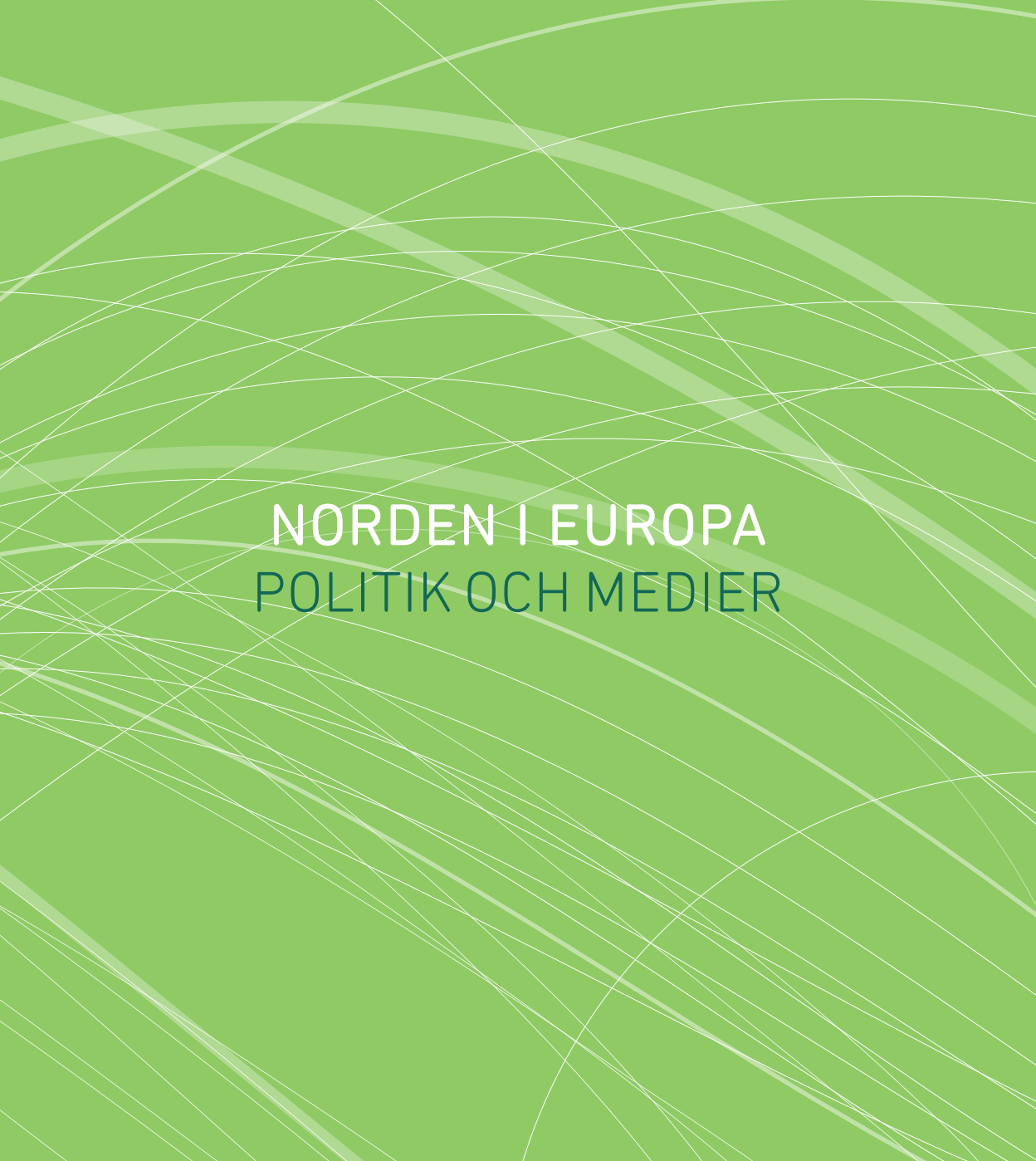




NORDEN I EUROPA POLITIK OCH MEDIER

Medietrender i Norden 2011

ULLA CARLSSON (RED)

NORDICOM

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning



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

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

Ansvariga:

Eva Harrie (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 Nordicoms bokserie *Nordic Media Trends*.

Nationell mediestatistik

Mediostatistik för enskilda länder publiceras av Styrelsen för Bibliotek och Medier, Finska Statistikcentralen, Isländska Statistikcentralen, medienorge och MedieSverige (en tjänst under Nordicom-Sverige). För mer information, se Nationell statistik.

Europeisk och internationell utblick

Nordicom följer EUs, Europarådets och internationella organisationers arbete på medieområdet. Tjänsten Outlook informerar om viktiga mediepolitiska dokument, organisationer och aktörer samt ger en inblick i frågor som är på agendan idag.

Om du vill veta mer

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

Nyheter

- ▶ "Boken: Mellom perm och skärm. Utviklingstrekk i internasjonal forlagsbransje." Norsk forskningsrapport om internasjonale forlagsbransjen (2010). [Mar 2011]
- ▶ Ny bok om televisionens villkor i små länder: "Small Among Giants. Television Broadcasting In Smaller Countries". Läs mer i Nordicoms boklista. [Mar 2011]
- ▶ Svenska Internetsektorn större än byggsektorn. Här finns Googles och BCGs rapport "Sverige Online - hur internet omvandlar den svenska ekonomin" [Mar 2011]

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 2010*.
- **Nationell statistik.** Nordicoms 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 och presentationer av publikationerna *MedieSverige*, *Den svenska mediemarknaden*, *Mediebarometern* samt *Internetbarometern* (hela rapporten i pdf-format).
- **Länkar till mer fakta om medier.** Nordicoms omfattande länkguide till mer information om medier i de nordiska länderna, Europa och internationellt.
- **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.
- **Nordicoms tre nyhetsbrev** om medieutvecklingen, *Medier i Norden*, *European Media Policy* och *On the International Agenda* publiceras på webben. En gratis prenumeration kan tecknas på respektive brevs webbsida. Prenumeranter får ett e-brev varje gång ett nytt nummer publiceras.

Medietrender i Norden 2011

Medietrender i Norden 2011

Norden i Europa. Politik och medier

Ulla Carlsson (red)

© Nordicom och författarna

ISBN 978-91-86523-19-0

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

Omslag: Daniel Zachrisson

Tryckning: Litorapid Media AB, Göteborg 2011, ISO 14001

Innehåll

Förord	5
<i>Anna Celsing</i> Mediepolitiken i EU. Fri- och rättigheter alltmer i fokus	7
<i>Henrik Selin</i> EU-regleringens påverkan på nationell mediepolitik	19
<i>Marit Ingves</i> Public service-medierna i EU. Våga debattera helheten – inte enbart marknaden!	27
Aktuell statistik om medier i Europa <i>Utarbetad av Ulrika Facht och Sara Leckner</i>	33
Medier og kommunikasjon: Aktuelle utredningar, rapporter og forslag i de nordiska land 2010-2011 <i>Sammanställd av Terje Flisen</i>	55

Ny bok från Nordicom

Small Among Giants



Television Broadcasting in Smaller Countries

Gregory Ferrell Lowe & Christian S. Nissen (eds.)

NORDICOM

När elefanterna dansar är det klokt att dra sig undan. Så lyder ett gammalt talesätt. Men vad händer om man inte kan dra sig undan, om man faktiskt måste dansa med? Inom TV-branschen har man länge sett stora länder, stora bolag och stora marknader som förebilder, som normen. Större är bättre. Det är allt som oftast utgångspunkten för så väl politiska beslutsfattare och kontrollmyndigheter som konsulter och företagsledare i branschen. Denna bok sätter den tesen under lupp. Forskningen som redovisas i boken har två övergripande frågor i fokus: Dels, vilka medel kan ett litet land ta till för att behålla kontrollen över sin audio-visuella framtid? Dels, hur möter landet de utmaningar som externt inflytande ger upphov till? De medverkande forskarna besvarar en rad frågor av relevans, utifrån såväl normativ diskurs som empiriska rön.

För mer information
www.nordicom.gu.se

(se under Publikationer)

Förord

EUs mediepolitik är ämnet för 2011 års utgåva av *Medietrender i Norden*. Anna Celsing, redaktör för Nordicoms webbaserade kunskapstjänst *European Media Policy*, har följt EU-politiken rörande medier och kommunikation i flera decennier. I en inledande artikel ger hon en översikt av de frågor som nu är på EUs dagordning. Allt fler av politikens viktiga frågor rör den digitala världen och Internets roll i samhället. Ytterst handlar det om vems villkor som skall gälla, vem som ska äga och vems behov som ska tillfredsställas, d v s grundläggande demokratifrågor. Anna Celsing konstaterar också att fundamentala rättigheter som yttrande- och informationsfrihet och skydd av personlig integritet uppmärksammas allt mer inom EU. Men det handlar förstås även om upphovsrätt, frågor som rör de kreativa näringarna och de ständigt omdebatterade public service-medierna.

Det är lätt att glömma att den nationella mediepolitiken mer eller mindre påverkas av EU-politiken. Ofta är det dessutom svårt att få en samlad bild av EUs politik rörande medierna och än svårare blir det med tanke på de stora förändringar som pågår i kommunikationssamhället. Men det är en kunskap som är nödvändig när den nationella politiken på området diskuteras – inte minst ur ett demokratiperspektiv. Henrik Selin, svenskt kulturråd i Bryssel, söker i sin artikel bringa reda i denna komplexa verklighet som mediesektorns tvärsektoriella karaktär skapar. Han redovisar regleringar och andra åtgärder på EU-nivå som har konsekvenser för medlemsländerna. Artikelns avslutande avsnitt berör EU2020/Digitala Agendan som med all säkerhet kommer att avge spår i de nordiska länderna – den digitala ekonomin står i fokus.

I den tredje artikeln är det de nordiska public service-bolagens representant i Bryssel, Marit Ingves, som formulerar några centrala reflektioner kring public service-mediernas roll i dagens Europa. Ett Europa vars länder skiljer sig åt i många avseenden, bl a vad gäller yttrandefrihet och mediepluralism. När det ekonomiska perspektivet är förhärskande, som det oftast är inom EU, är det svårt att finna utrymme för frågor som går utöver marknaden. Ingves betonar vikten av att våga diskutera de väsentliga frågorna rörande public service-bolagens roll i samhället. Här har de nordiska länderna stora möjligheter att göra sin röst hörd utifrån den nordiska samhällsmodellen.

Nordicom söker i olika sammanhang vidga kontexten genom att presentera statistik av relevans för det ämne som behandlas. Denna gång sker det genom ett statistikavsnitt vars syfte är att ge en bild av det europeiska medielandskapet utifrån en rad olika aspekter. Tidig vår 2011 publicerade Nordicom *A Sampler of International Media and Communication Statistics* och från denna har Ulrika Facht, Nordicom, sammanställt ett antal tabeller och figurer i syfte att ge en så mångfacetterad bild av mediesituationen i Europa som möjligt.

Sist i skriften återfinns en lista över aktuella offentliga utredningar och rapporter som har offentliggjorts i de nordiska länderna under det senaste året. Terje Flisen, redaktör för Nordicoms kunskapstjänst *Medier i Norden*, har sammanställt listan.

Medietrender i Norden är en av många publikationer Nordicom utger som belyser medieutvecklingen i Norden. Samtidigt blir omvärldskunskap allt viktigare och den utvecklingen kan man på kontinuerlig basis följa genom Nordicoms webbaserade nyhetsbrev *European Media Policy* och *On the International Agenda* och bokutgivning. Nordicoms webbsida – www.nordicom.gu.se – utgör därmed en källa till både bred och fördjupad kunskap vad gäller medier och kommunikation i Norden, Europa och världen.

Göteborg i mars 2011

Ulla Carlsson
Nordicom

Mediepolitiken i EU

Fri- och rättigheter alltmer i fokus

Anna Celsing

Under det senaste året har mediepolitiken i EU huvudsakligen handlat om två typer av frågor, båda direkt eller indirekt kopplade till internet och nätets allt viktigare roll i dagens samhälle.

Mycket av politiken som rör internet påverkar grundläggande rättigheter som yttrande- och informationsfriheten, rätten till ett privatliv och skyddet av den personliga integriteten. Sådana frågor har fått stor uppmärksamhet i den politiska debatten.

Det har också varit mycket diskussion om upphovsrätten, kampen mot piratkopiering och andra frågor som har att göra med de kreativa och kulturella näringarnas tilltagande betydelse i den digitala ekonomin och politikernas önskan att stimulera tillväxten och få fram fler jobb i Europa. Här kommer även digitaliseringen av kulturarvet och vissa frågor rörande public service in.

Hot mot yttrandefriheten

Under det gångna året har både politiker och mediefolk uttryckt stor oro över den minskade respekten för yttrande- och pressfriheten i Europa. Hot och våld mot journalister har ökat, källskyddet nonchalerats och i flera länder har nya lagar införts som inskränker pressfriheten.

Vid årsskiftet väckte en ny medielag i Ungern med långtgående krav på "balanserad" rapportering under överinseende av en ny regeringsstyrd myndighet mycket kritik både inom och utanför EU-institutionerna. Extra upprörda var många över tajmingen.

– Hungary is due to assume the six-month rotating presidency of the EU on January 1st 2011, and on the same day the government enacts a new media law that will create a blanket of self-censorship across the country's media. It is untenable that a country which has enacted a law undermining fundamental rights including media freedom should now assume the moral and political leadership of the European Union, dundrade europeiska journalistfederationens ordförande Arne König.

Europarådet i Strasbourg uppmanade Ungern att göra ändringar i lagen med hänvisning till artikel 10 i europakonventionen om mänskliga rättigheter och flera EU-länder framförde skarp kritik mot lagen. I EU-parlamentet blev det en het debatt om saken i januari.

EU-kommissionen höll sig till en början ganska avvaktande men senare förklarade ordföranden José Manuel Barroso att mediefriheten är en "helig princip" i unionen, varpå medie- och IT-kommissionären Neelie Kroes skickade ett brev till de ungerska myndigheterna i vilket hon framförde allvarliga betänkligheter om den ungerska lagens förenlighet med EU-lagstiftningen.

Lagen kunde inte bara bryta mot vissa av reglerna i EU:s direktiv om audiovisuella medietjänster utan även mot unionens allmänna fördragsregler om tillhandahållande av tjänster liksom mot artikel 11 i EU-stadgan för de grundläggande rättigheterna, skrev Kroes och krävde klarlägganden på en rad punkter. Det verkar ha tagit skruv.

I början av februari skickade den ungerska regeringen förslag till ändringar i lagen till Neelie Kroes. Kommissionen verkar nöjd med dessa men varnar för att man nog kommer att övervaka att ändringarna också antas och implementeras.

Ungerska oppositionspolitiker har välkomnat de ändringar EU-kommissionen tvingat igenom men framhåller att stora problem – som den politiska kontrollen över landets nya mediemyndighet – ännu kvarstår.

De är inte de enda som anser att de föreslagna ändringarna inte räcker. Fortsatt stark kritik har framförts av internationella organisationer som OSSE (Organisationen för säkerhet och samarbete i Europa) och Europarådet liksom av internationella och nationella branschorganisationer för journalister och utgivare.

Även i EU-parlamentet tycker många att ändringarna mest är kosmetiska. I mitten av mars antog parlamentet – på förslag av liberaler, socialister, de gröna och vänstern – en resolution om den ungerska medielagen där man bland annat skarpt kritiserar "utövandet av en genomgripande och centraliserad, rättslig och politisk myndighetskontroll över samtliga medier" och kräver att lagen snarast ska upphävas och ses över utifrån EU-kommissionens, OSSE:s och Europarådets anmärkningar.¹

Parlamentet kritiserar också kommissionen för att endast ha fokuserat på tre punkter och uppmanar den att fortsätta sin bedömning av medielagens förenlighet med EU:s lagstiftning, särskilt med stadgan om de grundläggande rättigheterna.

I resolutionen pekar parlamentet även på problem med mediernas frihet och mångfald i andra länder som Bulgarien, Estland, Italien, Rumänien och Tjeckien och uppmanar kommissionen att redan före utgången av året lägga fram förslag till EU-lagstiftning om skydd av mediernas frihet, oberoende och mångfald. (Sådana krav har redan tidigare framförts många gånger i parlamentet men hittills har kommissionen varit tveksam till att gå till handling.)

I Europarådet har man under senare år engagerat sig alltmer i denna typ av frågor. I januari 2010 antog rådets parlamentariska församling till exempel en rekommendation där man uppmanar ministerkommittén att vidta olika åtgärder för att öka respekten för pressfriheten och journalisters säkerhet i medlemsstaterna, inte minst i Ryssland, Ukraina, Vitryssland och Turkiet.²

Bristen på källskydd – även i EU-länder – har också kritiserats. Under 2010 fördömde den europeiska journalistfederationen EFJ vid flera tillfällen Frankrike för att inte respektera källskyddet trots att en lag om detta nyligen införts i landet. "Despite its protection under the law across Europe, protection of sources is increasingly undermined in the name of 'state security'", framhöll EFJ vid ett av dessa tillfällen.

Bara någon månad innan dess hade Europeiska domstolen för mänskliga rättigheter enhälligt stött journalisters rättigheter i hela Europa³. Polisen eller allmänna åklagare kan inte tvinga journalister att avslöja sina källor, förklarade domstolen.

Det här är en fråga som nyligen åter tagits upp. I januari 2011 antog Europarådets parlamentariska församling en rekommendation om skydd av journalisters källor där man framför skarp kritik mot att myndigheter i Europa allt oftare tvingar journalister att röja sina källor och rekommenderar att alla länder i Europarådet ska ha lagar för källskydd.

I rekommendationen betonas bland annat att "journalists' sources must not be compromised by the increasing technological possibilities for public authorities to control the use by journalists of mobile telecommunication and Internet media".⁴

Kriget mot Wikileaks

Liknande frågeställningar har kommit upp i kriget mot Wikileaks som förs av den amerikanska och andra regeringar – med villig assistans av privata företag – sedan webbplatsen spritt läckta amerikanska diplomatdepescher.

Attackerna mot Wikileaks har fördömts av många medieföreträdare, däribland internationella journalistfederationen IFJ och Reportrar utan gränser.

– This is the first time we have seen an attempt at the international community level to censor a website dedicated to the principle of transparency. We are shocked to find countries such as France and the United States suddenly bringing their policies on freedom of expression into line with those of China. We point out that in France and the United States, it is up to the courts, not politicians, to decide whether or not a website should be closed, framhöll Reportrar utan gränser i början av konflikten.

Huruvida Wikileaks kommer att överleva angreppen man utsätts för och pressen på webbplatsens grundare Julian Assange – som även börjat kritiseras i de egna leden och begärts utlämnad till Sverige för att svara på anklagelser om sexuella övergrepp – återstår att se.

Hur som helst verkar Wikileaks ha inspirerat andra att vilja ta över stafettpinnen. Under senare tid har en rad nya läcksajter dykt upp, däribland Brusselsleaks.com, en EU-version av Wikileaks startad av en egenfinansierad grupp före detta EU-tjänstemän, NGOs och mediefolk baserade i Bryssel som vill öka insynen i EU-politiken.

Kritik mot datalagring

I Sverige och några andra EU-länder har det riktats mycket kritik mot EU:s datalagringsdirektiv⁵ som i korthet går ut på att telefon- och internetoperatörer tvingas lagra uppgifter om telefonsamtal, sms, e-post och internetuppkopplingar. (Det handlar inte om innehållet i kommunikationen utan endast om vem som skickat vad till vem och när.)

Bland kritikerna finns integritetsansvariga myndigheter, internetoperatörer och många journalister och utgivare som befarar att direktivet kommer att urgröpa källskyddet och avskräcka så kallade whistleblowers och andra uppgiftslämnare från att kontakta medierna. Även i Europarådet har man uttryckt sådana farhågor.

För närvarande gör EU-kommissionen en översyn av detta kontroversiella direktiv. Någon gång i början av 2011 ska en rapport om utvärderingen presenteras. Sedan ska denna bli underlag för ett förslag till ändringar i direktivet, meddelade den ansvariga EU-kommissionären Cecilia Malmström vid en konferens i Bryssel i december 2010.

Att skrota direktivet är det inte tal om. "Data retention is here to stay... We do need data retention as an instrument to maintain security in our Member States", förklarade Malmström och gick in på vilka eventuella ändringar som kommer att föreslås. Här nämnde hon bland annat mer harmoniserade och kanske kortare lagringstider⁶.

Sannolikt har Malmström i viss mån påverkats av den tunga kritik som EU:s integritets- och dataskyddsansvariga riktat mot direktivet. "The retention of traffic and location data of all persons in the European Union, whenever they use the telephone or the Internet, is a huge interference with the right to privacy of all citizens", förklarade EU:s datatillsynsman (EDPS) Peter Hustinx, vid konferensen i Bryssel.

Liknande kritik har framförts av EU:s så kallade Artikel 29-arbetsgrupp – där bland andra medlemsstaternas integritets- och dataskyddsansvariga ingår – i en rapport där man lyfter fram ett antal allvarliga problem i tillämpningen av direktivet⁷.

Integritetsfrågor alltmer i fokus

Rätten till ett privatliv och skydd av personuppgifter är ett hett diskussionsämne inte bara i samband med datalagring och kampen mot terrorismen: hur personuppgifter ska skyddas i dagens digitala miljö blir ett allt större bekymmer för politikerna. Ofta kommer dessa frågor upp i samband med diskussioner om sociala medier, ny reklamteknik och bekämpning av illegal fildelning.

Integritetsskyddet är viktigt ur rättighetssynpunkt men även av andra skäl. Om informationstekniken ska skapa den tillväxt och alla nya jobb som EU:s IT-politik går ut på måste konsumenterna ha förtroende för tekniken, framhåller kommissionen ofta.

Särskilt angelägna om detta är Neelie Kroes, EU:s kommissionär med ansvar för IT-frågor, och hennes kollega Viviane Reding, tidigare medie- och IT-kommissionär och nu ansvarig för området rättvisa, grundläggande rättigheter och medborgarskap.

I höstas satte Reding igång en översyn av EU:s direktiv om skydd av personuppgifter från 1995 och lade fram ett samrådsdokument med en ny strategi för skydd av den enskildes personuppgifter på samtliga politikområden, även brottsbekämpningen⁸. Framåt sommaren 2011 ska hon lägga fram förslag till en ny rättslig ram för uppgiftsskydd.

Ett av de centrala målen i kommissionens nya strategi är att stärka den enskildes rättigheter så att insamlingen och användningen av personuppgifter begränsas till vad som är absolut nödvändigt. Enskilda bör också få tydlig information om hur, varför, av vem och hur länge deras uppgifter lagras och används.

Det räcker inte, tycker EU:s datatillsynsman och artikel 29-gruppen som krävt större ambitioner.

I mediebranschen tycks man hysa en viss oro för vad översynen av direktivet kan komma att medföra.

– Redaktionell frihet kräver undantag i dataskyddsreglerna. Det undantag för journalistiska ändamål som finns i det nuvarande direktivet (artikel 9) är absolut nödvändigt och får inte falla bort, skriver de europeiska tidskriftsutgivarnas organisation FAEP i sitt nyhetsbrev.

Även i Europarådet i Strasbourg har man tankar på att modernisera skyddet av personuppgifter. Nyligen inleddes ett samråd om Europarådets konvention 108 om dataskydd för att få in synpunkter på vilka ändringar/tillägg som borde göras.⁹

Ängslan över sociala medier och nätreklam

Integritetsfrågor kommer ofta upp i EU-politiken i samband med diskussioner om sociala medier, särskilt som många minderåriga lägger ut personlig information på sådana sajter.

En nyligen publicerad rapport från projektet EU Kids Online¹⁰ visar att 59% av 9-16-åringarna i Europa har en social nätverksprofil och 26% säger att deras profiler kan läsas av vem som helst.

– IKT-branschen måste ta ett större ansvar för att tillhandahålla produkter och tjänster som skyddar barnen och stärker deras integritet på nätet, manade EU:s IT-kommissionär Neelie Kroes på Safer Internet Day 2011 i februari.

Redan för ett år sedan lade EU:s datatillsynsman Peter Hustinx fram ett yttrande om integriteten i digitalåldern¹¹. Här betonar han att "it is crucial to integrate, at practical level, data protection and privacy from the very inception of new ICTs." Privacy by design, som detta ofta kallas, ska bland annat gälla sociala medier, framhåller Hustinx.

En annan företeelse som oroar politikerna är så kallad behavioural advertising, det vill säga personanpassad reklam som bygger på spårning av användarnas beteende på nätet.

I juni 2010 lade EU:s integritets- och dataskyddsansvariga i artikel 29-gruppen fram ett yttrande där man klargör vilka EU-regler som gäller för beteendestyrd annonsering på nätet¹². Här konstaterar man att "opt-out"-funktioner i dagens webbläsarinställningar inte räcker. I stället bör det skapas riktiga "opt-in"-mekanismer.

Det här är en fråga som diskuterats mycket i Europaparlamentet. I en nyligen antagen resolution om reklamens inverkan på konsumenternas beteende uttrycker parlamentet sin oro över "den alltmer utbredda beteendestyrd annonseringen och utvecklingen av påträngande reklam- och annonseringsteknik..."

Parlamentet betonar att "konsumenterna måste informeras på ett tydligt, begripligt och uttömmande sätt om insamling, behandling och användning av uppgifter om dem" och deras personuppgifter "bör kunna lagras och användas enbart efter konsumentens uttryckliga samtycke".¹³

Jakten på pirater

Följder för den personliga integriteten har även jakten på illegala fildelare – eller åtgärder för att säkerställa skyddet för immateriella rättigheter som man säger i Bryssel.

En fråga som skapat mycket debatt i EU är det plurilaterala ACTA-avtalet (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) som är tänkt att göra kampen mot piratkopiering och varumärkesförfalskning mer effektiv.

Den intensiva kritik som framförts mot ACTA-förhandlingarna av politiker, akademiker, konsumentgrupper och nätaktivister tycks i viss mån ha burit frukt. Den slutgiltiga ACTA-texten¹⁴ – offentliggjord i december 2010 – ger kanske lite mindre anledning till oro än befarat.

I texten ingår emellertid en skrivning om att avtalsparterna ska uppmuntra "cooperative efforts within the business community to effectively address trademark and copyright or related rights infringement", vilket oroar internetoperatörer och andra leverantörer av nättjänster som inte vill bli indragna i jakten på pirater.

En grupp framträdande europeiska akademiker har nyligen kritiserat ACTA-avtalet i en gemensam åsiktsförklaring¹⁵. Forskarna menar – tvärtemot utfästelser från EU-kommissionen – att avtalet på flera punkter inte är förenligt med nuvarande EU-lagstiftning. Därför uppmanar de såväl Europaparlamentet som nationella parlament och regeringar att inte skriva under avtalet så länge dessa kvarstår.

I EU-parlamentet har det varit mycket debatt om ACTA under det senaste året. Många parlamentsledamöter har kritiserat bristen på insyn i förhandlingarna och risken för att avtalet ska kränka medborgerliga rättigheter. Men sannolikt kommer man ändå godkänna det till slut med tanke på att parlamentet i höstas antog ett eget kontroversiellt betänkande om säkerställande av skydd för immateriella rättigheter¹⁶.

I betänkandet betonar parlamentet att "alla berörda parter, bl.a. Internetleverantörerna, måste delta i dialogen med intressenterna, så att man kan hitta lämpliga lösningar." Om detta misslyckas bör kommissionen föreslå lagstiftningsåtgärder, tillägger man. Liknande tankar har framförts i rådet.

Parlamentet uppmanar kommissionen att lägga fram en rapport om tillämpningen av det så kallade IPRED-direktivet om säkerställande av skydd för immateriella rättigheter och hur det fungerat. Rapporten bör även innehålla "en bedömning av hur reglerna kan stärkas och förbättras när det gäller Internet".

Vid årsskiftet presenterade EU-kommissionen en sådan rapport¹⁷. Kommissionens slutsats av utvärderingen är att IPRED-direktivet haft "en betydande och positiv inverkan när det gäller att skydda immaterialrättigheter" men att det behöver moderniseras.

Kommissionen är medveten om eventuella integritetsproblem och behovet att även respektera lagar om skydd av personuppgifter. Men här framhåller man att "det inte finns någon regel som innebär att rätten till integritet generellt har företräde framför (den immateriella) äganderätten eller vice versa". Därför måste nationella lagar vara "utformade så att det görs en avvägning mellan dessa rättigheter i varje enskilt fall".

Det är tydligt att även kommissionen vill att mellanhänder som internetoperatörerna ska ges en aktiv roll i jakten på pirater. "Med tanke på mellanhändernas goda möjligheter att bidra till att förebygga och få slut på intrång på nätet kunde kommissionen undersöka hur de kan göras mer delaktiga", föreslår man tjänstvilligt.

Under våren 2011 ska EU-kommissionen lägga fram "en ambitiös handlingsplan" mot piratkopiering och varumärkesförfalskning. Här kommer det förmodligen att läggas betoning på internetleverantörernas medverkan.

Ifall det utkrävs mer ansvar av mellanhänderna kommer oron för övervakning nog att öka bland fildelarna. Och det kanske får andra följder än politikerna tänkt sig. Enligt rapporter i svensk press, tycks ängslan för övervakning leda till att internetanvändarna i allt högre utsträckning använder anonymitetstjänster som gör dem svåra eller omöjliga att spåra snarare än att få dem att sluta fildela.

Internetleverantörer som inte vill agera nätpoliser hänvisar ofta till EU:s e-handelsdirektiv¹⁸, enligt vilket "mere conduits" inte är ansvariga för den överförda informationen. Sommaren 2010 inledde EU-kommissionen ett offentligt samråd om detta direktiv. Bland de frågor som togs upp var tolkningen av reglerna rörande mellanhänders ansvar, som tycks skilja sig i olika medlemsstaters domstolar och ibland till och med inom samma land.¹⁹

Hur aktiva mellanhänderna är och vilken kunskap de har om den data som överförs tycks vara nyckelfrågor. Under första halvåret 2011 ska kommissionen lägga fram ett meddelande om e-handelsdirektivet och hur det fungerar. Det är inte säkert att man här kommer att föreslå några ändringar i direktivet; kanske blir det i stället klarlägganden och riktlinjer för hur det ska tolkas.

Nätneutralitet hett debattämne

Under det senaste året har nätneutralitet diskuterats mycket både i USA och Europa.

Ska internetoperatörer få ägna sig åt trafikstyrningsmetoder som prioriterar viss internettrafik före en annan? Hur ska man försäkra sig om att operatörer behandlar all nättrafik på samma sätt och inte av konkurrensmässiga eller andra skäl blockerar eller fördröjer vissa tjänster? Hur ska konkurrensen mellan olika leverantörer av nättjänster och konsumenternas valfrihet garanteras? är några av de frågor som diskuterats.

Sommaren 2010 sjösatte EU-kommissionen ett samråd om saken och i november höll kommissionen och parlamentet ett toppmöte om nätneutralitet i Bryssel.

Här verkade Neelie Kroes – kommissionären med ansvar för den digitala agendan – och många av de andra talarna inte särskilt oroliga för neutraliteten på nätet. Inga nya regleringsåtgärder behövs för närvarande i Europa, förklarade både Kroes och John Doherty, ordförande i det nya organet för europeiska regleringsmyndigheter för elektronisk kommunikation BEREC.

Det här glädde nog inte den europeiska konsumentorganisationen BEUC som krävt att kommissionen antar "a binding instrument that will ensure the coherent and effective protection of net neutrality across Europe"²⁰.

Även i Europarådet har man tagit upp den här frågan. "Any exceptions to the principle of network neutrality should be considered with great circumspection and need to be justified by overriding public interests...", förklarade ministerkommittén i en deklaration hösten 2010²¹.

Kanske borde principen om nätneutralitet inte bara gälla nätoperatorerna utan även andra mellanhänder. Idag har sökmotorerna blivit internets grindvakter och mycket makt har koncentrerats till ett enda företag, Google.

EU-kommissionen tillhör dem som är oroliga över denna utveckling. I november 2010 beslöt kommissionen med hänvisning till EU:s antitrustregler att utreda klagomål man fått in om Google. "The opening of formal proceedings follows complaints by search service providers about unfavourable treatment of their services in Google's unpaid and sponsored search results coupled with an alleged preferential placement of Google's own services", förklarade kommissionen²².

Nyligen fick EU-kommissionen in ytterligare klagomål mot Google från ett franskt sökföretag.

Allt större intresse för kreativa näringar

Många frågor som diskuterats i mediepolitiken under senare tid har att göra med den ökade betydelse de kulturella och kreativa näringarna fått i den digitala ekonomin och EU-politikernas önskan att få fart på tillväxten och jobben i Europa.

Övertygad som man är att kulturindustrin kan göra underverk för ekonomin i Europa gav EU-kommissionen ut en grönbok om "att ta tillvara potentialen i den kulturella och den kreativa sektorn" i april 2010²³.

Inte bara kan dessa näringar skapa tillväxt och nya jobb, de kan också spela en viktig roll för utbredningen av informationssamhället och "främjar investering i infrastruktur och tjänster för bredband, i digitalteknik samt i ny konsumentelektronik och telekommunikationsapparater", förklarar kommissionen.

Grönboken inledde ett offentligt samråd om saken och före sommaren 2011 väntas kommissionen presentera ett förslag om hur de kulturella och kreativa näringarna skulle kunna stimuleras och stödjas. Det ser ministerrådet säkert fram emot. I rådets arbetsplan för kultur 2011-14 är detta en prioriterad fråga.

Inom medieindustrin har man länge lobbat för att EU:s momsregler ska ändras så att inte bara tryckta medier tillåts reducerade momssatser. För vanliga dagstidningar får momsen ligga så lågt som 0% men finns materialet på nätet gäller vanlig moms som ligger mellan 15 och 25% i EU-länderna.

Kanske kan det här bli en ändring. EU-kommissionen gör just nu en översyn av unionens momsregler och vid en konferens nu i februari om pressens svårigheter förklarade generaldirektören för kommissionens utbildnings- och kulturdirektorat Jan Trzuszczynski: "We believe content should be taxed the same way, whether it is printed or in tablets". Om medlemsstaterna sedan går med på detta är dock inte säkert.

Digitalisering av kulturarvet

Många politiker i EU vill att Europas kulturarv ska digitaliseras och göras tillgängligt på nätet. Google's bokprojekt har gjort dem extra angelägna om att bygga ut Europeana, en webbportal som ger tillgång till digitalt material från bibliotek, museer och arkiv runtom i Europa. Därför vill man påskynda digitaliseringen av europeiskt kulturinnehåll och så snart som möjligt lösa de upphovsrättsliga problem som hämmar Europeanas utveckling.

Att finna lösningar på sådana problem har varit en av huvuduppgifterna för en så kallad Reflection Group som kommissionen tillsatt. Nyligen lade gruppen fram sin rapport²⁴. Några av slutsatserna:

Medlemsstaterna måste se till att "allt material som digitaliseras med stöd av offentliga anslag är tillgängligt på denna webbplats och att alla mästerverk som

är allmän egendom finns på Europeana senast 2016". För att genomföra digitaliseringen bör offentlig-privata partnerskap uppmuntras, betonar gruppen som tycker det är viktigt att även europeiska aktörer (läs – ej bara Google) medverkar.

Verk som skyddas av upphovsrätt men inte längre distribueras i kommersiellt syfte bör göras tillgängliga online. Dessutom bör EU-regler för verk av okända upphovsmän antas så snart som möjligt, framhåller den rådgivande gruppen.

Sådana upphovsrättsfrågor har diskuterats vid en rad möten i Europaparlamentet och rådet liksom vid flera offentliga utfrågningar. En lösning som ofta nämns är utvidgade kollektiva licensavtal i nordisk stil.

Somliga är emellertid oroliga för att upphovsrättsorganisationerna ska missbruka sin ställning om de får större inflytande. Ska de få det måste det åtminstone finnas ett regelverk för förvaltningen av rättigheter, säger många av de berörda och kräver mer öppenhet och övervakning av verksamheten.

EU-kommissionen har uttryckt liknande tankar och menar också att rättighetsförvaltningen är för krånglig och hindrar utvecklingen av nya gränsöverskridande webbtjänster. Vad kommissionen har tänkt sig för system får vi reda på nu under våren 2011 då kommissionen ska lägga fram ett "rättsligt instrument" om hur kollektiv förvaltning av rättigheter ska fungera inom unionen.

Snart ska kommissionen även föreslå ett EU-direktiv rörande så kallade orphan works för att göra det möjligt att licensiera användning av sådana verk.

Modernisering av upphovsrätten?

Under det senaste året har det inte bara talats om behovet av vissa konkreta, smärre ändringar i upphovsrätten. Allt oftare efterlyses en reform av hela systemet.

"The international instruments for the protection of copyright no longer seem capable of guaranteeing creators and investors a fair return on their respective activities while ensuring the public's access to information and respect for privacy", står det i en rekommendation med den talande titeln Rethinking creative rights for the Internet age som lades fram av Europarådets parlamentariska församling i mars 2010.²⁵

Ett par månader senare antog företrädare för konsumenterna, kreatörer, bibliotek, civilsamhället och teknikföretag i Europa en deklaration med titeln Copyright for Creativity där man efterlyser "a European copyright law truly adapted to the Internet age".²⁶

Mycket av deklarationen – som uppmärksammats i Europaparlamentet, inte minst i den Gröna gruppen till vilken Piratpartiets Christian Engström hör – handlar om undantag i upphovsrätten. "Exceptions must balance the protection of the creators' rights with the public interest", förklarar de som undertecknat deklarationen och efterlyser en harmonisering av undantagen inom EU.

Även EU:s mediekommissionär Neelie Kroes önskar en modernisering av upphovsrätten.

"Today our fragmented copyright system is ill-adapted to the real essence of art, which has no frontiers. Instead, that system has ended up giving a more prominent role to intermediaries than to artists. It irritates the public who often cannot access what artists want to offer and leaves a vacuum which is served by illegal content, depriving the artists of their well deserved remuneration. And

copyright enforcement is often entangled in sensitive questions about privacy, data protection or even net neutrality”, förklarade Kroes i november 2010²⁷.

Den som ansvarar för upphovsrätsfrågor i kommissionen är emellertid inte Kroes utan hennes kollega, inre marknadskommissionären Michel Barnier. I slutet av januari meddelade Barnier att han ska lägga fram en ny övergripande EU-strategi för immaterialrätten nu i vår. Den kommer inte bara att handla om upphovsrätt utan även om patent och andra immateriella rättigheter, framhöll han och pekade på områdets stora ekonomiska betydelse.

– Against the backdrop of an economic crisis and of global competition Europeans’ creativity and ability to innovate is a considerable asset which we must value as best as we can²⁸.

Public service åter på agendan

Public service-företagen tillhör dem som efterlyst ändringar i upphovsrätten. Det tycks de ha stöd för i EU-parlamentet. ”Europaparlamentet uppmuntrar kommissionen att anpassa upphovsrätten till den nya digitala tidsåldern så att programföretag kan fortsätta att tillhandahålla ett brett utbud av europeiskt kvalitetsmaterial, samt att särskilt beakta hur man kan underlätta återanvändning av arkivmaterial...”, står det i en resolution om offentligägd radio och TV i den digitala tidsåldern som antogs av parlamentet i höstas²⁹.

Parlamentet kommer här även in på den känsliga frågan om nya public service-tjänster på nätet. Här framhåller man att ”de offentligägda programföretagen inom ramen för sitt uppdrag (måste) ha möjlighet att erbjuda sina tjänster, inbegripet nya tjänster, över alla plattformar” och pekar på EU-kommissionens meddelande om tillämpningen av reglerna om statligt stöd på radio och tv i allmänhetens tjänst från juli 2009 ”som erkänner de offentligägda programföretagens rätt att delta på alla relevanta distributionsplattformar”.

Parlamentet går även in på den i Sverige nyligen omdebatterade förhandsprövning som numera krävs när public service-bolagen vill sjösätta ”väsentliga nya tjänster”.

Här refererar parlamentet åter till kommissionens meddelande från juli 2009 – som föreskriver förhandsprövningen – och uppmanar medlemsstaterna att ”upprätthålla balansen mellan tillgängliga digitala medietjänster, att säkerställa rättvis konkurrens mellan offentligägd radio och tv och privatägda medier och därmed bevara ett dynamiskt medielandskap i Internetmiljön.”

Parlamentet pekar dock på ”de enorma kostnaderna för (nuvarande) förhandsgranskningar och betonar sitt stöd för proportionerliga utvärderingar.”

I den svenska debatten om förhandsprövningen hänvisade regeringen till meddelandet från EU-kommissionen om tillämpningen av statsstödsreglerna för public service. Då förklarade en av public service-cheferna i ett inlägg att ett meddelande från kommission inte har någon rättslig status och att Sverige därmed inte har någon skyldighet att följa det.

Här vill jag påminna om att EU:s konkurrensrätt – där statsstödsreglerna utgör en viktig del – är en hörnsten i unionen och att kommissionen som fördragets väktare svarar för övervakningen av reglerna och har befogenhet att vidta åtgärder mot sådana som inte följer dem.

Kommissionens meddelande om public service förklarar under vilka betingelser radio- och TV-avgiften – som räknas som statsstöd enligt EU:s regelverk – får användas så att konkurrensen på den inre marknaden inte snedvrids.

I meddelandet skriver EU-kommissionen att förhandsprövningen av nya tjänster på nationell nivå "bidrar till att garantera förenlighet med EG:s regler om statligt stöd" men tillägger: "Detta påverkar inte kommissionens befogenheter att kontrollera att medlemsstaterna respekterar fördragets bestämmelser, och inte heller dess rätt att när så krävs också agera på grundval av klagomål eller på eget initiativ."³⁰

Politiker i Europa är ofta ovilliga att erkänna att mycket av det de beslutar på nationell nivå har sin grund i beslut, lagar och regler som antagits på EU-nivå. I det här fallet gjorde den svenska regeringen ingen hemlighet av kopplingen. Men då gäller det också att de som engagerar sig i debatten har ett visst hum om hur EU fungerar och känner till några av unionens grundläggande regler.

Noter

1. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2011-0094+0+DOC+XML+V0//SV&language=SV>
2. <http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta10/eREC1897.htm>
3. <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=873705&portal=hbk&source=externalbydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA39864>
4. <http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta11/EREC1950.htm>
5. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:105:0054:0063:SV:PDF>
6. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/10/723>
7. <http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp17>
8. http://ec.europa.eu/justice/news/consulting_public/0006/com_2010_609_sv.pdf
9. http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/dataprotection/Consultation_Modernisation_Convention_108_EN.pdf
10. http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Executive_Summary_Full_Findings.pdf
11. http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/site/mySite/shared/Documents/Consultation/Opinions/2010/10-03-19_Trust_Information_Society_SV.pdf
12. http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_sv.pdf
13. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0484+0+DOC+XML+V0//SV>
14. http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2010/december/tradoc_147079.pdf
15. http://www.iri.uni-hannover.de/tl_files/pdf/ACTA_opinion_200111_2.pdf
16. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0340+0+DOC+XML+V0//SV>
17. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0779:FIN:SV:PDF>
18. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:178:0001:0016:SV:PDF>
19. http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/e-commerce_en.htm
20. http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommerce/doc/library/public_consult_net_neutrality/comments/08industry_social_consumer_orgs_ngos_etc/beuc.pdf

21. <https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?id=1678287&Site=CM&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383>
22. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1624>
23. http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/GreenPaper_creative_industries_sv.pdf
24. http://ec.europa.eu/information_society/activities/digital_libraries/doc/executive-summary/sv.pdf
25. <http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta10/EREC1906.htm>
26. <https://www.copyright4creativity.eu/bin/view/Main/Declaration>
27. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/10/619>
28. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/11/40&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
29. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0438+0+DOC+XML+V0//SV&language=SV>. Se även: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2010-0286&language=SV>
30. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:257:0001:0014:SV:PDF>

Nordicom's newsletter *European Media Policy* provides an up-date on policy developments at the European level. We concentrate on news from the European Union – current issues and trends in media policy, new proposals for legislation, debates in the European Parliament, recently taken or impending policy decisions and reactions among those concerned, new support programmes, EU studies in the field etc. There will also be some coverage of policy developments in the Council of Europe. The newsletter will be published three times per year. The December issue will provide an overview of the main events of the year and comment on media policy trends. Editor is Anna Celsing. Läs vidare på www.nordicom.gu.se (Medieutveckling och Mediestatistik)

EU-regleringens påverkan på nationell mediepolitik

Henrik Selin

Mediepolitiken är liksom kulturpolitiken ett område där EU:s kompetens är begränsad. Man brukar tala om att EU har en kompletterande kompetens, i likhet med vad som gäller på flera andra områden där ambitionen att harmonisera medlemsländernas regelverk är begränsad, t.ex. utbildning, ungdomsfrågor och sociala frågor. På dessa områden förekommer normalt inte lagstiftning, vanligen används istället mjukare former av styrning, t.ex. rekommendationer och rådslutsatser. EU-samarbete på dessa områden begränsas dessutom ofta till arbete för att identifiera och sprida goda exempel mellan Europas länder. Viss lagstiftning förekommer också på dessa områden, men vad som är viktigare att notera är att nationell kultur- och mediepolitik i hög grad påverkas av lagstiftning och åtgärder också på andra områden där beslut fattas i EU.

I figur 1 nämns några av de områden där reglering och andra åtgärder på EU-nivå påverkar nationell mediepolitik. Den som intresserad av att studera mediepolitikens ramar har därför anledning att följa utvecklingen också på dessa områden.

*Figur 1. Andra politikområdens påverkan på mediepolitiken**

Regelverk	Kommissionen	Rådet	Parlamentet
• Distributionen	DG INFSO	Telekomarbetsgruppen	ITRE
• Innehållet	DG INFSO/EAC	Audiovisuella arbetsgruppen	CULT
• Upphovsrätten	DG MARKT	Arbetsgruppen för immaterialrätt	JURI
• Konkurrensen	DG COMP	---	---
Andra relevanta politikområden: inre marknad, utrikeshandel, kultur, konsumentfrågor, hälsa, rättsliga frågor, skatt/moms etc.			

* DG INFSO: EU-commission Directorate General for Information Society, DG EAC: Education and Culture, DG MARKT: Internal Market, DG COMP: Competition. För Europaparlamentet gäller ITRE: Committee on Industry, Research and Energy, CULT: Committee on Culture and Education, JURI: Committee on Legal Affairs.

Det finns anledning att särskilt lyfta fram fyra typer av EU-reglering som mest relevanta för mediepolitiken, och som betraktade tillsammans ger en något mer sammansatt bild av EU:s politik för medierna. Dessa typer av reglering berör *mediernas distribution, mediernas innehåll, upphovsrätten i informationsområdet* och *konkurrensreglering – marknad vs allmänintresse*. Regleringen på dessa områden utvecklas mer nedan. Därutöver kan listan göras lång på beslut och regler som också på andra områden påverkar mediepolitiken. Exempelvis har EU:s harmoniserade regler för *mervärdesskatt* stor betydelse för medlemsstaternas möjligheter att bestämma vilka delar av kulturen och medierna som ska åtnjuta reducerad moms. Frågor om *skydd av personuppgifter* och *datalagring* spelar stor roll på nätet och påverkar i hög grad journalistiska och redaktionella arbetsmetoder. På *bäso-, konsument- och miljöområdena* kan EU-direktiv om t.ex. märkning av konsumentprodukter få konsekvenser för hur reklambudskap i radio och TV ska vara formulerade. Ytterligare exempel kan röra politiken för *företagande och näringsverksamhet*, där EU-regler i hög grad påverkar nationella regelverk.

Av figuren framgår också att dessa typer av reglering hanteras på skilda sätt och av olika tjänstemän med olika bakgrund och kunskaper såväl i EU-kommissionen som i Europaparlamentet och i rådsarbetet där EU:s medlemsstater förhandlar sina positioner. Detsamma gäller givetvis också i medlemsstaterna där olika ministerier utifrån olika traditioner och utgångspunkter hanterar regler som berör mediernas funktion i samhället. Det är långtifrån oviktigt att känna till vilken institution som hanterar ett regelverk, exempelvis för att förstå vilket perspektiv som anläggs på en viss fråga. Är det mediepolitiska överväganden som yttrande- och informationsfrihet, mångfald och kvalitet som är viktigast? Eller är det ekonomiska och konkurrenspolitiska överväganden?

I syfte att följa utvecklingen av hur reglering på skilda områden påverkar mediepolitiken genomför EU-kommissionens generaldirektorat DG INFSO

Figur 2. Media Task Force – en översikt över EU-initiativ som påverkar medierna

July 2010 European Commission Media Task Force INVENTORY OF MEASURES AFFECTING THE MEDIA			
Categories of policies:			
1) Audiovisual and media policies, 2) Communications policy, 3) Digital agenda 4) Research, 5) Other policy files with potential media impact, 6) Reference – Lisbon strategy, impact assessment.			
The inventory only covers Commission files i.e not own initiative measures in other institutions.			
Sectors – sub sectors affected: Audiovisual – TV, film/cinema; TV & radio broadcasting; Publishing – Printed & on-line press, Printed & on-line periodicals, Books, Directories, Learned journals, Music			
Commission Services (DGs):			
If you know which service handles the policy initiative that interests you, click on it to go straight to the relevant section of the inventory. NB not all DGs are listed currently, given that some do not have initiatives that are relevant.			
Competition DG	COMP	Internal Market DG	MARKT
Education and Culture DG	EAC	Justice, Freedom and Security DG	JLS
Development DG	DEV	Communication DG	COMM
Information Society and Media DG	INFSO	Research DG	RTD
Employment, Social Affairs - Equal Opportunities	EMPL	Secretariat-General	SG
Enterprise DG	ENTR	Energy	ENERGY
Environment DG	ENV	Taxation and Customs Union DG	TAXUD
Health and Consumer Affairs DG	SANCO	Trade	TRADE

löpande en inventering av hur olika pågående och planerade initiativ inom kommissionen berör medieområdet. Avsikten är att kunna påverka utformningen av beslut genom att peka på dess konsekvenser för mediernas verksamhet. Verksamheten bedrivs under namnet *Media Task Force*.¹

Som kommer att framgå nedan är det främst på upphovsrättens område som större förändringar på EU-nivå är att vänta den närmaste tiden. För såväl distributionen som mediernas innehåll har de huvudsakliga regelverken nyligen reviderats och de kan därför förväntas finnas kvar i sin nuvarande form under överskådlig tid.

Mediernas distribution

EU-regleringen av mediernas *distribution* utgörs i huvudsak av lagstiftningen om elektronisk kommunikation, som i början av 2000-talet kom att innebära en harmonisering av åtgärder för att främja konkurrens på Europas telekommarknader, som i de allra flesta fall tidigare har utgjorts av nationella monopol. Detta regelverk berör såväl själva infrastrukturen med dess olika kommunikationsnät som grundläggande aspekter på de tjänster som erbjuds. Exempel på aktörer som berörs är nätoperatörer, Internetleverantörer, mobiltelefonioperatörer och radio- och TV-företag. Lagstiftningen reviderades under 2007-2009 och går i dag allmänt under namnet *Telekompaketet*. Konkurrens och konsumenträtt är två vägledande principer. Det reviderade regelverket innebär ytterligare steg i riktning mot att främja fungerande marknader med bra tjänster och låga priser. Bl.a. inrättas en europeisk myndighet med uppgift att säkerställa enhetlig tillämpning av regelverket och att samordna och driva på medlemsstaternas arbete för att identifiera och åtgärda konkurrensproblem.

Bland de frågor som inte helt får sin lösning i telekompaketet utan som också fortsättningsvis kommer att diskuteras livligt i Bryssel kan särskilt nämnas frågan om fördelning av radiospektrum. I grunden regleras denna fråga på internationell nivå och EU:s roll har traditionellt varit blygsam. Det finns dock starka krafter som vill se mer av europeisk harmonisering i syfte att främja teknisk och ekonomisk utveckling i telekomsektorn, bl.a. med fokus på utbyggnad av mobilt bredband. Kommissionens förslag till ett *europeiskt spektrumprogram* diskuteras f.n. av medlemsstaterna i Rådet och i Europaparlamentet. Förslaget rör främst långsiktiga strategiska frågor kring frekvenspolitiken, men diskussionen handlar också om frågor som hur man bäst finner en balans mellan telekomsektorns behov av frekvensspektrum för utveckling av mobila tjänster och den traditionella broadcastingsektorns behov av frekvensutrymme för utveckling av sin verksamhet.

Telekompaketet genomförs just nu i medlemsstaterna. Ett viktigt inslag i regelverket är att nationella regleringsmyndigheter regelbundet ska genomföra analyser av olika delmarknader i telekomsektorn i syfte att identifiera och åtgärda konkurrensproblem. Aktörer som bedöms ha ett betydande marknadsinflytande kan åläggas villkor för tillgång och prissättning m.m.

Mediernas innehåll

Regleringen av mediernas *innehåll* utgörs på EU-nivå av direktivet om audiovisuella medietjänster (*Audiovisual Media Services Directive*, tidigare *TV-direktivet*).²

Syftet med direktivet är en harmonisering av grundläggande regler i Europa för att främja en konkurrenskraftig europeisk marknad för audiovisuellt innehåll, att underlätta gränsöverskridande tjänster och säkerställa fortsatt europeisk mångfald. Direktivet innehåller huvudsakligen bestämmelser om vilken medlemsstats regler som ska gälla för sändningar samt vissa minimiregler för innehållet i sändningarna.

Det nya direktivet, som reviderades 2007, innebär en modernisering av den tidigare räckvidden från traditionell envägsriktad rundradio (broadcasting) till att också innefatta utsändning på begäran (on-demand). Audiovisuella medietjänster definieras genom att skilja mellan *linjära tjänster* som avser tjänster inom traditionell television, Internet och mobiltelefoni som tittarna tar emot passivt och *icke-linjära tjänster*, dvs. sådana tjänster som tittarna själva begär att få se (t.ex. video on-demand). På detta sätt omfattas alla audiovisuella tjänster oavsett hur de distribueras, dels genom att linjära tjänster utsträcks till att omfatta alla plattformar, dels genom att också icke-linjära tjänster omfattas av minimiregler.

Intressant att notera är att denna utvidgning av direktivets räckvidd också utvidgar antalet medieföretag som berörs av reglerna. Exempelvis omfattas numera också dagstidningsföretag när de bedriver audiovisuella medietjänster (t.ex. TV-liknande tjänster på nätet). Också andra aktörer, t.ex. företag som i marknadsföringssyfte har audiovisuella tjänster på sina hemsidor berörs av regelverket. Detta är sannolikt något som många ännu inte är helt medvetna om, vilket ställer krav på tydlig information från nationella regleringsmyndigheter. Skillnad görs dock i lagstiftningen när det gäller graden av reglering, mellan linjära tjänster (striktare regler för t.ex. reklam och skydd av unga, pga mediets genomslagskraft) och icke-linjära tjänster (minimiregler om skydd för minderåriga, förebyggande av rashat, förbud mot smygreklam).

Övrig reglering på EU-nivå som kan inkluderas under rubriken mediernas innehåll omfattar den mjukare formen av styrning i form av två rekommendationer, en om *skyddet av minderåriga, mänsklig värdighet och rätten till genmåle*, och en om *det europeiska filmarvet*. Dessutom finns mer långsiktigt verkande initiativ som *mediekompetens* (media literacy) och *mediepluralism*. I det senare fallet har kommissionen valt bort alternativet lagstiftning och istället låtit genomföra en studie för att ta fram indikatorer för att kunna mäta graden av mediemångfald i medlemsstaterna. Ett särskilt stödprogram, *MEDIA2007* syftar till att stärka den europeiska audiovisuella sektorn, bl.a. genom stöd till för- och efterproduktion samt distribution av film och TV.

Det är i sammanhanget värt att påpeka att EU inte har någon särskild hantering av frågor som rör dagspressen eller vissa andra medier. Exempelvis omfattas inte radiomediet av AVMS-direktivet, och det ekonomiska stöd som lämnas i MEDIA-programmet fokuserar endast på audiovisuella medier, särskilt film. EU:s regelverk på medieområdet bygger inte heller, till skillnad från vad som normalt gäller i medlemsstaterna, på någon formell reglering av grundläggande fri- och rättigheter. Detta faktum har tydliggjorts vid EU-kommissionens hantering av nyligen beslutade, hårt kritiserade ändringar i den ungerska medielagstiftningen under våren 2011. Efter att ha analyserat frågan ur ett strikt EU-rättsligt perspektiv kom kommissionen i februari 2011 fram till att den ungerska regeringen behövde

ändra delar av lagstiftningen, i huvudsak de delar som berörs av AVMS-direktivet. Den ungerska regeringen har accepterat dessa ändringar.

Många kritiker menar dock att de ändringar som nu kommer att göras är alltför begränsade i förhållande till problemet, som inte enbart kan kopplas till medlemsstaternas skyldigheter med anledning av AVMS-direktivet utan går djupare och berör grundläggande frågor om yttrande- och informationsfrihet, som är områden där EU:s regelverk inte är formellt bindande. Europaparlamentet beslutade nyligen om en resolution i ärendet där man riktar osedvanligt skarp kritik mot det som kvarstår av de ungerska medielagarna och kanske främst mot EU-kommissionen, som man anser har gjort en alldeles för snäv analys av problemet.³ Parlamentet pekar i resolutionen på problem med mediernas frihet och mångfald också i andra länder som Bulgarien, Rumänien, Tjeckien, Estland och Italien och uppmanar kommissionen att skyndsamt återkomma med ett förslag till EU-lagstiftning om skydd för mediernas frihet, mediemångfalden och mediernas oberoende, i syfte att, som det heter, "åtgärda bristerna i EU:s lagstiftning på medieområdet".

AVMS-direktivet har nu genomförts i medlemsländernas lagstiftning. Ett viktigt inslag i genomförandeprocessen är att varje land kan välja att införa striktare regler än direktivets minimiregler, så länge de inte strider mot principerna i EU-rätten. Ett exempel är att Sverige har striktare regler för reklam, t.ex. genom sitt förbud mot reklam riktad till barn under 12 år.

Upphovsrätten i informationssamhället

Upphovsrätten är i grunden väl harmoniserad på EU-nivå, i enlighet med internationella avtal på området. Rättigheterna i sig är normalt inte föremål för kontroverser, men det finns två förhållanden där EU-kommissionen ser skäl att agera och där det fortfarande råder stora skillnader mellan medlemsstaterna. Det rör dels frågan om *efterlevnaden* (enforcement) av regelverket för upphovsrätt, särskilt i en digital mediavärld, och dels frågan om hur rättigheter *praktiskt hanteras* i medlemsstaterna. Den första frågan tangerar en av de mest debatterade och komplexa frågorna i den digitala världen, nämligen hur olika former av olaglig användning och piratkopiering ska beivras. Det regelverk som främst avses här är det s.k. *IPRED-direktivet om säkerställande av skydd för immateriella rättigheter*.⁴ Den andra frågan handlar om förekomsten av olika system i medlemsstaterna för hantering, klarering och försäljning av rättigheter för olika former av vidareanvändning. Många beskriver rättighetsmarknaden som alltför fragmenterad, vilket bl.a. anses begränsa utvecklingen av gränsöverskridande digitala tjänster. Ett exempel som EU-kommissionen gärna använder är att nedladdning av musik är fyra gånger så vanlig i USA som i EU. Detta anses bl.a. bero på att helt gränsöverskridande onlineplattformar i Europa hindras eftersom rättigheter omfattas av nationella licenser på 27 olika marknader.⁵

EU-kommissionen har tydligt markerat att en förutsättning för att den digitala ekonomin ska utvecklas väl är att det finns god tillgång på kreativt innehåll på olika digitala plattformar. Helst ska detta innehåll naturligtvis utgöras av europeiskt innehåll och kommissionen har utlovat flera konkreta åtgärder för att stimulera tillgången på innehåll i den digitala ekonomin.

I maj 2011 väntas ett brett upplagt strategimeddelande som kommer att beröra all immaterialrätt och där kommissionen avser presentera förslag på kommande åtgärder. Först därefter avser kommissionen presentera de konkreta förslag som man utlovat sedan en längre tid. Det handlar för det första om ett förslag till direktiv om *kollektiv rättighetshantering* som avser underlätta för rättighetsklarerings för gränsöverskridande tjänster och som bl.a. väntas ställa vissa grundläggande krav på nationella rättighetsorganisationer. För det andra avser kommissionen föreslå ett direktiv om hantering av s.k. *herrelösa verk*, dvs. verk där upphovsmannen inte är känd eller inte kan lokaliseras. Detta direktivförslag anses komma att få stor betydelse för bl.a. digitalisering av bibliotek och arkiv, exempelvis de omfattande arkiv som hanteras av public service radio- och TV-företag runt om i Europa. Kommissionen har också utlovat en *grönbok om distribution av audiovisuellt innehåll på nätet* med fokus på video on-demand och gränsöverskridande TV-tjänster. En *handlingsplan om kampen mot piratkopiering* är också på väg. Samtliga dessa förslag kan förväntas få stor uppmärksamhet och leda till omfattande diskussioner såväl i branschen som på politisk nivå.

Konkurrensreglering – marknad vs allmänintresse

En av de mer omtalade aspekterna av EU:s regelverk är konkurrensregleringen, eller närmare bestämt reglerna om statsstöd. Detta regelverk påverkar mediernas verksamhet i alla medlemsländer, exempelvis frågan om hur regelverket ska tolkas i förhållande till radio och TV i allmänhetens tjänst och för det statliga stödet till dagspressen och till nationell filmpolitik. I några fall har EU:s konkurrensregler också varit aktuella när det gäller frågor om medieäggande och mediekoncentration på olika marknader.

Det har skett en anmärkningsvärd utveckling de senaste 20 åren när det gäller EU-kommissionens syn på radio och TV i allmänhetens tjänst ur ett konkurrensrättsligt perspektiv. När gamla radio- och TV-monopol i Europa bröts upp i slutet av 1980-talet i kölvattnet av bl.a. satellittekniken började klagomål om orättvisa konkurrensfördelar komma från kommersiella aktörer. Då var osäkerheten stor om hur EU-kommissionen skulle betrakta public service-radio och TV. Många såg framför sig att EU skulle inskränka medlemsstaternas rätt att bestämma verksamhetens ramar. Det talades t.o.m. om att EU skulle gå så långt som att sätta gränser för vilka programtyper som kunde få ingå i ett public service-uppdrag och inte. Genom ett mycket tydligt budskap från politiskt håll till försvar för verksamheten har det dock utvecklats en praxis som i grunden behandlar public service-verksamheten väl och som beaktar den särskilda roll sådana medier spelar för mångfald och kvalitet i det europeiska medielandskapet. Genom det s.k. *Amsterdamprotokollet* från 1997 har EU i sitt fördrag infogat en text som klargör public service-verksamhetens särställning i Europa och dess betydelse för demokratiska, sociala och kulturella behov i varje samhälle. Det klargörs också att det är upp till varje medlemsland att besluta om definition, organisation och finansiering av verksamheten.

De senaste tio åren har EU-kommissionen genom särskilda riktlinjer för hur man avser tillämpa EU-rätten klargjort ett antal kriterier som ska vara uppfyllda för nationella public service-uppdrag. Dessa kriterier, som bygger på rättspraxis

från EU-domstolen också från andra sektorer, tar huvudsakligen fasta på processfrågor och frågor om tydlighet, öppenhet och transparens när det gäller *hur* public service-företagens uppdrag, finansiering och redovisning fastställs. I reviderade riktlinjer från 2009 skärps dessa krav något ytterligare, framför allt genom att man nu förutsätter att varje land inför ett s.k. public value-test (efter brittisk modell) där nya betydande tjänster från public service-företagen först ska genomgå en förhandskontroll i syfte att bedöma sådana tjänsters inflytande på marknaden i förhållande till deras allmännyttan.⁶ Den centrala grundprincipen att det är medlemsländerna som bestämmer innehållet i public service-uppdraget och dess finansiering gäller dock fortsatt.

Liknande riktlinjer i form av ett meddelande från kommissionen finns också för bedömningen av statligt stöd till filmproduktion i medlemsländerna. Meddelandet anses ha varit värdefullt för utformningen av nationella stödordningar och det kommer att bli föremål för revidering under 2012. För bedömning av stöd till dagspressen finns inte några särskilda riktlinjer, vilket gör det svårare för utomstående betraktare att följa (och förstå) EU-kommissionens hantering i dessa frågor. Detta blev t.ex. tydligt vid hanteringen av det svenska presstödet, som pågick under perioden 2006-2009. Utfallet av den processen blev att det svenska presstödet i huvudsak ansågs förenligt med EU:s statsstödsregler, men först efter att delar av stödet ändrats och åtgärder vidtagits för ökad tydlighet, transparens och redovisning i systemet.

För samtliga områden gäller att det inte huvudsakligen är EU-kommissionen som driver på statsstödsprövningar genom egna initiativ utan det görs genom de klagomål som kommersiella aktörer lämnar till kommissionen.

EU2020 och Digitala Agendan

I syfte att staka ut färdvägen för ett smartare, mer hållbart och inkluderande Europa beslutade EU-kommissionen våren 2010 om en strategi för den närmaste tioårsperioden, *Europa 2020*. Strategin, som i juni 2010 välkomnades av medlemsstaterna i Europeiska rådet, har därefter följts upp med sju tematiska s.k. flaggskeppsinitiativ (meddelanden) där KOM presenterar sin analys av viktiga utmaningar för EU och dess medlemsstater.⁷ En nyhet i denna strategi, jämfört med dess föregångare Lissabonagendan, är att den också innehåller relativt ambitiösa kvantitativa målsättningar och ett stort antal konkreta policyförslag som kommissionen avser vidta för att stimulera utveckling och underlätta reformarbete i medlemsstaterna.

Ett av dessa flaggskeppsinitiativ är den *Digitala Agendan*, som i sig är ett exempel på mediesektorns tvärsektoriella karaktär.⁸ Den kan läsas som en politisk avsiktsförklaring för den digitala ekonomin i bred mening där kommissionen analyserar de huvudsakliga hindren för fortsatt utveckling på området och föreslår hur de ska hanteras. I agendan presenteras 101 åtgärder som EU-kommissionen avser vidta de närmaste åren i syfte att förbättra den digitala ekonomins funktionssätt så att den bättre ska kunna bidra till tillväxt, hållbarhet och andra samhällsliga vinster. Åtgärderna har stor betydelse för mediepolitiken och inkluderar bl.a. genomförande av telekompaketet, satsningar på bredband för alla, förenklad e-handel, standardisering, ökade resurser för forskning och utveckling, stimulansåtgärder för mer europeiskt innehåll på digitala plattformar,

inklusive förslag på upphovsrättens område, och åtgärder för att stärka medborgarnas förtroende för och säkerhet på nätet som marknadsplats.

Liksom för den övriga EU2020-strategin förväntas också medlemsstaterna vidta fortsatta åtgärder på detta område i syfte att stimulera den digitala ekonomin. Medlemsstaterna har i huvudsak varit positiva till den digitala agendan, många har särskilt välkomnat dess tvärsektoriella karaktär. I kommissionen kommer en särskild grupp av berörda kommissionärer regelbundet att träffas för politisk samordning av olika lagstiftningsinitiativ m.m. För att följa upp hur arbetet med agendan genomförs och diskutera hur den ska utvecklas framöver avser kommissionen ordna ett digitalt forum varje år, dit också företrädare för branschen och civilsamhället bjuds in. Det första i raden av dessa forum kommer att äga rum i juni år.

Noter

1. http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/grid_inventory.pdf
2. http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/index_en.htm
3. <http://www.europarl.europa.eu/en/pressroom/content/20110310IPR15259/html/>
4. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:195:0016:0025:SV:PDF>
5. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:SV:PDF>
6. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:257:0001:0014:SV:PDF>
7. De sju flaggskeppen är Innovationsunionen, En digital agenda, En agenda för ny kompetens och sysselsättning, En industripolitik för en globaliserad tid, Unga på väg, Resurseffektivt Europa och Europeisk plattform mot fattigdom.
8. http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/index_en.htm

Public service-medierna i EU

Våga debattera helheten – inte enbart marknaden!

Marit Ingves

På 1980- och 90-talen fick vi lära oss nya begrepp som "glasnost" och "perestroika" – öppenhet och förnyelse. De blev symboler för dramatiska, men i det stora hela fredliga händelseförlopp som ledde till Sovjetunionens upplösning, det kalla krigets slut, en sammanslagning av de två tyska staterna och nya självständiga demokratiska länder, i ett enat Europa. Vintern 2011 berikas vårt ordförråd med "demokratiyya" och "hurriya" – då miljoner och åter miljoner människor i den arabisk-islamiska världen drar ut på gatorna och kräver demokrati och frihet. Beslutsfattare runt om i världen tvingas tänka om – att balansera mänskliga och andra samhälleliga behov samt att prioritera.

Men, i den ekonomiska verkligheten och den EU-drivna debatten är det allt svårare, också på nationell nivå, att vinna gehör för argument som uppfattas som mjuka, ibland till och med pompösa och därför ofta sparas för middagstalen. Politikernas och beslutsfattarnas mål att säkra en stabil ekonomi och skapa nya jobb är givetvis mer än legitimt och det att målen uppnås en förutsättning för allt annat samhällsliv. Det är inte heller svårt att förstå de kommersiella mediernas oro över svårigheterna att hitta nya affärsmodeller i en värld med globala jättar som Google och andra. Däremot är det svårare att acceptera att de därför försöker begränsa public service broadcasting – det som de förlorar på den globala marknaden försöker de ta igen på de nationella.

Till det här bidrar den snabba teknologiska utvecklingen på mediemarknaden med många starka globala aktörer och osäkerhetsfaktorer inför framtiden. Debatten om public service broadcasting tenderar att få slagsida särskilt när EU-kommissionen och de ansvariga för konkurrensfrågorna tillåts sätta agendan, starkt påhejade av de kommersiella konkurrenterna och de stora europeiska tidningshusen. Den globala, ekonomiska krisen gör sitt till och drabbar speciellt public servicebolagen i unionens nya medlemsländer. I kölvattnet av problemen på marknaden och de problem EU tampas med, går perspektivet förlorat och de hårda värdena får dominera. Trots det bör diskussionen om public service broadcasting och framtiden långt mer handla om demokrati och om hurdana samhällen vi vill leva i. Också om hurdana samhällen vi vill ha i Norden.

De nordiska public servicebolagen är uppbyggda på olika sätt. Sverige har till exempel tre public service bolag: SVT, SR och UR. Det motiveras med viljan till mångfald. I Danmark, Finland, Norge och Sverige är våra public servicebolag

rena från reklam. Däremot förekommer annonser i Island där public servicebolaget RUV dessutom är skattefinansierat och på så sätt känsligt för politiska och ekonomiska konjunkturer. I Danmark definieras DR som en kulturinstitution. YLE och NRK är statliga aktiebolag. Det finns ingen enhetlig nordisk modell, men det finns en gemensam värdegrund.

Ur ett europeiskt perspektiv kan vi däremot skönja gemensamma drag som gör att icke-nordbor gärna ser ett slags "modell" för sändningar i allmänhetens tjänst, på samma sätt som de uppfattar en specifik nordisk samhällsmodell. Till honnörsorden, hör frihet, rättvisa och jämlikhet. De kan ytterligare byggas ut med grundsyner som folkbildning, samarbete, respekt, öppenhet och jämställdhet. Vi är små länder och värnar om den nationella kulturen. Alla är de centrala delar av de demokratier vi byggt upp i våra länder.

I public servicebolagens verksamhet tar det här sig uttryck i kravet på och viljan till ett starkt ekonomiskt och politiskt oberoende. Vi hyllar och förverkligar högkvalitativ, oberoende och oantastlig journalistik, samtidigt som vi understryker fundamentala rättigheter som press- och yttrandefrihet. Vi värnar om journalisternas integritet och redaktionellt oberoende. Till bolagens uppgift hör ett mångsidigt programutbud, att gå på djupet, kommentera och granska händelser som skapar verkligheten omkring oss. På så sätt har public servicebolagen en central roll i att skapa förutsättningarna för att alla ska kunna delta i den demokratiska processen. Vi sätter stor vikt vid de nationella minoriteternas behov och ansvar för de språk som talas i våra länder. Public servicebolagen ska också erbjuda barn och unga högkvalitativa program. Vi ska nå alla. På lika villkor.

Det här är principer vi delar med många public servicebolag runt om i Europa, samtidigt som det är en "modell" som förstärks ytterligare om man ser på den med östeuropeiska ögon. Få av de statliga monopolen har på allvar lyckats med övergången till att vara public service broadcasters - i alla fall så som vi i Norden uppfattar broadcasting i allmänhetens tjänst. Den politiska inblandningen är fortfarande en del av vardagen. Den ekonomiska krisen har lett till att budgeten för vissa av bolagen mer eller mindre halverats. Olyckskorparna befarar att public service broadcasting i många av de nya medlemsländerna håller på att gå under och att marknadskrafterna helt tar över. På gott och på ont.

Det unika europeiska systemet

Utvecklingen i de nya medlemsländerna och den allt ökande tyngdpunkten på konkurrenspolitiken och marknaden är därför också ett hot mot det så kallade europeiska dubbla systemet: en balans mellan public servicebolagen och deras kommersiella konkurrenter. Det är en unik europeisk uppfinning som syftar till en sund tävlan och en garanti för program med hög kvalitet samt stor utrymme för europeiska produktioner. I den nya mediavärlden utpekas public service broadcasters för att vara bromsklossar för utvecklingen och för att ojust snedvrida konkurrensen. I vulgärdebatten utpekas public servicebolagen helt enkelt som utdöende dinosaurier.

Oron för vad som händer i det forna östblocket, men också den konkurrensdominerade debatten kring public service broadcasting överhuvudtaget, har fått Europaparlamentet att reagera. I en rapport, 2010 om public service broadcasting i den digitala eran och det dubbla systemets framtid, slår ledamöterna

fast att "offentligt ägda medier måste få tillräcklig offentlig finansiering, använda ny teknik och nya plattformar och regleras av ett stabilt och förutsägbart regelverk för att kunna fullgöra sitt uppdrag att erbjuda kultur- och nyhetsinnehåll av hög kvalitet och för att klart och tydligt utveckla mediekunskapen till nytta för allmänheten".

I samma rapport understryker de folkvalda behoven av respekt för europeiska standarder i fråga om yttrandefrihet, mediemångfald och de offentligägda mediernas oberoende, uppdrag och finansiering. Det handlar om artikel elva i Europeiska Unionens stadga om grundläggande rättigheter som är juridiskt bindande för medlemsländerna. I den heter det att var och en har rätt till yttrandefrihet. "Denna rätt innefattar åsiktsfrihet samt frihet att ta emot och sprida uppgifter och tankar utan offentlig myndighets inblandning och oberoende av territoriella gränser. Mediernas frihet och mångfald skall respekteras."

Svår debatt

Det är bland annat mot den här bakgrunden som en omfattande debatt om Ungerns medielag förs vid årsskiftet 2010-2011. Den illustrerar också hur svåra diskussioner som de här är att föra på europeisk nivå. Trots att försöken att lyfta upp dem är väl menade, tenderar de att mynna ut i ett slags pajkastning där länder känner sig utpekade och slår tillbaka med samma mynt. Ungern backar efter det att kommissionen ingriper – men enbart på punkter som strider mot ett EU-direktiv: det audiovisuella mediedirektivet. Kritikerna anser att kommissionen långt blundar för problem i samband med artikel elva. Därför väcks bland ledamöterna ett förslag om att kommissionen före utgången av 2011 bör föreslå bindande minimiregler för fri media, pluralism och redaktionellt oberoende.

Den här typen av debatter underlättas inte heller av att de ofta mynnar ut i invecklade diskussioner om vem som har rätt att göra vad – medlemsstaterna eller kommissionen, så kallad kompetensfördelning. I Amsterdamprotokollet, public servicebolagens "hörnsten", har det slagits fast att det är upp till medlemsstaterna själva att besluta om finansieringen och organiseringen av public service broadcasting samt att definiera uppdraget. Så skall det också vara. Det är våra samhällen det handlar om. Det innebär också att detaljerna kring regleringen slås fast på hemmaplan och därför påverkas av den politiska verkligheten, marknaden och det debatten de landar i.

Ur ett Brysselperspektiv handlar det dessutom om en välorkestrerad, alleuropeisk påverkan där konkurrenternas argument exporteras från ett land till ett annat. De styrs främst av konkurrenssituationen i Tyskland där de tyska public servicebolagen sitter på en årlig budget på upp till 8 miljarder euro och dessutom är dubbelfinansierade – det vill säga de har både licens- och reklamintäkter. I motsats till de nordiska bolagen är de stora också ur ett globalt perspektiv, på samma sätt som BBC. På den nordiska marknaden väger tidningshusen dessutom tyngre än i till exempel Tyskland.

Mjuka argument går före snedvridning av marknaden

I de nya statstödsreglerna som antogs 2009, heter det att public servicebolagen har rätt att göra det mesta – förutsatt att konkurrensen inte snedvrids oproportioner-

ligt och förutsatt att betydelsefulla nya tjänster mäts mot hur stort deras tilläggsvärde är för publiken samt hur de påverkar marknaden. Det handlar om de nya i reglerna, så kallade "public value test", spridda runt hela EU och importerade från Storbritannien via Bryssel, omsatta i olika nationella tappningar. Åsikterna om, huruvida de leder till ökad legitimitet för sändningar i allmänhetens tjänst eller om de begränsar deras uppdrag, går isär – beror på hur de tillämpas nationellt.

I den här konkurrensdrivna diskussionen glöms ofta den del av Amsterdam-protokollet, som säger att medlemsländerna har rätt att främja sändningar i allmänhetens tjänst för att tillgodose demokratiska, sociala och kulturella behov i varje samhälle och bevara mångfalden i medierna.

I de nya statsstödsreglerna reglerna slås uttryckligt fast, att om en ny tjänst av större betydelse har stort värde för tittarna och lyssnarna slår det ut eventuella problem den skapar på marknaden. De demokratiska, sociala och de kulturella behoven i samhället väger alltså tyngre än eventuell inverkan på marknaden. Så här uttrycks det på eurokratiska: "Denna påverkan bör vägas mot tjänstens samhällsvärde. Vid övervägande negativa effekter på marknaden förefaller statlig finansiering av audiovisuella tjänster proportionerlig endast om den tillför ett mervärde genom att tillgodose samhällets demokratiska, sociala och kulturella behov, även mot bakgrund av det totala public service-utbud som redan finns".

Demokrati en stark drivkraft

Omvälvningarna i det forna Östeuropa och revolutionerna i arabvärlden visar att strävan efter demokrati och grundläggande rättigheter är en stark drivkraft. Public service broadcasting står på samma värdegrund. Om samhället inte vill eller vågar debattera public services bolags roll och dess betydelse för våra demokratier hotar debatten att få en allvarlig slagsida med kortsiktiga beslut som skadar public service broadcasting. Då vänder vi en del av det dubbla europeiska broadcastingsystemet ryggen och dessutom en essentiell del av den nordiska samhällsmodellen som sändningar i allmänhetens tjänst i våra fem länder bygger på.

Nordicoms mediestatistik. 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. Resultat av detta arbete publiceras på webben (www.nordicom.gu.se) och i serien ***Nordic Media Trends***.

För att placera Norden i ett större sammanhang bevakar Nordicom även europeiskt och internationellt arbete på medieområdet. Nordicom följer vad som händer i EU, Europarådet och internationella organisationer. Webb-tjänsterna ***European Media Policy*** och ***On the International Arena*** informerar om viktiga mediepolitiska dokument, organisationer och aktörer samt ger en inblick i frågor som är på agendan idag.

I januari 2011 publicerade Nordicom *A Sampler of International and Communication Statistics 2010* och den statistik om medierna i Europa som redovisas i det följande är hämtad från denna skrift.

Teckenförklaring till statistiken

- Noll, existerar ej
- 0 Uppgiften är mindre än 0,5
- .. Uppgift saknas, data ej tillgänglig
- * Ej tillämpbar kategori

Aktuell statistik om medier i Europa

Sammanställd av Ulrika Facht och Sara Leckner

Table 1 The 25 leading European media companies by revenue and their main media activities 2009 (EUR millions)

TELEFONI & INTERNET

Table 2 Fixed telephone lines, 2003 and 2008 (thousand and per 100 inhabitants)

Table 3 Mobile cellular subscriptions 2003 and 2008 (thousand and per 100 inhabitants)

Table 4 Households with access to Internet and broadband 2007-2009 (per cent)

Table 5 Internet users 2009 (thousand and per cent)

TELEVISION

Table 6 The leading European public television and radio companies 2005-2008 (EUR millions)

Table 7 The ten leading European commercial television groups, breakdown of turnover by activity 2008 (EUR millions)

Figure 1 Digital switchover timeline in Europe

Figure 2 Number of TV channels by country 2009

Figure 3 Number of European TV channels by genre 2009

Figure 4 Pay-TV revenue growth in EU27 2009 (USD millions)

Figure 5 TV viewing per individual 2009 (minutes per day)

Figure 6 Individuals who listened to web radio or watched web TV during the last three months by country 2009 (per cent)

RADIO

Table 8 Radio listening in Europe, public service radio and private radio 2006 (per cent)

Figure 7 Public service radio share of listening in selected countries 2008 (per cent of listening time)

DAGSTIDNINGAR

Table 9 Top ten paid-for newspapers in Europe 2008 (circulation)

Table 10 Top six free newspapers in Europe 2009 (circulation)

Table 11 Paid-for national, regional and local dailies, number of titles 2004, 2006 and 2008

Table 12 Paid-for dailies: Total average circulation 2004, 2006 and 2008 (thousands)

Table 13 Free papers: Number of countries, titles and circulation (thousands) in Europe 1995-2010

Table 14 Daily newspaper reach in selected countries 2008 (per cent)

Table 15 Newsprint cost in national currency and USD (average per ton)

KÄLLOR

Table 1. The 25 leading European media companies by revenue and their main media activities 2009 (EUR millions)

Company	Domicile	Total revenue (€ m)	Media revenue ¹ (€ m)	Media share of total revenue (%)	TV	Newspapers	Magazines & periodicals	Books	Radio	Film
1 Bertelsmann AG	DE	15 364	15 364	100	x	x	x	x	x	x
2 Vivendi ²	FR	27 132	8 893	33	x		x	x		
3 Lagardère	FR	7 892	7 892	100	x	x	x	x	x	
4 BSKyB ³	GB	7 829	7 829	100	x					
5 Reed Elsevier	NL/GB	6 911	6 911	100			x	x		
6 ARD	DE	6 385	6 385	100	x				x	
7 Pearson	GB	6 315	6 315	100		x	x	x		
8 BBC ⁴	GB	5 379	5 379	100	x		x		x	
9 Mediaset ⁵	IT	3 883	3 883	100	x					
10 Virgin Media	GB/USA	4 272	3 604	84	x					
11 Wolters Kluwer	NL	3 425	3 425	100			x	x		
12 Grupo Prisa	ES	3 209	3 209	100	x	x	x		x	
13 RAI	IT	3 179	3 179	100	x				x	
14 France Télévision	FR	3 034	3 034	100	x					
15 Bonnier	SE	2 913	2 913	100	x	x	x	x	x	x
16 ProSiebenSat.1	DE	2 761	2 761	100	x				x	
17 Springer Verlag	DE	2 612	2 612	100		x	x			
18 Sanoma	FI	2 768	2 368	86	x	x	x	x	x	x
19 TF1- Société Télévision Française	FR	2 365	2 365	100	x					
20 Verlagsgruppe Georg von Holtzbrink	DE	2 358	2 358	100		x		x		
21 RCS MediaGroup	IT	2 206	2 206	100		x	x	x	x	
22 Daily Mail & General Trust	GB	2 378	2 182	92		x	x		x	
23 ITV Plc	GB	2 110	2 110	100	x					
24 Hubert Burda Media	DE	2 078	2 078	100	x		x		x	
25 Maltby Capital/EMI Group ⁴	GB	1 854	1 854	100						

¹ Media revenue refers to revenue from advertising, publishing, radio or television transmissions, TV and film production, music publishing, printing, distribution services, subscriptions, government support etc.

Retail sales, theme parks, games etc, are not included.

² Telecom (SFR and Maroc Telecom), revenue 15 089 Euro millions, and games, revenue 3 038 Euro millions, not included in media revenue.

³ Fiscal year 2009 (07) – 2010 (06).

⁴ Fiscal year 2009 (04) – 2010 (03).

⁵ Revenue for the advertising agency Publitalia 80 unknown and therefore not excluded from media revenue.

Sources: Company annual reports (processed), company websites, Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (www.mediadb.eu).

Source: Nordicom (2011).

Table 2. Fixed telephone lines, 2003 and 2008 (thousand and per 100 inhabitants)

	2003	2008	2003–2008	per 100 inhabitants		2003–2008
	(000)	(000)	CAGR (%)	2003	2008	CAGR (%)
Albania	255	316	4.4	8.3	10.1	4.0
Andorra	35	37	1.2	47.4	44.3	-1.4
Austria	3 877	3 285	-3.3	47.7	39.4	-3.7
Belgium	4 875	4 457	-1.8	47.3	42.1	-2.3
Bosnia & Herzegovina	938	1 031	1.9	24.8	27.3	2.0
Bulgaria	2 818	2 190	-4.9	35.9	28.8	-4.3
Croatia	1 871	1 878	0.1	42.0	42.5	0.2
Cyprus	424	389	-1.7	51.9	45.1	-2.8
Czech Rep.	3 626	2 264	-9	35.6	21.9	-9.2
Denmark	3 614	2 491	-7.2	67.1	45.6	-7.4
Estonia	461	498	1.6	34.1	37.1	1.7
Finland	2 568	1 650	-8.5	49.3	31.1	-8.8
France	33 913	35 000	0.6	56.3	56.4	-
Germany	54 233	51 400	-1.1	65.9	62.5	-1.1
Greece	6 300	5 975	-1.1	57.2	53.7	-1.3
Hungary	3 603	3 094	-3	35.6	30.9	-2.8
Iceland	193	194	0.1	66.8	61.3	-1.7
Ireland	1 955	2 204	2.4	48.6	49.7	0.4
Israel	2 913	3 224	2	45.1	45.7	0.3
Italy	26 596	21 246	-4.4	45.9	35.7	-4.9
Latvia	654	644	-0.3	28.2	28.5	0.2
Liechtenstein	20	20	-0.3	58.5	55.0	-1.2
Lithuania	824	785	-1	23.9	23.6	-0.2
Luxembourg	245	261	1.2	54.1	54.2	0.1
Malta	208	241	3	52.4	59.2	2.5
Monaco	34	35	0.9	103.6	107.0*	0.6
Montenegro	..	362	..	..	58.2	..
Netherlands	7 846	7 317	-1.4	48.5	44.3	-1.8
Norway	2 236	1 899	-3.2	49.0	39.8	-4
Poland	12 292	9 675*	-4.7	32.1	25.4	-4.6
Portugal	4 281	4 111	-0.8	41.1	38.5	-1.3
Romania	4 332	5 036	3.1	19.8	23.6	3.5
San Marino	21	21	0.6	71.4	68.3	-0.9
Serbia	..	3 085	..	..	31.4	..
Slovak Rep	1 295	1 098	-3.2	24.1	20.3	-3.3
Slovenia	812	1 010	4.4	40.7	50.1	4.2
Spain	17 759	20 200	2.6	42.4	45.4	1.4
Sweden	5 535	5 323	-0.8	61.7	57.8	-1.3
Switzerland	5 324	4 835	-1.9	72.5	64.1	-2.4
TFYR Macedonia	525	457	-2.7	25.9	22.4	-2.9
Turkey	18 917	17 502	-1.5	27.3	23.7	-2.8
United Kingdom	34 550	33 209	-0.8	57.9	54.2	-1.3
Europe total	272 778	259 949	-1.2	46.42	42.45	-1.7

* Figures are estimates.

Source: ITU (2009, 2010).

Table 3. Mobile cellular subscriptions 2003 and 2008 (thousand and per 100 inhabitants)

	2003	2008	2003–2008	per 100 inhabitants		2003–2008
	(000)	(000)	CAGR (%)	2003	2008	CAGR (%)
Albania	1 100	3 141	23.4	35.64	99.93	22.9
Andorra	52	64	4.3	69.95	76.06	1.7
Austria	7 274	10 816	8.3	89.42	129.73	7.7
Belgium	8 606	11 822	6.6	83.45	111.63	6
Bosnia & Herzegovina	1 075	3 179	24.2	28.41	84.26	24.3
Bulgaria	3 501	10 500	24.6	44.65	138.3	25.4
Croatia	2 537	5 880	18.3	56.93	132.95	18.5
Cyprus	552	1 017	13	67.53	117.89	11.8
Czech Republic	9 709	13 780	7.3	95.37	133.54	7.0
Denmark	4 767	6 854	7.5	88.49	125.57	7.3
Estonia	1 050	2 524	19.2	77.64	188.2	19.4
Finland	4 747	6 830	7.5	91.07	128.76	7.2
France	41 702	57 972	6.8	69.24	93.45	6.2
Germany	64 800	105 523	10.2	78.72	128.27	10.3
Greece	8 936	13 799	9.1	81.08	123.9	8.9
Hungary	7 945	12 224	9	78.42	122.09	9.3
Iceland	280	343	4.1	97.07	108.64	2.3
Ireland	3 500	5 357	8.9	87.05	120.74	6.8
Israel	6 618	8 982	6.3	102.55	127.38	4.4
Italy	56 770	90 341	9.7	98	151.57	9.1
Latvia	1 220	2 234	12.9	52.55	98.90	13.5
Liechtenstein	25	34	6.3	73.51	95.43	5.4
Lithuania	2 102	5 023	19	60.87	151.24	20
Luxembourg	539	707	5.6	118.92	147.11	4.3
Malta	290	386	5.9	72.97	94.64	5.3
Monaco	15	22	7.8	46.65	67.25	7.6
Montenegro	..	735	-	..	118.10	..
Netherlands	13 200	20 627	9.3	81.66	124.8	8.9
Norway	4 061	5 251	5.3	88.91	110.16	4.4
Poland	17 401	43 926	20.3	45.45	115.28	20.5
Portugal	10 003	14 910	8.3	95.99	139.64	7.8
Romania	7 040	24 467	28.3	32.25	114.54	28.9
Serbia	..	9 619	-	..	97.76	..
Slovakia	3 679	5 520	8.5	68.35	102.23	8.4
Slovenia	1 739	2 055	3.4	87.21	101.97	3.2
Spain	37 220	49 678	5.9	88.89	111.67	4.7
Sweden	8 801	10 988	4.5	98.12	119.38	4
Switzerland	6 189	8 897	7.5	84.34	117.97	6.9
TFYR Macedonia	776	2 502	26.4	38.26	122.56	26.2
Turkey	27 888	65 824	18.7	40.22	89.05	17.2
United Kingdom	54 256	77 361	7.4	90.93	126.34	6.8

Source: ITU (2009, 2010).

Table 4. Households with access to Internet and broadband 2007-2009 (per cent)

	Household with access to Internet (%)			Household with access to broadband (%)		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Iceland	84	88	90	76	83	87
Sweden	79	84	86	67	71	80
Norway	78	84	86	67	73	78
Netherlands	83	86	90	74	74	77
Denmark	78	82	83	70	74	76
Finland	69	72	78	63	66	74
Luxembourg	75	80	87	58	61	71
United Kingdom	67	71	77	57	62	69
Germany	71	75	79	50	55	65
Belgium	60	64	67	56	60	63
Malta	54	59	64	44	55	63
Estonia	53	58	63	48	54	62
Austria	60	69	70	46	54	58
France	49	62	63	43	57	57
Slovenia	58	59	64	44	50	56
EU27	54	60	65	42	49	56
Ireland	57	63	67	31	43	54
Spain	45	51	54	39	45	51
Hungary	38	48	55	33	42	51
Poland	41	48	59	30	38	51
Latvia	51	53	58	32	40	50
Lithuania	44	51	60	34	43	50
Czech Republic	35	46	54	28	36	49
Cyprus	39	43	53	20	33	47
Portugal	40	46	48	30	39	46
Slovakia	46	58	62	27	35	42
Italy	43	47	53	25	31	39
TFYR Macedonia	..	29	42	..	23	34
Greece	25	31	38	7	22	33
Bulgaria	19	25	30	15	21	26
Romania	22	30	38	8	13	24

Source: Eurostat (2009).

Table 5. Internet users 2009 (thousand and per cent)

	Population ¹ (000)	Internet users 2009 ² (000)	Growth 2000/2009 (%)	Penetration 2009 (%)
Albania	3 639	750	29 900.0	20.6
Andorra	84	59	1 082.0	70.5
Austria	8 210	5 937	182.7	72.3
Belarus	9 649	3 107	1 626.1	32.2
Belgium	10 414	7 292	264.6	70.0
Bosnia-Herzegovina	4 613	1 441	20 485.7	31.2
Bulgaria	7 205	2 647	515.6	36.7
Croatia	4 489	2 244	1 022.2	50.0
Cyprus	1 085	335	179.2	30.9
Czech Republic	10 212	6 028	502.8	59.0
Denmark	5 501	4 630	137.4	84.2
Faroe Islands	49	38	1 150.0	76.8
Estonia	1 299	888	142.3	68.3
Finland	5 250	4 383	127.4	83.5
France	62 151	43 100	407.1	69.3
Germany	82 330	54 229	126.0	65.9
Greece	10 737	4 932	393.2	45.9
Hungary	9 906	5 873	721.4	59.3
Iceland	307	286	70.1	93.2
Ireland	4 203	2 830	261.0	67.3
Italy	58 126	30 026	127.5	51.7
Kosovo	1 801	377	0.0	20.9
Latvia	2 232	1 370	813.1	61.4
Liechtenstein	35	23	155.6	66.2
Lithuania	3 555	2103	834.9	59.2
Luxembourg	492	387	287.0	78.7
Malta	405	200	400.5	49.4
Moldova	4 321	850	3 300.0	19.7
Monaco	33	22	214.3	66.7
Montenegro	672	294	0.0	43.7
Netherlands	16 716	14 305	266.8	85.6
Norway	4 661	4 236	92.5	90.9
Poland	38 483	20 020	615.0	52.0
Portugal	10 708	4 476	79.0	41.8
Romania	22 215	7 430	828.8	33.4
Russia	140 041	45 250	1 359.7	32.3
Serbia	7 379	3 300	725.0	44.7
Slovakia	5 463	3 567	448.7	65.3
Slovenia	2 006	1 300	333.3	64.8
Spain	40 525	29 094	440.0	71.8
Sweden	9 060	8 086	99.7	89.2
Switzerland	7 604	5 739	168.9	75.5
TFYR Macedonia	2 067	907	2 923.3	43.9
Turkey	76 806	26 500	1,225.0	34.5
Ukraine	45 700	10 354	5,077.0	22.7
United Kingdom	61 113	46 684	203.1	76.4
Guernsey & Alderney	65	46	130.5	70.4
Gibraltar	29	10	515.8	34.2
Jersey	92	29	256.3	31.1
Europe total	803 851	418 030	297.8	52.0

¹ 2009, estimation. ² Or latest data available.

Sources: ITU (2009, 2010).

Table 6. The leading European commercial television groups, breakdown of turnover by activity 2008 (EUR millions)

Company	Domicile	TV advertising	Other advertising	Inter activity revenues	Subscriptions/ Distribution fees	Rights & sales of programmes	Other	Total ¹
British Sky Broadcasting	UK	361	..	56	5 144	..	718	6 279
RTL Group	DE	4 394	332	..	..	1 255	64	5 774
Gruppo Mediaset	IT	3 345	58	..	200	382	216	4 198
ProSiebenSat.1 Media AG	DE	2 468	36	..	..	..	531	3 034
Groupe TF1	FR	1 834	..	38	288	353	120	2 595
ITV plc	UK	1 554	45	..	..	652	214	2 125
Prisa	ES	492	..	..	1 141	..	348	1 981
Group Canal Plus	FR	128	..	..	1 636	..	49	1 813
Modern Times Group	SE	520	72	165	409	16	16	1 198
Premiere AG	DE	31	..	..	941	..	140	1 112
Central European Media Enterprises	UK/ Bermuda	724	..	..	..	..	..	724
ITI Group	PL	488	..	58	77	..	88	682

Sources: (EAO 2008, 2009).

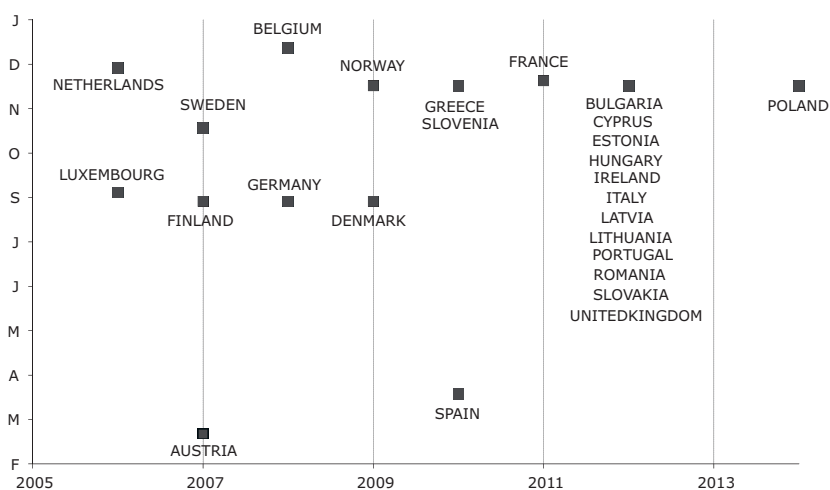
Table 7. The ten leading European public television and radio companies 2005-2008 (EUR millions)

Rank	Company	Domicile	Activities	2005	2006	2007	2008
1	BBC Home Service	UK	TV+R	4 479	4 810	4 289	3 807
2	RAI	IT	TV+R	2 875	2 934	3 002	3 058
3	France Télévisions ¹	FR	TV	2 785	2 961	3 047	2 870
	France 2	FR	TV	1 657	1 751	1 733	..
	France 3	FR	TV	1 498	1 544	1 598	..
	France 5	FR	TV	290	302	315	..
	Réseau France Outremer	FR	TV	..	260	281	..
4	ZDF	DE	TV	2 062	1 966	1 927	1 922
5	WDR-Westdeutscher Rundfunk	DE	TV+R	1 258	1 298	1 311	1 293
6	SWR-Sudwestrundfunk	DE	TV+R	1 051	1 081	1 096	1 099
7	SRG-SSR idee suisse (cons.)	CH	TV+R	1 026	995	983	1 099
8	NDR-Norddeutscher Rundfunk	DE	TV+R	1 030	1 042	1 042	1 050
9	Sociedad Mercantil Estatal Television Espanolà S.A.	ES	TV	..	..	1 014	982
	Television Espanolà S.A.	ES	TV	912	962	..	..
10	ORF	AT	TV+R	999	918	986	943

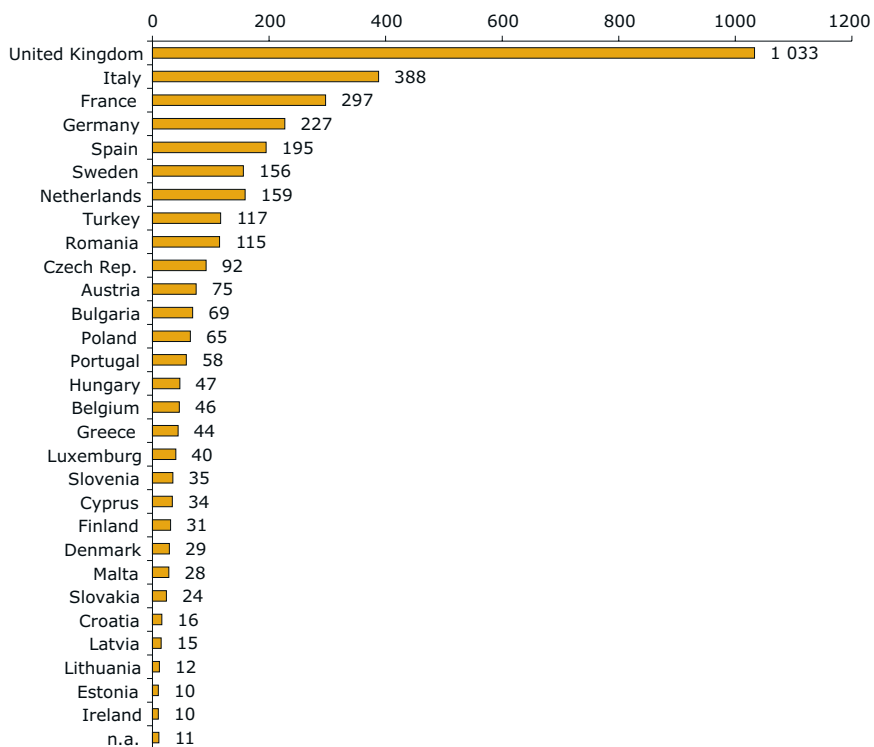
¹ The reform of public TV sector in 2008 included the merger of France 2, France 3, France 5, and Réseau France Outremer.

Note: Unconsolidated operating revenues. Numbers are rounded to whole figures.

Sources: EAO (2008, 2009).

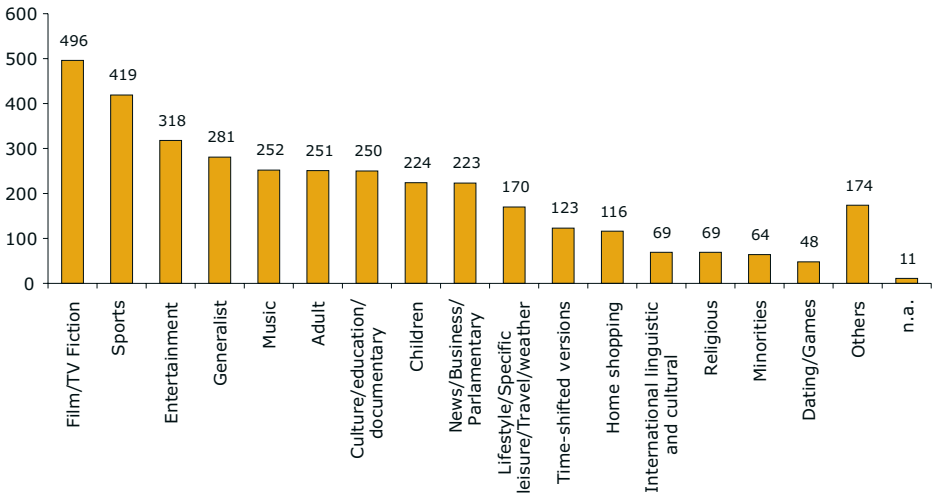
Figure 1. Digital switchover timeline in Europe

Source: ACT (2009).

Figure 2. Number of TV channels by country 2009

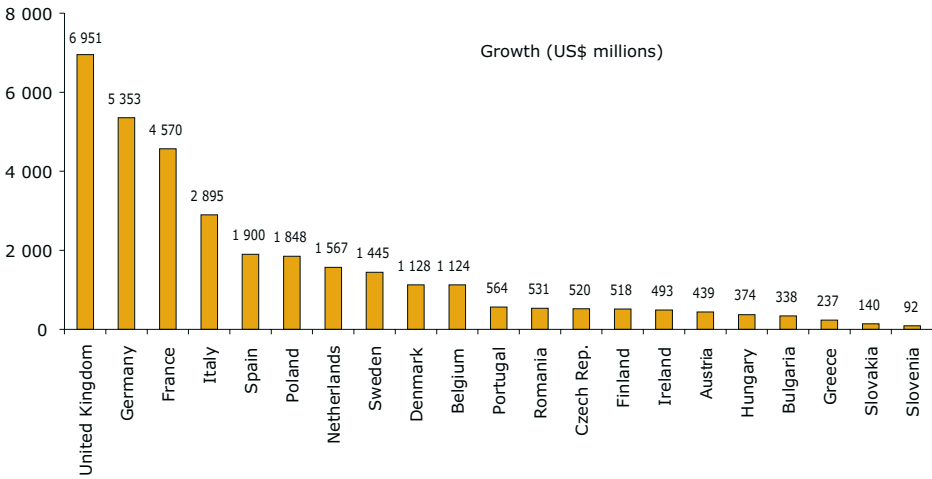
Source: EAO (2010).

Figure 3. Number of European TV channels by genre 2009



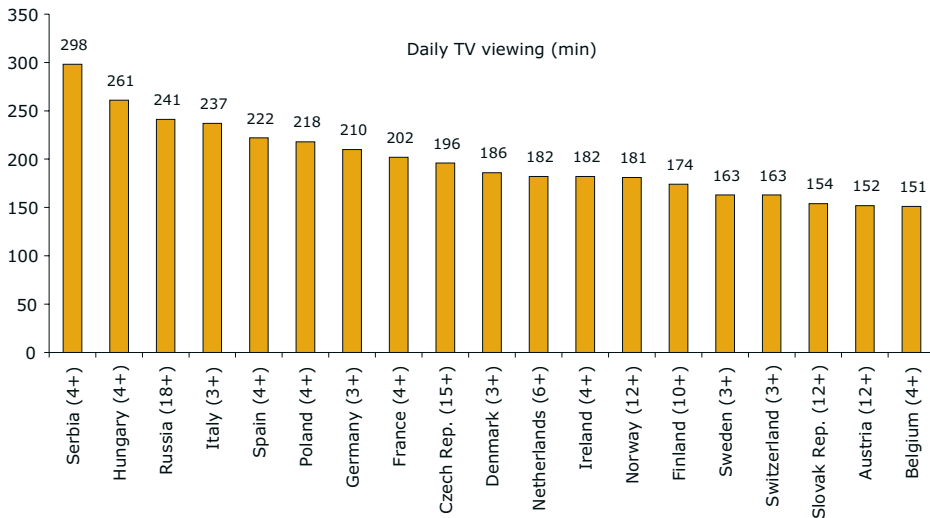
Sources: EAO (2010).

Figure 4. Pay-TV revenue growth in EU27 2009 (USD millions)



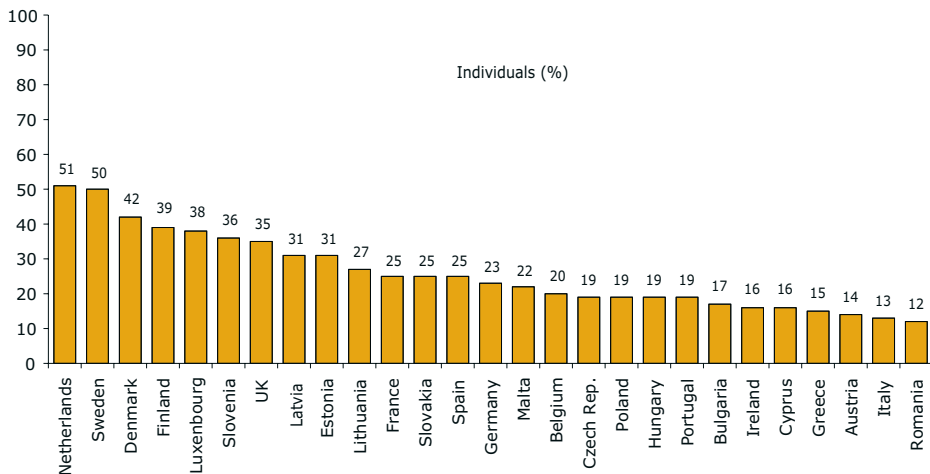
Note: Data refer to January- April 2009.

Source: ACT (2009).

Figure 5. TV viewing per individual 2009 (minutes per day)

Note: Note: Belgium refers to the north (Flemish) region, Switzerland data are mean of German, French and Italian regions.

Source: DR Medieforskning (2010:17).

Figure 6. Individuals who listened to web radio or watched web TV during the last three months by country 2009 (per cent)

Note: Age16-74.

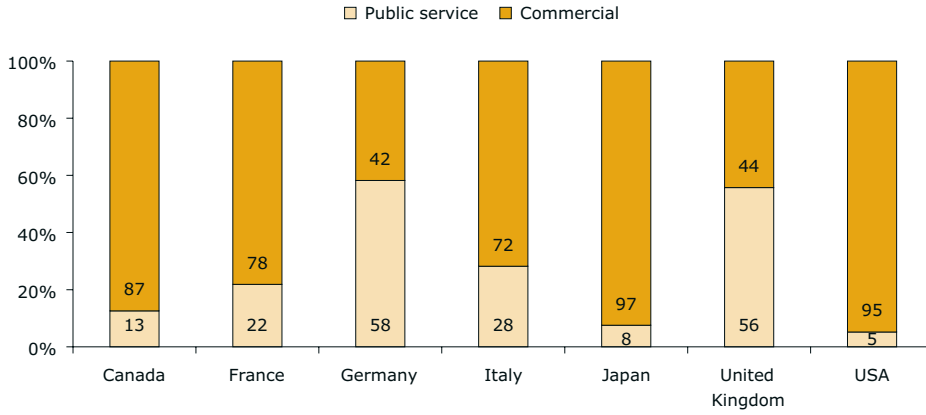
Source: Internetstatistik (2010).

Table 8. Radio listening in Europe, public service radio and private radio 2006 (per cent)

		Radio listening (%)	
	Public radio company	Public service	Private radio
Belgium (Flanders)	VRT	63,9	22,1
Belgium (Wallonia)	RTBF	26,3	..
Bulgaria	BNR	25,5	..
Denmark	DR	69	4,5
Germany	ARD	55,9	1,6
Estonia	ER	37,5	32,5
Estonia	ER Raadio 4 (russian)	34	40,8
Finland	YLE	52	47
France	RF	19,9	55,2
Greece	ERT	16,4	..
Great Britain			..
	BBC	43,6	
	BBC regional / local	10,4	
Italy	RAI	20,2	19,9
Ireland		12,1	
	RTE	36	
	Regional. / local sender	51	
Croatia			..
	HRT	6,7	
	HRT regional	14,5	
Latvia	LR	43	..
Lithuania	LRT	23,3	..
Netherlands		36,7	
	NPO	28,9	
	regional channels	14,6	
Norway	NRK	64,8	31,9
Austria	ORF	79	18
Poland	PR	21,7	..
Portugal	RDP	11,7	..
Rumania	ROR	19,3	63,3
Sweden	SR	62,9	21,8
Switzerland	SRG-SSR	67,6	..
Slovakia	SK/SR	33,5	33,5
Slovenia			..
	RTV	25,2	
	RTV regional	33,3	
	RTV international	1,1	
Spain	RNE	8,1	51,1
Czech Republic		23,2	
	CR	14,7	
	CR regional	8,1	
Hungary	MR	27,8	..

Source: Hans-Bredow-Institut (2009).

Figure 7. Public service radio share of listening in selected countries 2008 (per cent of listening time)



Source: Ofcom (2009).

Table 9. Top ten paid-for newspapers in Europe 2008 (circulation)

World rank	Title	Country	Language	Circulation (000)	Format	Publishing company
5.	Bild	Germany	German	3 142	Nordic	Axel Springer AG
8.	The Sun	UK	English	3 046	Tabloid	News International Ltd
16.	The Daily Mail	UK	English	2 194	Tabloid	Associated press Ltd
26.	Daily Mirror	UK	English	1 400	Tabloid	Trinity Mirror Plc
63.	The Daily Telegraph	UK	English	835	Broadsheet	Telegraph Group Ltd
70.	Ouest France	France	French	796	Berliner	Ouest France Group (Sipa)
77.	Daily Express	UK	English	752	Tabloid	Express Newspapers
79.	Moskovsky Komsomolets	Russia	Russian	750	Broadsheet	Moskovsky Komsomolets
83.	Komsomolskaya Pravda	Russia	Russian	716	Tabloid	Komsomolskaya Pravda
84.	Daily Star	UK	English	714	Tabloid	Express Newspapers

Source: World Association of Newspapers (2009), en.wikipedia.org [2011-03-02] (processed).

Table 10. Top six free newspapers in Europe 2009 (circulation)

World rank	Title	Country	Average daily circulation
1.	Metro	United Kingdom	1 334 000
2.	Leggo	Italy	963 000
3.	City	Italy	779 000
6.	20 Minutes	France	710 000
7.	20 Minutes	Switzerland	701 000
9.	20 Minutos	Spain	787 000
10.	France Direct Plus Group	France	650 000

Note: The Beijing Daily Messenger is claimed to have a circulation of between 180 000 to 1 000 000 copies, according to different sources, and is therefore not included in the top list.

Source: Newspaperinnovation.com (2010).

**Table 11. Paid-for national, regional and local dailies, number of titles
2004, 2006 and 2008**

	National dailies			Local and regional dailies		
	2004	2006	2008	2004	2006	2008
Austria	6	7	7	10	10	9
Belarus	11	11	11	3	3	3
Belgium	10	10	8	18	18	13
Bulgaria	26	27	29	32	36	35
Croatia	7	8	9	5	7	6
Czech Republic	7	10	9	73	76	73
Denmark	9	9	10	21	21	22
Estonia	6	6	6	5	6	6
Finland	8	9	9	45	44	43
France	24	24	24	61	61	61
Germany	10	10	10	361	360	348
Greece	37	39	41			
Hungary	11	11	11	19	19	18
Iceland	2	1	3			
Ireland	5	8	8	2	1	1
Italy	20	21	23	70	65	61
Latvia	14	13	10	8	8	7
Lithuania	11	11	–	10	10	–
Luxembourg	6	6	6			
Macedonia	11	10	11			
Malta	4	4	4			
Moldova	5	7	7	1	1	–
Montenegro	4	4	4			
Netherlands	9	10	10	26	19	19
Norway	8	8	8	70	69	66
Poland	12	12	11	34	32	38
Portugal	9	10	10	7	6	9
Romania	14	18	19	37	43	56
Russia	24	25	25	461	496	470
Serbia	–	8	–	–	2	–
Slovakia	7	7	7	3	3	2
Slovenia	6	7	6	1	1	1
Sweden	5	4	4	85	81	80
Switzerland				93	91	87
Ukraine	–	13	41	–	26	15
United Kingdom	10	10	11	91	94	93

* Or latest available figure.

Source: World Association of Newspapers (2009) (processed).

Table 12. Paid-for dailies: Total average circulation 2004, 2006 and 2008 (thousands)

	Circulation (thousand copies)			Adult population (000)	Average circulation/adult (copies per 000)
	2004	2006	2008		2008*
Albania	74	70	77	2 766	27.8
Austria	2 144	2 356	2 340	7 055	331.7
Belarus	700	700	700	8 405	83.3
Belgium	1 486	1 424	1 414	8 786	160.9
Bosnia and Herzegovina	75	75	75	3 916	19.2
Bulgaria	616	653	-	6 648	94.6
Croatia	382	560	520	3 783	137.5
Cyprus	95	100	103	639	161.2
Czech Republic	1 661	1 669	1 549	8 905	173.9
Denmark	1 325	1 268	1 164	4 433	262.6
Estonia	257	276	261	1 142	228.5
Finland	2 255	2 224	2 127	4 406	482.8
France	7 934	7 686	7 600	49 957	152.1
Germany	22 095	21 091	20 079	70 936	283.1
Greece	1 120	1 256	1 205	9 191	131.1
Hungary	1 470	1 451	1 310	9 849	133.0
Iceland	63	42	38	241	157.7
Ireland	742	800	833	3 526	236.3
Italy	5 618	5 510	5 291	51 239	103.3
Latvia	356	321	230	1 959	117.4
Lithuania	500	535	641	3 049	210.2
Luxembourg	115	114	117	394	297.0
Macedonia	150	140	170	1 660	102.4
Malta	90	100	102	337	302.7
Moldova	135	250	400	2 947	135.7
Montenegro	50	50	46	6 228	7.4
Netherlands	4 061	3 831	3 638	13 470	270.1
Kosovo	-	-	30	-	-
Norway	2 405	2 270	2 185	3 829	570.6
Poland	4 015	4 477	3 690	32 215	114.5
Portugal	520	536	558	8 311	67.1
Romania	1 112	1 039	1 194	17 862	66.8
Serbia	700	900	1 050	6 290	166.9
Slovakia	480	533	505	4 276	118.1
Slovenia	360	350	274	1 748	156.8
Spain	4 284	4 138	4 070	38 261	106.4
Sweden	3 652	3 554	3 334	7 640	436.4
Switzerland	2 486	2 344	2 205	6 520	338.2
Ukraine	1 200	3 301	4 013	39 691	101.1
United Kingdom	16 679	16 137	14 995	48 792	307.3

* Or latest available figure.

Source: World Association of Newspapers (2009).

Table 13. Free papers: Number of countries, titles and circulation (thousands) in Europe 1995–2010

	Number of countries	Number of titles	Average circulation (thousands)	End of year circulation (thousands)
1995	3	3	231	231
1996	3	3	249	249
1997	5	7	403	558
1998	7	12	737	918
1999	10	19	1 915	2 711
2000	14	31	4 574	5 294
2001	16	38	6 389	7 373
2002	17	36	7 929	8 347
2003	17	42	8 476	8 797
2004	20	64	10 068	11 029
2005	25	86	13 891	15 412
2006	29	133	21 367	24 304
2007	31	139	26 121	26 928
2008	33	130	26 165	25 707
2009	32	115	21 309	19 584
2010	29	82	19 485	19 485

Source: Newspaperinnovation.com (2010).

Table 14. Daily newspaper reach in selected countries 2008 (per cent)

	2008	Previous year	
	(%)	(%)	(year)
Iceland	96	93	2002
Japan	92	94	2002
Portugal	85	73	2003
Sweden	83	87	2005
Norway	82	86	2003
Switzerland	80	74	2002
Finland	79	82	2005
Denmark	76	81	2005
Canada	73	82	2002
Austria	73	74	2005
Germany	71 (2009)	76	2005
Netherlands	70	71	2004
Luxembourg	63 (75 incl free papers)	64	2002
Israel	60	60	2005
Slovak Republic	60		
Ireland	58	55	2002
Poland	58	32	2004
Australia	54	72	2004
Belgium	54	50	2005
Czech Republic	50		
New Zealand	49	54	2004
Slovenia	49	45	2003
Hungary	46		
USA	45 / 48	55	2001
Italy	45	40	2002
France	44	45	2005
Spain	42	41	2005
Chile	42	79	2004
India	37	17	2003
South Korea	37	45	2005
Mexico	3	36	2003
United Kingdom	33	33	2005
Turkey	31	34	2002
Greece	12	55	2004
Russia	11	7	2004

Note: The methodologies for the different survey figures differ between countries and complicates direct comparisons. The differences can be in survey design as well as age of respondents.

Source: OECD (2010).

**Table 15. Newsprint cost in national currency and USD
(average per ton)**

	Average per ton	
	National currency	USD
Africa		
Mozambique (Mozambique, metical)	12 000 000	521.71
Uganda (Ugandan shilling)	1 590 750	889.72
North & Central America		
Canada (Canadian dollar)	668	591.15
Mexico (Mexican peso)	6 150	635.33
USA (US dollar)	544	544.00
South America		
Argentina (Argentine peso)	1 571	508.41
Brazil (Brazil, real)	1 192	647.83
Ecuador (US dollar)	649	649.00
Peru (Peru, nuevo sol)	1 897	640.88
Uruguay (Uruguayan peso)	10 600	497.19
Asia		
China (China, yuan)	6 200	890.80
India (Indian rupee)	38 000	867.38
Indonesia (Indonesian rupiah)	5 390 000	602.52
Korea, South (South Korean won)	972 230	777.91
Malaysia (Malaysia, ringgit)	2 839	850.00
Mongolia (Mongolia, tugrik)	360 000	326.13
Turkey (Turkish new lira)	1 082	825.95
Australia & The Pacific		
Australia (Australian dollar)	951	799.16
New Zealand (New Zealand dollar)	1 116	820.59
Europe		
Belgium (Belgium, euro)	527	483.49
Estonia (Estonian kroon)	7 700	555.56
Finland (Finland, euro)	490	612.50
France (France, euro)	518	647.50
Greece (Greece, euro)	560	700.00
Ireland (Ireland, euro)	500	735.29
Italy (Italy, euro)	522	767.65
Latvia (Latvian lat)	370	725.49
Luxembourg (Luxembourg, euro)	565	706.25
Macedonia (Macedonian denar)	30 000	552.28
Moldova (Moldovan leu)	9 360	759.12
Netherlands (Netherlands, euro)	515	635.80
Poland (Poland, zloty)	1 850	570.99
Russia (Russian ruble)	17 842	717.41
Slovakia (Slovak koruna)	22 000	740.49
Spain (Spain, euro)	500	625.00
Ukraine (Ukraine, hryvnia)	4 600	856.61
United Kingdom (British pound)	450	833.33

Note: Most recent available data used.

Source: World Association of Newspapers (2009).

KÄLLOR

ACT (2009) *ACT Annual Report 2009*, Association of Commercial Television in Europe.

DR Medieforskning (2010) *Medieutviklingen 2009-2010*, DR Medieforskning.

EAO (2008) *Trends in European television 2008*, Paris: European Audiovisual Observatory.

EAO (2009) *Trends in European television 2009*, Paris: European Audiovisual Observatory.

EAO (2010) *Growth of the number of television channels and multi-channel platforms in Europe continues despite the crisis*, press release, 13 January 2010, Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mavise_end2009.html

Eurostat (2009). *Internet access and use in 2009. One person in two in the EU27 uses the internet daily*, press-meddelande 2009-12-08. Luxembourg: Eurostat (STAT/09/176).

Hans-Bredow-Institut (2009) *Internationales Handbuch Medien*, 28th ed., Nomos, Baden Baden.

Internetstatistik.se (2010) *Lyssnat på web-radio eller tittat på web-tv, Europa (EU27)*,
http://www.internetstatistik.se/content/2113-en-av-fyra-i-europa-har-lyssnat-pa-webbradio-eller-tittat-pa-webb-tv.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+internetstatistik_se+%28internetstatistik.se%29&utm_content=Google+Reader (Accessed 24 June 2010).

ITU (2010) ITU ICT Eye, *ICT Statistics*, International Telecommunication Union,
<http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.aspx#> (Accessed 7 May 2010).

ITU (2009) *Information Society Statistical Profiles 2009: Europe v1.01*, In preparation for the World Telecommunication Development Conference 2010 ITU:D, International Telecommunication Union.

Nordicom (2011) Medieföretag, alla, *Mediestatistik*
<http://www.nordicom.gu.se/?portal=mt&main=showStatTranslate.php&me=1&media=Companies/Owners&type=k&t&translation=Företag/ägande>

OECD (2010) *The Evolution of News and the Internet* (DSTI/ICCP/IE(2009)14/final,
<http://www.oecd.org/dataoecd/30/24/45559596.pdf>.

Ofcom (2009) *The International Communications Market 2009* <http://www.ofcom.org.uk/research/cm/> (Accessed 23 June 2010).

WAN (2009) *World Press Trends. 2009 Edition*, World Association of Newspapers/Zenith Optimedia, Paris.

Free Daily Newspapers, FDN Newsletter No. 56/Jul/Aug 2010,
<http://www.newspaperinnovation.com/wp-content/uploads/newsletter5610.pdf>.

Wikipedia 2011-03-02 <http://en.wikipedia.org>

Medier og kommunikasjon

Aktuelle utredninger, rapporter og forslag

- Opphavsrett
- Ytringsfrihet og mediepluralisme
- Audiovisuelle medier
- Trykte medier
- Informasjonssamfunnet
- Allmenn medie- og kulturutvikling

Medier og kommunikasjon: Aktuelle utredninger, rapporter og forslag i de nordiske land 2010-2011

Sammanställd av Terje Flisen

Opphavsrett

Finland

- *Yksityisen kopioinnin hyvitysmaksujärjestelmän kehittämistarpeet*. [Om behovet att utveckla ersättningssystemet för privatkopiering]. Opetus- ja kulttuuriministeriö / Undervisnings- och kulturministeriet, 2010.
- *Tekijänoikeustoimikunnan mietintö. Tekijänoikeuslain 3. luvun muutostarpeiden kartoittaminen*. [Betänkande av upphovsrättskommissionen. Kartläggning av revideringsbehoven i upphovsrättslagens 3:e kapitel]. Opetus- ja kulttuuriministeriö / Undervisnings- och kulturministeriet, 2010.

Ytringsfrihet og mediepluralisme

Finland

- *Kobti esteetöntä viestintää. Toimenpideohjelman seurantaraportti*. [Mot tillgänglig kommunikation. Uppföljning av åtgärdsprogrammet]. Liikenne- ja viestintäministeriö / Kommunikationsministeriet, 2010.

Norge

- *Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte*. (NOU 2010:14), Kulturdepartementet, 2010.
- Evaluering av støtteordninger for minoritetsmedier. Medietilsynet, 2010.

Sverige

- Uppföljning av signalspaningslagen. (SOU 2011:13), Justitiedepartementet, 2011.
- Olovlig fotografering. (Ds 2011:1), Justitiedepartementet, 2011.
- Ny yttrandefrihetsgrundlag? Yttrandefrihetskommittén presenterar tre modeller. (SOU 2010:68), Justitiedepartementet, 2010.
- Allmänna handlingar i elektronisk form – offentlighet och integritet. (SOU 2010:4), Justitiedepartementet, 2010.

Audiovisuelle medier

Danmark

- *Medieudvikling 2009-2010*. DR Medieforskning, 2010.
- *Dialog og fleksibilitet*. Kulturministerens udvalg. Om fremtidens filmstøtte. Det Danske Filminstitut, 2010.

- *Dansk film*. En styrkeposition for den globale markedsføring af Danmark. Kulturministerens udvalg. Om dansk film i udlandet. Det Danske Filminstitut, 2010.

Finland

- *Kohti kaupallisen radion seuraavaa toimilupakierrosta. Selvitys vuonna 2012 alkavan toimilupakauden suunnittelun pohjaksi*. [De kommersiella radiokanalernas framtid i Finland – mot nästa koncessionsperiod]. Liikenne- ja viestintäministeriö / Kommunikationsministeriet, 2010.
- *Toimiluvanvarainen radiotarjonta 2009. Yksityisten analogisten radiokanavien sisäl-
tötarjonta 20 suomalaiskaupungissa*. [Koncessionsbelagt radioutbud 2009]. Liikenne-
ja viestintäministeriö / Kommunikationsministeriet, 2010.

Norge

- *TV, mangfold og valgfrihet*. Rapport fra arbeidsgruppe, Kulturdepartementet, 2011.
- *Digitalisering av radiomediet*. Meld. St. 8 (2010–2011), Melding til Stortinget, Kulturdepartementet, 2011.
- *Allmennkringkastingsrapporten 2009 del I og II*. Medietilsynet, 2010.
- *Gjennomgang av NRKs eksisterende tjenester på nye medieplattformer*. Medietilsynet, 2010.
- *Eksportundersøkelsen 2008*. Norsk Filminstitutt, 2010.

Sverige

- *Mångfald och kvalitet i Sveriges Television 2007-2009*. Granskningsnämnden för radio och TV, 2010.
- *Interaktiva digital-tv-tjänster 2010*. Radio- och TV-verket, 2010.
- *Slutredovisning av uppdraget att tillgängliggöra fler sändningsområden för analog kommersiell radio*. Myndigheten för radio och tv, 2010.
- *Svenskt tv-utbud 2009*. Radio- och TV-verket, 2010.

Trykte medier

Finland

- *Bittejä paperilla - Tietoyhteiskunnan lehtijakelu. Selvitysmiehen ehdotus. [Tidningsdis-
tribution i informationssambället. Utredningsmannens förslag]* Liikenne- ja viestintä-
ministeriö / Kommunikationsministeriet, 2010.

Norge

- *Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte. (NOU 2010:14),
Kulturdepartementet, 2010.*

Sverige

- *Dagspressens ekonomi 2009*. Presstödsnämnden, 2010.

Informasjonssamfunnet

Danmark

- *Det digitale samfund 2010*. IT- og Telestyrelsen, 2011.
- *It- og telepolitisk redegørelse 2010*. Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling, 2010.

Finland

- *Kohti esteetöntä viestintää. Toimenpideohjelman seurantaraportti*. [Mot tillgänglig kommunikation. Uppföljning av åtgärdsprogrammet]. Liikenne- ja viestintäministeriö / Kommunikationsministeriet, 2010.

Norge

- *Barn og digitale medier 2010*. Medietilsynet, 2010.
- *Utredning av IKT-trender 2010-2020*. Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet, 2010.

Sverige

- *Ungar & Medier 2010*. Medierådet, 2010.
- *Från videovåld, via www till World of Warcraft*. Medierådet, 2010.
- *Allmänna handlingar i elektronisk form - offentlighet och integritet*. (SOU 2010:4), Justitiedepartementet, 2010.
- *Bättre regler för elektroniska kommunikationer*. (Ds 2010:19), Näringsdepartementet, 2010.

Allmenn medie- og kulturutvikling**Danmark**

- *Regeringens strategi for styrket internationalisering af dansk kulturliv*. Kulturministeriet, 2010.

Finland

- *Valtioneuvoston selonteko kulttuurin tulevaisuudesta. [Statsrådets redogörelse om kulturens framtid], Opetus- ja kulttuuriministeriö /Undervisnings- och kulturministeriet, 2011.*

Norge

- *Årsrapport 2010*. Rapport til Kulturdepartementet. Medietilsynet, 2010.
- *Norsk medieøkonomi 2005-2009*. Medietilsynet, 2010.

Sverige

- *Spela samman – En ny modell för statens stöd till regional kulturverksamhet*. (SOU 2010:11), Kulturdepartementet, 2010.
- *Medieutveckling 2010*. Radio- och TV-verket, 2010.

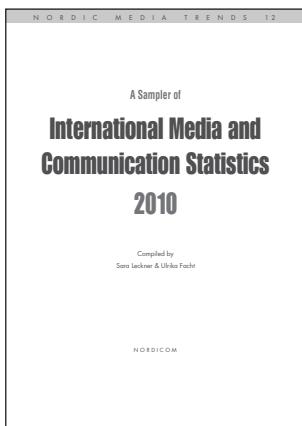
Nordicoms nyhetsbrev *Medier i Nordens* utgaver i 2010 og 2011 og Nordicoms **medielovgivningsbase** danner grunnlaget for oversikten ovenfor, som omfatter medierelevante utredninger, rapporter og forslag – både avsluttede og utredninger som er i gang. De fleste av utredningene og rapportene som er nevnt i oversikten finnes i klikkbar versjon på Nordicoms nettportal for Medieutveckling och mediestatistik i Norden, se menyvalg "Medielagstiftning", og deretter i venstremenyen (nederst) "Medierelaterte rapporter".

Medielagstiftningsbasen (medielovgivningsbasen) er utvidet i 2010, med oversikter over ansvarlige myndigheter, regelverk og rapporter og forslag innen fem områder i hvert enkelt nordisk land: Opphavsrett, ytringsfrihet og mediepluralisme, audiovisuelle medier, trykte medier og informasjonssamfunnet.

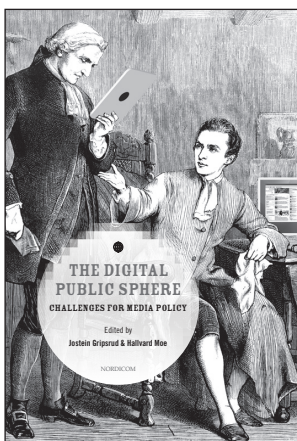
Terje Flisen är redaktör för *Medier i Norden* och ansvarig för *Medielagstiftningsbasen*.

Läs vidare på www.nordicom.gu.se (Medieutveckling och Mediestatistik)

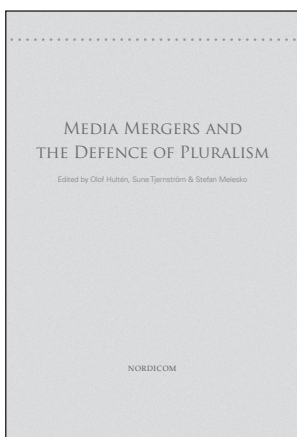
Aktuella publikationer om medietutveckling & medietrender från Nordicom



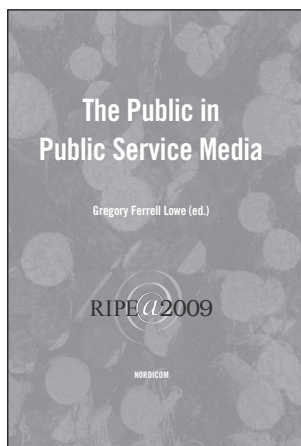
A Sampler of International Media and Communication Statistics. Compiled by Sara Leckner & Ulrika Facht. Nordicom, University of Gothenburg, 2011, 237 p., ISBN 978-91-86523-14-5



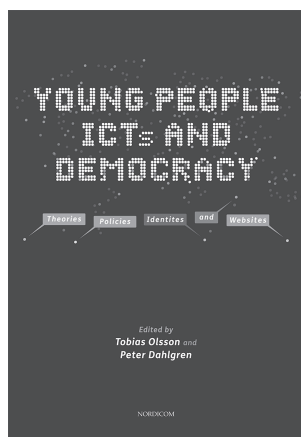
The Digital Public Sphere: Challenges for Media Policy. Edited by Jostein Gripsrud & Hallvard Moe. Nordicom, University of Gothenburg, 2010, 167 p., ISBN 978-91-86523-02-2



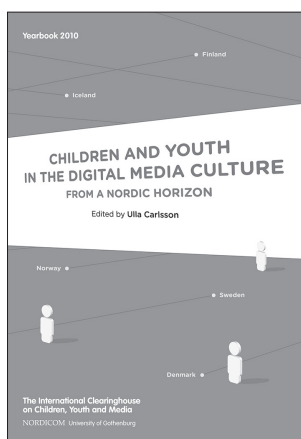
Media Mergers and the Defence of Pluralism. Edited by Olof Hultén, Sune Tjernström & Stefan Melesko. Nordicom, University of Gothenburg, 2010, 214 p., ISBN 978-91-86523-07-7



The Public in Public Service Media: RIPE@2009.
 Edited by Gregory Ferrell Lowe. Nordicom,
 University of Gothenburg, 2010, 276 p.,
 ISBN 978-91-89471-94-8
Young People, ICTs and Democracy: Theories,



Policies, Identities and Websites. Edited by Tobias
 Olsson & Peter Dahlgren. Nordicom, University of
 Gothenburg, 2010, 250 p., ISBN 978-91-89471-87-0



*Children and Youth in the Digital Media Culture:
 From a Nordic Horizon.* Edited by Ulla Carlsson.
 Nordicom, University of Gothenburg, 2010, 251 p.,
 ISBN 978-91-86523-04-6 (Yearbook 2010 from the
 International Clearinghouse on Children, Youth and
 Media)

För mer information om böckerna och om Nordicoms övriga utgivning,
 se www.nordicom.gu.se.

Följ Nordicom på Facebook och Twitter!

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**

Ny bok: Small Among Giants.
Television Broadcasting in Smaller
Countries
Mar 2011

NordMedia 2011
open for registration
Mar 2011

Ny bok: Diversity in Theory and
Practice.
News Journalists in Sweden and
Germany
Feb 2011

Ny bok: Communicating Risks.
Towards the Threat Society
Feb 2011

The 20th Nordmedia
conference in 2011
Jan 2011

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

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.

www.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 978-91-86523-19-0



9 789186 523190