

Mediatiedote

Embargo 12.6.2019 klo 02.00

## Verkko pääasiallinen uutislähde jo yli puolella suomalaisista

**Suomalaisista jo yli puolet ilmoittaa verkon olevan heidän pääasiallinen uutislähteensä, ilmenee Oxfordin yliopiston Reuters-instituutin Digital News Report 2019 -kyselytutkimuksesta. Pelkästään verkkoa uutislähteenä käyttävien suomalaisten osuus on myös kasvussa.**

Verkon asema pääasiallisena uutislähteenä on vahvistunut samalla, kun painettujen lehtien rooli on jatkuvasti heikentynyt. Myös pelkän sosiaalisen median ja blogien suosio pääasiallisena uutislähteenä on kasvanut tasaisesti. Sosiaalisella medialla on nyt yhtä suuri osuus pääasiallisena uutislähteenä kuin painetuilla lehdistä eli 9 prosenttia.

”Suomalaisilla uutisbrändeillä on edelleen vahva tunnettuus. Tämä näkyy hyvin siinä, että Suomessa mennään edelleen pääasiallisesti suoraan brändien verkkosivuille tai sovelluksiin toisin kuin vertailtavissa maissa, joissa ensisijaisena uutisväylänä on sosiaalinen media, uutisportaalit tai hakukoneet”, Media-alan tutkimussäätiön ja Medialiiton uuden kasvun johtaja **Noora Alanne** toteaa.

Uutislähteiden käyttö on eriytynyt selvästi ikäryhmittäin. Erityisesti alle 55-vuotiaille verkko on pääasiallinen uutislähde, kun taas tätä vanhemmille se on televisio. Sosiaalisella medialla ja blogeilla on jalansijaa erityisesti nuorimmassa ikäluokassa. Vanhimmissa ikäluokassa painetut lehdet ovat television ohella pääasiallinen uutislähde.

”Nuorimmassa ikäluokassa Youtube on kasvattanut suosiotaan uutislähteenä Facebookin rinnalla. Tähän voi olla syynä muun muassa tubettajien kaltaisten vaikuttajien menestys”, Alanne pohtii.

Suurin osa suomalaisista seuraa sekä painettua mediaa että verkkomediaa. Pelkkää verkkomediaa uutislähteenä hyödyntävien määrä on kuitenkin kasvanut, ja samalla sekä painetusta mediasta että verkkomediasta uutisia seuraavien määrä on laskenut.

### Suomessa luotetaan uutisiin

Vuodesta 2015 lähtien suomalaiset ovat kaikissa Digital News Report -tutkimuksissa luottaneet uutisiin yleisemmin kuin minkään muun tutkimukseen osallistuneen maan kansalaiset. Näin on myös tänä vuonna. Suomalaisista 59 prosenttia kertoi voivansa luottaa useimpiin uutisiin ja 70 prosenttia kertoi voivansa luottaa useimpiin seuraamiinsa uutisiin. Luottamuksen rakentuminen on keskeisessä asemassa myös käytännön toimitustyössä.

”Monissa toimituksissa pohditaan nyt entistä syvällisemmin, mitkä konkreettiset asiat todella vaikuttavat yleisöjen luottamukseen. Ymmärrys auttaa luomaan käytäntöjä ja selkeitä uudistuksia, joilla luottamusta on mahdollista vahvistaa”, Helsingin Sanomien vastaava päätoimittaja **Kaius Niemi** kommentoi.

Kuitenkin myös suomalaisten luottamus on ollut laskussa. Vuodesta 2015 suomalaisten luottamus useimpiin uutisiin on pudonnut 9 prosenttiyksikköä ja itse seurattuihin uutisiin 2 prosenttiyksikköä. ”Tämän voi tulkita liittyvän yleiseen kansainväliseen trendiin, jossa luottamus vakiintuneita poliittisia instituutioita kohtaan heikkenee ja vastaavasti henkilökohtaisten verkostojen merkitys luottamuksen lähteenä korostuu”, tutkija **Esa Reunanen** Tampereen yliopiston COMET-tutkimuskeskuksesta arvioi.

## **Älypuhelimien suosio kasvaa**

Älypuhelimien käyttö uutisvälineenä on kasvattanut suosiotaan. ”Tähän asti tietokone on ollut suomalaisten yleisin laite verkkouutisten seuraamiseen, mutta tänä vuonna älypuhelimien uutiskäyttäjien osuus oli jo sama kuin tietokoneen käyttäjien”, Reunanen kertoo.

Suomalaisista jo 38 prosenttia nimesi älypuhelimien pääasialliseksi uutisvälineekseen. Tämä on enemmän kuin koskaan aiemmin. Samalla älypuhelimien suosio uutisten seuraamisen pääasiallisena välineenä kasvoi tietokonetta suuremmaksi. Laitteiden käyttö on eriytyneet sukupuolen ja iän mukaan: naiset ja alle 45-vuotiaat suosivat verkkouutisten seuraamisessa älypuhelimia, kun taas miesten ja yli 45-vuotiaiden keskuudessa tietokone on käytetyin.

”Varsinkin nuorissa kohderyhmissä on kaipuu syvälliseen ja analyttiseen sisältöön, mutta nopeasti kulutettavassa muodossa. Nopeus on oleellista, koska kaikki muutkin kamppailevat kännykänkäyttäjän ajasta. Mediatalot kilpailivat aiemmin toistensa kanssa, mutta nyt Ylen uutisilmoitukset taistelevat älypuhelimien aloitusnäytöllä huomiosta kaikkien muiden virikkeiden keskellä”, Yle News Labin päälikkö **Jukka Niva** toteaa.

## **Uutisvideot ja podcastit täydentävät uutisointia**

Uutisvideot ovat vakiintuneet osaksi lehtien verkkosisältöjä, ja verkosta voi seurata myös televisiokanavia. Suomalaisista 53 prosenttia kertoi katselleensa uutisvideoita. ”Selvästi parhaiten uutisten videosisällöissä toimii ”juuri nyt” -tyyppinen livesisältö sekä toisaalta videot, jotka havainnollistavat asioita, joiden kuvailuun teksti ei kerta kaikkiaan taivu”, Iltalehden vastaava päätoimittaja **Erja Yläjärvi** kommentoi.

Suomessa uutissivustot ja uutissovellukset ovat suosituimpia katselupaikkoja kuin kolmannen osapuolen alustat. Kaikissa muissa tutkimuksen maissa tilanne on päinvastainen. ”Suomen ero muihin maihin perustuu siihen, että täällä uutisia ylipäättään seurataan usein suoraan uutissivustoilta ja käyttö sosiaalisen median kautta on vähäisempää”, Reunanen pohtii.

Myös podcastit ovat vakiinnuttaneet asemansa uutismedioiden tarjonnassa. Esimerkiksi Ylellä on podcast-sarjoja, ja Sanoman lehdet ja kanavat tarjoavat podcasteja Supla-palvelun kautta. Suomalaiset eivät ole vertailun innokkaimpia äänitallenteiden kuuntelijoita, mutta eivät myöskään aivan häntäpäässä: 26 % kertoo kuunnelleensa podcasteja. Suosio on noussut viime vuodesta kahdella prosenttiyksiköllä.

Suomen maaraportissa tutkimustuloksia kommentoivat Keski-suomalaisen vastaava päätoimittaja **Pekka Mervola**, Helsingin Sanomien vastaava päätoimittaja **Kaius Niemi**, Yle News Labin päällikkö **Jukka Niva**, Etelä-Suomen Median sisältöjohtaja **Silja Tenhunen** sekä Iltalehden vastaava päätoimittaja **Erja Yläjärvi**.

Reuters Institute Digital News Report vertaa uutisten käyttöä 38 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