

Finländare söker nyheter direkt på mediernas egna webbplatser

Att folk följer med nyheter i sociala medier har inte rubbat ställningen för etablerade medievarumärken i Finland, visar undersökningsresultat från Digital News Report 2016 som genomfördes av Reuters Institute vid Oxfords universitet. Undersökningen visar också att finländarna litar exceptionellt mycket på nyheter.

Att besöka nyhetsmediernas sidor direkt eller via en app är fortfarande det vanligaste sättet att läsa webbnyheter i Finland, trots att allt fler följer med nyheter även i sociala medier (2014: 36 %, 2016: 45 %). 62 procent av enkätens respondenter sökte nyheter på traditionella mediernas webbplatser, medan 24 procent sökte nyheter i sociala medier. Talen har inte förändrats nämnvärt under de tre senaste åren. Endast fem procent av enkätens finländska deltagare klassade sociala medier som huvudsaklig nyhetskälla.

”För finländare är sociala medier främst ett komplement till traditionella nyhetsmedier. I Finland upprätthåller de traditionella medierna en stark ställning på webben främst på grund av kvällstidningarnas och YLE:s intressanta och kostnadsfria utbud”, säger forskare Esa Reunanen på forskningscentret COMET vid Tammerfors universitet.

Undersökningen visar också att Finland är överlägsen etta i fråga om folkets tillit till nyheter. 65 procent av respondenterna anser nyheterna vara trovärdiga. Finländarna har även en stark tillit till nyhetsorganisationer. I en internationell jämförelse är till exempel svenskarnas tillit till medier klart lägre (40 %). Minst litar man på nyheter i Sydkorea och Grekland.

Reunanen säger, att forskningsresultaten för hur man söker sig till nyheter och forskningsresultaten om trovärdighet troligtvis hänger ihop med varandra.

”Tilliten kan ha sin bakgrund i att finländska journalister har en relativt starkt yrkeskultur och vilja att ge en mångsidig bild av olika saker. I Finland är massmedierna inte heller politiskt eller på annat sätt delade, utan strävar efter att tala till hela folket”, konstaterar han.

Finland ligger också i toppen i fråga om nyhetskoll på webben. Av enkätens finländska respondenter klassade 46 procent webben som primär nyhetskälla. Användningen av smartmobiler för att följa med nyheter ökar snabbt såväl i Finland som internationellt. Ökningen i nyhetsvideornas popularitet håller däremot på att jämna ut sig.

”Enligt undersökningen har webben inte trängt undan traditionella nyhetsmedier. Samma människor använder både traditionella medier och webbmedier. Traditionella nyhetskällor verkar behålla sin ställning särskilt bland över 45-åringar. Anmärkningsvärt är att tryckta tidningar har

stigit i popularitet såväl bland 18–24-åringar som bland över 55-åringar”, konstaterar Mediebranschens forskningsstiftelses ombud Helene Juhola.

Endast 15 procent av finländarna hade betalat för webbnyheter. I Norge var talet nästan det dubbla, 27 procent. Annonsering är alltså fortfarande en central inkomstkälla på webben för finska mediebolag. En stor del av finländarna upplever emellertid webbannonser som störande.

”Det finns en tydlig beställning på nya annonsformer som intresserar människor även på webben i stället för att öka användningen av annonsblockerare”, säger Juhola.

Ytterligare information

Helene Juhola, Mediebranschens forskningsstiftelses ombud
tfn 09 228 772 20, helene.juhola@vkl.fi

Esa Reunanen, forskare, Tammerfors universitets forskningscentral för media, kommunikation och teater (COMET).
tfn 050 318 59 43, esa.reunanen@uta.fi

Digital News Report

Mediebranschens forskningsstiftelse deltog i Reuters Institutes Digital News Report-undersökning för tredje gången. Oxfords universitets undersökning genomfördes nu för femte gången. Enkäten utreder nyhetskonsumtion särskilt i webbmedier och hade 26 deltagarländer: Storbritannien, Tyskland, Finland, Spanien, Italien, Frankrike, Danmark, USA, Brasilien, Japan, Irland, Australien, Norge, Sverige, Österrike, Belgien, Tjeckien, Grekland, Ungern, Holland, Polen, Portugal, Schweiz, Turkiet, Korea och Kanada. Undersökningen hade ca 2 000 över 18-åriga respondenter från varje land.