall in a number of key markets. In the Nordics, where social media are used as a source of news by many (82-87 per cent on a weekly basis), the total level of use is almost unchanged this year, with the exception of Denmark, which is down 7 percentage points. The general downward trend is due mainly to a decline in using Facebook for news, which is also true for Denmark (down 5 points).

Still, Facebook is by far the most used social media platform for news in the Nordic countries (from 42 per cent in Finland to 53 per cent in Sweden per week), followed by YouTube in Finland, Norway and Sweden (12-15 per cent). The use of most of the platforms remains almost unchanged this year, the largest increases being for Snapchat in Norway and YouTube in Finland (+4 points). Among the Nordic countries' top five social media for news, Facebook is followed by other global networks. Finland is the exception to this, with the domestic chat/discussion forum Suomi24 in a stable fifth position, and an unchanged 5 per cent using it to read news every week.

### *More key findings*

Read the full report to learn more about the changing shape of social media and an increasing importance of messaging apps for news, issues of media trust and misinformation, the development of ad-blocking, podcasts and videos, and the most and least trusted media brands in each country, and more.

[Read the Digital News Report 2018 online: Full report](#) | [Analysis by country](#)

**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.

## Digital nyhetskonsumention i Danmark, Finland och Norge

Medieanvändning | Norden juni 2018 | EH



**I tre nationella rapporter analyserar medieforskare från Danmark, Finland och Norge resultaten i *Digital News Report 2018*.**

Rapporterna finns för nerladdning på respektive universitets webbsidor, se nedan.

**Danmark:** [Danskernes brug af nyhedsmedier 2018](#) (presenterar också nordiska jämförelser)

Författare: Kim Christian Schrøder, Mark Blach-Ørsten, Mads Kæmgaard Eberholst, RUC Roskilde Universitet

**Finland:** [Uutismedia verkossa 2018 – Suomen maaraportti](#)

Författare: Reunanen, Esa, Tampereen Yliopisto / Tammerfors universitet

**Norge:** [Bruksmønstre for digitale nyheter. Digital News Report 2018](#)

Författare: Hallvard Moe och Hilde Sakariassen, Universitetet i Bergen

## Europeisk studie: Stora skillnader i tillit till medierna

Medieanvändning | Norden Europa juni 2018 | EH

**Nyhetsmedierna är viktiga för samhället – det anser majoriteten i åtta europeiska länder i en ny studie. Men graden av förtroende för medierna skiljer sig åt, både mellan länder och mellan personer med populistiska/icke-populistiska åsikter. I studien ingår Danmark och Sverige.**

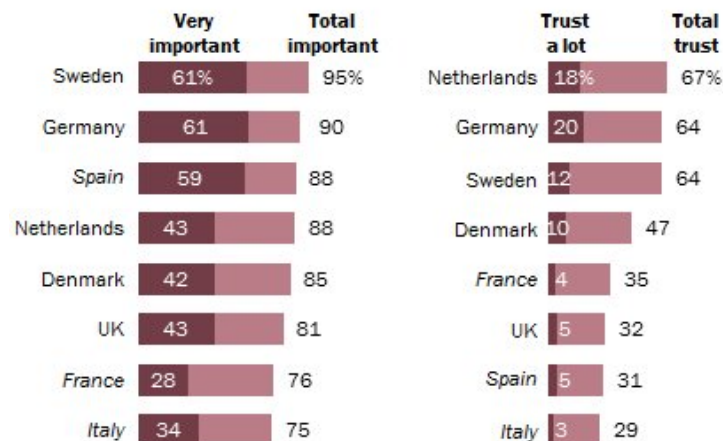
Pew Research Center, en amerikansk "fact tank" har gett ut en rapport om attityder till och förtroendet för (tilliten till) nyhetsmedier, de vanligaste nyhetskällorna samt användningen av sociala medier. Man har även undersökt tilliten till medier bland personer med populistiska/icke-populistiska åsikter respektive personer på vänster-högerskalan. I studien ingår åtta europeiska länder: Danmark, Frankrike, Italien, Nederländerna, Tyskland, Spanien, Storbritannien, och Sverige.

**Studien visar att majoriteten i alla länder anser att nyhetsmedierna spelar en viktig roll för ett fungerande samhälle. I Sverige anser nästan alla (95 procent) att medierna är viktiga. Sex av tio svenskar anser att de är mycket viktiga, jämfört med fyra av tio i Danmark. (se figur nedan).**

### Southern European countries express low trust in the news media

*% who say the news media are ...*

*% who trust the news media*



Note: Southern European countries are in italics. Total important is the sum of "very" and "somewhat" important. Total trust is the sum of "a lot" and "somewhat" trust.

Source: Survey of eight Western European countries conducted Oct. 30-Dec. 20, 2017.

"In Western Europe, Public Attitudes Toward News Media More Divided by Populist Views Than Left-Right Ideology"

PEW RESEARCH CENTER

**När det gäller tilliten/förtroendet för medier är det större variation, framför allt mellan länderna i norra respektive södra Europa (se figur ovan). Högst ligger Nederländerna, Tyskland och Sverige, där runt två tredjedelar har förtroende för nyhetsmedierna, jämfört med knappt hälften av befolkningen i Danmark. Längst ner på listan ligger Spanien och Italien.**

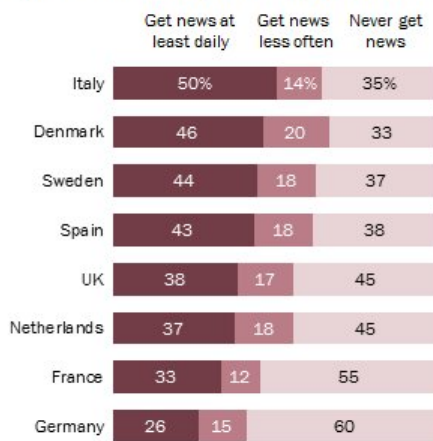
**De nordiska medierna får bra betyg för sina kärnfunktioner. I Sverige anser 85 procent att medierna täcker de viktigaste frågorna för dagen (första plats på listan) jämfört med 76 procent i Danmark (femte plats). Runt 70 procent av både svenskar och danskar anser att medierna är bra på att bevaka de styrande**

i landet (första respektive tredje plats). Och när det gäller att få fakta rätt, att vara redaktionellt oberoende och politiskt neutrala hamnar svenska respektive danska medier också i topp (andra respektive tredje plats).

**Personer med populistiska åsikter** [1] har dock mindre tillit till medierna. Förtroendet för medier skiljer sig åt mellan populisterna och icke-populisterna (men inte lika mycket mellan personer på vänster-högerskalan). Den största skillnaden finns i Sverige där 74 procent av icke-populisterna uppger sig ha förtroende för medierna jämfört med 49 procent av personer med populistiska åsikter. I Danmark är motsvarande förhållande 56 procent med förtroende för nyhetsmedier bland icke-populister och 34 procent bland populisterna. Det är dock bara i Nederländerna som andelen populisterna med förtroende för medierna (62 procent) är större än i Sverige.

### Majorities in most European countries get news from social media

% of adults in each country who \_\_\_\_ from social media



Source: Survey of eight Western European countries conducted Oct. 30-Dec. 20, 2017.

"In Western Europe, Public Attitudes Toward News Media More Divided by Populist Views Than Left-Right Ideology"

PEW RESEARCH CENTER

**Att dagligen få nyheter via sociala medier** är vanligast i Italien (50 procent), men Danmark och Sverige följer tätt på (se figur till vänster). Fler yngre än äldre använder sig av de sociala plattformarna för nyheter, och allra flest är de i Danmark, där tre fjärdedelar av 18–29-åringarna dagligen tar del av nyheter via sociala medier. Facebook är den vanligaste plattformen.

**Både danskar och svenskar** tycks vara medvetna konsumenter av nyheter via sociala medier, med en övervägande del som känner till källorna till nyheterna som möter dem på sociala plattformar. Samtidigt anger runt en femtedel (21 procent i Danmark, 16 procent i Sverige) att de inte är uppmärksamma på källorna, vilket dock kan jämföras med en tredjedel i Frankrike, Nederländerna och Italien.

[Läs rapporten på webben](#)

Faktablad Danmark: [News Media and Political Attitudes in Denmark](#)

Faktablad Sverige: [News Media and Political Attitudes in Sweden](#)

Sammanfattning av rapporten [på danska](#) och [på svenska](#)

[1] En persons åsikter definierades som populistiska om personen svarade att "De flesta valda politikerna bryr sig inte om vad personer som jag tycker" och "Vanligt folk skulle vara bättre på att lösa landets problem än valda politiker."

**Undersökningen genomfördes** under hösten 2017 (30 okt–20 dec) genom telefonintervjuer med runt 2000 personer (ålder 18+) i respektive land. Läs mer om [metod och de nationella undersökningarna](#).

Pew Research Center är en oberoende tankesmedja som bland annat publicerar [State of the News Media](#) om situationen och utvecklingen för de amerikanska nyhetsmedierna. Läs mer [om Pew Research Center](#).



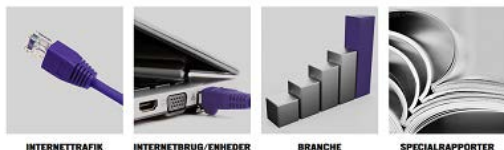
# Danskernes mediebrug bliver stadig mere digitalt

Mediebrug | Danmark juni 2018 | EH

**Danskernes mediebrug sker i stadig højere grad på digitale platforme. Streaming går frem, mens flow-tv og traditionel radiolytning går tilbage – og der er en kæmpe generationskløft mellem unge og ældre. Det viser Slots- og Kulturstyrelsens *Mediernes udvikling i Danmark 2018*.**



Danskernes mediebrug er under forandring og bliver stadig mere digital og mobil. Det konkluderer Slots- og Kulturstyrelsen i den femte udgave af den årlige rapport om mediernes udvikling i Danmark.



**Rapporten viser** blandt andet, at der fortsat bliver set mindre flow-tv og lyttet mindre på radio, mens flere og flere danskere – særligt de unge målgrupper – streamer via internettet, flere lytter til podcasts, og nyhederne oftere bliver læst på nettet. I forhold til de mere traditionelle medier som tv, radio og printavis er forskellen på de yngres og ældres mediebrug på en række områder blevet større.

Flere udpluk fra rapporteringen:

**I 2017 så danskerne** i gennemsnit traditionelt fjernsyn i 2 timer og 30 minutter dagligt. Forskellene mellem de yngre og de ældres tv-forbrug er fortsat markant. Eksempelvis så de 12 til 18-årige tv i 46 minutter om dagen, mens de 71-årige og derover så tv i 284 minutter.

**Radiolytningen er faldet** fra 1 time og 56 minutter dagligt i 2016 til 1 time og 51 minutter i 2017. I modsætning til 2016, hvor kun lyttetiden til et mindre antal kanaler faldt, er faldet i lyttetiden i 2017 fordelt over størstedelen af kanalerne.

**Over halvdelen** af danskerne (54 procent) har i 2017 streamet audiovisuelt indhold mindst én gang om ugen. Forskellen mellem de yngre og de ældre er imidlertid fortsat stor.

**Smartphonen er** det mest benyttede apparat, når danskerne skal på internettet både generelt og uden for hjemmet. I 2017 benyttede 83 procent af danskerne smartphone til at gå på internettet, hvilket er mere end dobbelt så mange som i 2011. I 2017 bruger markant flere ældre nu også smartphonen til dette formål.

Læs [Mediernes Udvikling i Danmark 2018](#)

Læs kapitlet [Overblik og perspektivering](#), der opsummerer udviklingen i og på tværs af de forskellige medieplatforme.

**Mere information:** Rapporteringen om mediernes udvikling i Danmark 2018 er udarbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen under rådgivning fra [et eksternt redaktionspanel](#) bestående af syv medieaglige forskere og brancherepræsentanter. Rapporteringen gennemfører analyser vedrørende de tre hovedtemaer mediebrug, medieindhold og mediebranche. Gennemførte analyser og undersøgelser formidles dels i en hovedrapportering hvert år før sommerferien, dels i løbende rapporter og konferencer med centrale temaer og resultater. [Læs mere om rapporteringen](#). Slots- og Kulturstyrelsen er en del af [Nordicoms statistiske netværk](#) og bidrager til danske data til Nordicoms [nordiske mediestatistik](#).

# Norge: Barn og medier-undersøkelsen 2018

Medieanvändning | Norge sep 2018 | CB

**Allt fler och allt yngre barn har tillgång till egen mobil och bland barn i 10-årsåldern har nästan alla, nio av tio, en smartphone. Ungefär hälften av 9-18-åringarna lägger två timmar eller mer på mobilanvändning – för mycket menar en del av dem själva. Det är några av resultaten från Norges största undersökning om barns medievanor *Barn og medier-undersøkelsen 2018* från Medietilsynet.**



Undersökningen omfattar en mängd teman kopplade till barn och ungas medievanor såsom användning av spel, sociala medier, tv och strömmade tjänster. Även andra frågor som rör medieanvändningen tas upp; nyhetsintresse, källkritik och förhållande till åldersgränser. Frågor om negativa upplevelser som mobbning på nätet och obehagligt sexuellt innehåll har också ställts.

**Undersökningen visar** även att barnen oftare är oeniga med sina föräldrar om hur mycket tid de lägger på medieanvändning (internet, mobil, film, tv, sociala medier och spel) än om vad de använder medierna till. Föräldrarna visar också större intresse för andra fritidsaktiviteter enligt undersökningens deltagare. På frågor om föräldrarnas tidsanvändning menar 25 procent av barnen att de tycker föräldrarna lägger för mycket tid på mobilen (näst efter arbete, 29 procent) och 18 procent av barnen tycker att föräldrarna lägger för mycket tid på sociala medier.

**Ungdomar i åldern 13-18** år har, enligt undersökningen, hög tilltro till sin egen förmåga att avgöra om information de finner är sann eller falsk (74 procent menar att de är lite eller väldigt duktiga på detta) eller om någon försöker lura dem (85 procent). Pojkar har betydligt större tro på sin egen förmåga än flickor, 62 procent av pojkarna anger att de är mycket bra på att förstå att någon försöker lura dem jämfört med 47 procent av flickorna. Att avgöra om information är sann eller falsk menar 43 procent av pojkarna att de är mycket bra på, medan motsvarande 29 procent av flickorna gör samma bedömning av sin egen förmåga.

**Som exempel på åtgärder** ungdomar vidtar om de stött på nyheter eller information som de misstänker är osanna uppger nära fyra av tio att de gör en sökning på nätet, tre av tio söker på etablerade nyhetsförmedlare (t ex *NRK*, *VG*, *Dagbladet*, *Aftenposten*). Tre av tio frågar en vuxen och drygt två av tio frågar sina vänner. 35 procent gör ingenting för att kontrollera vid misstanke om falsk nyhet/information. Även här finns skillnader mellan pojkar och flickor. Bland pojkarna är det 44 procent och bland flickorna är det 28 procent som svarar att de inte gör någonting om de träffat på nyheter/information som de misstänker är osanna. Men både pojkar och flickor blir mer aktiva med att kontrollera sanningshalten i och med stigande ålder.

[Läs mer och ladda ner undersökningen hos Medietilsynet](#)

Ladda ner [Barn og medier-undersøkelsen 2018 \(PDF\)](#) | [Foreldre og medier-undersøkelsen 2018 \(PDF\)](#)

**Sedan 2003 har Medietilsynet** regelbundet samlat in data om barns- och ungas medievanor, både från barnen själva och från föräldrar som fått frågor om barnens medievanor. Undersökningen ger värdefull kunskap om de ungas medievanor som ligger till grund för vägledning, undervisningsupplägg och andra insatser riktade mot barn och föräldrar. Resultaten från undersökningen, som genomförts av Sentio Research Norge på uppdrag av Medietilsynet, presenterades i mitten av september 2018 baseras på 5000 intervjuer med barn och ungdomar 9-18 år. Parallellt med denna genomfördes en undersökning bland 2200 föräldrar med barn i åldern 1-18 år.

# Norsk mediebarometer: Kraftig ökning för strömmat innehåll

Medieanvändning | Norge maj 2018 | EH

**Normmännen har aldrig tidigare lagt så mycket tid på internet. Och medan avisläsning, radiolyssnande och tv-tittande går neråt, ökar streamingtjänsterna kraftigt. Det visar Norsk mediebarometer 2017.**

Nio av tio normmän använder internet dagligen och bland användarna ligger genomsnittstiden på runt tre timmar per dygn. Ungdomar i åldern 16 till 24 år är de ivrigaste användarna med över fyra timmar per dygn. Under 2017 ökade användningstiden i alla åldersgrupper, förutom bland de äldsta (67-79 år).

## *Avisläsningen minskar både på papper och online*

Knappt sju av tio normmän läser en avis en genomsnittlig dag. Vanligast är att läsa tidningen online: drygt hälften av befolkningen läser på nätet jämfört med en knapp tredjedel på papper. Tidigare år har nedgången drabbat främst pappersläsandet, men under 2017 minskade läsningen även på nätet – och det totala tidningsläsandet hamnade för första gången under 70 procent.

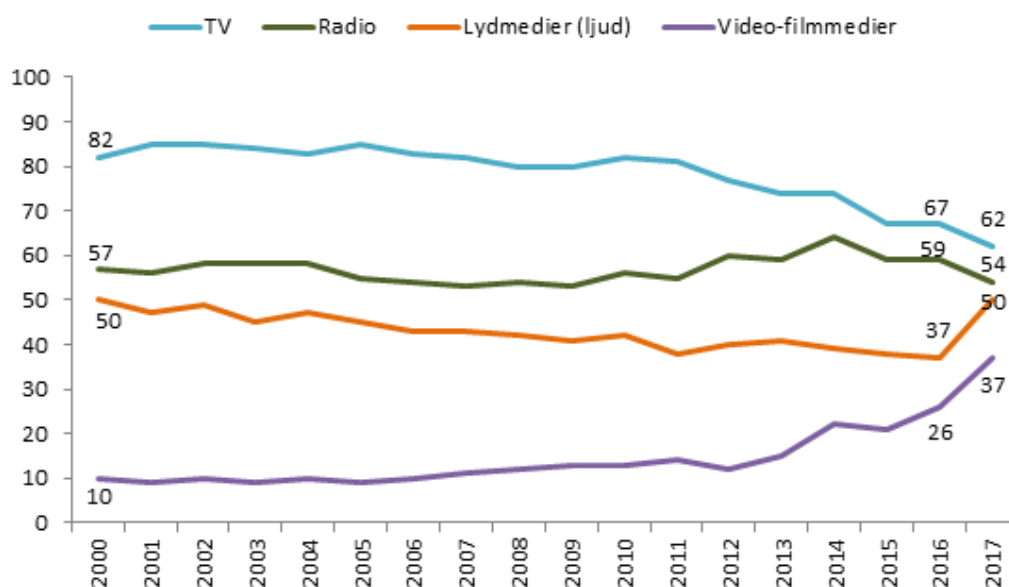
## *Radiolyssnandet minskar*

Det totala lyssnandet på linjär radio[1] faller. Under 2017 lyssnade 54 procent av befolkningen på radio ett genomsnittligt dygn, en nedgång från 59 procent året innan. Lyssnandet sjönk i alla åldersgrupper, utom den äldsta där den steg något. Från och med 2018 är norsk nationell radio helt digital (DAB och webb), och 2017 präglades av en stegvis nedsläckning av de nationella FM-näten. Under 2017 lyssnade en av tre på DAB-radio under loppet av ett dygn, jämfört med en av fyra 2016 (33 respektive 25 procent). Tillgången till en DAB-radio i hemmet ökade från 57 procent 2016 till 65 procent 2017.

## *Färre tittar på tv*

Normmännen ser mindre på linjär tv[1] än förr. År 2017 tittade 62 procent på linjär tv, en nedgång från 67 procent året innan. I de yngsta och äldsta åldersgrupperna (9 till 15 respektive 67 till 79 år) är tittandet stabilt, medan det minskar i övriga åldersgrupper, framför allt bland 16-24 åringarna.

Andel av befolkningen 9-79 år som ser på tv, lyssnar på radio eller använder ljud- eller video/filmmedier 2000-2017 (procent)



Källa: Norsk mediebarometer 2017, Statistisk sentralbyrå.



### *Sociala medier fortsätter sin frammarsch*

Svenska folket tillbringade mer tid på sociala medier under 2017 än föregående år. Facebook används i stor utsträckning oavsett ålder, med undantag av barn i åldern 9-14 år, där Snapchat är störst. Det huvudsakliga skälet som anges till att använda sociala medier är att följa vänner och familj. Men i ungdomsgruppen 15 till 24 år uppger 42 procent att de också använder Facebook för att ta del av nyheter. Facebook är därmed den vanligaste enskilda nyhetsdistributören bland ungdomar. Som jämförelse svarade 24 procent i samma grupp att de tar del av nyheter via morgontidningen och 26 procent genom Sveriges Television.

### *Färre lyssnar på radio – men webb-/poddradio ökar*

Även andelen radiolyssnare minskar. Under 2017 lyssnade 62 procent av befolkningen på radio en genomsnittlig dag, jämfört med 68 procent året innan. Men samtidigt som den totala andelen radiolyssnare minskar, har andelen som lyssnar på webb-/poddradio ökat från nio till tolv procent.

Läs om [fler resultat från Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2017](#)

Läs [mer om Mediebarometern](#)

**Mer 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 har tagit del av medier på traditionella och digitala plattformar. Syftet med undersökningen 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 2017 intervjuades 6 017 personer.

## **Fyra rapporter om medie- och kulturvanor i Sverige**

Medieanvändning | Sverige juli 2018 | EH

**Myndigheten för press, radio och tv och Myndigheten för Kulturanalys har publicerat en rad nya rapporter om svenskarnas konsumtion av medier, nyheter och kultur.**

De fyra rapporterna, som publicerats under sommaren, visar att medie- och kulturkonsumtionen blir alltmer digital, att generationsklyftorna blir allt tydligare och att det finns samband mellan kultur- och medievanor.

### **Mediekonsumtion och nyhetsvanor [Myndigheten för press, radio och tv]**

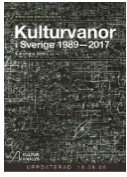


*Mediekonsumtion 2018* visar hur både den digitala och traditionella mediekonsumtionen förändras och att klyftan mellan den äldsta och den yngsta generationens medieanvändning blir allt tydligare. Slutsatserna baserar sig på statistik från Nordicom, MMS, Kantar Sifo, Internetstiftelsen med flera. [Läs mer](#)



*Svenska nyhetsvanor 2018* analyserar intresset för och konsumtionen av nyheter. Av rapporten framgår att de digitala plattformarna har fått en allt mer central roll i svenskarnas nyhetsanvändning, men att valet av nyhetsmedier och plattformar varierar stort mellan olika grupper i samhället. Rapporten är skriven av Ulrika Andersson, docent och forskare vid SOM-institutet. [Läs mer](#)

## Kultur- och medievanor [Myndigheten för Kulturanalys]



*Kulturvanor i Sverige 1989-2017* är en statistikrapport som visar att befolkningen i hög grad deltar i olika kulturaktiviteter. Bland annat har den stora majoriteten (85 procent) läst en bok, sju av tio har gått på bio och över hälften har besökt bibliotek under de senaste tolv månaderna. [Läs mer](#)



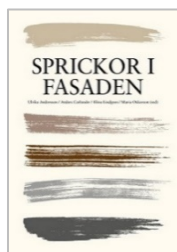
*Rummet av kultur- och medievanor i Sverige 2015* analyserar samband mellan olika kultur- och medievanor: om det finns grupper av kultur- och medievanor som tycks höra samman, om det finns variationer och polariseringar mellan olika grupper och hur kultur- och medievanor hänger samman med yrkesgrupper och social klass. Rapporten är skriven av Mikael Börjesson, professor i utbildningssociologi i Uppsala. [Läs mer](#)

**Om myndigheternas uppdrag och rapporter:** Myndigheten för press, radio och tv har i uppdrag att följa och analysera utvecklingen inom medieområdet och publicerar [en rapportserie om medieutvecklingen](#) i Sverige (konsumtion, politik, ekonomi och utbud). Myndigheten för kulturanalys har i uppdrag att genomföra kulturvanundersökningar och i rapportserien ingår [fler rapporter om både vuxnas och barn och ungas kulturvanor](#).

## Stabilt medieförtroende, men sprickor i fasaden

Medieanvändning | Sverige juni 2018 | EH

**Det finns tydliga skillnader mellan olika grupper vad gäller medieförtroende och nyhetsanvändning. Det framgår av SOM-institutets nya forskningsantologi som pekar på en ökad polarisering, men också en långsiktig stabilitet, i det svenska samhället.**



Rapporten *Sprickor i fasaden* bygger på SOM-institutets undersökningar om svenskars vanor, beteenden, åsikter och värderingar när det gäller samhälle, politik och medier. Den innehåller 25 kapitel, skrivna av ett trettiotal forskare som tar avstamp i 2017 års nationella SOM-undersökning. Analyserna visar att svenskarna har ett övergripande stabilt förtroende för medieinstitutioner, men det finns rörelser under ytan.

Bland annat är partipolariseringen i medieförtroendet större än någonsin, med ett ökat förtroende bland väljare som står till vänster i politiken och ett minskat förtroende bland väljare som står till höger. Den digitala klyftan i yngres och äldres val av nyhetsmedier är också påtaglig. Andra medie-relaterade kapitel i boken handlar om användningen av lokala medier och Facebooks betydelse, förändringar i tidningsläsningen under trettio år, traditionell och digital bokläsning, bibliotekens roll i den digitala världen, användningen av internet och inställningen till insamlingen av personliga data på nätet.

Ladda ner [alla kapitel på SOM-institutets hemsida](#)

Se även [datatidserier i Svenska trender 1986-2017](#)

Pressmeddelande 2018-06-26: [Fortsatt stabilitet trots påtagliga sprickor](#)

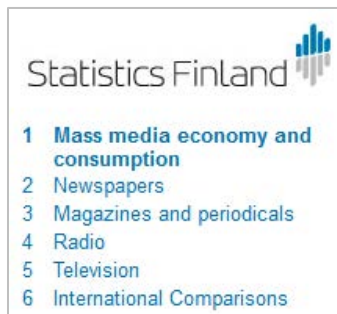
**Om SOM-institutet:** Institutet är en opartisk undersökningsorganisation vid Göteborgs universitet, som sedan 1986 har arbetat tillsammans med forskare inom en rad olika forskningsfält för att belysa opinioner och för att förstå svensk samhällsutveckling. SOM-institutet har från starten haft fokus 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. Läs mer [om SOM-institutet](#).

# Mediemarknaden

## Finn fakta om medierna i Finland

Medielandskapet | Finland maj 2018 | EH

**Vill du veta mer om medieekonomi, dagspress, tidskrifter, radio och tv i Finland? Ladda ner Finska statistikcentralens fem artiklar om utvecklingen på den finska mediemarknaden.**



Finska statistikcentralen har kompletterat sin mediestatistiktjänst med artiklar om utvecklingen inom olika mediesektorer. Artiklarna handlar om struktur, ekonomi, medieföretag och ägarförändringar, befolkningens tillgång till olika medier och utrustning, samt medieanvändning. De tar också upp hur digitaliseringen och mediepolitiken har påverkat utvecklingen för respektive sektor och lyfter fram olika framtidsperspektiv. Och för den som vill komplettera med mer data så länkar artiklarna till bakomliggande tabeller i statistikdatabasen.

Statistiktjänsten och artiklarna ersätter tillsammans den tidigare publikationen *Finnish Mass Media* som utkom sista gången under 2014. Allt material i databasen är tillgängligt på finska och engelska.

Här finner du databasen (artiklarna ligger längst ner under respektive medieflik):

[Finnish mass media statistics table service / Joukkoviestintätötilaston taulukkopalvelu](#)

**Finska statistikcentralen ingår i Nordicoms statistiknätverk** och bidrar med finsk data till Nordicoms nordiska mediestatistik. Den finska tabelldatabasen presenterar dessutom ett urval av Nordicoms nordiska översikter på finska och engelska under [International comparisons](#).

## Største mediekonsern etter omsetning i Norge 2017

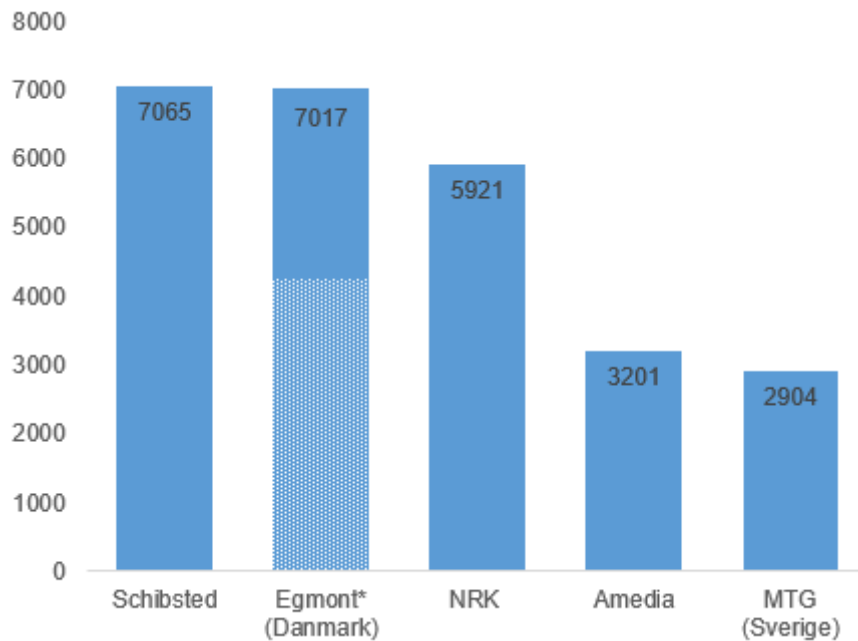
Mediemarked | Norge sep 2018 | medienorge

**Schibsted er igjen Norges største mediekonsern, etter at danske Egmont tok førsteplassen i 2016. Det er Schibsteds mediehus – det vil si avisene – som står for hoveddelen av konsernets omsetning i Norge. Det viser nye tall fra medienorge.**

Tre fjerdedeler av Schibsteds omsetning i Norge kommer fra avisene, mens rubrikkannonser på nett (blant annet Finn.no) utgjør én fjerdedel. Men rubrikkannonser er i dag langt mer lønnsomt enn aviser. Overskuddet i rubrikkselskapene er dobbelt så stort som for avisene: 657 millioner mot 331 millioner.

Også Schibsteds internasjonale rubrikkselskaper utenfor Norden er svært lønnsomme: De står for mer enn halvparten av det totale overskuddet i konsernet. Men Schibsted deles nå i to, og rubrikkvirksomheten utenfor Norden skilles ut som eget selskap, med «gamle» Schibsted som eier. Schibsted vil likevel beholde sin sterke posisjon i den norske mediesektoren, siden både mediehus og Finn.no beholdes i selskapet.

Fem største mediekonsern etter omsetning i Norge 2017 (mill. NOK)



\* TV 2 Gruppens omsetning på 4257 mill. NOK er markert. | Kilde: [medienorge](#)

Se [hele oversikten over største mediekonsern 2017](#)

Se også [mediekonsernens historie og virksomhet](#)

**Mer informasjon:** [medienorge](#) er en informasjonssentral for fakta om norske medier ved Universitetet i Bergen. Virksomheten finansieres av Kulturdepartementet. [medienorge](#) er en del av [Nordicoms statistiknettverk](#).

## Sverige har fått nasjonell kommersiell radio

Radio | Sverige sep 2018 | EH

**Sverige har, som sista landet i Norden, fått rikstäckande kommersiell radio – och därmed ett nytt radiolandskap. De tre bolag som har fått tillstånd att sända över hela landet är Bauer Media, NRJ och NENT Group (MTG).**



Från och med 1 augusti har Sverige ett nytt kommersiellt radiolandskap med tre nationella samt 35 regionala/lokala sändningstillstånd. Tillstånden gäller i åtta år (augusti 2018–juli 2026) och har delats ut till sju ägargrupper.[1] Tidigare var kommersiell radio [baserad på drygt hundra lokala tillstånd](#), som dock var knutna till två större radionätverk (Bauer Media och MTG Radio).

### *Bauer Media och NENT dominerar*

De bolag som fått de tre nationella sändningstillstånden är Bauer Media (Mix Megapol), NRJ Sweden (NRJ) och NENT Group (Rix FM). Förutom sina nationella tillstånd har Bauer Media och NENT Group fått 26 av de 35 regionala/lokala tillstånd. Genom avtal med övriga tillståndshavare, har de båda bolagen dessutom tillgång till resterande tillstånd för att sända sina egna format och/eller för annonsförsäljning.[2]



### *Slutet anbudsförfarande och sändningsavgifter*

Bolagen betalar en sändningsavgift för hela tillståndperioden. Avgiftens storlek är resultatet av ett slutet anbudsförfarande, där de sökande lämnade ett specifikt anbud för varje sökt sändningstillstånd. För de tre nationella tillståndsinnehavarna slutade det med en sammanlagd avgift på drygt 900 miljoner kronor (Bauer Media 408 miljoner, RBS Broadcasting 306 miljoner och NENT Group 201 miljoner kronor). Utslaget per år ligger den totala summan för alla sändningstillstånd – nationella och regionala/lokala – på ungefär samma nivå som tidigare.

### *Vad får lyssnarna?*

Med omläggningen får de flesta områden i Sverige fler kanaler. Det gäller framför allt mindre städer, där det ofta varit bara en eller två lokalradio-stationer att lyssna på utöver SR, Sveriges Radio. I tillägg till den kommersiella radion har lyssnarna tillgång till SR:s fyra nationella kanaler, regionala fönster och några lokala kanaler. I Sverige finns också närradio: cirka 150 stationer som sänder över mycket lokala områden, framför allt av icke-kommersiella aktörer.

Läs mer hos Myndigheten för press, radio och tv:

[Analog radio 2018 \(tillstånd, ansökningsprocess, frekvensplan, osv\)](#)

[Pressmeddelande 01.08.2018: Nu kan du lyssna på Mix Megapol, NRJ och Rix FM hela vägen](#)

Statistik från Nordicoms tabell databas (excel):

[Antal nationella, regionala och lokala radiostationer i Sverige 1925-2018](#)

[1] Följande företag har fått sändningstillstånd: Bauer Media AB, NRJ Sweden (hette tidigare RBS Broadcasting AB), Kilohertz AB (NENT Group som tillhör MTG), DB Media AB, Nya Radio City (hette tidigare Mad Men Media AB), Radio Nova AB (tillhör NTM) och Svenska Medietjänster AB. Ladda ner [listan över tillståndsinnehavarna](#) hos Myndigheten för press, radio och tv.

[2] Se respektive företagsajt för mer information om stationer och radioformat: [Bauer Media](#) (som samarbetar med NRJ) och [NENT Group](#).

# Aktuellt i mediepolitiken

## Det danska medieavtalet är klart

Mediepolitik | Danmark juli 2018 | EH

**Danmark har fått ett nytt mediepolitiskt avtal för de kommande fem åren. I överenskommelsen ingår bland annat två nya public service-kanaler med fokus på kultur, mer pengar till public service-produktion utanför DR och ökat stöd till nyhetsmedier. Samtidigt skärs anslagen till DR ned med 20 procent.**

Den danska regeringen (Venstre, Liberal Alliance och Det Konservative Folkeparti) och Dansk Folkeparti kom i juni överens om mediepolitiken för perioden 2019-2023.

### *Nedskärningar för DR och smalare innehåll*

Klart sedan en [tidigare överenskommelse](#) var att DRs anslag under de följande fem åren skärs ned med 20 procent och att licensavgiften ersätts med skattefinansiering. DR ska också minska antalet egna tv-kanaler från sex till fyra och fokusera på innehåll som inte erbjuds av kommersiella aktörer (nyheter, kultur, innehåll för barn och unga, med mera).

### *Nya kanaler och ändringar i tillstånd*

Samtidigt ska det startas en ny tv-kanal med fokus på kultur- och folkbildning och en ny digital radio-kanal med klassisk musik. Båda kanalerna, vars tillstånd ges under nästa år, ska finansieras av statliga anslag och reklam och placeras utanför Köpenhamn ("väster om Stora Bält"). Tillståndet som innehas av den privatägda public service-kanalen Radio24Syv löper ut nästa höst. När tillståndet förnyas blir det med minskande anslag och krav på placering utanför Köpenhamn (också ("väster om Stora Bält").

### *Mer pengar till public service-fonden*

Public service-fonden, som går till produktion av public service-program utanför DR, får ökade anslag. Pengarna ska användas till produktion av kvalitetsinnehåll oavsett plattform (dock inte text).

### *Ökat stöd till nyhetsförmedling*

Avtalet innebär även mer pengar till digital samt lokal och regional nyhetsförmedling. Planen är att de digitala nyhetsmedierna ska få nollmoms på samma sätt som tryckta tidningar, men eftersom det inte går med dagens EU-regler så får de tills vidare ett utökat ekonomiskt stöd. Det blir också mer pengar till lokala och regionala nyhetsmedier via en öronmärkt pott.

### *Stopp för förslag om FM-släckning*

Regeringen fick däremot inte stöd för sitt förslag att släcka FM-nätet redan år 2021. Därför gäller fortfarande att FM-nätet kan släckas tidigast två år efter att det digitala radiolyssnandet nått 50 procent. Det blir heller ingen försäljning av den statsägda kanalen TV2, även om avtalet öppnar för en delvis privatisering om några år.

Ladda ner hela medieavtalet: [Medieaftale 2019-2023](#) (PDF)

Kulturministeriet: [Fakta medieaftaler](#)

Kulturministeriet: [Pressemeddelelse 29.06.2018](#)

Regeringen: [Nyhed 29.06.2018](#)

# Nytt public service-kontrakt i Danmark: Stora besparingar för DR

Mediepolitik | Danmark sep 2018 | EH

**Ett nytt public service-kontrakt slår fast DR:s public service-mål för de kommande fem åren. Innehållet ska bli smalare, kanalerna färre och webbartiklarna kortare.**

Kulturminister Mette Bock och DR har ingått ett nytt public service-kontrakt, som presenterades den 18 september. Kontraktet innebär bland annat att budgeten skärs ned med 20 procent över fem år, vilket kommer att leda till stora förändringar i DR:s utbud, distribution och organisation.

**Här nedan är några av punkterna i kontraktet.**

*Innehållsmässigt* ska DR prioritera nyheter, barn och unga, folkbildning, kultur – bland annat dansk-producerat drama och dansk musik – samt regionala sändningar.

*På webben* ska DR ha fokus på egna, danska produktioner med ljud, bild och text. DR får ha text-baserade nyheter, men ska undvika långa och fördjupande artiklar.

*Antalet linjära tv-kanaler* ska minska från sex till tre kanaler till år 2020: DR1, DR2 och DR Ramasjang. Det görs genom att DR2 och DRK läggs ihop till en linjär kanal med fokus på samhälle och kultur, medan DR Ultra och DR3 blir helt digitala. Samtidigt görs satsningar på DRTV online.

*Även antalet radiokanaler* reduceras, från åtta till fem kanaler fram till år 2020. P1, P2, P3, P4 och den digitala kanalen P5 ska finnas kvar, medan de tre digitala radiokanalerna P6 Beat, P7 Mix och P8 Jazz läggs ned.

*Den spar- och utvecklingsplan* som DR sammanställt för att hantera de minskade anslagen innebär också att 375-400 anställningar försvinner. Sport, underhållning, livsstil och utländsk fiktion är de områden som drabbas av de största nedskärningarna.

DR:s public service-kontrakt, som motsvarar ett sändningstillstånd, är en uppföljning av medieavtalet 2019-2023, som regeringen (Venstre, Liberal Alliance och Det Konservative Folkeparti) och Dansk Folkeparti kom överens om i juni. Kontraktet träder i kraft 1 januari 2019 när det gällande kontraktet för 2015-2018 går ut.

Läs mer:

[DR's public service-kontrakt for 2019-2023 \(PDF\)](#)

Kulturministeriets pressmeddelande 18.09.2018: [Ny public service-kontrakt for DR](#)

DR 18.09.2018: [Omfattende forandringer i DR](#)

DR: [Det nye DR – spare- og udviklingsplan](#)

# Nya riktlinjer för mediepolitiken i Finland

Mediepolitik | Finland september 2018 | EH

**Regeringen har fattat ett principbeslut om mediepolitiken i Finland. Ett nytt mediepolitiskt program ska stärka mediemångfald, journalistik och mediekompetens – och därmed demokrati och yttrandefrihet.**

Regeringen (statsrådet) fattade i juli ett principbeslut om ett mediepolitiskt program, med en rad mål och åtgärder som sträcker sig fram till år 2023. Programmet är resultatet av ett samarbete med mediebransch, myndigheter och forskare med flera. Det har arrangerats samrådsmöten med en rad olika intressenter, och man har i arbetet använt sig av [utredningen om mediepolitikens tillstånd och mätning](#). Utredningen publicerades i våras och efterlyste ett helhetsgrepp om mediepolitiken, ett tydligare medborgar-perspektiv och en systematisk uppföljning av utvecklingen.

**Här nedan är några av målen** och åtgärderna i det nya medieprogrammet.

## *Stödja kvalitetsjournalistik*

Momsen på e-tidningar och andra e-publikationer ska sänkas till samma nivå som för tryckta versioner, så fort ändrade EU-regler gör det möjligt. Dagens stödprogram för kulturtidskrifter och dagspress ska utvidgas till att gälla nya aktörer och publikationer som producerar nyheter, och dessutom ska nyhetsbyrån [STT/Finska notisbyrån få ett engångsstöd \(finska\)](#) för att trygga nyhetsverksamheten i det nya digitala medie-landskapet. (Åtgärderna i programmet gäller medier som förbinder sig att följa Journalistreglerna och bedriva "ansvarsfull journalistik", läs mer hos [Opinionsnämnden för massmedier.](#))

## *Arbeta för förutsägbara lagar och regler*

Målet med medieregleringen är att skapa en stabil verksamhetsmiljö för branschen. Bland annat ska [radions kommande koncessionsbeslut](#) bidra till kontinuitet och mångfald, och även ta hänsyn till den icke-kommersiella radions möjligheter (se även [pdf](#)). På EU-nivå ska Finland arbeta aktivt i frågor om reglering av globala plattformar, integritetsskydd och upphovsrätt.

## *Främja distribution och tillgänglighet*

Tillgången till snabbt bredband ska främjas. Målet är kopplat till kommunikationsministeriets [strategi för digital infrastruktur](#), vars åtgärder är viktiga även för distribution av medietjänster. Att öka tillgängligheten för olika språkgrupper och på teckenspråk är ytterligare ett mål. Medieprogrammet poängterar att det är statens uppgift att säkra medietjänster för specialgrupper och uppmuntrar Yle (Rundradion) att utveckla teknologier som också kommersiella aktörer kan använda. Även incitament för utveckling av medietjänsters tillgänglighet kan komma ifråga.

## *Stärka MIK och motverka desinformation och hatprat*

De [nationella riktlinjerna för MIK](#) (medie- och informationskunnighet) ska uppdateras. Bland annat ska åtgärder riktas mot nya grupper, som vuxna och olika specialgrupper. MIK är också ett viktigt inslag i utbildningen för lärare och andra pedagoger. En faktagranskningsverksamhet för att motverka desinformation ska utvecklas tillsammans med branschens aktörer, medan åtgärder mot näthat (hatprat) ska ses över inom ramen för den nationella [handlingsplanen för grundläggande och mänskliga rättigheter](#).

## *Skapa nätverk för mediepolitiken*

Samarbetet om det mediepolitiska programmet, som var ett nytt grepp i finsk mediepolitik, fortsätter framöver i ett nytt mediepolitiskt nätverk. Mediepolitiken kommer att diskuteras på regelbundna

möten, varav det första äger rum redan i september. Man ska också börja med en systematisk uppföljning av mediepolitiken och utveckla den mätmodell som föreslås i utredningen om mediepolitikens tillstånd och mätning (se ovan).

#### *Inga extra medel*

Åtgärderna ska genomföras inom budgetramen och genom befintliga anslag. Åtgärder som kräver ökade anslag beslutas inom ramen för statsfinanserna och årliga budgetar.

[Regeringens \(statsrådets\) pressmeddelande på svenska](#)

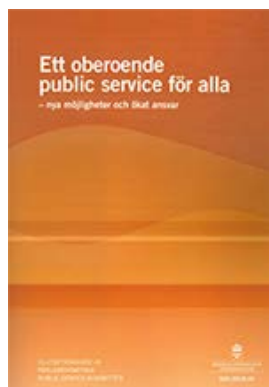
[Ladda ner det mediepolitiska programmet på svenska \(PDF\)](#)

[Lue lisää ja lataa mediapoliittinen ohjelma suomeksi](#)

## Nya villkor för svensk public service 2020

Mediepolitik | Sverige juni 2018 | UF

**Public service verksamhet på digitala plattformar ska förtydligas och public service-företagen bli viktigare för lokal journalistik i underbevakade områden. Det föreslår den svenska public service-kommittén i sitt slutbetänkande.**



År 2020 börjar en ny tillståndperiod för sändningar av svensk public service tv och radio vilket bedrivs av Sveriges Radio, Sveriges Television och Utbildningsradion (SR, SVT, UR). I juni 2018 presenterade den parlamentariska public service-kommittén sitt slutbetänkande inför 2020.

#### *Kärnverksamheten är ljud och rörlig bild*

Den nuvarande strukturen för programföretagens sändningstillstånd, tilldelning av medel och tillgänglighet ska i stort bestå under nästa period. SR, UR och SVT ska koncentrera verksamheten till sina kärnkompetenser som är ljud och rörlig bild. I synnerhet SVT:s och SR:s nyhetsverksamhet ska koncentreras till ljud och rörlig bild. Avsikten är att förtydliga företagens verksamhet på internet för att undvika konkurrens med kommersiella medier som bedriver journalistik.

#### *Verksamheten online förtydligas i väntan på en teknikneutral reglering*

Public service ska fortsatt nå 99,8 procent av befolkningen via sändningar i marknätet/etern. Public service-företagen ska använda de plattformar som behövs för att nå publiken med sina linjära sändningar. Det betyder att radio- och tv-program ska vara fritt tillgängliga på bolagens digitala plattformar på öppna delar av internet, och företagen bör fortsätta utveckla dessa för att göra sitt innehåll tillgängligt on-demand.

År 2023 kommer reglering av programföretagens innehåll på internet att bli likadan som den är i marknätet/etern, förutsatt att nödvändiga och planerade grundlagsändringar träder i kraft. [Grundlagen \(YGL\) måste ändras](#) för att public service-uppdraget ska kunna utformas teknikneutralt och för att det ska finnas möjlighet att i efterhand granska innehållet i tråd (dvs internet).

### *Sociala medier för interaktion med publiken*

Kommittén menar att sociala medier och globala distributionsplattformar får användas för att informera om företagens utbud och för att interagera med publiken. Däremot ska företagen inte publicera material exklusivt för sådana plattformar, i synnerhet inte om det innebär att användarna måste skaffa något slags konto för att komma åt public service-innehåll. Undantag kan endast göras om det bedöms nödvändigt för att nå en viss publik som de egna plattformarna inte når.

### *Public service ska stärka lokal nyhetsförmedling*

Det är viktigt att bevara förtroendet för företagen, i synnerhet uppdraget att de ska spegla hela landet och en varierad befolkning. Flera rapporter och utredningar har pekat på en minskad journalistisk närvaro i och bevakning av svenska kommuner. För att öka den lokala mångfalden ska public service stärka journalistiken i svagt bevakade områden. Utredningen öppnar också för mer samverkan med kommersiella medier på lokala marknader. Kommittén pekar även på att uppdraget bör inriktas på samhällsbehov som kommersiella marknadsaktörer inte kan tillgodose.

### *Förhandsprövning för kompletterande verksamheter*

Utredningen skriver att förhandsprövning kan användas för att pröva kompletterande verksamheter, men ska inte tillämpas på public service-företagens kärnverksamhet.

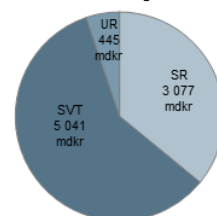
### *Tio år är en ovanligt lång tillståndsperiod*

Nästa tillståndsperiod är tio år till skillnad från att de under 2000-talet har varit sex år. Det finns ett tidigare förslag att tillståndens längd ska ökas till åtta år och för att passa in övergången till Riksdagens mandatperiod kommer den därpå följande tillståndsperioden därför att inledas 2030.

### *Programföretagens finansiering stabil*

Förslaget är att 2020 tilldelas public service-företagen drygt 8,5 miljarder kronor vilket är i nivå med hur mycket de brukar få, och medelstillelningen fortsätter som tidigare att höjas med 2 procent per år och företag. Går förslaget om en övergång till en individuell avgift för finansieringen (presenterat av regeringen i maj, se nedan) av public service igenom, läggs Radiotjänst, myndigheten som ansvarar för insamling av den nuvarande radio- och tv-avgiften, ner. Radiotjänsts årliga medel, 166 miljoner kronor, ska då gå in i programföretagens budgetar.

Föreslagna medel till public service-företagen 2020



### *Mycket av public service uppdrag består*

Det råder till stora delar parlamentarisk enighet kring utredningens förslag och mycket i det innebär inte några stora förändringar i uppdragen. Det gäller till exempel public service-bolagens breda innehållsuppdrag, spegling av och produktion från hela landet, program för minoriteter, anpassning till funktionsnedsatta, filmproduktion och sponsring. Nyhetssändningar på utländska språk kommer fortsätta hanteras av Sveriges Radio.

Läs mer och ladda ner utredningen SOU 2018:50:

[Ett oberoende public service för alla – nya möjligheter och ökat ansvar](#)

## Så ska svensk public service finansieras i framtiden

Mediepolitik | Sverige maj 2018 | EH

**Radio- och tv-avgiften, som finansierar SR, SVT och UR, ska avskaffas och ersättas med en öronmärkt skatt. Det föreslår den svenska regeringen i sin proposition "Långsiktig finansiering och stärkt oberoende för public service".**

Regeringens förslag, som presenterades i slutet av maj, är att hushållens licensavgift som är kopplad till tv-innehav avskaffas och ersätts med en public service-avgift som är individuell. Förslaget innebär en specialdestinerad skatt, avskild från stadsbudgeten och öronmärkt för public service. Den ska betalas av alla över 18 år med en beskattningsbar inkomst (personer utan inkomst betalar inte någon avgift).

Avgiften är relaterad till hur stor inkomst en person har och det finns ett tak som förväntas bli drygt 1300 kronor för 2019, att jämföra med dagens avgift på 2400 kronor per hushåll. Avgiftens storlek beräknas varje år i förhållande till inkomstbasbeloppet, vilket innebär att den följer inkomstutvecklingen i samhället. Andra förslag är att förlänga sändningstillstånden från sex till åtta år, att avskaffa riksdagens årliga avgiftsprövning och istället låta dess beslut gälla hela tillståndsperioden, samt att förtydliga att avgiften endast får användas till public service.

Syftet med förslagen är att skapa ett långsiktigt stabilt finansieringssystem som uppfattas som legitimt av avgiftsbetalarna och som värnar oberoendet för public service. Ändringarna föreslås träda i kraft den 1 januari 2019.

Läs mer och ladda ner:

[Regeringens proposition 2017/18:261: Långsiktig finansiering och stärkt oberoende för public service](#)

### Vad sker med finansieringen av public service-medierna i övriga Norden?

I Danmark [togs ett beslut i mars 2018](#) (som även ingår i medieavtalet, se ovan) om att licensavgiften ska ersättas med skattefinansiering, med en gradvis utfasning från och med 2019. I Norge är frågan om en ny finansieringsmodell för NRK under utvärdering, se [regeringens förslag](#) om att ersätta licensavgiften med en teknikneutral medieavgift och [Mediemangfoldets rapport](#). På Island och i Finland ersattes licensavgiften med en specialdestinerad skatt år 2009 respektive 2013. Se den internationella utblicken i [svenska public service-kommittens utredning från oktober 2017](#) (sid. 76-95).

**Ladda ner** nordiska översikter från [Nordicoms tabelldatabas](#):

- [Public service funding systems in the Nordic countries in 2018](#) (excel)
- [TV and radio licence fees or special taxes in the Nordic countries 2002-2018](#) (excel)

# Tre nordiska länder breddar satsningen på mediekunnighet

Mediepolitik MIK | Finland, Norge, Sverige sep 2018 | EH

**Medie- och informationskunnighet (MIK) blir ett allt viktigare medel för att stärka demokrati och yttrandefrihet. Finland, Norge och Sverige breddar nu sina insatser – från fokus på barn och unga till att omfatta även vuxna och olika specialgrupper.**

## Medie- och informationskunnighet i den digitala tidsåldern

EN DEMOKRATIFRÅGA

Finland, Norge och Sverige har under de senaste månaderna lanserat initiativ för ökad mediekompetens i hela befolkningen – och för ett livslångt lärande. De svenska satsningarna tar sitt stöd i en kunskapsöversikt om MIK som Nordicom, genom Unesco-professor Ulla Carlsson, tagit fram på uppdrag av Kulturdepartementet (se nedan).

### Mediepolitiskt program i Finland ska stärka MIK

Att stärka mediekunnsigheten, och att motverka desinformation och näthat, är tydliga mål i regeringens [mediepolitiska program 2019-2023](#) som presenterades i juni. Enligt programmet ska de nationella [riktlinjerna för MIK 2013-2016](#) uppdateras och MIK-insatser riktas mot nya grupper som vuxna och specialgrupper. MIK ska också beaktas i utbildningen för yrkesgrupper som lärare, pedagoger och andra utbildare. Åtgärder mot näthat ska ses över inom ramen för den nationella handlingsplanen för grundläggande och mänskliga rättigheter. (Läs även kapitlet *Finland. En lång tradition av mediefostran* av Maarit Jaakkola i Nordicoms MIK-översikt.)

### MIK – ett prioriterat område i Norge

Mediekunnsighet utgör en del av Medietilsynets verksamhet, och i regleringsbrevet för 2018 betonas MIK som en av de absolut viktigaste insatserna för 2018. Enligt en ny [strategisk plan](#) ska Medietilsynet främja demokrati och yttrandefrihet genom att arbeta för mediemångfald och kritisk medieförståelse i hela befolkningen, efter att tidigare MIK-insatser varit begränsade till barn och unga. (Läs även kapitlet *Norge. MIK ett prioriterat område av två inom Medietilsynet från 2018* av Ulla Carlsson i Nordicoms MIK-översikt.)

### Två nya nationella MIK-uppdrag i Sverige

Regeringen beslutade i augusti om en nationell [satsning på medie- och informationskunnighet](#), där en särskild utredare ska arbeta med insatser som ökar människors motståndskraft mot desinformation, propaganda och näthat. Eftersom det också finns ett behov av en myndighet med ett permanent uppdrag att arbeta långsiktigt med MIK, har regeringen [gett Medierådet i uppdrag](#) att utveckla ”former för en förstärkt samverkan av insatser för MIK”. Uppdragen ska redovisas i oktober 2020 respektive maj 2019.

MIK finns också med i den [demokratistrategi](#) som regeringen beslutade om 20 juni. I Strategi för en stark demokrati – främja, förankra, försvara fastslås att ”medie- och informationskunnighet handlar ytterst om att långsiktigt bibehålla en uthållig demokrati och värna respekten för yttrandefriheten” och även en framtida MIK-organisation berörs.



## Medie- och informationskunnighet i den digitala tidsåldern. En demokratifråga



Kunskapsöversikten *MIK, Medie- och informationskunnighet i den digitala tidsåldern. En demokratifråga* kartlägger MIK-insatser och aktörer i Sverige, gör nedslag i dagens mediekultur och i MIK-begreppet samt redovisar aktuell forskning och praktik (best practices). Den beskriver också MIK-arbetet i Finland, Norge och Irland samt på europeisk och internationell nivå. Redaktör för rapporten, som publicerades av Nordicom i augusti, är [Ulla Carlsson](#), professor och UNESCO Chair on Freedom of Expression.

**Konklusionerna från rapporten** presenterades redan i maj på [en MIK-konferens](#), som arrangerades av UNESCO-professuren vid Göteborgs universitet och Svenska Unescorådet i syfte att diskutera och finna modeller för att främja medie- och informationskunnighet utifrån ett demokrati-perspektiv. Under konferensen, med ett brett deltagande av aktörer och fyra statsråd, redovisades kunskapsöversiktens slutsatser, vilket även gav spår i den demokratistrategi som regeringen beslutade om 20 juni, se ovan.

[Ladda ner och läs publikationen här](#)

## Hur styrs kulturpolitiken i Norden?

Kulturpolitik | Norden maj 2018 | EH

**Kulturanalys Norden har publicerat en rapport om kulturpolitisk styrning i Norden. Den visar bland annat att ansvaret för kulturpolitiken i allt större grad förs från den nationella nivån till regioner och grupper av kommuner.**



Rapporten, som är skriven på uppdrag av Nordiska ministerrådet, presenterar fem texter skrivna av forskare med specialistkunskap på sitt lands kulturpolitiska nuläge och utveckling. Forskarna visar hur ansvaret för kulturpolitiken i respektive land är fördelat mellan nationell, regional och lokal nivå. De beskriver även vilka större kulturpolitiska reformer som har genomförts under de senaste tjugo åren, och pekar på politiska förändringar som påverkat ansvarsförhållanden och relationer mellan de olika nivåerna.

**Rapportens sammanfattning** visar bland annat på skillnader i målbeskrivningarna för den nationella kulturpolitiken i de olika länderna. Men det finns också två gemensamma huvudmål: att ge hela befolkningen möjlighet att ta del av ett brett kulturutbud och att skapa goda förutsättningar för konstnärer. Gemensamt är även att ansvaret förs över från nationella nivå till regioner och grupper av kommuner. För att underlätta för verksamheter där finansieringen är delad på flera nivåer, måste det dock göras tydligare vilken politisk nivå som bär ansvaret för kulturpolitiken, menar Kulturanalys Norden.

Läs [pressmeddelandet från Myndigheten för kulturanalys](#)

Ladda ner rapporten (pdf): [Kulturpolitisk styrning. Ansvarsfördelning och reformer inom de nordiska ländernas kulturpolitik under 2000-talet](#)

**Rapporten presenterades** på ett [nordiskt kulturpolitiskt toppmöte i Malmö](#) 8–9 maj 2018, som arrangerades som en del i [Sveriges ordförandeskap i Nordiska ministerrådet 2018](#). Målet med mötet, som samlade kulturpolitiker från hela Norden, var att formulera lokala och regionala perspektiv i relation till det nordiska kulturpolitiska samarbetet. Rapporten är en del i serien [Nordisk kulturfakta](#) från Kulturanalys Norden.

# Nordiska forskningstidskrifter och konferenser

## Media & viestintä nummer 2/2018

Forskningstidskrift | Finland aug 2018 | MJL

Den finska vetenskapliga tidskriften *Media & viestintä* har utkommit med årets andra nummer som bland annat behandlar etiska och praktiska svårigheter som forskare står inför i sitt arbete.



Årets andra nummer av finska *Media & viestintä* innehåller två vetenskapliga artiklar. Den första undersöker hur finska kulturjournalister skrev om den amerikanska tv-serien *Mad Men* och hur de bidrog till dess kulturella acceptans genom att fungera som gatekeepers, marknadsförare och granskare. Den andra artikeln studerar vilken roll ”blocking” (blockering) har i politiska debatter på sociala medier. Att bli blockerad hindrar vissa sociala medieanvändare från att följa och delta i pågående debatter. Tidskriften innehåller också redovisningar av tidskriftens historia, skrivna av sex före detta redaktörer.

[Läs Media & viestintä 2/2018](#) (artiklar på finska, abstracts på engelska)

**Nu finns alla nummer i ett digitalt arkiv:** I år uppmärksammar tidskriften sitt fyrtioårsjubileum genom att komplettera sitt digitala arkiv med gamla nummer som digitaliserats. [Läs Tiedotustutkimus \(1978-1989\)](#) och [Media & viestintä \(1990-2014\)](#) digitalt här.

## Norsk medietidsskrift nummer 3/2018

Forskningstidskrift | Norge juni 2018 | BH

Årets tredje utgåve av *Norsk Medietidsskrift* er her. Det inneholder tre artikler som på hver sin måte skuer inn i fremtiden: Hvordan kan journalistikken hjelpe til med å løse klimakrisen? Hva sier nyhetsformidling til barn om fremtidens mediebrukere? Og hvordan kan erfaringer med å mestre kritisk medieomtale bidra til en kunnskapsdrevet presseetisk debatt?



Høstens nummer åpner på lederplass med å fundere over vitenskapeligheten i det å se fremover. Ettersom forskning bygger på data om det som har skjedd, er det nødvendig-vis en tilbakeskuende praksis. Men nettopp ved å trekke en linje fram mot i dag, kan vi anta noe om – og mene noe velfundert om – kursen videre inn i fremtiden. Slik setter lederen også tonen for den neste utgaven av Norsk Medietidsskrift, et nummer viet i sin helhet til algoritmenes økende betydning for mediene.

Den første av dette nummerets tre artikler er skrevet av Katherine Duarte og Elisabeth Eide, og handler om hvordan journalistikken skal håndtere klimaspørsmålet i en tid der medielogikken gjør samspeillet mellom forsker, journalist og publikum utfordrende. Den neste artikkelen er skrevet av Linda Therese Rosenberg, som har utforsket hvordan nyheter formidles til barn i Aftenposten Junior. Hun viser hvordan barna virkelig blir tatt på alvor, samtidig som det er strategisk smart å forme morgendagens mediebrukere så tidlig som mulig.

Psykologene Kim Edgar Karlsen og Fanny Duckert står bak den tredje artikkelen, som tar for seg hvordan personer velger å håndtere presset som følger av å havne i mediernes kritiske søkelys. Slik rører de også indirekte ved den etikken og uavhengigheten som tilliten til pressen til enhver tid hviler på. Årets faste kommentator Hege Lamark utfordrer oss med ulike perspektiver på lokaljournalistikk, og om dette er noe som havner i forskernes blindsoner. I tillegg presenteres en gjestekommentar av Lotta Johansson, som gir et spennende innblikk i hvordan begrepet "svenske tilstander" brukes i norske medier.

[Les Norsk medietidsskrift 3/2018](#)

**Norsk medietidsskrift** er et fagfellevurdert vitenskapelig tidsskrift som publiserer artikler fra norsk, nordisk og internasjonal medieforskning. *Norsk medietidsskrift* eies av [Norsk medieforskerlag \(NML\)](#) og utgis av Universitetsforlaget. [Les mer](#)

## Forskarforeningarnas konferenser i Danmark och Norge 2018

Event | Norden hösten 2018 | MJL

**Norsk medieforskerlag och SMID, de nationella forskarforeningarna inom medie- och kommunikationsvetenskap i Norge och Danmark, håller sina årsmöten/konferenser i oktober-november.**

Norsk medieforskerlag arrangerar [Norsk medieforskerkonferanse 18-19 oktober](#) i Bodø under temat "Det nya medielandskapet – blindsoner og mangfold och SMID, sammenslutningen af medieforskere i Danmark håller årsmöte [15-16 november](#) på Hindsgavl Slot under temat "New perspectives on data".

[Läs hela artikeln för mer information](#) | Fler mediekonferenser i [Nordicoms konferenskalendariet](#)

## Nordicom: Publikationer, tidskrifter och konferens

### Medie- och informationskunnighet (MIK) i den digitala tidsåldern. En demokratifråga. Kartläggning, analys, reflektioner



Många av dagens samhällsfrågor är kopplade till digitaliseringen och dess konsekvenser. Inte minst ställs nya krav på medborgarna i en digitaliserad medie- och kommunikationskultur utifrån ett demokrati- perspektiv. Det är mot en sådan bakgrund denna kunskapsöversikt har utarbetats.

Medie- och informationskunnighet (MIK) är tveklöst en nyckelkunskap i dagens samhälle – om det råder stor samstämmighet bland berörda aktörer. Men hur ett arbete rörande MIK ska kunna organiseras i Sverige för att nå reella resultat har diskuterats i flera år utan att ett samlat uttryck från politiken har kommit till stånd.

En utgångspunkt i detta arbete har varit att betrakta MIK i ett helhets perspektiv – som en del av många olika politikområden och inte minst demokratipolitiken. Samtidigt måste den nationella politiken mer än någonsin ha ett ömsesidigt utbyte med såväl europeisk som global politik. I dagens komplexa samhälle krävs också en konstruktiv dialog och samverkan mellan olika berörda aktörer inom såväl politiken som medieföretagen och det civila samhället för att nå fruktbara resultat.

Kunskapsöversikten söker fånga utmaningar och möjligheter rörande MIK i digitaliseringens tid. Den baseras på en kartläggning av MIK i Sverige – insatser och aktörer, nedslag i såväl forskningen som praktiken samt europeiska och internationella utblickar. I ett avslutande kapitel redovisas de konklusioner som kan dras från kunskapsöversiktens olika delar och ett framåtblickande scenario presenteras.

Redaktör är Ulla Carlsson, professor och UNESCO Chair on Freedom of Expression vid Göteborgs universitet.

[Läs mer och ladda ner publikationen.](#)

[Läs om de MIK-satsningar](#) som svenska regeringen beslutade om under augusti-september.

## Smaken för nyheter: Klasskillnader i det digitala medielandskapet

Publikation | Sverige aug 2018 | MJL

**Människors konsumtion av nyheter blir allt mer splittrad. Boken *Smaken för nyheter: Klasskillnader i det digitala medielandskapet* visar att växande klassklyftor och ett ökat informationsutbud har lett till att befolkningens nyhetsvärldar ser väsentligt olika ut, något som riskerar att öka samhällsklyftorna ytterligare.**



Under de senaste trettio åren har den sociala ojämlikheten i Sverige ökat i internationell rekordfart. Samtidigt har medielandskapet förändrats och ett allt större kanalutbud har lett till ett överflöd av nyheter och information. Boken *Smaken för nyheter: Klasskillnader i det digitala medielandskapet* utforskar relationen mellan klass och människors val och värderingar i det samtida medielandskapet. Boken bygger på intervjuer med över femtio ungdomar från olika samhällsklasser och en nationell enkätundersökning med 3 850 svenskar.

**Klass spelar roll.** Svaret på varför människors orientering i medielandskapet skiljer sig åt finns inte enbart att hämta i algoritmer. Splittringen är också ett resultat av att människor i dagens klassamhälle har olika förväntningar och attityder gentemot nyheter och journalistik.

- Studien visar att klass spelar en stor roll för hur människor orienterar sig i nyhetslandskapet. Det kan handla om hur ofta de tar del av nyheter, vilka typer av nyheter de vänder sig till och om de tycker att nyheter är viktiga, säger medieforskaren Johan Lindell som skrivit boken.

[Läs mer, ladda ner boken digitalt eller beställ ett tryckt exemplar](#)

## Media Innovation and Design in Cultural Institutions

Research anthology | Denmark, Finland; Norway and UK - May 2018 | MJL

**This new Nordicom anthology looks at how cultural institutions, having traditionally been mainly concerned with knowledge preservation and presentation, are increasingly trying to enable audience participation and co-production. A major explanation behind this shift is the possibilities (and demands) brought about by new technology.**



This book is structured in three parts. The first part focuses on *collaborative design and media innovation in museums*. Here, collaborative design methods are discussed as vehicles for innovation in a museum setting. The chapters in the second part reflect upon *media making and meaning making*. Here, it is demonstrated how various techniques can be used to contextualize and re-contextualize archival material to motivate new interpretations, engagement and cultural understanding. Finally, the third part has its focus on *civic engagement and local communities*. In this part, focus is primarily on work and efforts carried out by local communities outside of the traditional institutions.

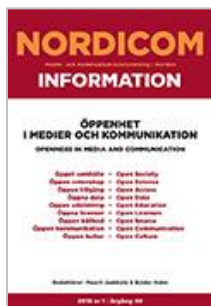
Editors are Dagny Stuedahl and Vitus Vestergaard

[Read more and download the book as open access or order a print copy](#)

## Flera utmaningar för öppenhet i medier och kommunikation

Nordicom Information | Norden juni 2018 | MJL och MJ

**Öppenhet är ett begrepp som är mer aktuellt än någonsin. Inom akademien talas det om öppen vetenskap, i skolan har öppna läromedel blivit centrala och på sociala medier delar människor med sig av sin sårbarhet genom hashtaggar som hänvisar till öppenhet. Det senaste numret av tidskriften *Nordicom Information* handlar om öppenhet i medier och kommunikation.**



I numret går det bland annat att läsa om open access-publicering och öppen vetenskap, Creative Commons och öppna licenser i undervisningssektorn, journalistisk användning av öppna myndighetsdata, faktagranskningsinitiativ i civilsamhället samt kampanjer relaterade till #öppenhet i sociala medier som #Spoonie, #psyntligt, #fuckcancer.

Läs [hela artikeln om Nordicom Information 1/2018](#)

Här finns [alla artiklar för nerladdning](#)

**Lyssna på podcast:** I samband med produktionen av numret tog redaktionen fram två stycken korta podcast-avsnitt, där gymnasieungdomar diskuterar öppenhet i sociala medier. Lyssna via [Nordicoms SoundCloud konto](#).

## Welcome to publish with Nordicom Review

Nordicom Review | Nordic International

# NORDICOM REVIEW

The editorial team of Nordicom Review cordially invites scholars interested in advancing the media and communications sciences in the Nordic region to engage with the journal as authors, book reviewers or guest editors of thematic special issues.

*Nordicom Review* is an international peer-reviewed journal published by Nordicom. The journal is interdisciplinary and publishes both empirical and theoretical articles. It offers a dedicated forum for new Nordic media and communications research, open access and online-first publication, a SCOPUS indexed title, a full time editorial team, and a distinguished editorial board and a broad network of expert reviewers. *Nordicom Review* welcomes contributions from a worldwide authorship.

Read [the full article Welcome to publish with Nordicom Review](#)

Find [contact information to the members of the editorial team](#) | More [about the journal](#)

**Articles published online first:** The latest articles in *Nordicom Review* are published online first (open access).  
[See all the latest articles online here.](#) | [All issues of Nordicom Review](#)

## Conference Call: Behind the Paywall 2019

Event | Nordic Jan 2019



**Behind the Paywall:  
A Cross-Thematic Conference on the Implications  
of the Budding Market for Paid-for Online News**

Host: Nordicom

Venue: The University of Gothenburg (Sweden)

Date: January 23–24, 2019

Deadline for extended abstracts: November 15, 2018

[Visit the conference website for more information](#)

**Special issue of *Nordicom Review* in 2019:** The conference will be followed by an open call-for-papers to a 2019 special issue of *Nordicom Review* devoted to the implications of online news media paywalls, edited by Aske Kammer (IT-University of Copenhagen), Carl-Gustav Lindén (University of Helsinki), Jonas Ohlsson (Nordicom) and Helle Sjøvaag (University of Stavanger).

## Coming in 2019: Nordic Journal of Media Studies

Research Journal | Nordic International



A new journal, the *Nordic Journal of Media Studies*, has been added to Nordicom’s portfolio of scientific publications. This journal is an online, open-access journal. The first issue will be published in Spring 2019, with the theme “Disrupting media infrastructures: Transforming media industries and public spheres”. The new journal is supported by the Nordic Research Council, NOP-HS.

**Aims and Scope:** The *Nordic Journal of Media Studies* is a peer-reviewed international publication dedicated to media research. The journal is a meeting place for Nordic, European, and global perspectives on media studies. The editors stress the importance of innovative and interdisciplinary research, and welcome contributions on both contemporary developments and historical topics. The journal is open for theoretical contributions and empirical research, and combinations thereof. The editors also welcome critical approaches to media studies addressing questions of power, inequality, participation, and voice.

*The Nordic Journal of Media Studies* focuses on the interplay between media and their cultural and social contexts. We are interested in the media as industries and institutions of modern society, but also in how they are woven into the fabric of everyday life as mobile and interactive technologies. The emergence of new social networks, changes in political communication, intensified datafication and surveillance of human interaction, and new dynamics between media, popular culture, and commercial markets are important aspects of the changing relationship between media, culture, and society.

**Editors are:** Stig Hjarvard (University of Copenhagen), Göran Bolin (Södertörn University), Kirsten Frandsen (Aarhus University), Anne Jerslev (University of Copenhagen), Risto Kunelius (University of Tampere), Mette Mortensen (University of Copenhagen), Eli Skogerbø (University of Oslo).

[Read more about the \*Nordic Journal of Media Studies\*](#)

**The history of the journal:** Although the *Nordic Journal of Media Studies* is a new journal, the editors have longstanding experience in academic journal publishing; together they published the journal *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook* (published 2002–2006 by Museum Tusulanum Press and 2008–2018 by Intellect Press; from 2002–2008, the chief editor was Ib Bondebjerg and, from 2009, the chief editor was Stig Hjarvard). In 2018, the entire editorial committee of *Northern Lights* moved to Nordicom to continue their work at the *Nordic Journal of Media Studies*.

## Medietrender i Norden

Redaktör: [Eva Harrie](#)

### I detta nummer medverkar:

Catharina Bucht, Nordicom (CB)

Eva Harrie, Nordicom (EH)

Karin Hellingwerf, Nordicom-Sverige (KH)

Balder Holm, Nordicom-Norge (BH)

Maarit Jaakkola, Nordicom (MJ)

Mia Jonsson Lindell, Nordicom (MJL)

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 mediopolitik och rapporterar om den senaste utvecklingen och om aktuell forskning inom området.*

Nyhetsbrevet har en planerad utgivning på 3 nummer per år.

## Följ Nordicoms rapportering om nordiska medietrender

[Nyheter](#)

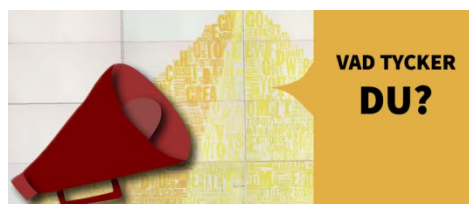
[Rapporttips](#) (länkar till aktuella rapporter från omvärlden)

[Publikationer från Nordicom](#)

[Prenumerera på nyhetsbrev](#)



## Berätta för oss vad du tycker!



Vi arbetar ständigt med att utveckla vår verksamhet och vill gärna höra vad du tycker. På vår hemsida finns ett formulär, där du lätt kan fylla i dina synpunkter eller komma med idéer. Tack för hjälpen! Här finner du [formuläret](#).