

Uutiset ja ajankohtaiset asiat kiinnostavat nuoria ja nuoria aikuisia

Lähes kaikki 15-34-vuotiaat ovat kiinnostuneita uutisista ja ajankohtaisista asioista. Joka kolmas on erittäin kiinnostunut ja reilusti yli puolet melko kiinnostuneita. Vain prosentti ilmoittaa, ettei ole lainkaan kiinnostunut uutisista ja ajankohtaisista asioista.

Suomalaiset nuoret arvostavat sanomalehtien sisältöjä ja pitävät niitä hyödyllisinä itselleen. Haastatteluissa annetuista kommentteista nousi toistuvasti samoja ajatuksia: *”Olisi varmasti hyvä lukea”. ”Valveutunut, maailmasta kiinnostunut ihminen lukee sanomalehteä.” ”Olisihan se hienoa, että tulis se lehti ja omat lapset pääsisi siihen kiinni. Ihana ajatus, että istuttais miehen kanssa keittiönpöydän ääressä viikonloppuna ja jaettais se ja keskusteltaisiin.” ”Aion tilata, sitten kun mä olen aikuinen.”*

Nuoria motivoi uutisten kuluttamisessa eniten tarve olla perillä ajankohtaisista asioista, joista saa kaikupohjaa omien mielipiteiden ja näkemysten muodostamiselle. 15-34-vuotiaiden ryhmä koostuu hyvin erilaisissa elämäntilanteissa elävistä nuorista. Nuoremmasta vanhempaan päähän liikuttaessa uutisten seuraamisen motiivipohja laajenee selvästi. Nuorimpien keskeisiä motiiveja ovat viihtyminen ja ajankulu. Opiskelujen, työn ja perheen perustamisen myötä kiinnostus sanomalehtien tyyppillisiin aiheisiin laajenee. Sekä journalistinen että kaupallinen sisältö alkavat tuntua entistä relevantimmalta omassa arjessa.

Painetun vahvuudet ulotettava digiinkin

Tutkimuksesta on havaittavissa, että 15-34-vuotiaat mieltävät sanan 'sanomalehti' hyvin pitkälle paperille painetuksi tuotteeksi. Sanomalehden digitaaliset palvelut ovat jotain muuta kuin sanomalehtiä. Mielenkiintoinen jatkopohdinnan aihe onkin: mikä sanomalehden pitäisi olla, jos ja kun tämä käsite ei kuvaa sanomalehteä koko laajuudessaan? Pyrkimys sanomalehti-käsitteen laajentamiseen lienee kuitenkin paras tie, koska sanomalehti ei toisaalta ole esimerkiksi yksinomaan uutismedia, vaan paljon muutakin.

Painetun sanomalehden mielikuva on erittäin myönteinen ja sikäli painetun sanomalehden monien vahvojen ominaisuuksien liittäminen myös sanomalehtisisältöihin digiympäristössä tuntuu luontevalta tavoitteelta. Paperin hyvät ominaisuudet ulottuvat myös maksuhalukkuuteen; kun palveluun kuuluu myös paperilehti, tilauksesta ollaan valmiita maksamaan enemmän.

Nuoret lukevat tai pikemminkin silmäilevät uutisia ja ajankohtaisia asioita kännykästä pitkin päivää, kellonajasta ja paikasta riippumatta. Päivittäisessä käytössä tärkeimmät ja samalla myös käytetyimmät ovat Google, WhatsApp, Facebook, YouTube sekä iltapäivälehtien ja sanomalehtien digitaaliset palvelut. Kaikki nämä ovat medioita, joskaan eivät kaikki journalistisia medioita. Ainakin osin myös globaalien kanavien käyttö ohjautuu suomalaisten sanomalehtien tuottamaan sisältöön.

Luotettavuus painaa vaa'assa

Kun 15-34-vuotias valitsee uutis- ja ajankohtaista sisältöä julkaisevaa mediaa, selvästi tärkein peruste on luotettavuus – perinteinen sanomalehden valtti. Onhan sanomalehdistö ollut vuosikaudet suomalaisten, myös nuorten mielestä luotettavin

media. Luotettavuutta pitää ehdottomana välttämättömyytenä 66 prosenttia 15-34-vuotiaista. Yhdistelmä "ehdoton välttämättömyys ja erittäin tärkeä" nostaa luotettavuuden tärkeyden jo 92 prosenttiin. Seuraavaksi ehdottomimpina välttämättömyyksiä tulevat ominaisuudet kohtuuhintaisuus (39 %), maksuttomuus (38 %), helppo saatavuus (37 %), ammattitoimittajan tuottama sisältö (35 %), nopeus (26 %) ja laaja sisältö (25 %).

Nuoret pitävät useita medioita vähintään riittävän luotettavina omaan tarpeeseensa nähden. Jos vastakkain on mahdollisimman luotettava, mutta maksullinen ja riittävän luotettava ilmaiseksi, niin käyttö kallistuu ilmaisen sisällön puoleen. Nuorten vähintäänkin riittävän hyväksi luokittelemaa sisältöä on ollut tarjolla jo pitkään ilmaiseksi ja digiajassa koko elämänsä eläneet ovat sen myös hyvin ottaneet käyttöönsä.

Yllättävän iso osa nuorista (84 %) on vähintäänkin jokseenkin sitä mieltä, että kaiken tiedon pitäisi olla saatavilla ilmaiseksi. Tieto-sanaa ei tosin tutkimuksessa tarkennettu yksityiskohtaisemmin. Monipuolisen mediatarjonnan säilymisen puolesta myönteinen tutkimustulos on se, että väitteen "Olen valmis maksamaan siitä, että ammattilainen poimii tietovirrasta minulle olennaisia asioita ja työstää niitä minua varten" kanssa on samaa mieltä 55 prosenttia 15-34-vuotiaista. Kun vielä selvitetään maksuhalukkuutta tarkemmin, niin reilusti yli 70 prosenttia ikäryhmästä olisi kuitenkin valmis maksamaan jotakin sanomalehtisisällöistä.

Sanomalehti osaksi 15-34-vuotiaiden arkea -tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää digitaaliseen mediankäyttöön tottuneen ikäryhmän mediankulutusta, sanomalehden merkitystä nuorten elämässä ja saada eväitä, kuinka sanomalehti voi palvella tätä ryhmää entistä paremmin.

Tutkimuksen toteutti IROResearch Oy Sanomalehtien Liiton toimeksiannosta maaliskuuhuhtikuussa 2017. Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa yhteensä 24 iältään 15-34 -vuotiaista henkilöä pääkaupunkiseudulta, Kuopiosta ja Oulusta piti viikon ajan mobiilipäiväkirjaa uutismedian seuraamisestaan. Mobiilipäiväkirjavaiheen lopuksi nuoret haastateltiin parihaastatteluin. Kvalitatiivisen tutkimuksen jälkeen toteutettiin kvantitatiivinen tutkimus IROResearchin ISO-sertifioidussa IRONetPanelissa. Kvantitatiivisen tutkimuksen 500 vastaajaa edustavat 15-34-vuotiaita suomalaisia iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan. Tutkimuksen rahoittivat Sanomalehtien Liitto ja Viestintäalan tutkimussäätiö.