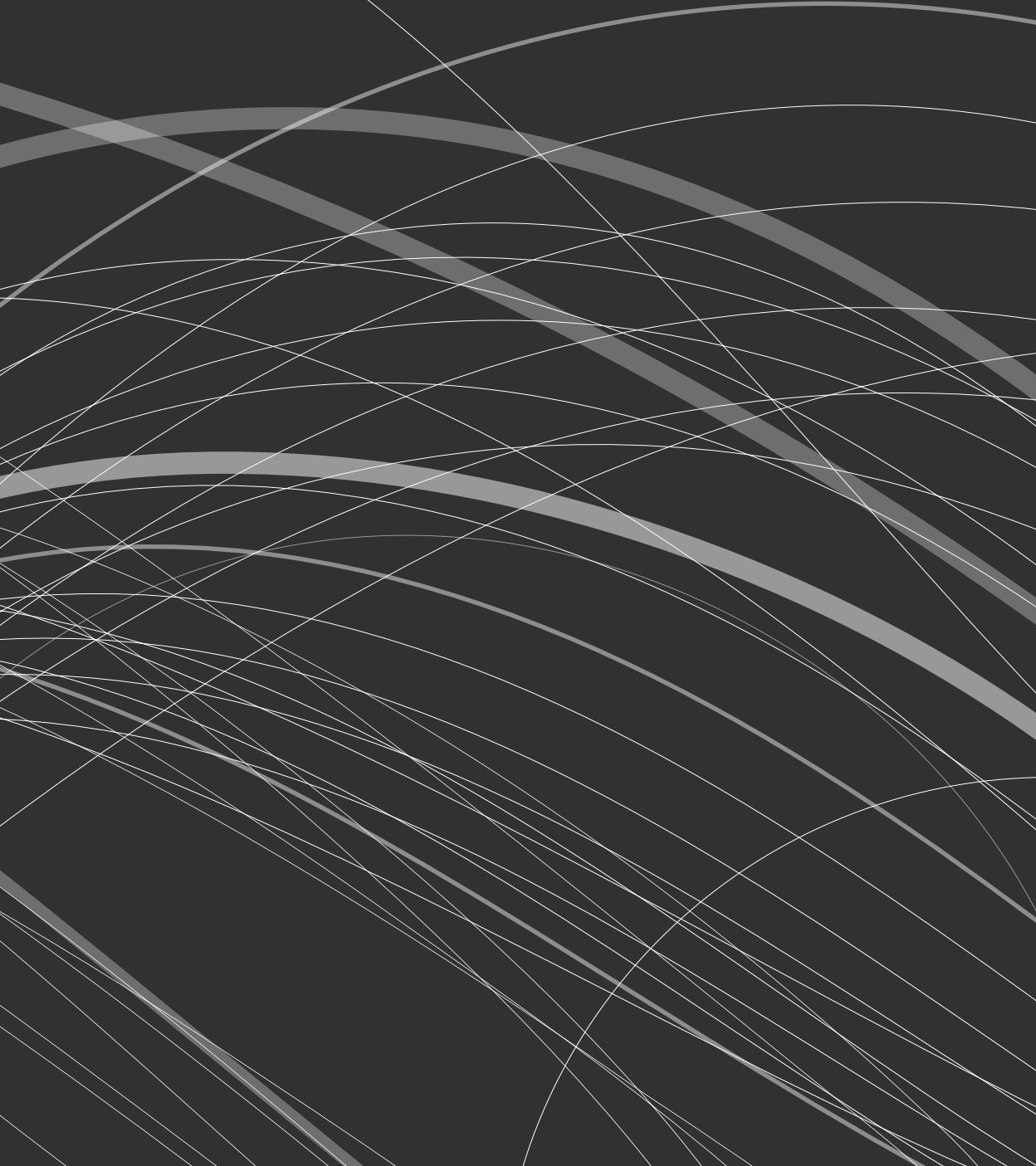




Medietrender i Norden 2008

TERJE FLISEN & EVA HARRIE (RED)

NORDICOM

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning



Om Nordicom | Medieforskning | **Mediestatistik** | Children & Media | Konferenser | Publikationer | Varukorgen | Kontakt | Sitemap | Sök | English

Mediostatistik

NORDEN

Jämförande statistik
Publikationer
Medielagstiftning
Nyhetsbrev

DE NORDISKA LÄNDERNA

Nationell statistik
MedieSverige

LÄNKAR

Mer fakta om medier
FAQ
Svar på vanliga frågor

OUTLOOK

Europe
Policy Documents
Organisations
Newsletter

International

Agreements & Organisations
Newsletter

Ansvariga:
Eva Hamre (Norden)
Ulrika Facht (Sverige)



Medieutveckling och mediestatistik i Norden

Nordicom dokumenterar medieutvecklingen i Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige i ett jämförande perspektiv. Syftet är att påvisa trender och förändringar i det nordiska medielandskapet. För att placera Norden i ett större sammanhang bevakar Nordicom även europeiskt och internationellt arbete på medieområdet.

Kunskap om Norden

Här finns omfattande jämförande information om den nordiska mediemarknaden: statistik och analys, en översikt av lagstiftningen på medieområdet samt nyheter om den senaste utvecklingen. Läs också om Nordicom's bokserie *Nordic Media Trends*.

Om du vill veta mer

Nordicom's länksamling omfattar organisationer, myndigheter, mediebolag med flera, som har information om medier på sina hemsidor. Samlingen omfattar nationella, nordiska, europeiska och internationella länkar.

Nyheter

- Medienorges senaste nyhetsbrev, Mediefakta, handlar om undersökningar av mediebruk i Norge. Läs hela brevet här. [Feb 2008]
- Ny rapport om den danska medieutvecklingen. "Medieutvecklingen 2007-8" från DRs medieforskning finns i pdf på DRs hemsida. [Jan 2008]
- "From Public Service Broadcasting to Public Service Media" - ny bok i RIPE-serien, publicerad av Nordicom. [Jan 2008]

Nyhetsarkiv

NORDICOM • Göteborgs universitet • Box 713 • SE 405 30 Göteborg • Tel: +46 31 786 0000 • Fax: +46 31 786 4655 • E-post: info@nordicom.gu.se

Webbportalen Medieutveckling och mediestatistik i Norden är en kunskapstjänst om medielandskapet på nordisk, nationell, europeisk och internationell nivå.

- Nordisk statistik, medielagstiftning och nyhetsbrev. Samnordisk medieinformation, som även är basen för denna publikation, Medietrender i Norden 2008.
- Nationell statistik. Nordicom's samarbetsorganisationer i Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige sammanställer och presenterar nationell mediestatistik. Här finns länkar, adresser och kontaktdata.
- MedieSverige. Nordicom-Sverige dokumenterar den svenska medieutvecklingen. På webben finns mediestatistik i excelformat och presentationer av publikationerna Mediebarometern, inklusive exempel, Internetbarometern (hela rapporten i pdf-format), MedieSverige och Den svenska mediemarknaden.
- Länkar till mer fakta om medier. Nordicom's omfattande länkguide till medieinformation i de nordiska länderna, Europa och internationellt är sökbar efter geografiskt område samt ämnesområde.
- Outlook Europe. En översikt över viktiga policy-dokument och organisationer på den europeiska arenan. Nyhetsbrevet European Media Policy rapporterar om aktuellt arbete på medieområdet inom EU och Europarådet.
- International Outlook. En sammanställning av organisationer som verkar på det internationella fältet, exempelvis WTO och UNESCO, och en översikt över globala avtal och överenskommelser. Nyhetsbrevet On the International Agenda rapporterar kontinuerligt om medierelaterade händelser på området.
- Nyheter med länkar till nya undersökningar, rapporter, statistiksamlingar, med mera.
- Nordicom's tre nyhetsbrev om medieutvecklingen, Medier i Norden, European Media Policy och On the International Agenda är gratis och publiceras enbart på webben. Prenumeration kan tecknas på respektive brevs webbsida. Prenumeranter får ett e-brev varje gång ett nytt nummer publiceras.

Medietrender i Norden 2008

Medietrender i Norden 2008

Terje Flisen & Eva Harrie

© Nordicom

ISBN 978-91-89471-57-3

NORDICOM
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg
www.nordicom.gu.se

Omslag: Daniel Zachrisson

Tryckning: Livréna AB, Göteborg, 2008, ISO 14001

Innehåll

Förord	4
Introduktion	5
Nyhetsbrevet Medier i Norden	6
Nordisk medielagstiftning	16
Nordisk mediestatistik	22

Förord

Stora förändringar sker i medielandskapet och mediekulturen. Efterfrågan på kunskap om dessa förändringsprocesser är omfattande både bland privata och offentliga aktörer. Nordicom följer medieutvecklingen, utarbetar mediestatistik, kartlägger mediemarknaden samt analyserar aktuella trender. Nordicom redovisar grundläggande nordisk kunskap på kontinuerlig basis via hemsidans kunskapstjänster och tryckta publikationer. För Nordicoms brukare är det av avgörande betydelse att Nordicoms aktiviteter kännetecknas av: relevans, kvalitet, aktualitet, synlighet och lätt tillgängliga resultat.

I syfte att ytterligare förstärka vår kunskapsförmedling har vi sammanställt och vidareutvecklat aktuellt material från den kunskapsportal på Nordicoms hemsida som rör medieutvecklingen. Det är vår förhoppning att genom detta 'lilla' format ge en snabb inblick i det nordiska medielandskapet och peka på aktuella trender. När man sedan vill veta mer är det lätt att gå vidare till kunskapstjänsterna på hemsidan. Tanken är att detta skall bli en årligen återkommande skrift.

Dokumentationen av medieutvecklingen i de nordiska länderna är en del av verksamheten vid det nordiska kunskapscenter för medie- och kommunikationsområdet som Nordicom utgör. Nordicom är en nordisk institution inom ramen för Nordiska Ministerrådet och ett exempel på hur nordiskt samarbete kan verka för nordisk nytta i olika såväl nationella och nordiska som europeiska och internationella sammanhang.

Göteborg i februari 2008

Ulla Carlsson
Direktör
Nordicom

Introduktion

Eva Harrie & Terje Flisen

Med *Medietrender i Norden 2008* vill vi ge ett smakprov på Nordicoms samnordiska mediedokumentation. Tanken är även att visa på det omfattande innehåll som ryms under *Medieutveckling och Mediestatistik i Norden*, en av tre underportaler till Nordicoms hemsida.

Nordicom följer medieutvecklingen i Norden med syfte att visa på trender och förändringar. För att placera Norden i ett större sammanhang bevakar Nordicom också europeisk och internationell utveckling på medieområdet. Resultaten dokumenteras på webben, i nyhetsbrev och i publikationer.

I denna publikation presenteras valda delar av det nordiska innehållet på webbportalen om medieutveckling: nyhetsbrevet *Medier i Norden*, Nordicoms dokumentation av mediagstiftning i Norden samt jämförande mediestatistik.

Medier i Norden ger med sina fyra nummer per år en löpande rapportering om skeenden på det nordiska mediefältet och publiceras på hemsidan. På sidorna som följer presenterar vi några stora frågor som belystes i nyhetsbreven under 2007, samt återger årets sista nummer i sin helhet. I publikationen ingår även en genomgång av pågående medierelaterade utredningar i de nordiska länderna, samt ett sammandrag av viktiga offentliga rapporter som publicerats under 2007. Materialet är ett utdrag och en bearbetning av Nordicoms mediagstiftningssektion på webben, som ger en översikt över lagar, branschavtal och utredningar i de fem länderna.

Statistikavsnittet i *Medietrender i Norden 2008* bjuder på exempel på Nordicoms jämförande nordiska statistik. Ett omfattande statistikmaterial publiceras annars på nätet och i bokserien *Nordic Media Trends*. Statistiken är sammanställd i samarbete med Mediesekretariatet i Danmark, Finska Statistikcentralen, Islands statistikcentral (Hagstofa Íslands), medienorge och Nordicom-Sverige.

Utöver det nordiska materialet på hemsidan finns även nationell statistik från MedieSverige, samt länkar till nationell statistik från våra övriga nordiska samarbetspartner. Webbportalen finns i en engelsk version, *Nordic Media Trends and Media Statistics*, där nyhetsbrev, mediagstiftningssektionen och statistik återfinns mer eller mindre i sin helhet.

Nordicoms webbsidor är idag en växande källa till omvärldskunskap vad gäller medieutvecklingen i Norden och i ett internationellt perspektiv. Vår förhoppning är att *Medier i Norden 2008* ska inspirera ännu fler att ta del av Nordicoms mediedokumentation och utforska innehållet på *Medieutveckling och Mediestatistik i Norden*.

Mediestatistik

NORDEN

Jämförande statistik
Publikationer
Medielagstiftning

► Nyhetsbrev

DE NORDISKA LÄNDERNA

Nationell statistik
MedieSverige

LÄNKAR

Mer fakta om medier

FAQ

Svar på vanlige spørsmål

OUTLOOK

Europe

Policy Documents
Organisations
Newsletter

International

Agreements & Organisations
Newsletter

Nyhetsbrevet Medier i Norden

Medier i Norden er et uavhengig nyhetsbrev som følger den mediepolitiske utviklingen i Norden, og publiseres fire ganger per år på Nordicoms nettportal, se menyen til venstre. Nyhetsbrevet er plassert i portalens seksjon *Medieutveckling och mediestatistik i Norden*.

Det finnes også en engelskspråklig versjon av nyhetsbrevet; *Nordic Media Policy*. Begge språkutgavene publiseres via internett.

Årets tre første utgaver består i hovedsak av notiser, plassert i kategorier som Nordisk mediepolitikk, Trykte medier, Audiovisuelle medier, osv. En sammenfattende kommentar til trender i medie-Norden utgjør den fjerde utgaven.

Abonnementet er gratis, og kan tegnes via Nordicoms nettsted. Abonentene får en påminning per e-post når en ny utgave er publisert.

Redaktør for *Medier i Norden* er Terje Flisen.

Medier i Norden setter søkelys på medietrendene

Mediekonvergensens mangefasetterte årsaker og virkninger er den røde tråd i de fleste av dagens medietrender i Norden. *Medier i Nordens* nyhetsnotiser og kommentarer i 2007 dreide seg i stor grad om konvergensens; sammensmeltingen av medieteknologier og tjenester, forårsaket av digitalisering av medieteknologien.

Konvergensens er drivkraften bak varige endringer i medieproduksjon, mediedistribusjon og mediebruk. De "nye mediene" er ikke lenger ansett som "nye" – og det er ikke grunn til å stille spørsmålet *om* de kommer til å sette varige spor. For medieaktørene dreier det seg nå om å håndtere utviklingen på best mulig måte, uansett hvilket "gammelt" medium som er utgangspunkt for virksomheten.

Jakten på universalmediet

Mobiltelefonen er et eksempel på et medium i stadig fornyelse. Bruksmåtene utvides, og utgiverne av de "gamle" mediene, aviser, bøker, radio og TV satser på å levere innhold som kan tas imot på mobiltelefonen.

Mobiltelefonen ses av mange aktører som en lovende plattform for e-bøker. I *Medier i Norden* 3-2007 ble e-bokutviklingen kommentert: "Hva er en bok? I den digitale konvergensens tidsalder dreier det seg ikke lenger bare om den trykte boken, et 500 år gammelt genialt konsept, et produkt som kan tas med og brukes over alt." Begrepet "bok" er ikke lenger entydig. Innholdsmessige (digitalisering tillater interaktivitet), institusjonelle (forleggenes rolle) og tekniske forhold (publiseringsplattform) varierer på utallige måter. Forfatteres mål er likevel det samme: Bøker skal leses, brukes, lyttes til.

Digitale utfordringer for public service-selskapene

De nordiske public service-selskaperes virksomhet påvirkes av digitalisering og internett-utviklingen. De nye utfordringene utløser strategiske spørsmål om framtidig finansiering og organisering av virksomheten. Utredningene og rapportene om dette kommer stadig tettere.

I *Medier i Norden* 2-2007 ble de nordiske public service-selskapers virksomhet kommentert, med basis i avgjørende faktorer som økonomi, teknologi og ideologi: "Hva er de sterkeste drivkreftene for medieutviklingen? Markedets etterspørsel, politikernes vilje, teknologiske nyvinninger? Kompliserte spørsmål. Aktørene i mediemarkedene, politikerne og medieforskere forsøker stadig å finne svar."

Konvergensens er en drivende kraft for utviklingen av de nordiske public service-selskaperes virksomhet. Eksempelvis er kravet om at DR skal tilby public service-innhold på alle relevante teknologiske plattformer et av hovedpunktene i den nye public service-kontrakten mellom det danske Kulturministeriet og DR for perioden 2007-2010.

Avisutgiverne under økonomisk press

De trykte betalingsavisene har hatt opplagsnedgang og gratisavisene framgang. Særlig var det danske avismarkedet preget av denne trenden i 2007. En "aviskrig" har krevd store økonomiske uttelling. Dette har vært en påkjenning, både for utgiverne av de tradisjonelle abonnementsavisene, som har forsøkt å møte offensive gratisavisframstøt ved å utgi gratisaviser – og for de nye gratisavisutgiverne. Ved årsskiftet 2007/2008 ser det ut som om flere av de nordiske gratisavisutgiverne er kommet i økonomiske vansker.

En tendens som ble enda klarere i 2007: Mediekonsern med base både i og utenfor Norden har satset på å skape store enheter i de nordiske avismarkedene, med tanke på rasjonalisering av driften. Konsernene satser også på andre medier enn kjernemediet avis. Spørsmålet er om de store børsnoterte enhetene klarer seg bedre enn de små og uavhengige, i økonomiske nedgangstider. Mye tyder på at de små, lokale abonnementsavisene har de beste økonomiske utsiktene i de kommende årene. De har de mest lojale leserne – mens de store betalingsavisene har et dårlig grep om særlig de unge leserne. De unge foretrekker i økende grad å lese aviser på internett eller gratisavisene.

Demokrati, medier og kultur

Medier i Nordens fjerde utgave i 2007 er gjengitt på de neste sidene. Kommentaren tar for seg spørsmål som ikke alltid er så godt synlige; debatten om medienes utvikling og posisjoner kan lett bli dominert av teknologiske og økonomiske perspektiver.

De nordiske landenes demokratiske fundament er både en forutsetning for og et resultat av ytringsfrihet, fri debatt og frie medier. "Den nordiske modellen" har paralleller i de nordiske mediemarkedene. I relativt egalitære samfunn, der en stor andel av befolkningen er godt utdannet, skapes sterkt engasjement i utvikling av demokratiet. Forholdene ligger også til rette for et stort forbruk av medier og kulturgoder. Det bekrefter internasjonale undersøkelser, der de nordiske land befinner seg nær toppen i de fleste sammenligninger.

Nordiske mediemodeller under press?

Ytringsfrihet og en fri presse er basisgoder i de nordiske landene. Staten subsidierer pressen og har støtteordninger for forfattere. Folk har et høyt medie- og kulturkonsum. Vil det fortsette slik?

De nordiske land er å finne på verdenstoppen i rangeringer som gjelder ytringsfrihet og pressens arbeidsforhold. Landene i Norden byr på mange offentlige støtteordninger for å fremme en mangfoldig presse, litteratur og filmproduksjon. Befolkningen i de nordiske landene har et høyere mediekonsum enn befolkningen i de fleste andre land, viser undersøkelser på internasjonalt nivå. Stort medie- og kulturkonsum fører gjerne til sterkere samfunnsengasjement.

Den nordiske modellen. Et uttrykk som også internasjonalt er synonymt med stor internasjonal konkurranseevne, med regulerte velferds- og rettssamfunn, basert på høye skatter, og hvor arbeidstakerne er velutdannede, organiserte og høyt-lønnede, og nyter godt av likestilling. De nordiske land er dynamiske samfunn, men med ytringsfrihetens lange tradisjoner som en garantist for demokratiet.

Det er grunn til å understreke at de nordiske samfunnene ikke er feilfrie og perfekte. Debattene om hvordan de kan forbedres føres med stor styrke, hver dag, i de nordiske parlamentene, blant folk flest og i frie medier. Men *de* debattene er ikke tema for denne kommentaren.

Historisk sett la obligatorisk grunntutdanning et godt grunnlag for framveksten av demokratiet, der stemmerett for alle ble oppnådd i alle nordiske land i de første tiår av det tjuende århundret. Kunnskap fører til higen etter mer kunnskap, og utdanning visker i stor grad ut klasseskiller. Et samfunn med velutdannede arbeidstakere – som kan gi uttrykk for meningene sine – vil oppleve økonomisk framgang på bred front.

En fri presse styrker demokratiet

De nordiske mediemodellene er en integrert del av den nordiske modellen. Det er ikke lett å se hva som er årsak og virkning; en sirkelargumentasjon blir ofte resultatet. Ytringsfrihet og en fri presse er basisgoder i de nordiske samfunnene. Det kommer tydelig til uttrykk når "Reportere uten grenser" lanserer den årlige pressefrihetsindeksen.

"Reportere uten grenser" Worldwide Press Freedom Index 2007: Alle de fem nordiske land er blant de ti høyest rangerte av til sammen 169 land, med Island og Norge sammen på toppen, deretter Finland og Sverige på en delt femteplass, og Danmark på åttendeplass. Estland, Slovakia, Belgia, Irland og Portugal inntar de andre plassene i ti-på-topp-listen, og det er ikke store forskjeller mellom de ti høyest rangerte landene.

Retten til ytringsfrihet er lovfestet og tradisjonsbundet i de nordiske land, der redaktører og journalister også har kjøreregler i form av presseetiske regelverk og systemer for selvjustis. En fri presse styrker demokratiet. Det er *ønskelig* med debatt og konstruktiv kritikk av politiske motstandere. Bredt anlagte offentlighets-

lover gjør det mulig for pressen å drive undersøkende journalistikk, som ofte avkler makthaverne. Ytringsfrihetens muligheter og resultater er ikke overraskende for befolkningen i de nordiske landene, men slett ingen selvfølge i de fleste av landene som figurerer i Worldwide Press Freedom Index.

Ytringsfrihet uten grenser?

Den lovprisede ytringsfriheten i de nordiske landene kom overraskende i skuddlinjen etter offentliggjøringen av de såkalte Muhammed-tegningene i 2006. Det som for de fleste nordboere fortonte seg som selvsagte rettigheter, måtte forklares og forsvares på høyt politisk nivå: Medienes rett til å trykke og sende det som redaksjonsledelsene finner riktig. Men det var også mulig å stille spørsmålet om de nordiske mediene hadde *plikt* til å formidle alle budskap, under henvisning til ytringsfriheten.

En repetisjon i mindre skala i Sverige i 2007: Kunstneren Lars Vilks tegnet Muhammed som hund, og ble truet. Vilks hevdet at reaksjonene var noe han hadde forutsett, og at de var en del av kunstverket. Som Kjell Olaf Jensen skriver i norske *Dagsavisen* 27. oktober 2007: "(Med andre ord) at forfølgelsen av ytreren er en del av ytringen, og dermed har krav på å nyte godt av retten til ytringsfrihet?" Her, ved ytringsfrihetens grenser, er det grunn til å stoppe opp for refleksjon. Kjell Olaf Jensen kommenterer: "Kan et bankran være et kunstverk, en ytring i protest mot bankvesenet og pengenes eiere? Det er utvilsomt mulig, men vi kan likevel ikke akseptere bankranet, verken juridisk eller moralsk."

Ytringsfrihet og provokasjon er sjelden to sider av samme sak. Bruk av ordet ytringsfrihet krever omtanke, også i de nordiske land. Stadig oftere påberopes ytringsfriheten i saker som åpenbart ikke dreier seg om ytringsfrihet, men om anstendighet og allmenn folkeskikk. Ordet er blitt et motefenomen. Uthuling av begrepet gjennom misbruk kan gi uønskede resultater.

Teknologiutviklingen påvirker ytringsfrihetens vilkår

Konvergens er ofte stikkordet når teknologiutviklingens virkninger diskuteres. Redaktøransvaret (redaktøren for en publikasjon har ansvaret for det som publiseres) har fått en ny dimensjon som en følge av de mange internett-foraene, mange av dem knyttet til tradisjonelle aviser, en slags forlengelse av leserbrevtradisjonen. De trykte leserbrevene har alltid vært underlagt redaksjonell kontroll, men praksisen for å slippe til innlegg har vært liberal. Innleggene på internett-foraene unndrar seg i stor grad en slik kontroll, mest på grunn av den enorme mengden av innlegg.

Teknologiutviklingen gir utfordringer også på grunnlovsnivå. Dess mer mediespesifikk lovgivningen er, dess større blir behovet for endringer i takt med utviklingen. I internasjonal sammenheng er den detaljerte og mediespesifikke grunnlovsbeskyttelsen som de svenske lovene Tryckfrihetsförordningen (TF) og Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) gir unik.

Tryck- och yttrandefrihetsberedningens utredning; SOU 2006:96 – *Ett nytt grundlagsskydd för tryck- och yttrandefriheten? Tryck- och yttrandefrihetsberedningen inbjuder till debatt*, ble lagt fram høsten 2006. Tryck- och yttrandefrihetsberedningen foreslo tre alternativer. Det ene innebærer at TF og YGL oppheves og at ytringsfriheten beskyttes gjennom artikkel 10 i Europakonvensjonen og regeringsformens

(RF) allmenne regler om ytringsfrihet. Det andre alternativet er som det første, men i tillegg foreslås det satt inn et nytt kapittel om ytringsfrihet i RF. Det tredje alternativet innebærer at TF og YGL slås sammen til en ny ytringsfrihetsgrunnlov. I 2007 har utredningen vært til høring og Justitiedepartementet har samlet uttalelsene.

Kan EU-land endre grunnlover uten å komme i strid med unionsretten?

Justitiekansler Göran Lambertz skriver i en artikkel i *Dagens Nyheter* 6. oktober 2007: "Den nuvarande grundlagsregleringen av det fria ordet är bunden till viss teknik och får i dag därför skadliga effekter som medför att brottslingar går ostraffade (...) Effekterna av detta teknikberoende är tydligast när det gäller skriven text, men de finns också beträffande exempelvis film och musik." Lambertz mener at forslagene som ble lagt fram av Tryck- og yttrandefrihetsberedningen høsten 2006 ikke er gode nok: "Därför måste tryckfrihetsförordningen skrotas och ersättas med en modern yttrandefrihetsgrundlag som undanröjer nuvarande egendomligheter," skriver Lambertz og konkluderer: "Men låt oss i allt väsentligt behålla grundlagsskyddet på samma höga nivå som i dag."

Så enkelt er det ikke, skriver Sverker Gustavsson, professor i statskunskap ved Uppsala universitet i *Dagens Nyheter* 9. oktober 2007: "Problemet är att justitiekanslern resonerar som om det vore självklart att våra förtroendevalda ensamma äger frågan. Så var det före medlemskapet i EU. Men så är det inte längre. Unionsrätten gör anspråk på principiellt företräde framför såväl vanlig lag som grundlag." Om det kan formodes at sentrale momenter ikke stemmer med unionsretten, er det bedre å opprettholde de eksisterende grunnlovene, og "i praxis tolka dessa till förmån för vår egen syn på saken," mener Gustavsson.

Ingen medlemsland har erfaring med hva det innebærer å "aktivt grundlagsstifta i strid med unionsrätten. Risken är stor, menar jag, att sådana försök kan ta en ände med förskräckelse – på så sätt nämligen att unionen i förödmjukande form klargör för regering och riksdag var gränserna går för den svenska yttrandefriheten," skriver Gustavsson.

De nordiske folkene er blant Europas flittigste kulturkonsumenter

På sitt beste fungerer de nordiske mediemodellene som katalysatorer for utvikling og fremme av nasjonal kultur og nasjonale språk. Dette er viktig i små land som de nordiske. Nordisk råd og Nordisk ministerråd er resultater av viljen til nordisk samarbeid, blant annet for å holde den nordiske modellen i hevd. På samme måte er de nordiske mediemodellene på nasjonalt nivå vedt inn i hverandre gjennom utstrakt nordisk samarbeid. Særlig i den audiovisuelle sektoren, der Nordisk film og TV-fond og Nordvisjonssamarbeidet mellom de lisensfinansierte public service-institusjonene er viktige ledd, men også på det litterære området. Nordisk råds litteraturpris har som mål å øke interessen for nabolandenes litteratur og språk og øke det nordiske kulturfellesskapet.

En undersøkelse fra høsten 2007 – "European Cultural Values, Special Eurobarometer 278" – viser at befolkningen i de nordiske EU-landene er blant de fremste når det gjelder kinobesøk, bruk av bibliotekene og boklesning. Mens EU-gjennomsnittet for kinobesøk er 51 prosent, har 71 prosent av de svenske respondentene vært på kino i løpet av de siste 12 månedene, mens tallet for Danmark er 69 prosent.

Finnes bruk av bibliotekene er den mest intensive blant EU-landene; 72 prosent av respondentene hadde brukt biblioteket siste år, tallet for Sverige var 70 prosent og for Danmarks vedkommende 68 prosent. EU-gjennomsnittet er 35 prosent. Sverige har den mest boklesende befolkningen i EU, 87 prosent hadde lest en bok de siste 12 månedene. Blant nederlenderne hadde 84 prosent lest en bok, og danskene følger tett opp, med 83 prosent. EU-gjennomsnittet er 71 prosent.

Også på listene for deltakelse i en rekke andre kulturaktiviteter er de nordiske EU-medlemmene å finne på toppen, eller nær den. Det finnes visse forskjeller når det gjelder alder og kjønn, men de har ikke stor betydning for helhetsbildet.

Kampen om den danske biblioteksafgiften

Resultatene i undersøkelsen "European Cultural Values" tyder på at den målbevisste medie- og kulturpolitikken som føres i de nordiske velferdssamfunnene, har stor betydning for kultur- og mediekonsumet til folk flest. Et høyt kultur- og mediekonsum kan være et mål i seg selv, men som oftest har det ønskede bivirkninger som sterkt samfunnsengasjement. Da burde vel den nordiske politikken – som skal fremme nasjonal kultur og nasjonalt språk i små samfunn – være et forbilde for land i hele Europa?

"EU-kommisjonen freder dansk biblioteksavgift," lød meldingen fra det danske Kulturministeriet 14. desember 2007. En merkedag, ikke bare for danske kulturmyndigheter og danske forfattere. Biblioteksafgiften er et vederlag for bibliotekenes utlån, som betales bare til forfattere som skriver på dansk. Ordningen er den største i sitt slag i verden, og over DKK 150 millioner tilfaller opphavsmennene årlig.

I desember 2004 meddelte EU-kommisjonen den danske regjeringen at kommisjonen anså ordningen for å være i strid med EU-traktaten, fordi den diskriminerte på grunn av nasjonalitet. "Den danske regjering besvarede Kommissionens åbningsskrivelse i februar 2005. I svaret gjorde den danske regjering bl.a. gældende, at det danske sprog er et helt afgørende element i dansk kultur, og at det anvendte sprogkriterium i biblioteksafgiftsordningen, der er en kulturstøtte, er begrundet i hensynet til beskyttelse af dansk kultur. Det er således ikke udtryk for diskrimination, når man i Danmark anvender et sprogkriterium. Desuden havde Kommissionen allerede i 1992 erklæret, at den danske ordning ikke var i strid med EU-reglerne," skriver Kulturministeriet.

Det som skjedde i i Danmark i 2004 vakte naturlig nok oppsikt også i de øvrige nordiske land med lignende ordninger. På samme måte har EU-kommisjonens henlegging av saken om den danske biblioteksafgiften betydning for alle som administrerer bibliotekvederlagssystemer.

Finland har en ordning for "upphovsmännens rätt till ersättning för utlåning av exemplar av verk till allmänheten," i tillegg til individuelle bibliotekstipender. Både Norge (bibliotekvederlag) og Sverige (biblioteksersättning) har betydelige støtteordninger til opphavsmenn, og også Island har en kulturpolitisk begrunnet vederlagsordning. Ordningene forvaltes i stor grad gjennom kollektive avtaler.

EUs direktiv om utleie- og utlånsrettigheter fra 1992 innebærer at EU-landene må opprette bibliotekvederlagsordninger, om de ikke allerede finnes. Ifølge Den norske forfatterforenings nettsider har "Estland, Latvia, Litauen, Nederland, Slovenia, Storbritannia, Tyskland og Østerrike innført ordninger. Alle har basert seg på

utlån. I Frankrike er en ordning under gjennomføring, basert på utlån. Belgia og Portugal er av EU-domstolen pålagt å etablere ordninger. Øvrige EU-land som er uten ordning, eller som ikke er underveis i planleggingen, har mottatt klage fra EU-kommisjonen, som må forventes å ta saken inn for EU-domstolen for ikke-oppfyllelse av direktivet.” Land utenfor Europa som har bibliotekvederlagsordninger: Australia, Canada, Israel og New Zealand.

Volumet av vederlaget i de nordiske landene, sett i forhold til folketallet, er betydelig høyere enn i andre land.

Svensk pressestøtte fingranskes av EU-kommisjonen

De nordiske lands befolkning befinner seg stadig nær verdenstoppen når det gjelder daglig avislesning. Politikerne har i de fleste nordiske land sett det som nødvendig å gi økonomisk støtte, i en eller annen form, for å beholde en mangfoldig presse. Støtten gis ikke for aviseiernes skyld. Begrunnelsen er at avisene er et viktig redskap når det gjelder å fremme fri meningsutveksling og demokratiutvikling. Pressestøtten arter seg forskjellig, alt etter hvilket nordisk land det dreier seg om. Distribusjons- og produksjonsstøtte og fritak for merverdiavgift for aviser og tidsskrifter er hovedvirkemidlene som brukes. Fra tid til annen foregår det heftige debatter om pressestøtten, både i bransjeorganisasjonene og i de nordiske parlamentene.

I Sverige og Norge, der avis døden truet fra 1950-tallet, har et omfattende pressestøttesystem gitt gode resultater i form av en rik avisflora, etter etablering av støttesystemer rundt 1970. Nummer to-avisene har i mange tilfelle klart seg bra, og det finnes lokale betalingsaviser også der befolkningsgrunnlaget er lite.

EU-kommisjonens generaldirektorat for konkurransespørsmål reagerte på den svenske pressestøtten da Sverige notifikerte EU om forandringer i støtten sommeren 2006. Problemet var ikke støtten som prinsipp, ikke størrelsen på den heller, men motivene bak støtten. Det sa Ellen Hausel Heldahl, representant for næringsdepartementet, til *Medievärlden* etter et møte i Brussel 21. mars 2007. Da møtte tjenestemenn fra de svenske kultur-, nærings- og finansdepartementene i Brussel med en analyse utført av medieøkonomiprofessoren Karl Erik Gustafsson. Gustafsson sa til *Medievärlden* at han ikke hadde funnet noe som kunne gi grunnlag for EU-kommisjonens innvendinger, for eksempel at systemet skulle virke konkurransevridende.

Under et møte på tjenestemanns nivå i Brussel i EU-kommisjonens generaldirektorat for konkurransespørsmål 19. juni 2007 la Kulturdepartementet fram et forslag som åpenbart skulle dempe de mulige effektene av pressestøtten som ikke stemmer med EF-traktaten (EG-fördraget). ”Samtidig kommer förslaget – om det genomförs – knappast att påverka verkligheten på stödtidningarna i någon större omfattning,” skrev *Medievärlden*.

Den svenske pressestøtten består. I omtalen av Kulturdepartementets budsjett for 2008 anføres: ”Regeringens dialog med EU-kommisjonen om utformningen av det svenska presstödet, som påbörjades under våren 2007, fortsätter. Utgångspunkt för regeringen är ett försvar av presstödet, men med öppenhet för möjligheten att modifiera delar av regelverket för att garantera att det står i överensstämmelse med de gemensamma konkurrens- och statsstödsreglerna.”

Indirekte pressestøtte, i form av helt eller delvis fritak fra merverdiavgift for avisene, finnes i en rekke europeiske land. Land som både har indirekte og direkte støtteordninger er blant andre Frankrike, Belgia, Hellas, Italia, Luxembourg, Spania og Canada.

Nordiske syn vant fram i EUs revidering av TV-direktivet

I mai 2007 ble EUs kulturministre enige om et forslag til et omarbeidet TV-direktiv (AV-direktivet), som er vedtatt av Europaparlamentet i november 2007.

”Om hovedlinjene i direktivet enades man under Finlands ordförandeskapsperiod och Finland har ända in på slutmetrarna tagit initiativ och verkat aktivt i frågan,” konstaterte det finske Kommunikationsministeriet i en melding etter at kulturministrene var blitt enige.

Det svenske Kulturdepartementet sendte også ut en melding etter møtet i mai, der det pekte på at svenske synspunkter hadde fått gjennomslag. Det gjaldt blant annet Sveriges muligheter for å opprettholde de særlige reglene som gjelder alkoholreklame og reklame rettet mot barn. ”För den svenska regeringen har det varit avgörande att ett omarbetat TV-direktiv ska vara förenligt med yttrandefriheten och att det ger möjlighet till en sund och god konkurrens mellan TV-företag,” het det blant annet.

Medlemslandene kan vedta strengere regler enn dem som finnes i direktivet.

Kan de nordiske mediemodellene overleve?

I massemedienes storhetstid for 40-50 år siden var de nordiske samfunnene ganske homogene. Populære radio- og TV-programmer kunne samle så å si hele folket. Ofte kunne det dreie seg om samnordiske lørdagskveldssendinger, som tømte det offentlige rom for mennesker mens sendingene pågikk. Folk hadde felles mediereferanser, og det skapte en form for samhold.

I dagens fragmenterte og individualiserte medieverden setter økonomiske, teknologiske og politiske faktorer de nordiske mediemodellene under press. Det kan være vanskelig å skjelne mellom faktorene, og faktorenes orden kan også være ganske likegyldige for resultatene. Det kan i visse tilfeller se ut som om politikken drives fram av teknologiske nyvinninger. Infrastrukturen – eksempelvis bakkenett for digital-TV – blir dyrere og dyrere, og da kan det være komfortabelt for politikerne å la private utbyggere slippe til. Politikken og ideologien styres tilsynelatende av teknologien og økonomien. Det kan utgjøre en fare for de nordiske mediemodellene.

Globaliseringen har konsekvenser for medieutviklingen, også i de nordiske landene – og for de nordiske mediemodellene. Konvergensen etterlater ingen mediesektorer urørt. Hva slags konsekvenser teknologiutviklingen får, er det ofte vanskelig å få overblikk over.

Ikke alle konsekvenser er ønskede. Det kan dreie seg om teknologi som kan misbrukes til overvåking, og som innebærer fare for ytringsfriheten og alminnelige borgerrettigheter, ofte med kampen mot terrorisme som unnskyldende forklaring.

Internasjonale konvensjoner og erklæringer som Menneskerettighetserklæringen, FN-konvensjonen om sivile og politiske rettigheter (artikkel 19), Den europeiske menneskerettskonvensjonen (artikkel 10 om ytringsfrihet) og Helsingfors-

erklæringen (artikkel VII): De nordiske landene har gitt bidrag til å utforme dem og til å få dem anerkjent.

Står de nordiske landene fremst på de internasjonale barrikadene i dag når det gjelder å advare mot og motarbeide en teknologiutvikling som uthuler borgernes rettigheter? Slik de nordiske land tradisjonelt har gjort når det gjelder kampen for universale menneskerettigheter og ytringsfrihet? Det bør de gjøre, også som et bidrag til at det beste i de nordiske mediemodellene – og den nordiske modellen – skal overleve.

• • •

Teksten er identisk med *Medier i Nordens* fjerde utgave i 2007, og ble publisert via internett rett før årsskiftet 2007/2008. Redaktør er Terje Flisen.

Mediestatistik

► Medielagstiftning

ETTER EMNEOMRÅDE

- Opphavsrett
- Ytringsfrihet og mediepluralisme
- Audiovisuelle medier
- Trykte medier
- Informasjonssamfunnet

ETTER LAND

- Danmark
- Finland
- Island
- Norge
- Sverige

ARTIKLER

- Om emneområder
- Om nasjonal medielovgivning

Fra forslag til lov

Offentlige medieutredninger

Internasjonale overenskomster og policydokumenter

Medielovgivning i de nordiske land

I Nordicoms medielovgivningsbase (se menyen til venstre) finnes en oversikt over medierelatert lovgivning, bransjeavtaler og utredninger i de fem nordiske landene, med klikkbare referanser.

Emneområdene i medielovgivningsbasen er opphavsrett, ytringsfrihet og mediepluralisme, audiovisuelle medier, trykte medier og informasjonssamfunnet – og i tillegg finnes de samme emneområdene plassert i landoversikter.

Oversikten på de følgende sidene er satt sammen spesielt for *Medietrender i Norden 2008*. Listen som avslutter oversikten finnes også i en klikkbar versjon i medielovgivningsbasen.

Redaktør for Nordicoms medielovgivningsbase er Terje Flisen.

Offentlige utredninger, rapporter og forslag

Digitalisering, internett, mediekonvergens. Dette er sentrale begreper i mange av utredningene og lovendringsforslagene som omtales nedenfor. Politikerne og medieaktørene må agere for å møte utfordringene som teknologiutviklingen og globaliseringen medfører. Nordicoms nyhetsbrev *Medier i Nordens* utgaver i 2007 og Nordicoms medielovgivningsbase danner grunnlaget for denne oversikten over nordiske offentlige, medierelevante utredninger, rapporter og forslag.

Opphavsrett

Danmark. Her åpner bredt anlagte avtaler for at folket skal få adgang til kulturskatte, ved hjelp av digital teknologi. I mai 2007 ble det inngått en avtale mellom public service-selskapet DR og en rekke rettighetsorganisasjoner – representert ved COPY-DAN. Avtalen innebærer at arkivperlene fra DR fra 1. januar 2008 kan ses på alle DRs kanaler og plattformer.

I oktober 2007 sendte det danske Kulturministeriet et forslag om endring av opphavsretsloven på høring. Endringsforslaget åpner for at kulturarven digitaliseres og formidles til befolkningen, og er et resultat av anbefalingen fra en arbeidsgruppe bestående av både rettighetshavere og brukere.

Finland. Et forslag om en ny lov om ”deponering och förvaring av kulturmaterial” ble vedtatt i 2007, med ikrafttredelse 1. januar 2008. Loven om pliktmessig arkivering omfatter nå også nettbasert materiale og TV- og radioprogrammer. Formålet er å bevare kulturarven slik at forskere og andre som behøver tilgang til den, kan få det, enklest mulig.

Norge. Kultur- og kirkedepartementet melder at det fra 1. januar 2008 blir lettere å digitalisere kulturarven. Forskriftene i åndsverksloven er endret, slik at Nasjonalbiblioteket får anledning til å bevare åndsverk i digitalisert form. Også andre biblioteker kan digitalisere samlinger, der det ikke finnes digitale eksemplarer kommersielt tilgjengelig. Enkelte arkiver og museer omfattes også av endringene i forskriftene til åndsverksloven.

Sverige. Justitiedepartementet har utredet visse opphavsrettslige spørsmål skapt av internettutviklingen. I september 2007 ble rapporten *Musik och film på Internet – hot eller möjlighet?* overrakt til departementet av utrederen, Cecilia Renfors. Tiltak for å stimulere utviklingen av forbrukervennlige, lovlige alternativer for tilgang til, framfor alt, musikk og film via internett, er vurdert. I tillegg bør allmennheten sikres bedre kunnskap om hva opphavsrett innebærer og hva hensikten med lovgivningen er.

Ytringsfrihet og mediepluralisme

Norge. Kultur- og kirkedepartementet la i desember 2007 fram et lovforslag, som innebærer lovfesting av prinsippet om redaksjonell frihet i mediene. Modellen for

lovforslaget er *Redaktørplakaten*, som er en del av selvjustissystemet for norske medier. Departementets begrunnelse for forslaget er at den redaksjonelle friheten er under press fra mange kanter. "Lovutkastet slår fast at redaktøren skal leie den redaksjonelle verksemda og treffe avgjerder i redaksjonelle spørsmål innanfor rammene av grunnsynet og føremålet som mediet byggjer på. – I høyringsrun-den gav den norske pressebransjen ei eintydig tilbakemelding om at lova også bør gjelde norsk fag- og vekepresse. Vi har difor valt å gi lovframlegget ei noko vidare ramme enn det opphavlege høyringsutkastet," sier kulturminister Trond Giske i en pressemelding.

Finland. *Prosjekt Medborgarinflytande* har gjennomført en rekke rundebord-diskusjoner for å skape og samle forslag til "utvecklingen av det finländska folk-väldet." Materialet danner basismaterialet for planleggingen av den "nationella demokratipolitiken samt allmänt i utvecklingen av medborgarinflytandet. För Finlands del används materialet som grund i OECD:s arbetsprogram 2007-2008." Det heter også at mulighetene som bys gjennom internett og ny kommunikasjons-teknologi må utnyttes i arbeidet for å fremme demokratiet.

Sverige. Lovene *Tryckfrihetsförordningen* (TF) og *Yttrandefrihetsgrundlagen* (YGL) gir i et internasjonalt perspektiv en unik og detaljert beskyttelse på grunn-lovsnivå, for en rekke spesifiserte medier. Høsten 2006 la Tryck- og yttrandefri-hetsberedningen fram en utredning; SOU 2006:96 – *Ett nytt grundlagsskydd för tryck- och yttrandefriheten? Tryck- och yttrandefrihetsberedningen inbjuder till debatt*.

Innvingingen mot de detaljerte reglene i TF og YGL har vært at ny teknologi faller utenfor grunnlovsbeskyttelsen, for eksempel e-kino (e-bio). Tryck- og yttrandefrihetsberedningen lanserte tre endringsalternativer, men tok ikke stilling til noen av dem. Utredningen har vært til høring i 2007, og Justitiedepartementet har nå samlet høringsuttalelsene for videre behandling. En ny utredning er ventet i 2008.

Trykte medier

Danmark. Bokmarkedets utvikling skal analyseres og utredes av et bokutvalg, nedsatt av Kulturministeriet. Hvordan påvirker frie priser bokmarkedet og hvor-dan kan bokmarkedsstatistikken forbedres? Det er spørsmål utvalget skal ta stil-ling til. Utvalget er et resultat av en avtale mellom alle partiene på Folketinget i 2006, om friere prisdannelse på bokmarkedet. Blant annet innebærer avtalen at forlagene kan fastsette priser på hver tiende nytgivelse. En rapport til kul-turministeren skal foreligge senest 1. oktober 2008, og rapporten blir drøftet av avtalepartene i folketingsåret 2008/2009.

Sverige. Kulturdepartementet la i februar 2007 fram rapporten *Det svenska presstödet marknadskonsekvenser*. Regjeringen hadde gitt Karl Erik Gustafs-son, professor i massmedieekonomi vid Internationella Handelshögskolan i Jönköping, i oppdrag å analysere effektene pressestøtten har på den svenske avisbransjen. Årsaken er at EU-kommisjonens generaldirektorat for konkurran-sespørsmål reagerte på den svenske pressestøtten da Sverige notifikerte EU om forandringer i støtten sommeren 2006. Saken var ikke ferdigbehandlet ved års-skiftet 2007/2008.

Audiovisuelle medier

Norge. Stortingsmelding nr. 22 – *Veiviseren for det norske filmløftet* – ble lagt fram i mars 2007 og vedtatt i juni. Norsk filmfond, Norsk filminstitutt og Norsk filmutvikling ble slått sammen til én ny institusjon, som håndterer hele prosessen, fra idé og manus til produksjon og distribusjon. I tillegg styrkes regionale filmsentre og regionale filmfond. Produksjon av gjennomsnittlig minst 25 langfilmer i året, og en markedsandel på 25 prosent for den norske filmen, er blant de viktigste målene for filmpolitikken.

Det norske public service-selskapet NRKs allmennkringkastingsforpliktelser skal etter forslag fra Kultur- og kirkedepartementet nedfelles i en allmennkringkastingsplakat. En egen stortingsmelding (Stortingsmelding nr. 6 (2007-2008) – *NRK-plakaten*) om saken ble offentliggjort i november 2007, etter at saken hadde vært ute til høring fra mai 2007, hos om lag 800 instanser. En stortingsmelding om allmennkringkasting i en digital framtid, som ble sendt fra regjeringen like før høringen ble satt i gang, viste til at NRK må ta i bruk de nye medieplattformene og utvikle nye tjenester som appellerer til alle grupper i befolkningen (Stortingsmelding nr. 30 (2006-2007) – *Kringkasting i en digital fremtid*).

Sverige. En rekke utredninger om framtidens radio og TV er satt i gang. Martin Holmgren har fått i oppdrag av regjeringen å utrede vilkårene for kommersiell radio og foreslå et samlet regelverk for virksomheten. Oppdraget skal være avsluttet senest 30. september 2008 (*Översyn av villkor för kommersiell radio* – Dir. 2007:77). Rose-Marie Frebran har fått i oppdrag av regjeringen å utrede vilkårene for public service-virksomheten (*Radio och TV i allmänhetens tjänst* – Dir. 2007:71) og analysere om det er behov for forandringer før neste avtaleperiode, som begynner 1. januar 2010. Utredningen skal foreligge senest 31. mai 2008. Utrederen Lotty Nordling har fått i oppdrag å gå gjennom radio- og TV-lagen (*Översyn av radio- och TV-lagen, m.m.* – Dir. 2007:133). Nordling skal vurdere behovet for en modernisering av regelverket for radio- og TV-selskaper, og overveie modernisering av lovgivningen sett i lys av teknologiutvikling og konvergens mellom tjenester. I tillegg skal det analyseres hvilke lovendringer som trengs for tilpassing av EUs nye AV-direktiv. Oppdraget skal være fullført senest 16. juni 2008.

I januar 2006 fikk Radio- og TV-verket i oppdrag av regjeringen å følge utviklingen av digital distribusjon av lydradio og løpende vurdere ulike tekniske løsninger i dialog med public service-selskapene og andre offentlige og private aktører. To delrapporter er levert, i juni 2006 og juni 2007 (*Framtidens radio* – delrapport 2, juni 2007). Sluttrapporten skal foreligge senest 30. juni 2008.

Radio- og TV-verket la 7. november 2007 fram rapporten *Nærradio och när-TV i fokus*, som inneholder flere forslag som skal styrke de ikke-kommersielle mediene. Det gjelder dels programmenes innhold, dels hvordan et større publikum kan nås. Rapporten inneholder også en kartlegging av de ikke-kommersielle mediene, en beskrivelse av vilkårene de arbeider under, og et kapittel om nærradioen og lokal-TVs historie. Rapporten er skrevet på et regjeringsoppdrag datert desember 2006. Nærradioen er de ideelle, lokale foreningenes radio. Ca. 1.030 foreninger har sendetillatelse, fordelt på 158 sendeområder, i de fleste tilfelle en kommune. Ikke-kommersiell lokal-TV har gratis tilgang til en kanal i kabelnettene i en kommune. Det fantes (høsten 2007) 26 lokale kabelsendinger.

Informasjonssamfunnet

Danmark. Telereguleringen er temaet for rapporten *Strategisk eftersyn af tele-reguleringen*, som i juni 2007 ble presentert for Folketinget av Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling. World Economic Forum pekte i mars 2007 på Danmark som verdens ledende IT-nasjon, men det er fortsatt utfordringer for dansk IT-politikk.

Finland. Kommunikationsministeriet konstaterer i en rapport at syns- og hørselsskadedes muligheter til å delta i samfunnet er blitt bedre, fordi utviklingen av egnede kommunikasjonstjenester og terminaler har hatt økt tilgjengelighet som mål. Handlingsprogrammet *Mot en tillgänglig kommunikation* ble etablert av ministeriet i 2004. I rapporten fra handlingsprogrammet pekes det på at overgangen til digital-TV krever særlig oppmerksomhet om de eldre og funksjonshemmedes behov. En ny arbeidsgruppe er nedsatt, som skal etablere et nytt handlingsprogram før utgangen av 2010.

Sverige. Näringsdepartementet har i 2007 opprettet en arbeidsgruppe – IT-rådet – bestående av 18 medlemmer, ledet av statsråd Åsa Torstensson. Rådet skal være et forum for diskusjon – på strategisk nivå – mellom regjeringen og representanter for ulike samfunnsområder. Samtidig ble betenkningen *Den osynliga infrastrukturen – om förbättrad samordning av offentlig IT-standardisering* (SOU 2007:47) lagt fram av IT-standardiseringsutredningen for Näringsdepartementet. Åpne standarder skal benyttes, er hovedkonklusjonen.

I september fikk Statens institut för kommunikationsanalys (SIKA) i oppdrag av Integrations- og jämställdhetsdepartementet og Näringsdepartementet å innhente kunnskap og gi en rapport om hva slags innsats som er gjort for å minske de såkalte digitale kløftene. SIKA skulle gi en oversiktlig analyse av resultatet, og belyse behovet for eventuelle tiltak. En delrapport forelå 8. november 2007, og oppdraget var avsluttet 31. desember 2007.

• • •

Nedenfor finnes en liste over viktige medierelevante utredninger – både avsluttede og utredninger som fortsatt er i gang. Listen finnes i klikkbar versjon i Nordicoms medielovgivningsbase.

Opphavsrett

Sverige

- Ds 2007:29 – *Musik och film på Internet – hot eller möjlighet?* Justitiedepartementet, 2007.

Ytringsfrihet og mediepluralisme

Finland

- Justitieministeriets publikasjon 2007:1 *Projektet Medborgarinflytande*, Justitieministeriet, 2007.

Sverige

- SOU 2007:102 – *Svenska nyhetsmedier och mänskliga rättigheter i Sverige. En översikt.* Rapport nr 1 från Delegationen för mänskliga rättigheter i Sverige. Integrations- og jämställdhetsdepartementet, 2007.

Trykte medier

Sverige

- *Det svenska presstödet marknadskonsekvenser*. Karl Erik Gustafsson. En analys på uppdrag av Kulturdepartementet, februari 2007.
- Prop. 2007/08:18 – *Sänkt reklamskatt för vissa periodiska publikationer*, Finansdepartementet, oktober 2007

Audiovisuelle medier

Norge

- Stortingsmelding nr. 6 (2007-2008) – *NRK-plakaten*, Kultur- og kirkedepartementet, 2007
- Stortingsmelding nr. 30 (2006-2007) – *Kringkasting i en digital fremtid*, Kultur- og kirkedepartementet, 2007
- Stortingsmelding nr. 22 (2006-2007) – *Veiviseren for det norske filmloftet*, Kultur- og kirkedepartementet, 2007
- *Allmennkringkastingsrapporten for 2006*, Medietilsynet, 2007

Sverige

- *Radio och TV i allmänhetens tjänst* – Dir. 2007:71, Kulturdepartementet, 2007
- *Översyn av villkor för kommersiell radio* – Dir. 2007:77, Kulturdepartementet, 2007
- *Översyn av radio- och TV-lagen, m.m.* – Dir. 2007:133, Kulturdepartementet, 2007
- SOU 2007:110 – *Tillfälliga regler om tillstånd att sända kommersiell radio* – Ku 2007:05 2007 års utredning om kommersiell radio, Kulturdepartementet, 2007
- Ds 2007:14 – *Kriminalisering av privat olovlig hantering av avkodningsutrustning*, Kulturdepartementet, 2007
- Prop. 2007/08:8 – *TV – tillgänglig för alla, Tillstånd för digital marksänd TV*, Kulturdepartementet, 2007
- *Framtidens radio* – delrapport 2, Radio- och TV-verket, 2007
- *Närradio och när-TV i fokus*, Radio- och TV-verket, 2007

Informasjonssamfunnet

Danmark

- *Strategisk eftersyn af telereguleringen*, Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling, 2007

Sverige

- SOU 2007:47 – *Den osynliga infrastrukturen – om förbättrad samordning av offentlig IT-standardisering*, Näringsdepartementet, 2007

Allmenn medieutvikling

Norge

- *Økonomisk utvikling i film, dagspresse og kringkasting i Norge 2002-2006*, Medietilsynet, 2007

Sverige

- *Medieutveckling 2007*, Radio- och TV-verket, 2007
- *Kulturutredningen* – Dir. 2007:99, Kulturdepartementet, 2007

Mediestatistik

NORDEN

► Jämförande statistik

Publikationer
Medielagstiftning
Nyhetsbrev

DE NORDISKA LÄNDERNA

Nationell statistik
MedieSverige

LÄNKAR

Mer fakta om medier

FAQ

Svar på vanliga frågor



OUTLOOK

Europe

Policy Documents
Organisations
Newsletter

International

Agreements & Organisations
Newsletter

Jämförande nordisk mediestatistik

Nordicom sammanställer jämförande nordisk statistik som omfattar tidningar, tidskrifter, böcker, radio, tv, dvd/video, film/bio, fonogram och internet. Materialet belyser aspekter som struktur, ägande, ekonomi, innehåll, distribution och användning.

Mediestatistiken är sammanställd i samarbete med Mediesekretariatet i Danmark, Finska Statistikcentralen, Islands statistikcentral (Hagstofa Íslands), medienorge och Nordicom-Sverige. Data publiceras på webbportalen i excelformat och i tryckt form i bokserien *Nordic Media Trends*. På webben finns även svensk mediestatistik från MedieSverige, samt länkar till nationell mediestatistik i Danmark, Island, Finland och Norge.

Jämförande nordisk mediestatistik

1. Digital marksänd television: Tidtabell, sändarnät och täckning

	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige
<i>Tidtabell</i>					
Pilotförsök	1999/2000 ¹	*	*	2000, juni	1999, 1 april
Lansering	2006, april	2001, aug.	Slutet av 2005 ²	2007, hösten	1999, sept.
Släckning analogt marknät	2009, nov.	Avslutat: 2007, 31 aug	Slutet av 2010	Slutet av 2009	Start 2005, 3:e kv. - avslutat 2008, feb
<i>Multiplexer (sändarnät) och deras täckning 2007</i>					
Antal multiplexer	1 (+ 3 planerade)	4 (operativa)	2 operativa	3 (+ 2 planerade) ⁴	5 (operativa)
Täckning	97,7%	Två 99,9%, en 95%, en 78-90% (planerat: 99,9%)	85%	81% ⁵	Fyra 90%, en 50%

* Innebär att kategorin inte är tillämplig.

¹ År 1999 i Köpenhamn och på Själland, 2000 på norra Jylland.

² Start för digitala marksändningar av företaget 365 ljósvakamiðlars tv-kanaler. Företaget heter idag 365 miðlar ehf och är ett dotterbolag till 365 hf.

⁴ De två operativa multiplexerna drivs av 365. Ytterligare tre multiplexer är planerade för RÚV (varav en är avsedd för distribution av hd-tv).

⁵ Planerad täckning för slutet av 2007.

Källor: Kulturministeriet och Mediesekretariatet i Danmark, www.digitv.fi, Hagstofa Íslands [Isländska Statistikkentralen], Póst- og fjarskiptastofnun [Isländska Post- och Telestyrelsen], medienorge, RiksTV, Teracom.

2. Genomsnittligt dagligt TV-tittande i de nordiska länderna 1997-2007 (minuter)

	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige
1997	155	149	129	144	141
1998	162	149	139	151	144
1999	158	161	139	149	143
2000	151	168	149	163	150
2001	152	167	166	158	148
2002	156	171	191	157	147
2003	158	173	153	164	150
2004	161	167	151	166	151
2005	153	169	146	164	146
2006	151	169	149	156	154
2007	148	166	..	154	157

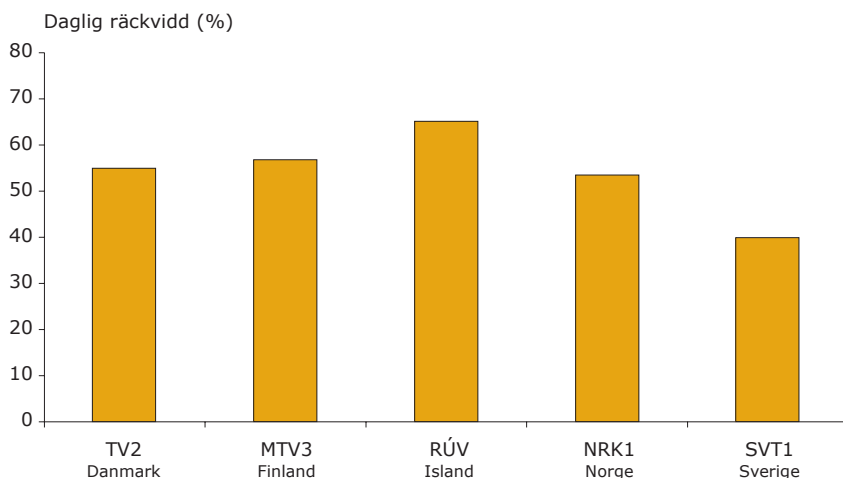
Anm: People-meter data för alla länder utom Island.

Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel och YLE Audience Research, Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands [Social Science Institute at the University of Iceland], Capacent, Synovate MMI (Norge: 1997-1999), TNS Gallup Norge (2000-), MMS.

3. De fem största tv-kanalerna efter daglig räckvidd¹ i varje nordiskt land 2007 (procent)

	(%)		(%)		(%)
Danmark (ålder 3+)		Finland (ålder 10+)		Island (ålder 12-80)	
TV 2	55	MTV3	57	RÚV	66
DR1	53	YLE TV1	52	Stöð2	48
DR2	19	YLE TV2	47	Skjár 1	32
TV3	17	Nelonen	39	Stöð2 - Sirkus	3
TV3+	15	Subtv	28		
Norge (ålder 12+)		Sverige (ålder 3+)			
NRK1	53	SVT1	40		
TV 2	50	TV4	38		
TVNorge	30	SVT2	30		
NRK2	20	TV3	20		
TV3	16	Kanal 5	18		

4. Den största tv-kanalen efter daglig räckvidd¹ i varje nordiskt land 2007 (procent)

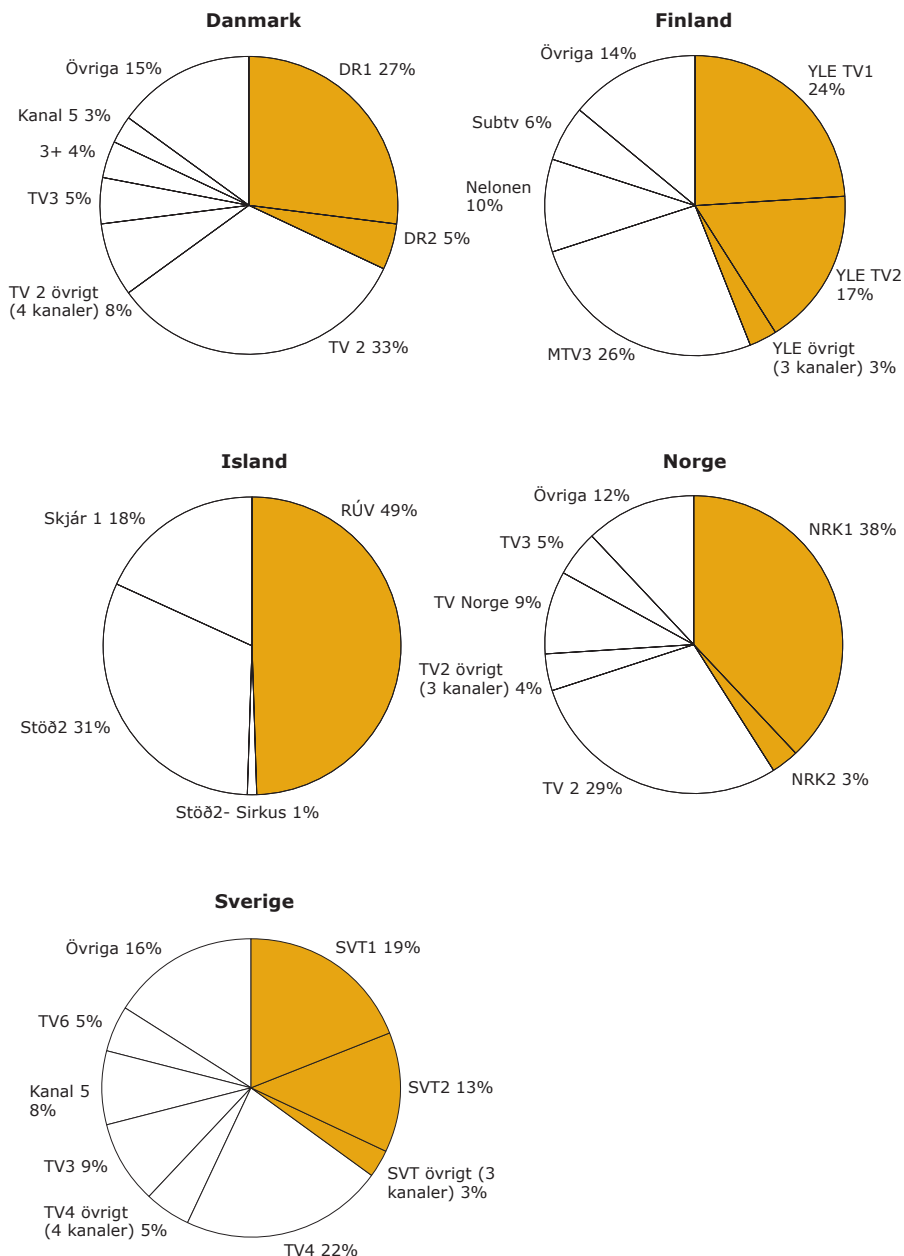


¹ Daglig räckvidd: Danmark och Sverige: andel av tittare som har tittat minst 5 sammanhållande minuter; Finland och Norge: baseras på minst 1 minuts tittartid; Island: andel av svarspersoner som har varit inne på kanalen någon gång under dygnet.

Anm: People-meter data för alla länder utom Island. Mätningar under hela året utom för Island: juni.

Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel och YLE Audience Research, Capacent, TNS Gallup Norge, MMS.

5. Tv-kanalernas marknadsandelar i varje nordiskt land 2007 (andel av tittartid, procent)



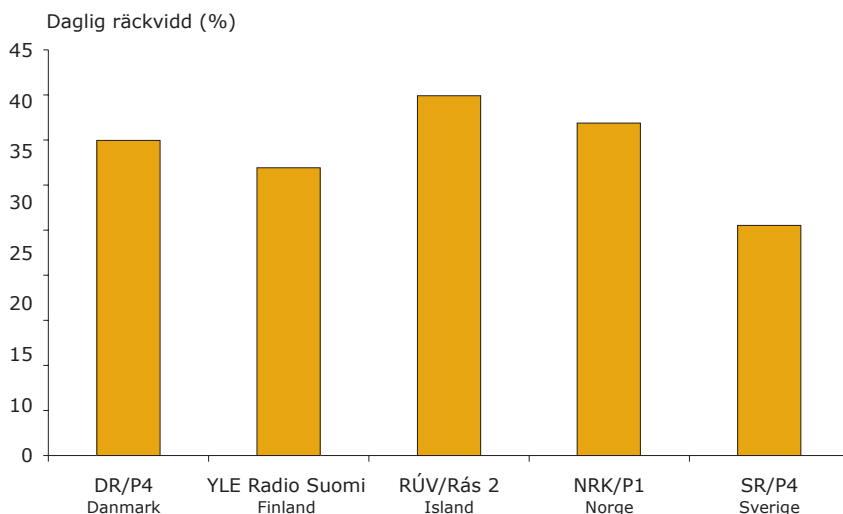
Anm: People-meter data för alla länder utom Island. Mätningar under hela året utom för Island: juni månad. Public service-tv markerad i färg.

Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel och YLE Audience Research, Capacent, TNS Gallup Norge, MMS.

6. De tre största nationella radiokanalerna efter daglig räckvidd¹ i varje nordiskt land 2007 (procent)

	(%)		(%)		(%)
Danmark (ålder 12+)		Finland (ålder 9+)		Island (ålder 12-80)	
DR/P4	35	YLE Radio Suomi	32	RÚV/Rás 2	40
DR/P3	23	Radio Nova	15	Bylgjan	36
DR/P1	10	YLE Radio1	11	RÚV/Rás 1	29
Norge (ålder 9+)		Sverige (ålder 9-79)			
NRK/P1	37	SR/P4	30		
P4	21	SR/P1	11		
NRK/Petre	8	SR/P3	10		

7. Den största radiokanalen efter daglig räckvidd¹ i varje nordiskt land 2007 (procent)

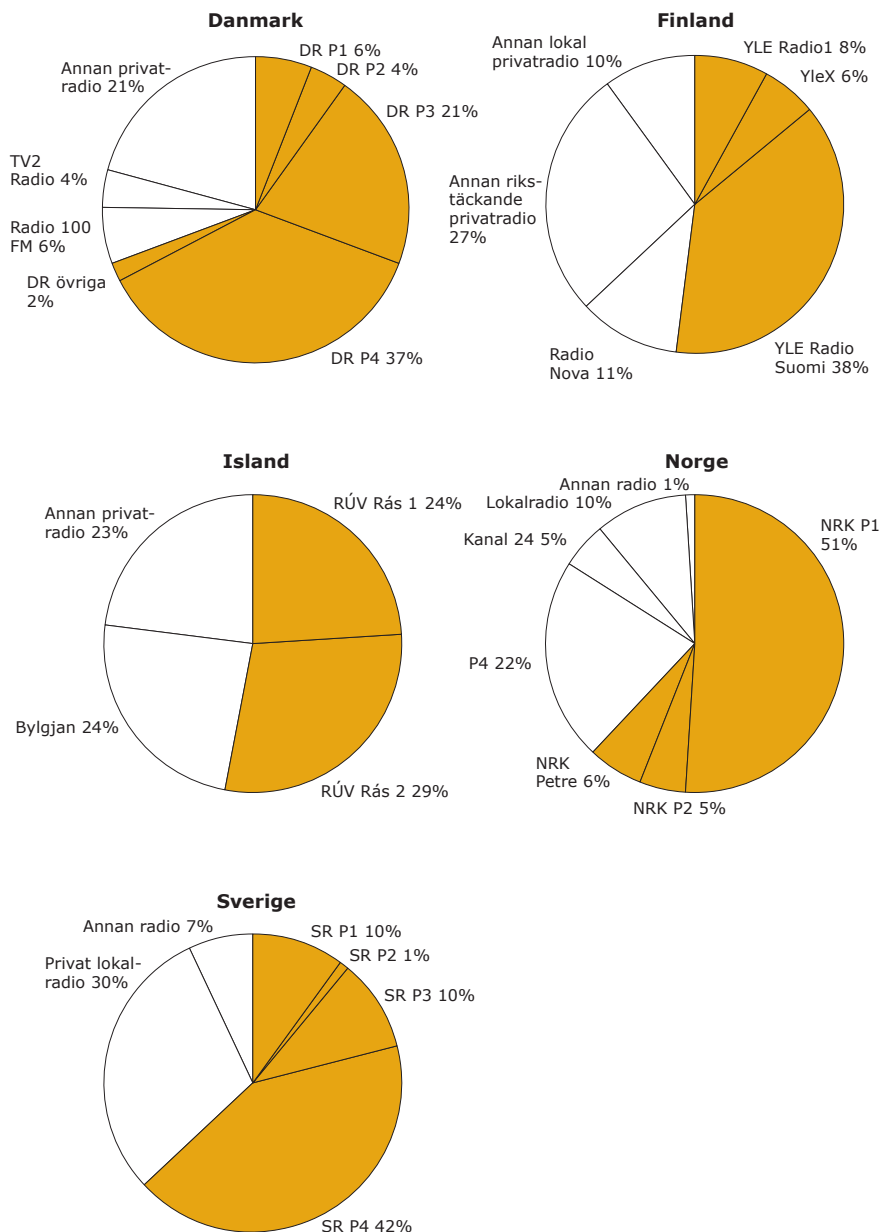


¹ Daglig räckvidd: Finland och Island: andel av lyssnare som har lyssnat minst 8 respektive 5 minuter, under åtminstone ett 15-minuters intervall, Norge: baseras på minst 2 minuters lyssnartid, Danmark och Sverige: minst 5 minuter. Genomsnittlig daglig räckvidd måndag-söndag.

Anm: Finland och Norge: mätningar hela året; Island: mars, Danmark och Sverige: kvartal 4. Data inkluderar allt radiolyssnande, oberoende av plattform.

Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel, Capacent, TNS Gallup Norge, Sifo Media.

8. Radiokanalernas marknadsandelar¹ i varje nordiskt land 2007 (andel av lyssnartid, procent)



¹ Andel av genomsnittlig daglig lyssnartid måndag-söndag.

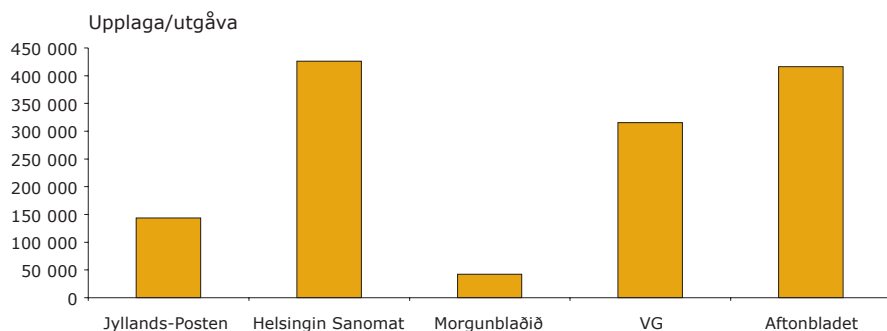
Anm: Finland och Norge: mätningar hela året; Island: mars, Danmark och Sverige: kvartal 4. Data inkluderar allt radiolyssnande, oberoende av plattform. Public service-radio markerad i färg.

Källor: DR, TNS Gallup Danmark, Finnpanel, Capacent, TNS Gallup Norge, Sifo Media och SR.

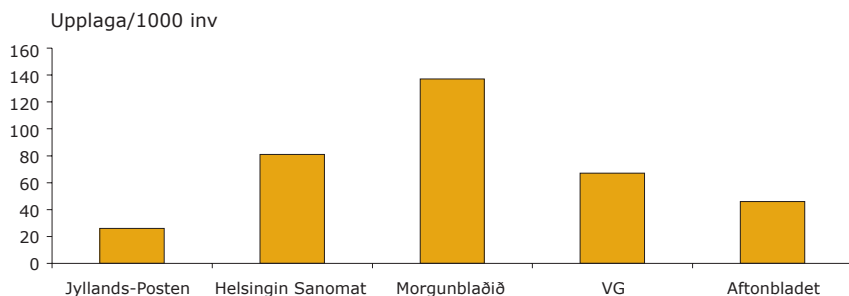
9. De fem största betalda dagstidningarna i varje nordiskt land efter upplaga 2006

Upplaga/utgåva	Upplaga/utgåva	Upplaga/utgåva
Danmark	Finland	Island
Jyllands-Posten,	Helsingin Sanomat 426 117	Morgunblaðið 42 300
Morgenavisen 143 723	Ilta-Sanomat 186 462	
Berlingske Tidende 122 933	Aamulehti 138 258	
Politiken 121 571	Iltalehti 133 007	
Ekstra Bladet 108 478	Turun Sanomat 112 360	
B.T. 92 735		
Norge	Sverige	
VG - Verdens Gang 315 549	Aftonbladet 416 500	
Aftenposten, Morgen 248 503	Dagens Nyheter 347 100	
Dagbladet 146 512	Expressen/GT/KvP 326 300	
Aftenposten, Aften 137 141	Göteborgs-Posten 242 700	
Bergens Tidende 87 076	Svenska Dagbladet 193 500	

10. Den största betalda dagstidningen i varje nordiskt land efter upplaga 2006



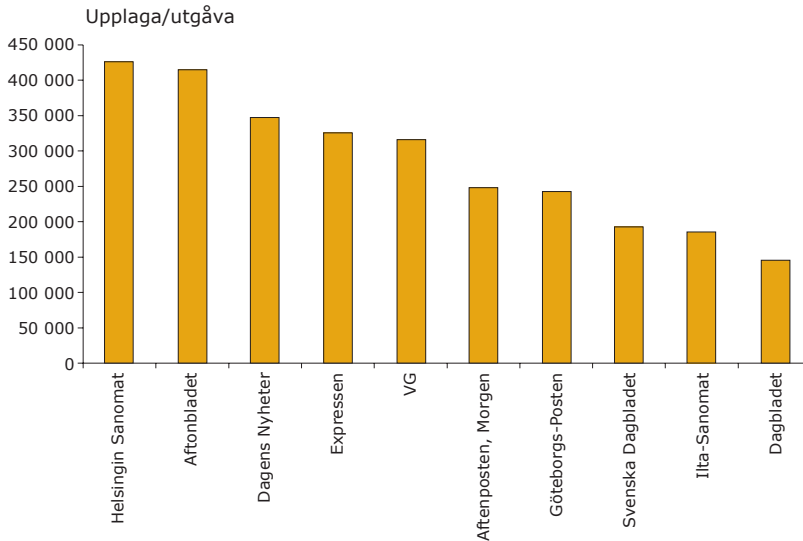
11. Den största betalda dagstidningen i varje nordiskt land efter upplaga per 1000 invånare 2006



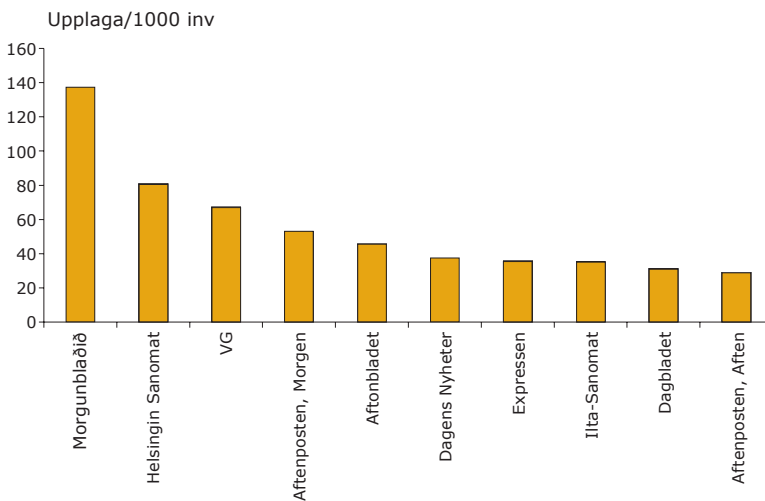
Anm: Finland och Island: genomsnittlig upplaga per utgåva måndag-söndag. Danmark; Norge och Sverige: exklusive söndagsupplagor.

Källor: Dansk Oplagskontrol, Levikintarkastus Oy/Finsk Upplagskontroll, Hagstofa Íslands [Isländska Statistikkentralen], Mediebedriftenes Landsforening, Tidningsstatistik AB.

12. De största betalda dagstidningarna i Norden efter upplaga 2006



13. De största betalda dagstidningarna i Norden efter upplaga per 1000 invånare 2006



Anm: Finland och Island: genomsnittlig upplaga per utgåva måndag-söndag. Danmark; Norge och Sverige: exklusive söndagsupplagor.

Källor: Dansk Oplagskontrol, Levikintarkastus Oy/Finsk Upplagskontroll, Hagstofa Íslands [Isländska Statistikcentralen], Mediebedriftenes Landsforening, Tidningsstatistik AB.

14. De mest besökta medierelaterade webbplatserna, efter antal unika besökare 2007 (v 41 eller 26)¹

	Webbplats	Unika besökare ²	Besök	Antal besök/ besökare	Medieföretag	Traditionellt medium
Danmark	ekstrabladet.dk	1 171 364	5 538 776	4,7	JP/Politikens Hus	Dagspress
	dr.dk	1 105 478	3 666 122	3,3	DR	Radio & TV (public service)
	tv2.dk	1 039 449	4 062 414	3,9	TV2 Interaktiv	TV
Finland	MTV3	1 275 613	6 501 894	5,1	MTV Media (Bonnier) TV	
	Ilta-Sanomat	1 172 095	6 230 908	5,3	SanomaWSOY	Dagspress
	Ilta-lehti	1 149 926	6 115 552	5,3	Alma Media	Dagspress
Island	mbl.is	277 456	16 444 207	59,3	Árvakur hf.	Dagspress
	visir.is	244 460	10 743 303	43,9	365 miðlar hf.	Dagspress, radio, TV
	ruv.is	63 350	789 935	12,5	RÚV	Radio & TV (public service)
Norge	vg.no	2 690 225	16 551 492	6,2	Schibsted	Dagspress
	dagbladet.no	1 694 292	6 822 315	4,0	Dagbladet	Dagspress
	tv2.no	1 158 887	4 097 252	3,5	TV 2 (A-pressen/ Egmont)	TV
Sverige	aftonbladet.se	3 953 070	18 871 566	4,8	Schibsted	Dagspress
	expressen.se	1 713 764	5 930 407	3,5	Bonnier	Dagspress
	dn.se	1 023 601	3 329 716	3,3	Bonnier	Dagspress

¹ Vecka 41/2007 för alla länder utom Danmark som är vecka 26/2007.

² Unika besökare = unika webbläsare.

Anm: Inkluderar webbplatser med koppling till traditionella medier. Nätverk ingår ej.

Källor: TNS Gallup Danmark, TNS Gallup Finland (www.gallupweb.com), Modernus Web Measure (Island), TNS Gallup Norge, www.kiaindex.org (KIA Index).

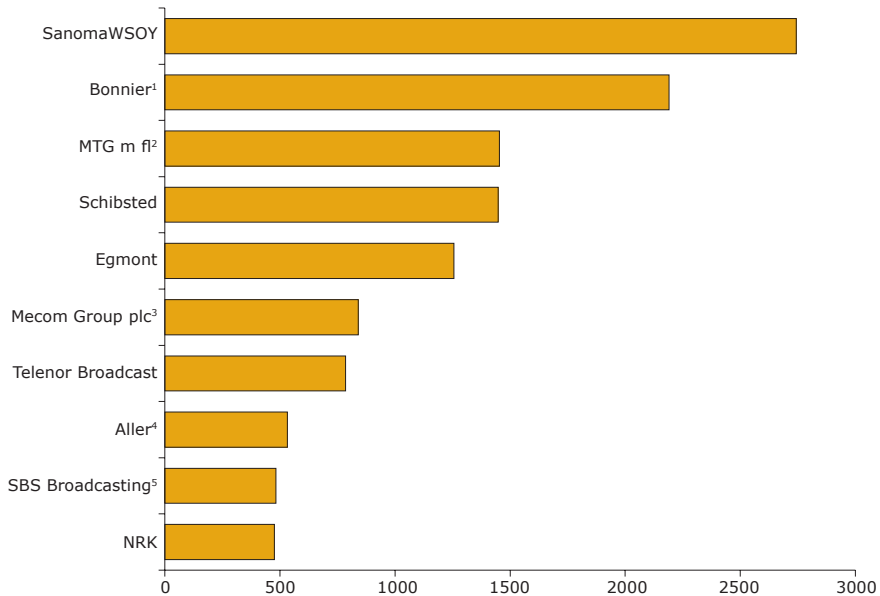
15. Andel av befolkningen som använder Internet dagligen eller nästan dagligen 2003-2007 (procent)

	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige	EU27
2003	42	40	63	38	41	..
2004	52	46	74	43	52	23
2005	57	49	76	50	57	29
2006	65	56	80	59	61	32
2007	66	62	82	66	58	38

Anm: Första kvartalet varje år. Åldersgrupp 16-74 år.

Källa: Eurostat, december 2007 (http://epp.eurostat.ec.europa.eu).

16. De största aktörerna på den nordiska mediemarknaden efter omsättning 2006 (miljoner euro)



¹ I början av 2007 köpte Bonnier TV4 och MTV Media (tidigare hälftenägda) samt tre tidskriftsförlag i USA. Inklusive dessa förvärv uppnår Bonnier en proforma omsättning på cirka 3 000 MEuro.

² Stenbeck-sfärens medieomsättning. Inkluderar MTG (1 096 MEuro), Metro International (331 MEuro) och Tele2-Vision AB (24 MEuro).

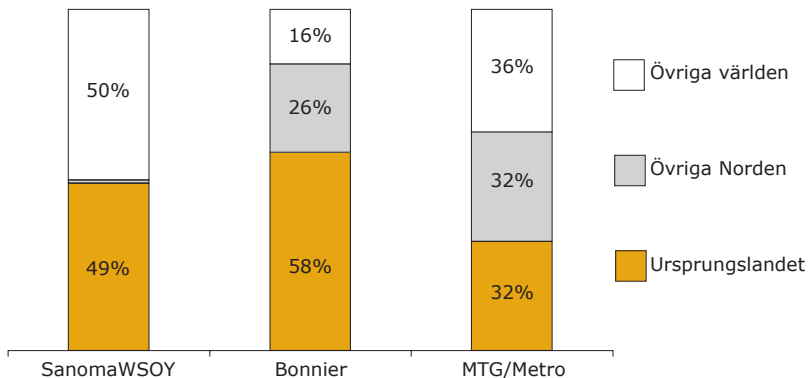
³ Data omfattar Mecoms nordiska dotterbolag, Edda Media i Norge och Det Berlingske Officin i Danmark, som förvärvades från Orkla Media hösten 2006. Bolagen står för cirka 70% av Mecoms proforma omsättning 2006.

⁴ 2006=2005/2006.

⁵ Omsättning på den nordiska marknaden, vilken utgör 48% av SBS Broadcastings omsättning 2006. Under 2007 har SBS Broadcasting fusionerats med det tyska tv-företaget ProSiebenSat.1.

Källor: Företagens årsrapporter och webbsidor.

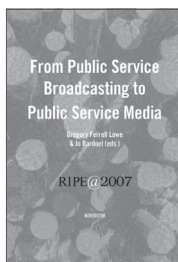
17. De tre största aktörerna på den nordiska mediemarknaden 2006, om-sättnings geografiska fördelning (%)



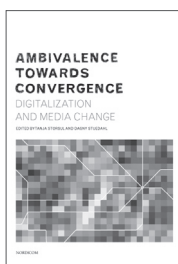
Anm: MTG och Metro är båda kontrollerade av familjen Stenbeck.

Källor: Företagens årsrapporter och webbsidor.

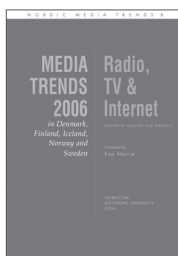
Aktuella publikationer om medieutveckling & medietrender från Nordicom



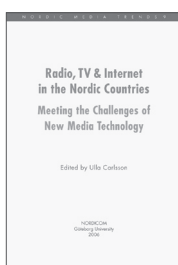
From Public Service Broadcasting to Public Service Media: RIPE@2007
/ Gregory Ferrell Lowe (ed.); Jo Bardoe (ed.) Nordicom, 2008, 259 p.
– ISBN 978-91-89471-53-5



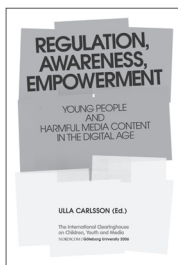
Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change
/ Tanja Storsul (ed.); Dagny Stuedahl (ed.) Nordicom, 2007, 251 p.
– ISBN 978-91-89471-50-4



Media Trends 2006 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Radio, TV and Internet / Eva Harrie (ed.) Nordicom, 2006, 188 p. – ISBN 91-89471-40-7, (Nordic Media Trends; 8) – ISSN 1401-0410



Radio, TV and Internet in the Nordic Countries: Meeting the Challenges of New Media Technology / Ulla Carlsson (ed.) Nordicom, 2006, 109 p.
– ISBN 91-89471-41-5, (Nordic Media Trends; 9) – ISSN 1401-0410



Regulation, Awareness, Empowerment: Young People and Harmful Media Content in the Digital Age / Ulla Carlsson (ed.) Nordicom, 2006, 286 p. – ISBN 91-89471-39-3

För mer information om böckerna och om Nordicom's
övriga utgivning, se www.nordicom.gu.se

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Om Nordicom | Medieforskning | Mediestatistik | Children & Media | Konferenser | Publikationer | Varukorgen | Kontakt | Sitemap | Sök | English





Medie- och kommunikationsforskning i Norden



Medieutveckling och mediestatistik i Norden



The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Nyheter

On the International Agenda
Nyhetsbrev 1 2008
Jan 2008

Ny Bok:
From Public Service
Broadcasting to Public
Service Media. RIPE@2007
Jan 2008

Medier i Norden
Nyhetsbrev 4 2007
Dec 2007

European Media Policy
Newsletter 3 2007
Dec 2007

Ny bok: Children, Media and
Consumption. On the Front
Edge
Nov 2007

NYHETSARKIV >>>

NORDICOM • Göteborgs universitet • Box 713 • SE 405 30 Göteborg • Tel: +46 31 786 0000 • Fax: +46 31 786 4655 • E-post: info@nordicom.gu.se

www.nordicom.gu.se

NORDICOM är ett kunskapscenter för medie- och kommunikationsområdet. Med utgångspunkt i den akademiska forskningen insamlar, bearbetar och förmedlar Nordicom kunskap till olika brukargrupper i Norden, Europa och övriga världen. Arbetet syftar till att utveckla mediekunskapen och bidra till att forskningens resultat synliggörs i behandlingen av mediefrågor på olika nivåer i både offentlig och privat verksamhet.

NORDICOMS verksamhet bygger på vida och omfattande kontakter med en rad intressenter, forskare, medieföretag, politiska beslutsfattare, myndigheter, organisationer, lärare, bibliotek med flera, inte bara i de nordiska länderna utan över hela världen. Verksamheten bygger på dokumentation av:

- Medieforskningen och dess resultat i de nordiska länderna
- Medieutvecklingen och medietrender i de nordiska länderna
- Forskning om barn, unga och medier i världen – The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Resultaten publiceras i en rad publikationer samt på kunskapsportalen.

Nordicom, Göteborgs universitet,
Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige

- Telefon: +46 31 786 00 00 • Fax: +46 31 786 46 55
- e-post: info@nordicom.gu.se

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet

Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige

Telefon +46 31 786 00 00 | Fax +46 31 786 46 55

www.nordicom.gu.se | E-post: info@nordicom.gu.se



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

ISBN 978-91-89471-57-3



9 789189 471573