

TIEDOTE
16.6.2020

Utismedioiden verkkosivut suosituin uutislähde

Suomalaisista 68 prosenttia menee suoraan utismedioiden verkkosivuille ja sovelluksiin etsiessään uutisia, ilmenee Oxfordin yliopiston Reuters-instituutin Digital News Report 2020 -kyselytutkimuksesta. Verkosta ylipäänsä uutisia kertoo seuraavansa jo useampi kuin perinteisistä uutislähteistä. Myös sosiaalisen median käyttö uutisiin yleistyi viime vuoteen verrattuna.

Suosituin uutislähde suomalaisilla on tänä vuonna sanomalehtien omat verkkosivustot ja sovellukset, kun se on edellisinä vuosina ollut televisiouutiset. Suomalaisista 68 prosenttia kertoo menevänsä verkossa suoraan utismedian sivuille tai sovellukseen uutisia etsiessään, kun useimmissa muissa vertailun maissa verkkouutisiin päädytään tyypillisemmin sosiaalisen median, sanahaun tai uutislinkkejä koostavan palvelun kautta. Myös muut verkon uutislähteet ovat Suomessa lisänneet suosiotaan televisiouutisten ja painettujen lehtien käytön vähentyessä.

Suomalaisista iso osa kertookin seuraavansa uutisia verkosta. Näin kertoo tekevänsä jopa 88 prosenttia tutkimukseen vastaajista. Verkon suosio on vuosien varrella hiljalleen kasvanut ja jättänyt varjoonsa perinteisen median. Sosiaalista mediaa ilmoittaa käyttävänsä uutislähteenä viikoittain jopa 43 prosenttia suomalaisista. ”Sosiaalisen median palvelut eivät ole varsinaisia utismedioita, mutta niillekin uutiset ovat tärkeitä. Ajankohtaisia uutisaiheita kommentoidaan sosiaalisessa mediassa, ja uutisjuttuja jakavat sosiaalisessa mediassa niin utismediat itse kuin muutkin sosiaalisen median käyttäjät”, Tampereen yliopiston tutkija **Esa Reunanen** kommentoi.

Sosiaalisen median uutiskäytössä eroja ikäluokissa

Suomalaisista yhdeksän prosenttia kertoo sosiaalisen median olevan pääasiallinen uutislähteensä. Sosiaalisen median osuus pääasiallisista uutislähteistä on kasvanut hiljalleen vuodesta 2015 kolmella prosenttiyksiköllä. Sosiaalisen median pääasiallisessa uutiskäytössä näkyy selvä ikäjakauma: 31 prosenttia 18–24-vuotiaista ilmoittaa sosiaalisen median pääasialliseksi uutislähteekseen, 25–34-vuotiaista näin tekee 16 prosenttia, kun taas vanhemmissa ikäluokissa luvut putoavat alle kymmeneen prosenttiin. 65+-vuotiaista enää kaksi prosenttia mainitsee sosiaalisen median pääasialliseksi uutislähteekseen. ”Erityisesti nuorempi yleisö poimii jatkuvasti digitaalisesta virrasta itselleen merkityksellisimmät asiat ja päättää, mitä seuraa toisella silmällä, milloin haluaa keskittyä kunnolla”, pohtii raportissa MTV Utisten digitaalisten sisältöjen toimituspäällikkö **Mona Haapsaari**.

Uutiskäytössä Facebook nousee ylitse muiden sosiaalisen median kanavien – Facebookia vastaa käyttävänsä tähän tarkoitukseen 32 prosenttia suomalaisista. Seuraavaksi suosituin kanava uutiskäyttöön on YouTube, jota ilmoittaa käyttävänsä 15 prosenttia suomalaisista. Ikäryhmittäin eriteltynä YouTubeen käyttö uutisiin on suosituinta 18–24-vuotiaiden suomalaisten joukossa. WhatsAppin suosio uutiskäytössä näkyy erityisesti nuorimmissa ikäluokissa: sekä 18–24-vuotiaista että 25–34-vuotiaista suomalaisista 17 prosenttia kertoo käyttävänsä WhatsAppia uutisiin. ”Tänäkin vuonna huomaamme, että sosiaalinen media muovaa erityisesti nuorten yleisöjen uutisten kulutustapoja”, toteaa Media-alan tutkimussäätiön ja Medialiiton uuden kasvun johtaja **Noora Alanne**.

Suomalaiset kiinnostuneita uutisista

Yleisesti ottaen suomalaiset ovat kiinnostuneita uutisista. Jopa 67 prosenttia suomalaisista kertoo olevansa erittäin tai varsin kiinnostunut uutisista. Tässä suomalaiset ovat tutkimuksen kymmenen kiinnostuneimman maan joukossa. Kiinnostus uutisiin näkyy uutisten seuraamisessa: suomalaisista 89 prosenttia kertoo seuraavansa uutisia vähintään päivittäin.

Uutismedian relevanssiin vaikuttaa se, koetaanko journalismi koko yhteiskunnan kannalta merkitykselliseksi ja tarpeelliseksi. Suomalaisista 77 prosenttia ajattelee, että riippumaton journalismi on yhteiskunnan toiminnan kannalta tärkeää. Kansainvälisesti verraten riippumatonta journalismia tärkeänä pitävien osuus on Suomessa keskimääräistä suurempi. Suomalaiset myös haluavat uutiset mieluiten lähteistä, joilla ei ole erityistä mielipidettä, sen sijaan, että lähteet olisivat samaa tai eri mieltä oman mielipiteen kanssa. ”Voi ajatella, että viestinten halutaan esittävän asioista ’koko kuvan’, minkä jälkeen jokainen voi muodostaa niistä oman mielipiteensä”, arvelee tutkija Esa Reunanen.

Suomalaiset luottavat yhä uutisiin

Kuten aiempinakin vuosina, suomalaiset luottavat uutisiin eniten kaikista tutkimukseen osallistuneista maista. Jopa kaksi kolmesta suomalaisesta luottaa useimpiin seuraamiinsa uutisiin. Hieman yli puolet suomalaisista ilmoittaa luottavansa useimpiin uutisiin. Luottamus uutisiin vaihtelee suomalaisten keskuudessa sukupuolen, iän, koulutuksen sekä poliittisen asennoitumisen suhteen. Naiset luottavat uutisiin miehiä yleisemmin, kun taas nuorten keskuudessa uutisiin luotetaan keskimääräistä vähemmän.

Vuodesta 2015 suomalaisten luottamus useimpiin uutisiin on pudonnut 12 prosenttiyksikköä mutta luottamus useimpiin seuraamiinsa uutisiin vain 4 prosenttiyksikköä. Yleisesti ottaen suomalaiset pitävät kuitenkin valtavirran uutismediaa suhteellisen luotettavana. Luottamuksen yleistä heikentymistä voi selittää viime vuosien keskustelu valeuutisista sekä ihmisten kohtaamat epäluotettavat julkaisut ja uutiset. ”Disinformaation tai muun manipulaation keskeisin ongelma ei ole suorat vaikutukset kansalaisten tietämykseen tai yksittäiseen äänestyspäätökseen, vaan se, miten ne vahingoittavat demokraattisia normeja ja nakertavat kohtaamisen mahdollisuuksia”, Ylen toimittaja **Olli Seuri** kommentoi.

Suomen maaraportissa tutkimustuloksia kommentoivat MTV Uutisten digitaalisten sisältöjen toimituspäällikkö **Mona Haapsaari**, Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja **Eero Hyvönen**, PING Helsingin perustaja ja toimitusjohtaja **Inna-Pirjetta Lahti**, Hufvudstadsbladetin vastaava päätoimittaja **Susanna Landor** sekä Ylen toimittaja **Olli Seuri**.

Reuters Institute Digital News Report vertaa uutisten käyttöä 40 maassa. Tutkimus tehdään vuosittain, ja Suomi on ollut mukana vuodesta 2014. Tiedot perustuvat kyselyyn, johon kussakin maassa osallistuu noin 2 000 vastaajaa.

Lisätietoja

Noora Alanne, johtaja, Media-alan tutkimussäätiö
p. 050 442 1507, noora.alanne@mediaalansaatio.fi

Esa Reunanen, tutkija, Tampereen yliopiston Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus (COMET)
p. 050 318 5943, esa.reunanen@tuni.fi

<https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/tutkimukset/reuters/>