



# NYHETSINTERAKTION PÅ WEBBEN – TAR SOCIALA MEDIER ÖVER NYHETSFUNCTIONEN I TAKT MED ATT BETALVÄGGARNA BLIR FLER?

INGELA WADBRING



**Mittuniversitetet**  
MID SWEDEN UNIVERSITY



**Nyhetsinteraktion på webben – tar sociala medier över nyhetsfunktionen i takt med att betalväggarna blir fler?**



## Mediernas traditionella funktioner

- Informera om vad som händer i samhället
- Granska makten
- Fungera som forum för debatt mellan och inom grupper





## Blir betalväggarna/premiumtjänsterna alltfler?

- De allra flesta morgontidningar har redan eller kommer att sätta upp betalväggar/premiumtjänster under 2014
- Aftonbladets lägger allt mer material inom ramen för sin Plustjänst – men antalet prenumeranter är relativt få: cirka 125.000 fullbetalande helåret 2013
- Exempelvis SVT och Omni har inga betalväggar/premiumtjänster

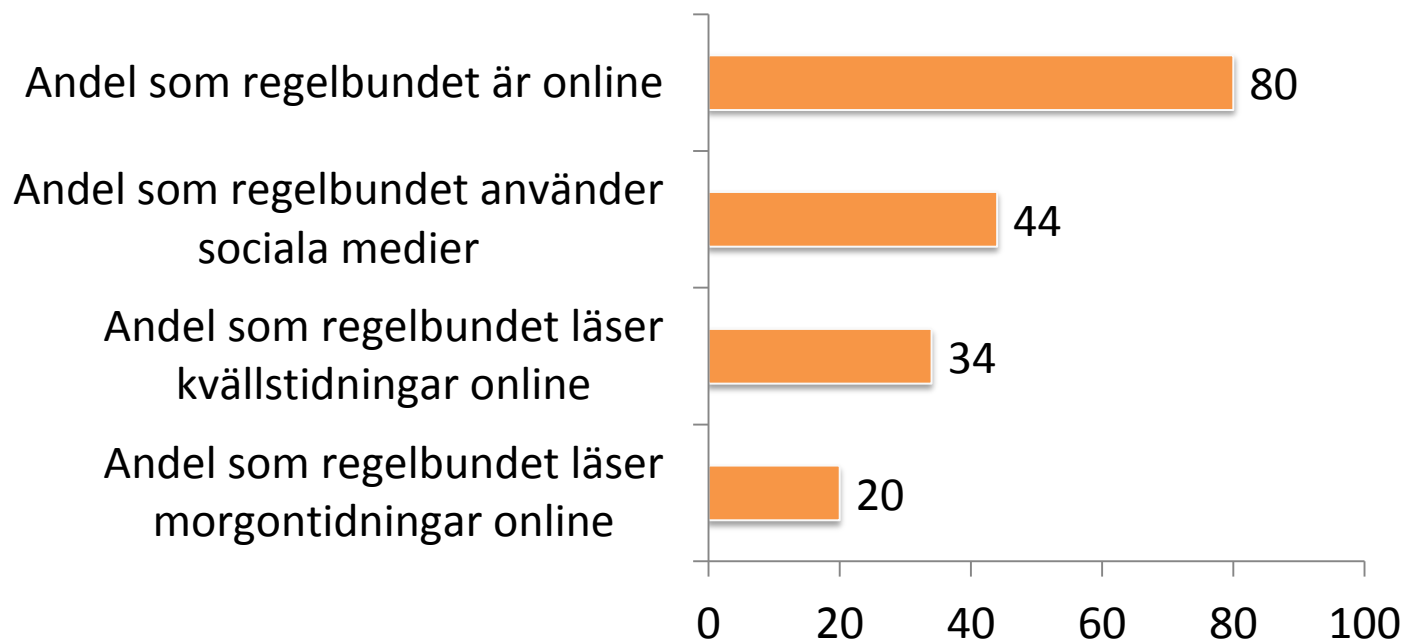


## Typer av betalväggar för dagspress

- Totalmodellen: sajten är i princip stängd för dem som inte prenumererar, utom för händelsenyheter och notiser
- Frekvensmodellen: man får ta del av ett begränsat antal artiklar gratis, sedan börjar det kosta pengar
- Plusmodellen: det mesta materialet är öppet, men det finns en del som kräver inloggning
- Mest intressant? Konverteringsgrad



## Potentialen för nyhetsinteraktion online, 2013 (procent)

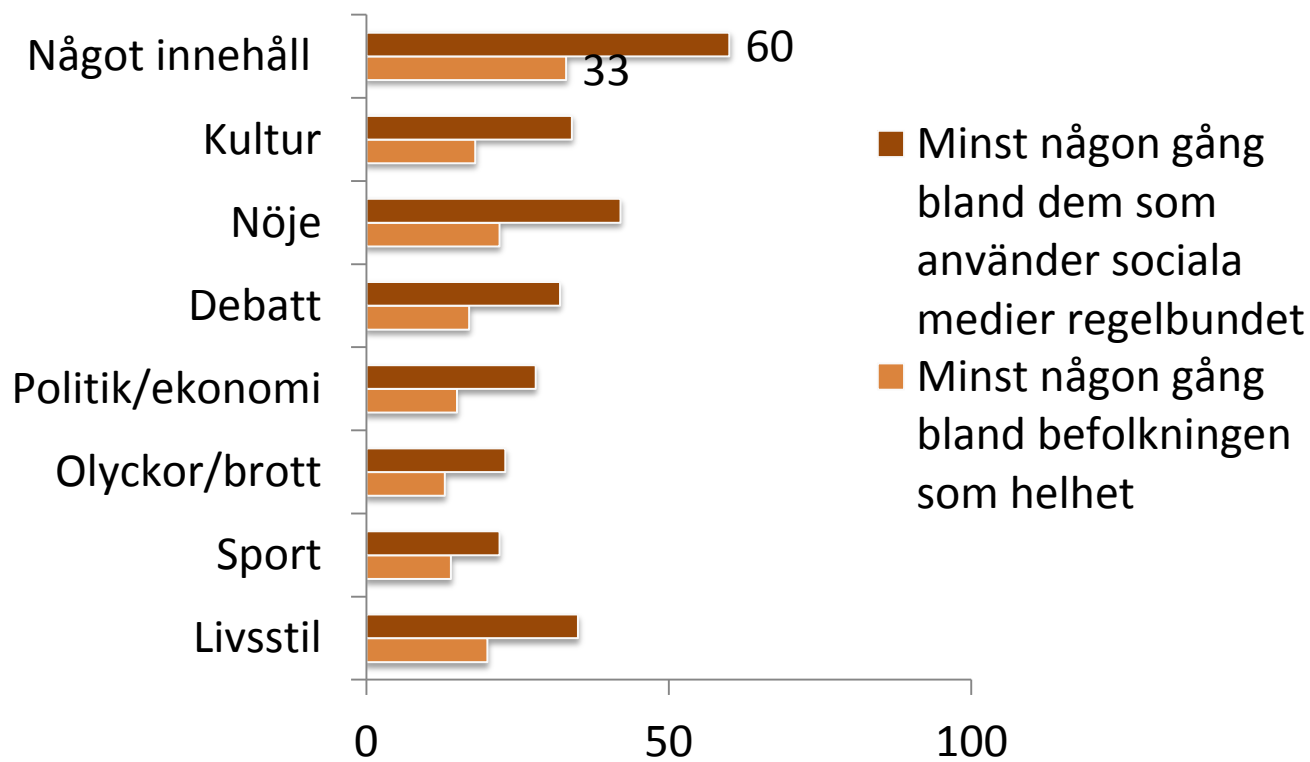


Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2013

Kommentar: Med regelbundet avses för online och sociala medier flera gånger i veckan, för kvälls- och morgontidningar minst 3 dagar i veckan.



## Andel som delar nyheter, bland befolkningen respektive bland dem som är aktiva på sociala medier, 2013 (procent)



Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2013





## 10 texter med mest interaktion\* någonsin

33 anledningar

[varför feminism behövs](#) Om och kontakt Tips och länkar More languages

### varför feminism behövs

På Trettio-tre anledningar listas viktiga anledningar i bildform till varför feminism behövs.

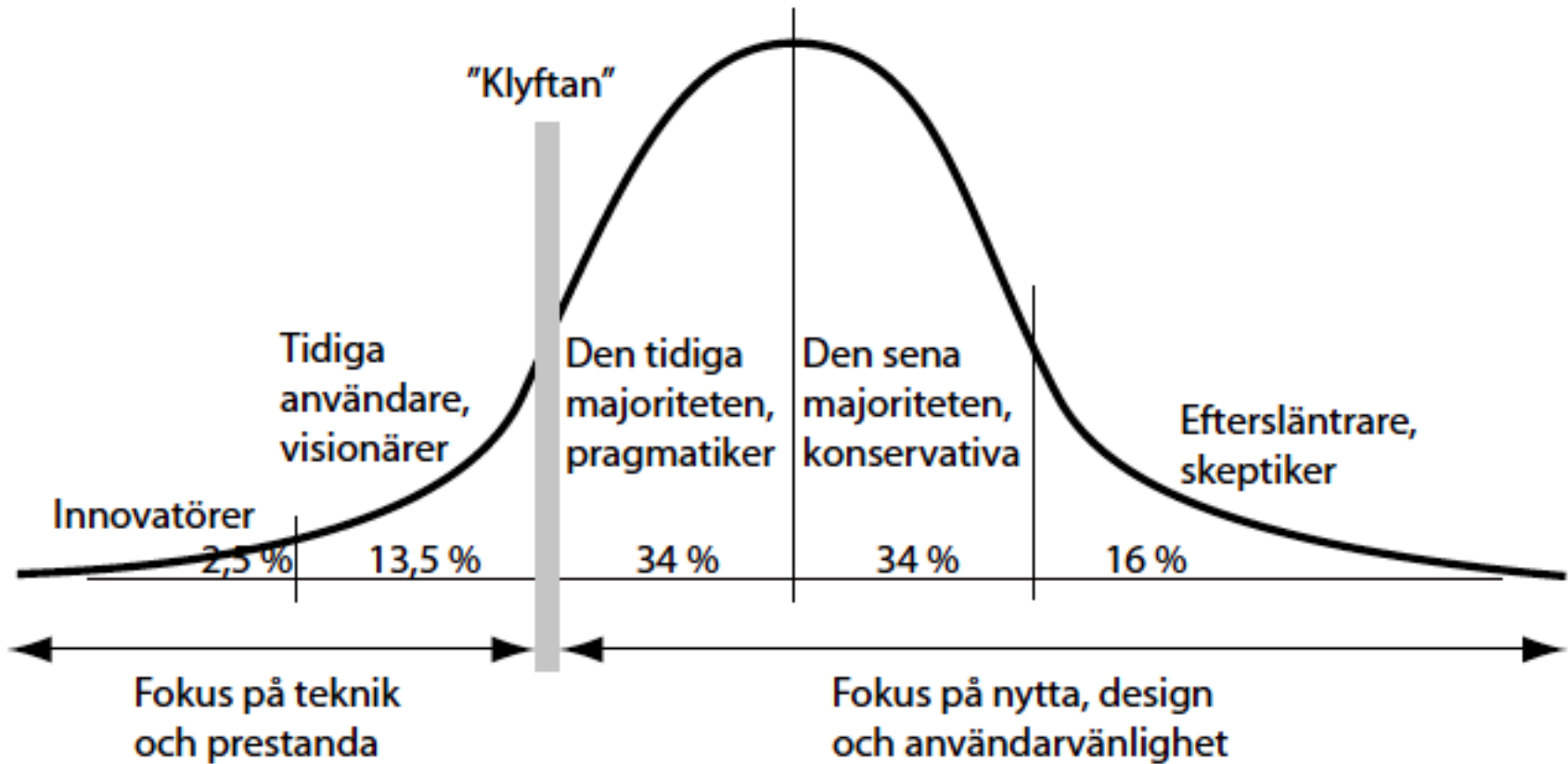
Share





## En ny slags opinionsledare?

- 67 procent av befolkningen har aldrig delat en nyhet
- 33 procent av befolkningen har åtminstone någon gång delat en nyhet i sociala medier
- 12 procent av befolkningen har delat nyheter i sociala medier flera gånger
- Kan den dryga tiondelen av befolkningen karaktäriseras som opinionsledare och visionärer?





## Nyhetsdelare i förhållande till ickedelare

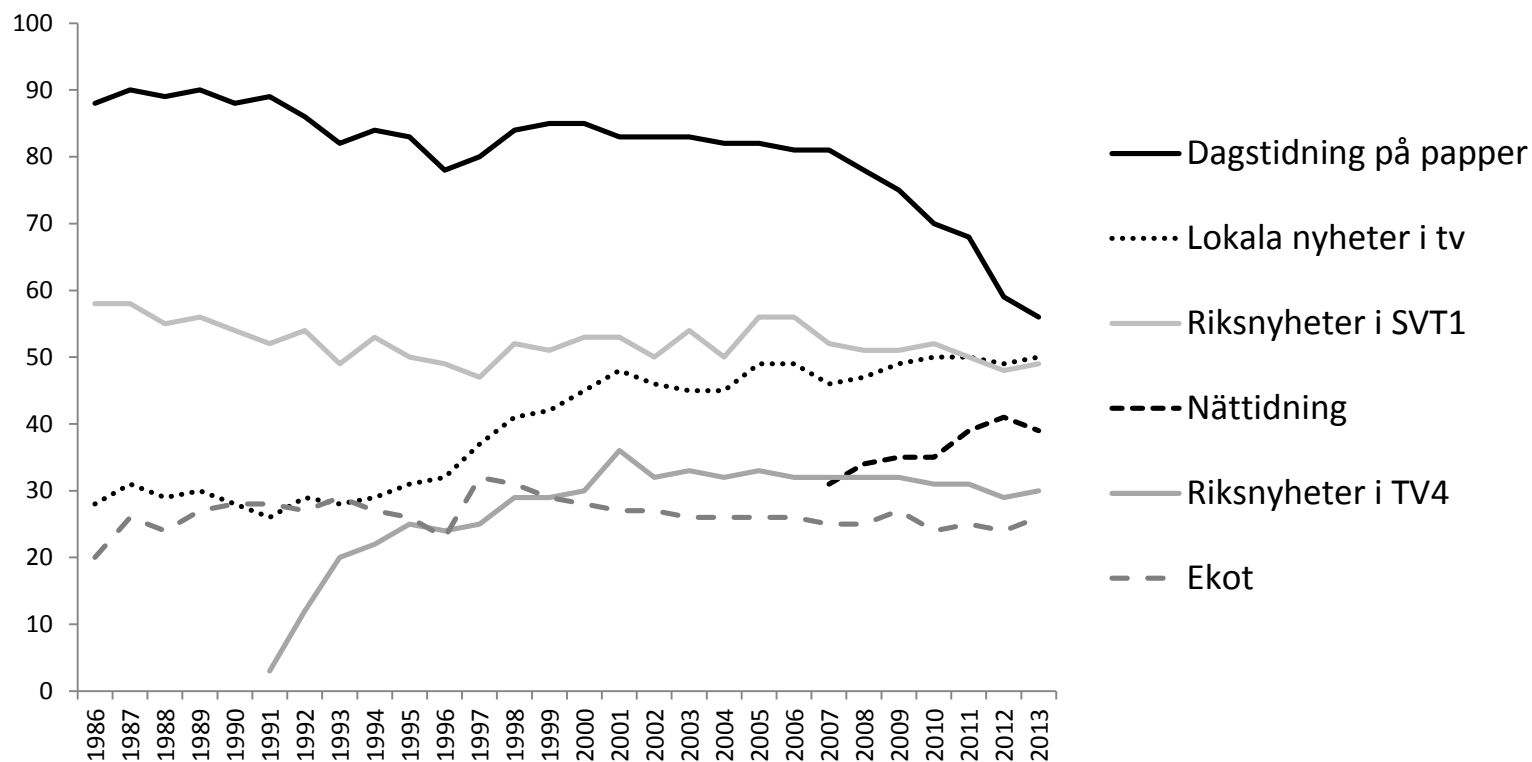
- Medelålder: 44 år (ickedelare: 56 år)
- Ingen skillnad män-kvinnor
- Högre utbildning än ickedelarna
- Mer politiskt intresserade än ickedelarna
- Inga direkta geografiska skillnader
  
- Tar del av medier i traditionella plattformar i lägre utsträckning än ickedelarna
- Tar del av medier online i högre utsträckning än ickedelarna
  
- Är mer sociala än ickedelarna
  
- Tveksamt svar: skillnader finns, men de är inte precis revolutionerande



Åter till frågan om huruvida sociala medier tar över nyhetsfunktionen...



## Konsumtionen av de flesta andra medier är stabil



Källa: Den nationella SOM-undersökningen respektive år.



## Ett nytt digitalt gränsland

- Vilka funktioner kan tas över av sociala medier?
  - Information
  - Granskning
  - Kommunikation
- Vem har resurserna att skapa ett nyhetsflöde som är trovärdigt?
- Vilka alternativa röster får möjlighet att växa fram?
- Slutsats: sociala medier tar inte över nyhetsfunktionen, men kompletterar de traditionella medierna



**Tack för att ni har lyssnat!**

Ingela Wadbring

Mittuniversitetet

Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap

Telefon 070-333 27 16

Mejl: [ingela.wadbrin@miun.se](mailto:ingela.wadbrin@miun.se)