

TIEDOTE

14.6.2023

Suomalaisilla on edelleen vankka luottamus uutisiin – uutisten välttely on kuitenkin lisääntynyt

Suomessa uutisiin luottavien osuus on kasvanut yhtäjaksoisesti jo kolme vuotta ja noussut jälleen uuteen ennätykseen. Itse seuraamiinsa uutisiin luottaa Suomessa 76 prosenttia aikuisesta väestöstä. Osuus nousi viime vuodesta prosenttiyksikön. Tiedot käyvät ilmi Oxfordin yliopiston Reuters-instituutin Digital News Report 2023 -kyselytutkimuksesta.

Useimpiin uutisiin luottavien määrä pysyi Suomessa viime vuoteen verrattuna ennallaan 69 prosentissa. Suomi on tutkimukseen osallistuneista maista ainoa, jossa osuus ylittää kaksi kolmasosaa. Kaikkein heikointa luottamus on Kreikassa, jossa useimpiin uutisiin luottavien osuus oli vain 19 prosenttia.

”Suomessa luottamusta uutisiin tukee yleinen luottamuksen kulttuuri, kaikille yhteinen peruskoulu ja toimittajien varsin vahva ammatillinen riippumattomuus. On lisäksi mahdollista, että Ukrainan sota ja siihen kytkeytynyt Suomen Nato-jäsenyysprosessi ovat vahvistaneet väestön enemmistön yhteenkuuluvuutta, mikä on voinut tukea myös uutisiin kohdistuvaa luottamusta”, Suomen maaraportin laatinut yliopistotutkija **Esa Reunanen** Tampereen yliopistosta sanoo.

Kasvavana ja luottamusta hieman nakertavana ilmiönä on uutisten välttely. Suomessa uutisia välttelee vähintään toisinaan 21 prosenttia väestöstä. Vuonna 2019 välttelijöiden osuus oli 17 prosenttia. Uutisaiheista kaikkein vältetyin oli Ukrainan sota.

”Monet uutisten välttäjät kaipaisivat enemmän positiivisia, ratkaisulähtöistä journalismia, kuin kattavia, vaikeiden tai ikävien tapahtumien käsittelyä. Toisaalta tutkimuksesta kävi ilmi, että vaikeina aikoina useat hakevat tietoa ennemmin perinteisestä mediasta kuin muun muassa sosiaalisesta mediasta. Näistä havainnoista on toivottavasti apua medialle uutissisältöjen suunnittelussa ja sisältöjen sitouttamisen kasvattamisessa”, Media-alan tutkimussäätiön johtaja **Noora Alanne** kertoo.

Vain verkon kautta uutisia seuraavien määrä nousi Suomessa 24 prosenttiin, kun heidän osuutensa oli viime vuonna 20 prosenttia. Vain painetusta mediasta uutisia seuraavien määrä on vakiintunut yhdeksään prosenttiin. Verkon ja sosiaalisen median merkitys on erittäin suuri tutkimuksen nuorimmalle ikäryhmälle 18–24-vuotiaille. Tästä ryhmästä 84 prosenttia piti verkkoa pääasiallisena väylänä seurata uutisia. He myös hakivat uutisensa nyt ensimmäistä kertaa enemmän sosiaalisen median kautta (33 %) kuin menemällä suoraan uutissivustolle (29 %).

Mahdollisuuksiin tavoittaa nuori yleisö kiinnittää huomiota myös raporttia kommentoinut Tiedetoimittajain liiton pääsihteeri **Ulla Järvi**. ”Näkyvät toimittajat kiinnittävät huomiota, mutta yhä useammin mediayleisön huomion kerääjinä toimivat julkkikset ja somevaikuttajat. TikTokin, Snapchatin ja Instagramin vaikutusvalta kasvaa nuorimman mediayleisön keskuudessa. Jotta uutiset kiinnostaisivat tätä porukkaa, pitää journalistien, poliitikkojen, asiantuntijoiden ja tutkijoiden ottaa haltuunsa ihan uudet kerronnan keinot”, Järvi toteaa.

Ulla Järven lisäksi Suomen maaraportissa tutkimustuloksia ovat kommentoineet tänä vuonna Ylen journalististen standardien ja etiikan päällikkö **Timo Huovinen**, Kauppalehden vastaava päätoimittaja **Riina Nevalainen**, Nivala-lehden päätoimittaja **Risto Puolimatka** ja Ison Numeron päätoimittaja **Veera Vehkasalo**.

Reuters-instituutin Digital News Report -tutkimus vertaa uutisten käyttöä 46 maassa. Tiedot perustuvat kyselyyn, johon kussakin maassa osallistuu noin 2 000 vastaajaa. Tutkimus tehdään vuosittain, ja Suomi on ollut mukana vuodesta 2014. Media-alan tutkimussäätiö rahoittaa raporttia. Tämän vuoden tutkimus tehtiin tammi-maaliskuussa verkkokyselynä, josta vastasi YouGov-tutkimuslaitos.

Lisätietoja

Noora Alanne, johtaja, Media-alan tutkimussäätiö

p. 050 442 1507, noora.alanne@mediaalansaatio.fi

Esa Reunanen, yliopistotutkija, Tampereen yliopiston Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus (COMET)

p. 050 318 5943, esa.reunanen@tuni.fi

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