



----- Lehdistötiedote, julkaisuvapaa 21.11.2017 -----

Maailman televisiopäivän teemana on television luotettavuus

Euroopan yleisradiounioni EBU, Euroopan kaupallisten tv-yhtiöiden yhteenliittymä ACT ja radio- ja televisioyhtiöiden myyntiorganisaatioita edustava järjestö egta juhlistavat television luotettavuutta YK:n julistamana Maailman televisiopäivänä. Egta jäsenenä juhlintaan osallistuu myös Screenforce Finland, Suomen kaupallisten televisioiden yhteinen toimielin, jonka perustajia ovat MTV, Sanoma, Discovery Networks Finland ja Fox Networks Group.

Maailman televisiopäivänä 21.11.2017 Euroopassa, Aasiassa, Kanadassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa julkaistava [video](#) tuo esiin television roolin luotettavan sisällön tuottajana eri puolilla maailmaa. Katsojia pyydetään käyttämään päivän kunniaksi aihetunnisteita **#WeloveTV** ja **#WorldTVDay** sosiaalisessa mediassa 21. marraskuuta.

Videossa korostetaan sitä tosiasiaa, että television luotettavuus on keskeisemmässä osassa arkeamme kuin koskaan aiemmin. Television kautta pysymme ajan tasalla siitä, mitä kotimaassa ja ulkomailla tapahtuu. Televisio myös kiinnittää maailman huomion asioihin, joilla on oikeasti merkitystä. Toimituksellinen vastuu, rehellinen uutisointi, laadukas sisältö, turvallinen ympäristö ja luotettavat, riippumattomat tv-katsojamittaukset muodostavat koko televisiotoiminnan perustan. Ne tekevät televisiosta ainutlaatuisen välineen laadukkaalle sisällölle ja bränditurvalliselle markkinointiympäristölle – laitteesta riippumatta.

Viimeaikaisissa tutkimuksissa on osoitettu, että:

- luottamus perinteistä mediaa kohtaan kasvaa eri puolilla Eurooppaa, kun ihmiset ovat alkaneet kyseenalaistaa netissä näkemänsä ja lukemansa sisällön totuudenmukaisuutta. Tutkimuksessa mukana olleista 33 maasta 70 prosentissa vastaajat sanoivat luottavansa televisioon, ja 11 maassa televisiota pidettiin luotettavimpana tiedotusvälineenä.¹
- perinteisten tiedotusvälineiden maine on osoittautunut kestävämmäksi kuin sosiaalisen median palvelujen ja pelkkiä verkkouutisia tarjoavien sivustojen maine. Syynä on etenkin perinteisten tiedotusvälineiden uutisoinnin perusteellisuus. Kaikilla markkina-alueilla televisiota pidetään toiseksi luotettavimpana tiedotusvälineenä heti painettujen uutislehtien jälkeen, ja 69 prosenttia kuluttajista luottaa televisioon uutislähteenä.²
- kun valeutiset aiheuttavat yhä enemmän huolta, televisio on luotetuin uutislähde kaikissa väestöryhmissä. Esimerkiksi kanadalaiset katselevat viikossa uutisia yhteensä 101 miljoonaa tuntia.³



- televisio on vakiinnuttanut asemansa muun muassa brittien arjessa, ja televisiomainonta herättää eniten luottamusta ja tunteita.⁴

Television luotettavuutta käsitteleviin ja muihin tutkimuksiin voi tutustua tarkemmin Maailman televisiopäivän [verkkosivustolla](#). Seuraa Maailman televisiopäivää Twitterissä @WorldTVDay.

Lisätiedot:

Sanna Wester

Screenforce Finland

+358 40 754 4584

sanna.wester@screenforce.fi

www.screenforce.fi

SCREENFORCE FINLAND

Screenforce Finland on tammikuussa 2016 perustettu Suomen kaupallisten televisioiden yhteinen toimielin. Perustajina ovat MTV, Sanoma, Discovery Networks Finland ja Fox Networks Group Oy. Screenforce edistää television käyttöä mainosmediana ja vaikuttaa alan kehitykseen Suomessa.



LÄHTEET

- 1: EBU based on Eurobarometer 86, EBU Media Intelligence Service, Trust in Media (2017)
- 2: Kantar - Trust in News (2017)
- 3: ThinkTV - Concern for Fake News- nlogic, OmniVu, Total Canada (2017)
- 4: UK, Ipsos/ThinkBox: Attitudes to, and use of, media, technology and advertising (2016)

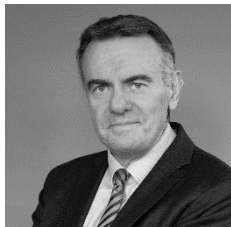


Trustworthiness is a key value, now more than ever, to the television industry. This medium must play its role as a safeguard against the growing circulation of fake news, propaganda and hate speech available on an increasing number of communications platforms.

Caroline Petit, Deputy Director, UNRIC

TV's worldwide audience is not only staying faithful but growing fast as viewers tune in to top quality content made and acquired by broadcasters. We are extremely proud to be among the most trusted media, and are constantly searching for new world-class content to continue to entertain and inform millions of people around the world each week.

Magnus Brooke, Chairman of the Board, ACT



Television broadcasters are proud to have the trust of their audiences. News and current affairs, on television in particular, are core to public service media (PSM). Informing all audiences with independent news and helping them to better understand the world is crucial for a democratic society. Through its Quality Journalism initiative, the EBU is building on the strength of the Eurovision newsroom and developing new services to help public service media sustain audience trust and remain a key source of information for individuals.

Noel Curran, EBU Director General

At a time when advertisers demand transparency and brand- safety, the trusted environment that television offers seems more relevant than ever. TV excels at offering a premium and sound environment for commercial communications, not only because broadcasters have been operating in this environment for decades, but also because TV is measured and audited by trust-worthy third parties, framed by strict legal rules and its content is produced highly professionally. This is truly the DNA of television even as it transforms digitally to operate on new online platforms. The editorial responsibility vis-à-vis consumers and brands alike remains unchanged - and even emphasised - in the online video sphere.

Katty Roberfroid, egta Director General



ABOUT ACT

The Association of Commercial Television in Europe (ACT) represents the interests of leading commercial broadcasters in 37 European countries. The ACT member companies finance, produce, promote and distribute



content and services benefiting millions of Europeans across all platforms. ACT engages with the EU institutions to achieve a balanced and appropriate regulatory framework which will encourage further investment and growth in our sector.

For more information visit www.acte.be and follow us on Twitter: @ACT_eu

ABOUT THE EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU)

The European Broadcasting Union (EBU) is the world's leading alliance of public service media (PSM). Its mission is to make PSM indispensable. They have 73 Members in 56 countries in Europe, and an additional 33 Associates in Asia, Africa, Australasia and the Americas.

Its Members operate almost 2,000 television, radio and online channels and services and offer a wealth of content across other platforms. Together, they reach audiences of more than one billion people around the world, broadcasting in more than 120 languages.

They are one EBU with two distinct fields of activity: Member services and Business services.

Their Member services strive to secure a sustainable future for public service media, provide their Members with a centre for learning and sharing and build on our founding ethos of solidarity and co-operation to provide an exchange of world-class news, sports news and music.

Eurovision Media Services, their business arm, has an outstanding global reputation and is the first choice media services provider for many media organizations and sports federations around the world.

They have offices in Brussels, Rome, Dubai, Moscow, New York, Washington DC, Singapore and Beijing. Our headquarters are in Geneva.

Discover more about the EBU on www.ebu.ch

ABOUT egta

egta is the association representing television and radio sales houses, either independent from the channel or in-house, that markets the advertising space of both private and public television and radio stations throughout Europe and beyond. egta fulfils different functions for its members in fields of activities as diversified as regulatory issues, audience measurement, sales methods, interactivity, cross-media, technical standards, new media, etc. egta is the reference centre for television and radio advertising in Europe. egta counts more than 140 members operating across over 40 countries.

For more information visit: www.egta.com and follow us on Twitter: @egta_connect

ABOUT UNRIC

The Brussels-based United Nations Regional Information Centre for Europe – UNRIC – provides information on UN activities to 22 countries and is active on social media and websites in 13 languages. It acts as the European communication office of the United Nations and its aim is to engage and inform European citizens about global issues. It also liaises with institutions of the European Union in the field of information. Its outreach activities, joint public information campaigns and events are organized with partners including the EU, governments, the media, NGOs, the creative community, and local authorities.