

## Analyysi

*Irina Hasala, Hanna Catani, Minna Horowitz ja Janne Matikainen*

# Kriittistä ja monimuotoista Nuoret aikuiset ja luottamus mediaan

Perinteisen median aseman on katsottu rapautuneen ympäri maailmaa 2000-luvun aikana. Kehityskulun nähdään ilmentävän yleisempää yhteiskunnan legitimitietin kyseenalaistamista (Edelman 2022). Synkimmät arviot ovat jo pitkään povanneet demokratian kriisiä (van der Meer 2017).

Luottamuskato huolestuttaa vastavuoroisesti myös perinteistä mediaa. Varsinkin vankka luottamussuhde yleisöihin on journalistisen työn perusta: uutisten vastaanottajille pitää olla selvää miksi, mistä ja miten raportoidaan (Fink 2019). Näyttäisi kuitenkin, että journalisteilla ja yleisöillä on osin erilaisia käsityksiä siitä, miten luottamus mediaan ja journalismiin rakentuu (Toff ym. 2021). On tutkittu suhteellisen vähän sitä, miten median ja journalismin tulisi rakentaa ja vahvistaa luottamusta eri yleisöihin (Henke, Leissner ja Möhring 2019). Nuorten uutisyleisöjen tavoittaminen mietityttää mediataloja (esim. RISJ 2019).

Nuoret aikuiset (18–29-vuotiaat) on kiinnostava ryhmä median kuluttajina monessa mielessä. He ovat lapsuudestaan asti käyttäneet internetiä ja älypuhelimia. He ovat kuitenkin jo itsenäistyneet ja myös heidän median kulutuksensa on itsenäisempää, eikä sidoksissa lapsuudenkotiin, kuten esimerkiksi teini-ikäisillä. Suomalaisten nuorten medialukutaidot ovat kohtuullisen hyvät ja he kuuluvat medialukutaidon kärkikaartiin Euroopassa (Lessenski 2022, 9–14). Lisäksi viime vuosina on korostettu paitsi digitaitojen, myös luottamukseen ja journalismikasvatukseen liittyvien taitojen merkitystä mediakasvatuksessa (esim. Hyvönen, Valtola ja Valta 2019).

Tämän analyysin tavoitteena on tarkastella nuorten aikuisten luottamusta mediaan erityisesti siitä näkökulmasta, miten journalismi voisi paremmin palvella erilaisia nuoria yleisöjä. Analyysin taustalla on projekti luottamuksesta suomalaiseen mediaan, jossa on tarkasteltu yleisöjä laajemmin sekä alaprojektissa nuoria aikuisia niin kyselytutkimuksen kuin verkkokeskustelun menetelmillä vuosina 2019–2020 (ks. esim. Matikainen ym. 2020). Tämä artikkeli kuvaa ja analysoi niihin perustuvaa nuorten kanssa toteutettua laadullista fokusryhmätutkimusta, joka toteutettiin talvella 2021–22 osana Helsingin yliopiston Viestinnän tutkimusprojekti -kurssia.

Haastattelututkimuksen lähtökohtana oli aiemmissa tutkimuksissa havaittu luottamuksen kokemuksen monimuotoisuus. Oletuksena on, että nuorten monimuotoinen mediaympäristö myös tuottaa erilaisia kokemuksia. Tätä ei ole kuitenkaan tutkittu tarkemmin digitaalisuuteen ja informaatiolähteiden moninaisuuteen kasvaneiden nuorten aikuisten näkökulmasta. Haastattelututkimuksen kysymykset muodostettiin aiempien määrällisten kyselyjen ja kokeellisen verkkokeskustelun perusteella seuraavasti:

1. miten nuoret aikuiset itse määrittelevät yleisesti median ja tarkemmin uutisjournalismin,
2. miten he kokevat niiden vallan ja
3. miten he kokevat luottamuksen; miten luottamus tai epäluottamus käytännössä ilmenee ja vaikuttaa haastateltavien toimiin.

Lisäksi haastatteluissa keskusteltiin erikseen koronauutisoinnista, koska se tarjosi konkreettisen, kaikkia koskettaneen esimerkin, joka konkretisoi kokemuksia journalismin olemuksesta, median vallasta sekä luottamuksesta eri lähteisiin.

Seuraavassa käsittelemme ensin luottamuksen tutkimusta ja luottamuksen käsitteen monimuotoisuutta. Sen jälkeen kuvaamme projektin aiempien tulosten sekä muun tutkimuksen perusteella suomalaisia nuoria uutisten kuluttajina. Itse analyysi perustuu seitsemään fokusryhmäkeskusteluun, joita tarkastellaan luottamuksen osatekijöiden sekä kipupisteiden valossa. Lopuksi pohdimme, miten tulokset heijastavat luottamuksen monimuotoisuutta ja miten journalismi voisi ottaa tämän huomioon erityisesti nuorten yleisöjen osalta.

### **Luottamuksen monitahoinen käsite**

Luottamusta eri muodoissaan on tutkittu pitkään. Erityisesti luottamusta yhteiskuntaan, sen eri instituutioihin sekä poliittisiin toimijoihin on mitattu kyselyillä. Yleistetyn sosiaalisen luottamuksen mittaamiseksi on käytössä muutama vakiintuneempi tapa: yhtäältä voidaan mitata asennetta, mielipidettä tai uskomusta tai toisaalta kysyä, miten luottamus tai sen puute vaikuttaa ihmisen toimintaan (esim. Herne 2019).

Toisaalta viime aikoina on ehdotettu, että luottamusta mediaan ja journalismiin tulisi tarkastella usean eri näkökulman kautta (Fisher 2016; Horowitz ym. 2021; Strömbäck ym. 2020): Luottamus voi kohdistua mediaan instituutiona tai tiettyyn lähteeseen, viestimeen tai alustaan. Se voi myös riippua uutisjutun aiheesta, kuten esimerkiksi koronauutisointi on osoittanut (esim. Hameleers, van der Meer ja Brosius 2020). Lisäksi voidaan mitata suoraa ja epäsuoraa luottamusta (Ojala ja Matikainen 2022, 45). Suora luottamus mittaa luottamusta tiettyjä uutismedioita kohtaan, epäsuora puolestaan journalistisia periaatteita, joiden pohjalta luottamuksen voidaan katsoa rakentuvan.

Luottamus ei kuitenkaan ole vain median, journalismin tai yksittäisen uutisjutun asia. On useita tekijöitä, jotka vaikuttavat yksilöiden ja yleisöryhmien tapaan kokea luottamusta mediaan instituutiona sekä arvioida median sisältöjen ja toimintatapojen luotettavuutta (Livio ja Cohen 2018). Perinteisesti on ymmärretty, että luottamuksen kokemukseen sisältyy sekä tunnetta että rationaalista ajattelua (Warren 1999). Digiaikana uudenlaiset käsitykset totuudesta ja objektiivisuudesta sekä sisältöjen kohdentaminen ja personointi ovat korostaneet tunteiden merkitystä (Beckett ja Deuze 2016).

Demografisista tekijöistä merkittävin on ikä, kun tarkastellaan uutisten kulutustapoja ja teknologiaa, esimerkiksi mobiiliuutisia (Westlund 2015) tai uutisten kulutusta sosiaalisen median välityksellä (Boczkowski, Mitchelstein ja Matassi 2018). Varsinkin sosiaalisen median roolia nuorten elämässä on usein esitetty syyksi luottamuksen rapautumiseen (esim. Russman ja Hess 2020, 3185–3188).

Kuitenkin osa tutkimuksista osoittaa, että nuoria ohjaa uutisten kuluttajina niin tilannekohtaisuus, yksilölliset intressit kuin media tai sovellus, joka välittää heille uutisia. Nuorempien yleisöjen näkökulmasta uutisten rooli ei niinkään liity yleisen ja yhteiskunnallisen tiedon tarpeeseen, vaan heidän yksilöllisiin intresseihinsä, viihde mukaan lukien. (Galan ym. 2019, 18–21.)

Luottamuksen rakentumiseen vaikuttaa lisäksi mediakasvatuksen rooli koulutuspolitiikassa ja käytännön toiminnassa. Valveutuneisuus on kuitenkin kaksiteräinen miekka. Esimerkiksi Reuters-instituutin journalismitutkija Nic Newman muistuttaa, että media-lukutaito saattaa lisätä epäluuloisuutta niin medioita kuin toisia ihmisiä kohtaan (Preoteasa 2020).

Luottamus on siis monisyinen käsite. Yhtäältä voidaan tutkia luottamuksen kohteita: mediaa instituutiona, tiedonlähteitä (kuten journalismia genrenä, tiettyjä sisällöntuottajia tai mediataloja) tai tiettyä aihetta (esimerkiksi ympäristöaiheita tai vaikkapa pandemiaa). Voidaan myös tarkastella luottamuksen osatekijöitä yleisöjen näkökulmasta: miten demografiset tekijät, yksilön poliittiset ja ideologiset näkemykset tai henkilökohtaiset kokemukset vaikuttavat siihen, mihin ja kuinka paljon mediaan luotetaan. Lisäksi voidaan tutkia medialuottamusprofiileja. Suomea koskevassa aineistossa oli havaittavissa neljä luottamusprofiilia: luottavat, valikoivat, neutraalit ja epäilevät (Reunanen 2022). Suomalaisista enemmistö (54 %) kuuluu luottaviin ja pieni osa (7 %) epäileviin. Polarisaatio ei siis ole suurta, mutta sitä on kuitenkin olemassa.

Tässä artikkelissa yhdistämme eri näkökulmia. Lähtökohtanamme on nuoret aikuiset ikäryhmänä ja sen sisällä erilaiset kokemukset ja näkemykset. Luottamuksen kohteita analysoidessamme käytämme termejä media ja uutisjournalismi. Ymmärrämme median yleisesti tietoinstituutioon ja uutisjournalismin sen erityisenä muotona. Tarkempi ymmärrys niiden olemuksesta sekä yhteiskunnallisesta vallasta ja vaikutuksesta nuorten aikuisten arkeen on jätetty haastateltavien itsensä määriteltäviksi. Analyysissa keskitymme nimenomaan nuorten aikuisten luottamuksen kokemukseen: siihen vaikuttaviin tekijöihin sekä sitä heikentäviin kipupisteisiin.

### **Suomalaiset nuoret aikuiset median kuluttajina ja sukupolvena**

Nykyiset nuoret aikuiset kuuluvat sukupolvimääritelmässä osin Y-sukupolveen (1977–97 syntyneet) ja osin Z-sukupolveen (1998–2010 syntyneet) (Tapscott 2010). Molemmille sukupolville on ominaista digitaalisten laitteiden käyttö ja molemmissa sukupolvimääritelmät perustuvatkin pitkälti digitaalisen teknologian käyttöön. Ero on nähtävissä suhteessa erilaisiin teknologioihin ja palveluihin, sillä Y-sukupolvea on nimitetty digitaalsiksi natiiveiksi ja Z-sukupolvea sosiaalisen median natiiveiksi (Säntti ja Säntti 2011, 35). Y-sukupolvea on luonnehdittu globaaliksi ja vapaamieliseksi, kun taas Z-sukupolvessa korostuu näiden ohella ympäristö- ja ilmastotietoisuus ja siihen liittyvä kulutuskriittisyys. Sukupolvia kuitenkin yhdistää ja määrittää hyvin monissa määritelmässä digitaalisen teknologian runsas käyttö sekä mediajulkisuuden ja sosiaalisen suhteiden jäseny-

minen digitaalisten laitteiden ja palveluiden kautta. Yleisesti myös väitetään, että digitaalisen verkkoteknologian myötä on syntynyt kokonaan uusi mediasukupolvi (Westlund ja Bjur 2014).

Toisaalta voidaan kyseenalaistaa, voiko digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttö olla sukupolven perusta. Varsinkin jos ajatellaan, että sukupolven edellytyksenä on sukupolvea yhdistävä avainkokemus. Teknologiasta ei välttämättä muodostu tällaista kokemusta. Toinen mahdollisuus on määritellä sukupolvi yhteisten olosuhteiden kautta, jolloin puhutaan niin sanotusta massasukupolvesta (Purhonen 2008). Tällöin digitaalinen ympäristö voidaan nähdä sukupolven muodostumisen perustana. Joka tapauksessa on tärkeä hahmottaa, etteivät nuoret aikuiset suinkaan ole yhtenäinen ryhmä, vaan arvojen, ideologioiden ja elämäntapojen moninaisuus on suurta, mutta he voivat siitä huolimatta muodostaa sukupolven.

Koronapandemia on vaikuttanut huomattavan paljon nuorten aikuisten elämään ja heidän hyvinvointinsa on selvässä laskussa (Salmela-Aro 2022). Erään selvityksen mukaan jopa 82 prosenttia nuorista aikuisista (20–29-vuotiaat) kokee, että korona on lisännyt nuorten pahoinvointia (Eronen ym. 2022, 49). Kuitenkin noin puolet kokee, ettei heidän hyvinvointinsa ole heikentynyt ja vajaa puolet puolestaan kokee hyvinvoinnin heikentyneen. Korona siis selvästi jakaa tämän ikäryhmän kokemuksia. Koronan negatiivisena kokemuksena nousee erityisesti esille nuorten aikuisten kokemus sivuutetuksi tulemisesta päätöksenteossa. Selvityksessä käy myös ilmi, että yleisesti ottaen mielenterveyden ongelmat sekä yksinäisyys ovat nuorten oman näkemyksen mukaan pahoinvointia aiheuttavia tekijöitä. (Emt.) On ilmeistä, että nämä tekijät kytkeytyvät myös koronapandemiaan ja sen aiheuttamiin rajoituksiin.

Lisäksi korona on ollut valtava media-ilmiö niin perinteisessä uutismediassa kuin sosiaalisessa mediassa. Tilastot osoittavat, että niin perinteisen uutismedian kuin sosiaalisen median käyttö lisääntyi koronan alkuvaiheessa (Saarenmaa ja Kohvakka 2021). Kiinnostavaa on, että lapset ja nuoret seurasivat koronauutisia aiempaa enemmän televisiosta. Esille on noussut *doom scrollingin*, jolla tarkoitetaan liiallista uutisten, erilaisten verkkokeskusteluiden ja tietojen etsimistä koronasta (Pennington 2020, 36). Koronakriisi on siis poikkeuksellinen tilanne, jossa on kiinnostavaa tutkia nuorten aikuisten suhdetta mediaan.

Aiemmassa tutkimuksessamme (Matikainen ym. 2020, 60) koko väestölle tehdyssä kyselyssä uutislähteiden käyttö polarisoitui odotetusti iän suhteen: nuorilla korostuivat verkko, sosiaalinen media ja mobiilipalvelut ja iäkkäimmillä televisio, radio ja paperinen sanomalehti. Muissa tutkimuksissa on saatu hyvin samankaltaisia tuloksia välineiden käytön ja uutislähteiden suhteen. Esimerkiksi Reuters-instituutin tutkimuksissa on havaittu, että nuorten (alle 35-vuotiaiden) elämässä sosiaalinen media ja digitaaliset lähteet yleisemmin ovat huomattavasti suuremmissa roolissa kuin vanhemmilla ikäluokilla. Myös Reutersin selvityksissä on eroteltu diginatiivit (25–34-vuotiaat) nuoremmista ”somenatiiveista” (18–24-vuotiaat). Jälkimmäisestä ryhmästä sosiaalinen media oli vuonna 2022 tärkein uutislähde 39 prosentille, uutissivustot ja -sovellukset 34 prosentille. (Eddy 2022, 10–11.)

Kyselymme osoitti, että nuoret aikuiset luottavat muuta väestöä vähemmän perinteiseen uutismediaan, mutta sosiaaliseen mediaan uutislähteenä he puolestaan luottavat enemmän. Vertasimme aineistossa alle ja yli 30-vuotiaiden vastausten keskiarvoja muutamiin mediaympäristöä ja luottamusta koskeviin väittämiin (taulukko 1). Vertailu osoittaa, että arvioidessaan verkkosisältöjen luotettavuutta nuorilla aikuisilla korostui

vertaisryhmien merkitys. Nuoret aikuiset tunsivat elävänsä vahvemmin sosiaalisen median kuplassa, kokivat että sosiaalinen media ohjaa heidän tiedonsaantiaan. Monilta osin nuorten aikuisten luottamus mediaan ja käsitys median vallasta olivat hyvin samankaltaisia keski-ikäisten kanssa.

**Taulukko 1.** Mediaympäristöä koskevien väittämien keskiarvojen vertailu alle ja yli 30-vuotiaiden kesken (asteikko 1–5, n=1053, erot tilastollisesti merkitseviä, t-testi).

	Alle 30-v.	Yli 30-v.	Ero
Lukijoiden ottamat valokuvat tai videot lisäävät luotettavuutta.	3,32	2,86	0,46
Luotan verkossa tuttuun lähteeseen tai verkkoyhteisöön.	3,65	3,43	0,22
Luotan paikallisiin verkkopalveluihin (esim. paikallislehdet).	3,93	3,71	0,22
Muiden käyttäjien suositukset lisäävät luottamustani.	3,09	2,57	0,52
Luotan samoihin verkkosisältöihin kuin kaverini tai tuttavani.	3,02	2,34	0,68
Informaatiota on liikaa tarjolla.	3,05	3,6	0,55
Sosiaalisen median palvelut ohjaavat liikaa tiedon saamistani.	3,00	2,62	0,38
Tunnen eläväni sosiaalisen median kuplassa.	2,65	2,14	0,51

Hankkeessamme tehtiin erikseen kysely alle 30-vuotiaille median luottamuksesta ja valasta sekä koronauutisoinnista. Aineisto kerättiin Taloustutkimuksen internetpaneelistä. Vastaajia oli 300. Esitämme tässä kyselyn tuloksia taustoittamaan laadullista analyysia.

Kysely osoitti, että nuoret aikuiset käyttävät mediaa odotetulla tavalla: harva käytti uutislähteenä television ajankohtaisohjelmia, kotiin tilattuja sanomalehtiä tai iltapäivälehtien paperiversiota. Sen sijaan uutismedioiden verkkosivut ja mobiilisovellukset olivat selvästi tärkeimpiä, myös uutismedioiden tilit sosiaalisessa mediassa koettiin tärkeiksi. Koronan myötä tärkeiksi muodostuivat myös tv-uutiset ja television koronaerikoislähettykset sekä viranomaisten verkkosivut. Kokonaisuutena uutislähteiden merkitys oli samansuuntainen, kuin muissa tutkimuksissa saadut tulokset.

Nuorten kyselyaineistosta tehtiin faktorianalyysi, jolla etsittiin uutisten kuluttamisen motiiveja. Analyysin tuloksena löytyi kaksi mielekkäästi tulkittavaa motiivifaktoria<sup>1</sup>: yhteiskunnallinen ja tiedollinen sekä viihde ja rutiinit. Taulukossa 2 on esitetty faktoreiden keskiarvot eri taustatekijöiden suhteen. Taulukosta käy ilmi, että viihteeseen ja rutiineihin liittyvät motiivit olivat kauttaaltaan tärkeämpiä kuin yhteiskunnalliset ja tiedolliset motiivit. Sukupuolten kesken ei ollut merkittävää eroa. Koulutus näytti vaikuttavan odotetulla tavalla, sillä mitä koulutetumpi henkilö oli, sitä enemmän yhteiskunnallinen ja tiedollinen motiivi vaikuttivat uutisten kuluttamiseen.

**Taulukko 2.** Uutisten kuluttamisen motiivit alle 30-vuotiailla nuorilla (keskiarvot, n=300, asteikko 1–5, 1=eri mieltä, 5=samaa mieltä)

	Yhteiskunnallinen ja tiedollinen motiivi	Viihde ja rutiinit
Kaikki	3,91	4,24
Sukupuoli:		
Naiset	3,93	4,30
Miehet	3,89	4,18
Koulutus:		
Peruskoulu	3,81	4,29
Ammatillinen koulu	3,51	4,15
Lukio	3,95	4,15
Korkeakoulu	4,03	4,36

Monissa kyselytutkimuksissa nuoret kimputetaan yhdeksi mediankäyttöryhmäksi ja heidän luottamustaan mediaan tarkastellaan yhtenä ryhmänä. Edellä kuvatut muutamat kyselytulokset antavat kuitenkin viitteitä siitä, että eri nuorten median käyttömotiivit ja kulutus vaihtelevat. On oletettavaa, että myös luottamuksessa on vaihtelua nuorten kesken. Eroja on ainakin tavoissa jäsentää luottamuksen kohteita ja taustoja. Tämän vuoksi on tärkeää tarkastella kyselytutkimusten rinnalla laadullisesti erilaisia nuorten ryhmiä ja heidän tapansa jäsentää median luottamusta.

### Aineisto ja analyysiote

Tämän tutkimuksen empiirisenä aineistona on seitsemän fokusryhmäkeskustelua, jotka toteutettiin talvella 2021–2022. Haastateltavia yhdessä ryhmässä oli 2–5, yhteensä haastateltavia oli 29. Haastateltavien ikähaarukka oli 18–29 vuotta.

Aineiston keruu tapahtui osana tutkimuskurssia, jossa opiskelijat vastasivat aineiston hankinnasta. Kurssilla opiskelijat tutustuivat tutkimuksen tematiikkaan ja heidät peuhdytettiin fokusryhmähaastatteluihin. Haastattelurungon tekivät kurssin opettajat aikaisempien hankkeen haastatteluiden pohjalta. Opiskelijat tekivät haastattelut 2–3 hengen ryhmissä. Osa haastatteluista tehtiin etänä koronatilanteesta johtuen. Kaikki haastattelut tallennettiin ja litteroitiin sanatarkasti.

Ryhmähaastatteluita on käytetty yleisötutkimuksessa, kun on haluttu rikastaa pelkistettyjen kyselyiden antamaa kuvaa (Heikkilä ym. 2012). Ryhmätilanteessa korostuvat osallistujien yhdessä esittämät ja tuottamat tulokset. Parhaimmillaan ryhmätilanne muistuttaa aitoa arkista keskustelua, varsinkin jos ryhmäläiset tuntevat toisensa entuudestaan. Tässä tutkimuksessa oli mukana sekä ennestään toisensa tuntevien ryhmiä että tähän tutkimukseen koottuja, toisilleen vieraista koostuvia ryhmiä.

Analyysi keskittyi osallistujien esittämiin tulkintoihin ja näkemyksiin. Analyysiotetta voisi nimittää ohjatuksi teemoitteluksi eli analyysissa oli ennalta määrätty väljät teemat, mutta näiden teemojen sisällä toteutui hyvin aineistolähtöinen analyysitapa. Analyysi keskittyi luottamuksen kipupisteiden erittelyyn, mutta aluksi tarkastelemme luottamuksen rakentumisen elementtejä. Haastattelusitaateissa on kerrottu haastattelun numero

(H1, H2 jne.) sekä haastateltavan sukupuoli ja numero kyseisessä ryhmässä (N1, M1 jne.).

Valtaosa haastateltavista oli joko korkeakouluopiskelijoita tai korkeakoulutettuja eri aloilta. Ryhmissä H2, H3, H4 ja H6 oli esimerkiksi kauppatieteiden, muotoilun, historian, biologian ja IT-alan opiskelijoita sekä muutama työelämään siirtynyt nuori ammattilainen. Useimpien haastateltavien korkea koulutustaso on huomioitava tulosten tulokinnassa.

Kolmella ryhmällä oli erityinen profiili: H1 muodostui media-ammattilaisista, H5 eri puolueiden kuntapoliitikoista ja H7 MKR:n eli ”Moniammatillisen koronakriisin ratkaisuryhmän” nuoriso-osastosta. MKR on suomalaislääkärin perustama ryhmittymä, joka on tuonut yhteen koronavirukseen liittyviä rajoituksia sekä koronarokotuksia vastustavia ihmisiä. Uutismedia on viitannut ryhmään salaliittoteorioihin liittyvissä artikkeleissa (Myllymäki ja Kelola 2022; Tommola 2022; Vehkoo 2021). H7 oli ryhmistä selvästi mediakriittisin.

### **Tulokset: Luottamuksen rakennusaineet ja kipupisteet**

#### **Mitä on media, mitä on uutisjournalismi?**

Haastatteluiden aluksi nuorilta aikuisilta kysyttiin median ja journalismin eroa. Nämä nähtiin paljolti samankaltaisina ja toisiinsa limittyvinä, mutta eroa tehtiin esimerkiksi uutismedian sekä sosiaalisen median välille. Media nähtiin laajempänä kattoilmaisuna, johon sisältyy asiasisältöä tuottava, tietyt kriteerit täyttävä uutisjournalismi, mutta myös viihde ja sosiaalisen median alustat ja sisällöt:

*Mutta siis, media ja journalismi on nimenomaan todellakin välillä vaikeasti eroteltavissa, koska varsinkin ne alustat on niin paljon muuttunu. Ei ole enää sitä klassista sanomalehteä, joka tulee kotiin, missä ois painettuna se journalismi-sana, vaan nimenomaan on paljon blogitekstejä, on paljon somealustoja, missä on journalismia, ja myös journalismin näköistä, ei nyt propagandaa, tai muuta sisältöä. (H1, N1)*

*Mä oon samaa mieltä, mutta jotenkin että se on vähän suppilo, menee kapeammaksi: mediaan on vähän sen väline, just millä viedään sitä viestiä perille, ja sitten journalismi on vaan yhdessä osassa sitä mediakenttää. (H1, N2)*

Limittyneisyydestä kertoo kuitenkin myös se, että useat haastateltavat kertoivat kuluttavansa uutisia myös sosiaalisen median alustojen kautta. Etenkin *Instagram* mainittiin haastatteluissa useasti, ja joillekin myös keskustelufoorumi *Reddit* toimi uutisten lähteenä. Tutkittavat nuoret aikuiset siis yhtäältä puhuivat journalismin sisältävästä, institutionaalisesta mediasta ja sosiaalisesta mediasta erikseen, mutta toisaalta käyttivät suurennosti kumpiakkin tiedonsaantiin ja uutisten kulutukseen.

*Seuraan pääosin elektronisia on medioita, miten se nyt sanotaan, Hesarin appia ja sit mulla on Kauppalehti ja sit mä kuuntelen vähän vaihtelevasti semmoista Financial Timesin news briefingiä [...] ja sitten jossain Instagramissa semmoisia uutisvustoja. (H3, N1)*

*[U]lkomaan uutisia tulee jossain määrin seurattua, mutta ne on ehkä enemmän sitten Redditin kautta, että sitä etusivua kun selailee ja sitten sieltä mitkä on päivällä äänestetty ns. korkeammalle, niin katon [...]. (H3, M2)*

### **Luottamuksen monet kasvot**

Vaikka fokusryhmäkeskusteluissa ei eksplisiittisesti kysytty luottamuksen eri tekijöistä, löytyi aineistosta keskusteluja, jotka kuvasivat hyvin luottamuksen monitahoisuutta nuorten aikuisten näkökulmasta. Jokaisessa ryhmässä rokotekriittisistä politiikka-aktiiveihin ja median ammattilaisiin keskusteltiin erittäin kriittisesti mediaan liittyvistä ilmiöistä ja journalismin toimintalogiikoista. Silti luottamus perinteiseen *mediaan yhteiskunnallisena instituutiona* kuului läpi.

Esimerkiksi eräässä ryhmässä mainittiin, että luotto suomalaiseen mediaan on suhteellisen korkea siksi, ettei siihen uskota kohdistuvan ohjailua valtion tasolta.

*[...] just se, että valtion taholta ei määritellä sitä, että mitä saa tehdä ja mitä saa julkaista ja miten saa julkaista, niin ehkä jotenkin se lähtökohtakin on silleen omalla tavallaan luotettava. (H5, N1)*

Toisessa ryhmässä kommentoitiin sitä, että mikäli journalistinen media valehtelisi, se ei olisi hyväksyttävää ja siihen puututtaisiin julkisuudessa:

*Mut ehkä just vähiten luottaa niinku, varmaan niinku johonkin someen, ja eniten just sellaseen perus, perinteiseen [mediaan], missä vähän niinku tiedät et jos selviäisi et ne valehtelis niin siit tulis skandaali. (H2, N2)*

Fokusryhmähaastatteluissa, kuten myös aiemmissa kyselyissä (Matikainen ym. 2020) mainittiin myös perinteiset suomalaiset *uutisorganisaatiot – Yleisradio ja Helsingin Sanomat* etunenässä, joiden uutisointiin luotetaan yleisesti ja joiden sisältöjen ääreen haueudutaan. Toisaalta koronakriittisten ryhmä havainnollisti, miten voimakkaasti tietty *uutisaihe* saattaa värittää luottamuksen kokemusta ja uutislähteiden valintaa. Usea H7-ryhmän haastateltava kertoi pandemian muuttaneen suhtautumisen uutismediaan entistä kielteisemmäksi, jopa vieneen ”viimeisetkin luottamukseen rippeet niin sanottua valtamediaa kohtaan”.

H7-ryhmän keskusteluissa näkyi kriittisyys myös muita instituutioita kuin mediaa kohtaan. Yksi ryhmän haastateltavista sanoi, että ei haluaisi lakata luottamasta mihinkään, mutta pyrkii tekemään omat johtopäätöksensä ja olemaan ”mieluummin väärässä kuin oikeassa luottamalla sokeasti johonkin auktoriteettiin”.

Luottamuksen tunteen syntyyn vaikuttavina tekijöinä mainittiin myös *journalistiset käytänteet* ja *prosessit*, kuten lähteiden monipuolinen ja tarkka käyttö, taustoittaminen, tiedon monipaikkaisuus ja kansainvälisyys sekä kirjoitusasu.

*Mitä mä oon itse huomannut, että kun on esim. Iltalehden tai Iltasanomien uutisia netissä lukenut, niin niissä on tosi paljon esimerkiksi kirjoitusvirheitä, niihin mä tartun tosi nopeasti ja se mulla silleen tosi helposti romuttaa sen luoton siihen koko kirjoitukseen. (H3, M1)*

*Se asioitten laajempi taustoittaminen ja tavallaan niihin pureutuminen useittenkin eri asiantuntijoiden kautta tai sitten sellaisten ihmisten kokemusten kautta, joihin se asia oikeesti niinku vaikuttaa, niin mun mielestä niillä saa sitten nostettua sitä uskottavuutta vielä lisää. (H2, M1)*

Yleisesti ottaen haastatteluista nousi esiin kokemus mediakentästä, jolla on paljon erilaisia toimijoita ja joiden luotettavuutta voi olla hankala arvioida. Lisäksi pohdittiin, kuinka sosiaalinen media mahdollistaa tiettyjen äänten vahvistumisen, vaikka näillä ei olisi todellista asiantuntijuutta aiheesta. Asiantuntijuuteen liittyvä huomio vaikutti kohdistuvan sekä perinteisen median tapaan rakentaa juttuja edellä mainitulla tavalla, että sosiaalisen median mahdollistamaan väylään omaksua asiantuntijan rooli laajojen yleisöjen edessä.

*Niin tässä on sitten ongelmana se, että kun meillä on myös sellaisia medioita nykyään mukana, jotka ei välttämättä ole niin luotettavia ja joilla voi olla omia tavoitteita siinä, mitä ne tekee, että se ei ole ihan objektiivista aina. (H4, M2)*

### **Yksilöllinen ja (itse)kriittinen luottamus**

Vaikka fokusryhmäkeskustelut heijastivat luottamuksen eri muotoja, toistui niissä yksi teema ylitse muiden. Keskustelujen perusteella *yksilöön itseensä* ankkuroituvat seikat – perityt tavat, lähipiirin käyttötottumukset ja sosiaalinen verkosto sekä omat arvot – näyttäytyivät nuorille aikuisille keskeisimpinä luottamuksen tunnetta rakentavina tekijöinä. Fokushaastatteluissa useimmat osallistujat totesivat kuluttavansa välillä vain omia arvoja vastaavia uutisia tai muunlaista tietoa ja ohittavansa vastakkaiset näkökulmat. Nämä kuplautumispohdinnat heijastelivat kyselyn tuloksia, jossa nuorilla kaverien/tuttavien vaikutus sekä kokemus somekuplista on vahvempi (Matikainen ym. 2020, 63; ks. myös taulukko 1).

Esillä olivat toistuvasti kuitenkin myös yritykset poistua omista kuplista ja kuplien tiedostaminen ongelmalliseksi. Haastateltavat kyseenalaistivat sen, ovatko tottumus tai kaveripiiri parhaita kriteerejä luottaa tiettyihin medioihin ja sisältöihin. Useammassa ryhmässä nousi esille ajatus, jonka mukaan omaa maailmankuvaa tukevat äänet ja mielipiteet on helpompi poimia informaation aallokosta:

*Kun on niin monta erilaista mielipidettä ja niin monta erilaista totuutta tuolla nettissä. Niin sit sä voit vähän niinku vaan valita sen, joka sopii sun omaan maailmankuvaan. (H3, N1)*

Toisaalta pohdittiin sitä, tarjoaako suomalainen mediakenttä loppujen lopuksi paljon vaihtoehtoja:

*Mutta kyllä nyt huomaa kun alkaa miettiä näitä asioita niin kun on silleen että okei se että vaikka tuttavapiirissä joku on lukenut tätä lehteä, niin ei se tarkoita että se on luotettava, mutta ei myöskään ole vaikka juuri Suomessa ihan hirveästi vaihtoehtoja, jos haluaa seurata kotimaisia uutisia. (H3, N1)*

Haastateltavien vastauksissa korostui myös ajatus siitä, kuinka suuri valinnanvapaus ihmisellä on siinä, mihin he päättävät uskoa ja mitä he näin ollen luokittelevat luotettavaksi tai epäluotettavaksi tiedoksi.

*Ja ehkä semmoinen laiskuus myös, että kaikki ei jaksaa tarkastaa niin hyvin niitä taustoja tai tehdä semmoista analyysiä aina. Ehkä sit on helppo uskoa semmoista, jos varsinkin on joku asia, mistä on joku omakohtainen kokemus. (H3, N2)*

Kriittisyys ja oman näkemyksen eetos oli oletetustikin voimakkainta koronakriittisessä ryhmässä. Yksi haastateltavista arvioi, että jo yhteiskunnan rakenteen vuoksi ihmiset pelkäävät erottua joukosta eivätkä siksi ajattele itse: ”Rakennetaan mielikuva mikä on sosiaalisesti korrektia, vaikka oma intuitio ja tunne kertoisi muuta.” (H7, M3).

Kuplautumiseen ja mediakriittisyyteen liittyi myös huomio siitä, että medialla on valtaa vaihtelevissa määrin ja tämä valta kohdistuu eri tavalla eri väestöryhmiin. Näistä teemojen yhteydessä nousi esille myös mediakasvatuksen tärkeys:

*Jos ei oo semmoista tietty... Ei oo kasvanut vaikka käyttämään journalistista sisältöä, tai kuluttamaan, niin ei välttämättä oo työkaluja tunnistamaan myöskään sitä, että mikä on journalismia. (H1, N3)*

Haastateltavien keskuudessa pohdittiin jopa koko luottamuksen käsitettä. Kokemus uutislähteen luotettavuudesta kun ei merkinnyt suoraan luotettavuutta:

*Ehkä tämä luotettavuuskeskustelu osittain seuraa siitä, että me ollaan herätty siihen, että maailmassa on virheellistä tietoa ja meidän pitäisi ehkä vielä voimakkaammin herätä myös siihen, että kaikki mistä me ollaan itse vahvasti jotain mieltä, niin ei ole todellista ja siihen ei ehkä olla ihan vielä päästy, mikä tietysti haastaa sitä, että mitä se luotettavuus oikeasti tarkoittaa. (H4, M1)*

Luotettavuus ei myöskään ollut aina pääsyy jonkin median seuraamiseen. Media-ammatilaisten ryhmässä eräs haastateltavista kertoi seuraavansa *Russia Todayn* uutisia, vaikka tiesi niiden olevan epäluotettavia.

*Aivan helvetin hyvin kirjoitettuja! Ne on muutenkin, niiden kuvitukset ja kaikki... Mä seuraan sitä ihan mielelläni ja mä kattelen kaikki niitten dokkarit, no shame about it [naurua], mutta mä myös teen tän, että jos mä nään siellä jotain kiinnostavaa, niin mä googletan sen ja mä katson, että onko muita lähteitä. (H1, N2)*

Samassa ryhmässä mainittiin, että vastamediat kiinnostivat eräänlaisena viihteenä ja ne tarjosivat mahdollisuuden ihmetellä toisenlaista todellisuutta. Monille vastamedioiden seuraaminen oli selvästi identiteettivalinta. Toisessa ryhmässä haastateltavat eivät perustelleet *MV*-lehden epäluotettavuutta niinkään lehden käyttämillä menetelmillä tai laadulla, vaan sillä, että sen arvot eivät vastanneet omia näkemyksiä.

### Kaupallisuus luottamuksen rapauttajana

Haastateltavien omaan uutiskulutukseen kohdistuva itsekriittisyys yhdistyi voimakkaaseen mediakritiikkiin, jonka keskiössä oli median markkinavetoisuus. Haastatellut nuoret aikuiset kyseenalaistivat nykyisen digitaalisen uutismedian kaupallisen toimintalogiikan, jossa uutiset pusketaan ulos nopeasti ja klikeistä kilpaillaan kohahduttavilla sisällöillä ja klikkiotsikoilla. Ennen haastatteluita pinnalla oli juuri ollut Sanna Marinin niin sanottu yökerhokohu, jonka nähtiin jättäneen alleen tärkeämpiä aiheita.

*Se mitä uutisoidaan, vaikuttaa aika lailla suoraan mun nähdäkseni siihen, mistä ihmiset puhuu. Oli nää hävittäjähankinnat ja Sanna Marinin yökerhojutut [...] miten itse näen tämän, niin hävittäjähankinnat jäi vähän tämän yökerhokohun alle. (H4, M2)*

Kaupallisuuteen kytkeytyi uutismedian valta. Haastatellut nuoret aikuiset näkivät, että Suomessa uutismedialla on edelleen portinvartija-tyyppistä valtaa julkisen keskustelun ja mielipiteen muovaajana. Monet haastateltavista kuvailivat median määrittelevän sitä, mitkä asiat ovat esillä, millä tavalla ja kuinka paljon. Useissa fokusryhmissä kritisoiitiin median valtaa käyttämällä esimerkkinä Sanna Marinin yökerhökäyntiä.

*[...] Sanna Marin -keissin, että nyt on niinku nostettu esiin tällainen aihe, ja sehän on niinku median esiin nostama ja jotenkin pyörittämä aihe, ja että siitä on tullut niin iso juttu, niin ehkä juuri siinä kohtaa medially on liikaa valtaa. (H1, N5)*

Kohahduttavien uutisten takana nähtiin olevan kaupalliset intressit.

*Kyllä ne [mediat] joutuu osittain suunnittelemaan sitä sisältöä sen mukaan, että ne saa niitä mainostuloja kanssa. Ja se tarkoittaa sitten sitä, että tehdään enemmän formula-, kuninkaallis- ja Sanna Marin -uutisia kun välttämättä sitten sitä syväluotaavaa tutkivaa journalismia, johon tarvitaan enemmän toimittajan työtunteja versus se, kuinka paljon klikkauksia se saa. (L3, M2)*

Uutismedioiden keskinäinen kilpailu ja nopeuden vaatimus vaikuttivat haastateltavien mukaan myös luottamukseen, sillä nopeasti toteutettujen juttujen luotettavuutta oli vaikea arvoida. Haastateltavat kokivat, että media ei pysähdy varmistamaan tietoa, vaan puskee varmistamatontakin tietoa ulos.

*Se on kyl totta et nykyään noi jutut päivittyy niin nopeasti ja on kaikissa nettimedioissa niin nopeesti et se voi vähän välil tulee sellanen olo et miten kukaan vois näin nopeesti tietää oikeesti. (H2, N2)*

*Siinä saa olla kyllä aika valppaana, jos on siinä uutiskierteen päällä tai just on tapahtumassa jotain. Silloin kyllä on ainakin itellä vähän vaikea luottaa siihen tietoon mitä sieltä tulee suorilta, koska ei oikein tiedä, että ketä siellä on sitä raportoimassa. Vaikka se Hesarin juuri nyt -sivulla liikkuisikin, niin siinä jotenkin on erityisen valppaana. (H3, M2)*

Medialukutaidon kannalta kiinnostavaa on, että epävarmuus tiedon luotettavuudessa piti haastateltavien mukaan tiedostaa ja hyväksyä: ”Täytyy niinku... hyväksyä sellanen tietty epävarmuus siinä tiedon varmistamattomuudessa ja siinäkin et se sit saattaa elää.” (H2, M1).

Nuoret aikuiset sinänsä arvostivat kansainvälisiä medioita uutislähteinä, mutta suomalaismedioiden liika nojaaminen ulkomaisiin lähteisiin nähtiin ongelmallisena. Kansainvälisen median siteeraamisen ja kopioinnin syynä pidettiin kustannustehokkuuden tavoittelua. Vastauksissa pohdittiin esimerkiksi sitä, miten suora siteeraaminen kasvattaa virheiden mahdollisuutta.

*Läpi tuleva kansainvälisyys mun mielestä tuo omalla tavallaan myös luotettavuutta, mutta toisaalta on siitakin tullut nyt viime aikoina paljonkin, että jossain tyyliin New York Timesissä on kirjoitettu jotain ja usein muiden maiden mediat käyttää sitä lähteenä ja sit se osoittautuukin virheelliseksi.* (H2, N1)

Kaikkein kriittisimmin suomalaiseen uutismediaan suhtautuvat kyseenalaistivat, onko niin sanottu käännösjournalismi eli ulkomaisten lähteiden siteeraaminen ilman omaa panosta journalismia laisinkaan. H7-ryhmän haastateltava totesi, että isot mediat ”vain kopioivat uutisia ja juttuja” suuremmilta ulkomaisilta toimijoilta, kuten CNN:ltä, ja että juttujen paikkansapitävyyttä pidetään itsestäänselvytenä. Uutismedian luotettavuuden arvioinnissa painoi siis myös se, missä määrin sisältö nojasi median omaan tutkimukseen. ”Itse en koe kopioituja ja käännettyjä uutisia lainkaan journalismiksi, kuka tahansa pystyy siihen.” (H7, M1).

Edellä kuvailtu haastateltavien esittämä kritiikki heijastelee hankkeen aiempia tuloksia (Matikainen ym. 2020, 47–49), joissa niin ikään arvosteltiin median kaupallisen logiikan vaikutuksia journalismiin ja nähtiin medialla olevan valtaa julkiseen keskusteluun sekä poliittisiin mielipiteisiin. Lisäksi tulokset ovat yhdenmukaisia Digital News Projectin selvityksen kanssa, missä yleisön epäluottamuksen syiden joukossa oli ”liioittelu ja myyvän sisällön jahtaaminen” (Newman ja Fletcher 2017, 24–25).

Kaiken kaikkiaan nuoret aikuiset siis tulkitsivat uutismedian kipupisteeksi kaupallisen kilpailun vaikutukset uutisointiin. Monipuolinen kritiikki lienee osoitus haastateltavien korkeasta koulutustaustasta. Tärkeää on kuitenkin se, että medialta toivotaan harjittumpaa ja ehkä jopa hitaampaa journalismia, jota varten media tekisi omia selvityksiä pelkän siteeraamisen sijaan.

### **Informaatioähky ja yksipuolisuus luottamuksen murentajina**

Kaupallisuuden ohella nuoret aikuiset suhtautuivat kriittisesti mediaympäristöön, jonka tarjonta on määrältään liiankin runsasta mutta toisaalta kovin yksiäänistä ja kärjistävää. Tätä kokemusta on vahvistanut fokusryhmien ajoitus: haastattelut tehtiin aikana, jolloin koronapandemia oli vaikuttanut nuorten aikuisten elämään jo parisen vuotta. Haastatelussa myös kysyttiin erikseen koronakokemuksista.

Kun aiemmat vastaavan kokoluokan tapahtumat ovat johtaneet uutismedian seuraamisen lisääntymiseen kriisin alussa, pandemia on sen sijaan kasvattanut sekä uutismedian, että muiden medioiden seurantaa. (Van Aelst ym. 2021.) Fokushaastatteluai-  
neiston perusteella on hahmotettavissa kriisin kaari, jonka alussa ihmisillä on valtava tiedon ja myös asioiden jäsentelyn tarve. Kriisin aikana ihmiset kokevat epävarmuutta,

mikä saa heidät hakemaan tietoa kaikista saatavilla olevista lähteistä. Myös valtiot ja viralliset tahot käyttävät sosiaalista mediaa, joten virallista, journalistista sekä muuta informaatiota on runsaasti saatavilla kaikissa kanavissa, myös sosiaalisessa mediassa. Moni haastateltava kertoikin kuluttaneensa enemmän uutisisältöjä ja sosiaalista mediaa pandemian alussa.

*Sosiaalisen median tarve on tietyllä tapaa omalla kohdalla vähentynyt ja sitten taas olen pikkuhiljaa pystynyt palautumaan siihen niin kun ikään kuin perinteisen median pariin, mutta on se sosiaalinen media. Edelleen se on niinku voimakkaampaa se [sosiaalisen median] käyttö kuin mitä se oli ennen koronaa. (H5, M1)*

Samalla haastateltavat nostivat koronauutisoinnin yhdeksi ongelmaksi informaation valtavien määrän, joka aiheuttaa sekä hämmennystä että vastareaktioita:

*Nyt on niin paljon tietoa joka paikassa, ni sit ei jaksu perehtyä mihinkään, ellei oo oikeesti kiinnostunu. Et ehkä nyt aino [toive uutismedialle], jos olis tullu joku tosi selkokielineen kirje postilaatikosta, mi ois ollu tyylillä kolme tärkeintä asiaa koronasta, niin semmosen mä olisin ehkä lukuun, mut sitä ei sit taas media välttämättä tee. (H4, M1)*

*Mä muistan silloin koronan alkuaikoina, ja kun oli pahimmillaan silloin joskus, niin silloin oli hetkellinen aika, että mä poistin kaikki tällaiset uutisovellukset sun muut. Ja tietoisesti suljin itseni kaikilta, mutta nyt sen ymmärtää että on kuitenkin hyvä pysyä perillä just tällaisissa konkreettisissa asioissa, kun ei oo pelkästään vaan sitä panikointia ja tartuntalukuja. (H3, M1)*

Volyymin lisäksi useissa fokusryhmissä, erityisesti media-ammattilaisten ja rokotekriittisten haastatteluissa, nousi esiin yhteinen näkemys, jonka mukaan koronaan liittyvät kysymykset aiheuttavat yhteiskunnassa kahtiajakoa. Monissa ryhmissä keskusteltiin myös siitä, miten nykytilanteessa nimenomaan media edistää vastakkainasettelua esimerkiksi kärjistävillä, syölistävillä tai yksipuolisilla sisällöillä.

*Jos on semmoinen uutinen, mikä saa jonkun tietyn puolueen näyttämään tosi pahalta tai näyttämään negatiiviselta tai tyhmältä [...] mä en nykyään oikeastaan niitä lue. [...] vaikka joku pääministerikohu, että jos se maalataan täysin idiootiksi tai korruptoituneeksi, pahaksi ihmiseksi, niin semmosia mä en oikeastaan enää oikeen usko. Et enemmän ne löytyy sitten niiden puolueiden arvopohjaroista ne erot, eikä siitä että toinen olisi vaan hyvä tai paha [...] ei haluta tai jakseta tai ehditä perehtyä siihen vastapuoleen argumentaatioon. (H4, M1)*

*Jos mä [...] olisin rokotekriittinen ja vaikka Hesarissa sanottais, että mä oon typerä idiootti, niin sen jälkeen, luenko mä Hesaria enää, et haluanko mä kuluttaa sen sisältöjä, niin en varmaan. (H1, N4)*

*Ja miun puolesta [...] kaikki mediat vois tehdä hiljaisen sopimuksen, että ei mitään klikkiotsikoita koronasta. Vaan se uutisointi olis nimenomaan yhteiskuntaa vakauttavaa eikä repivää. (H1, N3)*

## Yhteenveto ja päätelmät: Miten kasvattaa nuorten luottamusta mediaan?

Haastattelututkimuksemme sekä vahvisti että syvensi ja laajensi aiempien tutkimusten tuloksia nuorten aikuisten kokemuksesta mediasta sekä luottamuksesta niin mediaan instituutiona kuin eri lähteisiin:

1. Media on monelle haastatellulle monitahoinen ja hieman hahmotonkin käsite. Se sisältää useimmiten niin valtakunnalliset mediatalot kuin kansainvälisen median ja sosiaalisen median tietolähteet.
2. Luottamus mediaan ja uutisjournalismiin on monimuotoinen kokemus, johon saattaa vaikuttaa niin aihe kuin journalististen prosessien tuntemus ja tunnistaminen sekä sisällön esittämisen tyyli.
3. Vaikka nuoret aikuiset ovat heterogeeninen ryhmä, heitä yhdistää hyvin kriittinen suhde mediaan. Kiinnostavaa on, että varsinkin valtakunnallisia uutislähteitä kuten *Yle*, *MTV*, *HS* ja iltapäivälehdet kritisoidaan, mutta niihin myös luotetaan. Toisaalta reflektoidaan kriittisesti myös omaa mediakulutusta niin uutisjournalismin kuin sosiaalisen median suhteen ja tunnistetaan kuplautuminen ilmiönä.
4. Luottamusta uutisjournalismiin ja mediaan yleensä murentavat eritoten avoin kaupallisuus ja klikkien kalastelu sekä informaatiovyöry (joka korostui eritoten pandemian ensimmäisinä vuosina) ja siihen liittyvä moniäänisyyden ja eri näkökantojen puute.

Yhteenvedonomaaisesti voisi todeta, että fokusryhmähaastatteluista välittyi varsin analyttinen ja kriittinen tapa lukea uutismediaa. On tietysti huomioitava, että haastatellut olivat enimmäkseen korkeakouluopiskelijoita tai korkeakoulutettuja. Otos on siis vinoutunut. On tärkeää muistaa nuorten moninaisuus, kuten nuorille tekemämme kyselyaineiston analyysi osoitti. Uutismedian kulutuksen motiivit erosivat korkeakoulutettujen ja muiden kesken.

Erityisen kiinnostava tältä kannalta oli kriittisten ryhmä (H7), joka torjunnan ja epäilyn ohella myös eritteli syitä suhtautua uutismediaan kriittisesti. Esille nostettiin esimerkiksi kielteisyys pelkkää käännettyä materiaalia kohtaan. Uutismedian hylkäämisen taustalla ei siten välttämättä ollut puutteellinen medialukutaito ja faktantarkistus, vaan myös kokemus uutismedian välittämän yhteiskunnan ulkopuolisuudesta. Median toimintatapaa ja kerrontaa ei koettu läheiseksi, ja sitä kyseenalaistettiin yhdessä erilaisten auktoriteettien kanssa. Koronatoimien vastustamisen kyseenalaistamisen ympärille syntynyt ryhmä näytti myös, miten aiheidonnainen luottamus voi heijastua laajemmaksi epäluottamukseksi uutismediaan. Korona on saattanut lisätä tätä kokemusta joidenkin nuorten aikuisten parissa, sillä viime aikoina on keskusteltu esimerkiksi ”unohdetusta sukupolvesta”. Perinteistä uutismediaa ei välttämättä täysin hylätä, mutta se voi edustaa sellaisia yhteiskunnallisia instituutioita, joihin halutaan ottaa etäisyyttä.

Vaikka haastateltavien joukko oli periaatteessa homogeeninen, oli ryhmien kesken kuitenkin havaittavissa eroja, varsinkin suhteessa kriittiseen ryhmään. Analyysissa kävi myös ilmi, että median luotettavuuden arviointi kytkeytyy identiteettikysymyksiin. Voidaankin väittää, ettei luottamuksessa mediaan ole välttämättä olennaista tiedon oikeellisuus, vaan henkilön *sosiaalinen identiteetti* (Kaakinen 2018). Tiettyyn ryhmään tai yhteisöön kuulumisen saattaa vaikuttaa arviointiin niin vahvasti, ettei tiedon korjaaminen auta asiaa. Tuore tutkimus suomalaisen yhteiskunnan kuplista (Kantola ym. 2022) avaa

hyvin eri ryhmien, kuten hyvätuloisten, paperityöläisten, yrittäjien ja palvelualan duunarien sosiaalisia identiteettejä. Kussakin ryhmässä luodaan niin sanottu syvä tarina siitä, keitä olemme, mihin menossa, millainen paikkamme yhteiskunnassa on sekä mikä on oikein ja mikä väärin. Tämä sosiaalisen ryhmän tai kuplan syvä tarina määrittelee myös sitä, millaisena media, sen rooli, toiminta ja luotettavuus nähdään. Luottamuksen arviointi ei siis ole pelkästään yksilöllistä tiedon oikeellisuuden arviointia, vaan sosiaalisen ryhmän normien mukaista informaation tulkintaa ja arviointia. Toisinaan sosiaalisista ryhmistä voi tulla hyvinkin voimakkaita oikean ja väärän tiedon määrittäjiä. Tällaisiin yhteisöihin viitataan episteemisen yhteisön käsitteellä (Huovila 2017). Sosiaalisessa mediassa olevista episteemisistä yhteisöistä on puhuttu viime vuosina paljon. Nämä yhteisöt saattavat olla hyvin tiiviitä yhteisöjä, joissa on tiukat kriteerit oikealle ja luotettavalle tiedolle. Hyviä esimerkkejä episteemisistä yhteisöistä ovat aikanaan toimineet karppaajien ryhmät, joissa suhtauduttiin median välittämään terveystietoon kriittisesti.

Yllä mainitut havainnot vahvistavat yhtäältä tutkimustuloksia, joissa *nuorten oman elämänpiirin merkitys* korostuu uutiskulutuksessa ja luottamuksen kokemuksessa (Galán ym. 2019; Russman ja Hess 2020). Toisaalta ne osoittavat, että nuoret aikuiset suhtautuvat hyvinkin kriittisesti median rooliin yhteiskunnassa. Vaikka fokusryhmämme edustivat suhteellisen koulutettuja nuoria aikuisia, jo aiemmassa tutkimuksessamme (Matikainen ym. 2020) oli käynyt ilmi, että nuoret ovat erittäin analyyttisiä median sisältöjen ja oman kulutuksensa suhteen, ja tunnistavat *mediakasvatuksen roolin* omassa suhtautumisessaan journalismiin. Niin tutkimuksemme kuin Uutismedian liiton kysely (2020) viittaavat siihen, että vaikka omaan lukutaitoon luotetaan, toisten mediataitoihin ei uskota yhtä voimakkaasti. Aiemman tutkimuksemme (Matikainen ym. 2020) haastatteluissa nuoret toivat esiin muun muassa huolen aikuisten lukutaidosta. Näissä haastatteluissa tuodaan esiin huoli mediakuluttajien liiallisesta luottamuksesta uutismediaa kohtaan ja myös laiskuudesta tiedon etsijöinä.

Keskusteluista kävi ilmi, että perinteisiä journalistisia arvoja kunnioitetaan ja sosiaalista mediaa kohtaan uutislähteenä suhtaudutaan kriittisesti. Muutaman vuoden takaisessa eurooppalaisessa vertailevassa tutkimuksessa havaittiin, että vaikka nuoret aikuiset saavat uutiset useammin sosiaalisesta mediasta ja harvemmin perinteisen median alustoilta kuin vanhemmat ikäpolvet, he kuitenkin näkevät *perinteisen median olevan merkittävä* ja tärkeä toimija yhteiskunnassa (Matsa ym. 2018). Saman todentaa aiempi kyselytutkimuksemme (Matikainen ym. 2020). Kiinnostavaa kyllä, suomalaiset nuoret näkevät yleensäkin yhteiskunnalliset instituutiot myönteisemmässä valossa kuin muut ikäryhmät, vaikkakaan tiedotusvälineet eivät ole luotetuimpien instituutioiden joukossa (Simonen ym. 2021).

Tulosten tulkinnessa ja kontekstualisoinnissa on tärkeää huomioida, että myös nuoret ovat erilaisia eri maissa ja kulttuureissa. Nuorten luottamus mediaan vaihtelee sen mukaan, millainen on heidän kotimaansa yhteiskunta ja mediajärjestelmän luonne (Elvestad, Phillips ja Feuerstein 2018). Eri maita vertailevassa tutkimuksessa kävi ilmi, että Pohjoismaissa korkeakouluopiskelijat osoittivat suurinta luottamusta perinteistä uutismediaa kohtaan. Tämän tutkimuksen kohderyhmä vertautuu hyvin kyseisen tutkimuksen tutkittaviin ja on siis pääteltävissä, että tutkimuksemme tulos heijastelee Pohjoismaille tyypillistä luottamuksen rakentumista. Samoin tuore suomalainen tutkimus 15–19-vuotiaista nuorista vahvistaa, että jopa tässä ikäryhmässä löytyy hyvinkin erilaisia uutiskulutuksen tapoja (Sormanen ym. 2022).

Haastattelut todensivat kansainvälisen tutkimuksen (Elvestad, Phillips ja Feuerstein 2018) tuloksia myös sen suhteen, että vaihtoehtoista mediaa seuraavat eivät välttämättä koe epäluottamusta valtamediaa kohtaan, vaan he ovat addiktoituneita uutisten seuraamiseen ja seuraavat paljon kaikkia uutisia. Kuten useassa keskustelussa kävi ilmi, pelkkä vaihtoehtoisen median kulutus ei vielä suoraan kerro epäluottamuksesta valtamediaa kohtaan, vaan siihen voi liittyä erilaisia motiiveja kuten uteliaisuus tai viihtyminen. Sama näky myös nuorisokyselyn faktorianalysissa (ks. taulukko 2).

Millaisia eväitä haastattelut tarjoavat luottamuksen rakentamiseksi ja vahvistamiseksi uutisjournalismiin ja mediaan yleisesti? Yhtäältä on kiinnostavaa, että haastattelujen perusteella voitiin havaita *suhteellisen hyvää ymmärrystä journalistiseen toimintaan vaikuttavista haasteista*, joita tämän päivän mediaympäristö asettaa.

*Välillä huomaa sitä, että toimittaja on itse ehkä ymmärtänyt jonkun asian vähän väärin, tai sitten yksinkertaistanut jotain sen verta paljon, että se ei ehkä enää ihan pidä paikkaansa. Ne on ehkä kaikki tällaisia vahinkoja, sitten tarkoituksella koitettu tehdä siitä suurelle yleisölle helpompilukuista tai helposti ymmärrettävää. (H4, M2)*

Haastatteluissa tunnistettiin myös nykyisen kaupallisen ympäristön ja kilpailun aiheuttavan haasteita. Median markkinaehtoisuus herätti runsaasti kriittisyyttä ja tyytymättömyyttä. Hankkeen aiempien selvitysten ja muiden tutkimusten (esim. Newman ja Fletcher 2017) havaitsema pettymys kohu-uutisointiin ja niin sanottuun klikkijournalismiin ulottuu haastattelujen perusteella myös nuoriin.

Aiemmassa tutkimuksessa on huomattu, että journalistien ja yleisöjen näkemykset luottamuksen osatekijöistä eroavat osin toisistaan. Toimittajat nostavat esiin polarisaation, kilpailun huomiotaloudessa sekä alustojen roolin, journalististen prosessien läpinäkyvyyden, yleisöjen kohtaamisen sekä eri näkökulmien tasapuolisen esittämisen. Yleisöille on tärkeää muun muassa uutislähteen tuttuus, maine, relevanssi, tyyli ja puolueettomuus. (Toff ym. 2021.) Tähän tutkimukseen tehdyissä nuorten aikuisten haastatteluissa käytiin läpi kaikkia edellä mainittuja teemoja eli myös niitä, jotka on havaittu aiemmassa tutkimuksessa journalisteille tärkeiksi.

Toisaalta vaikka nuorten aikuisten oletetaan diginatiiveina hallitsevan informaatiotulvaa, on liika heillekin liikaa. Utismedialta toivotaan koontia ja selkeyttä. Tämä ei keskustelijoiden mukaan toteutunut varsinkaan pandemian alkuaikana, jolloin uutisointiin taukoamatta kaikkea mahdollista koronaan liittyvää, ja monen mielestä nopeus ja klikit edellä. Tämä heijastelee myös Reuters-instituutin tutkimustuloksia, joissa uutisia välttelvistä alle 35-vuotiaista 39 prosenttia kertoi välttelyn syyksi liiallisen uutisoinnin tietyistä aiheista, kuten politiikasta tai koronaviruksesta. Osa nuorista vältteli juuri koronauutisointia. (Newman ym. 2022, 43–44.) Mediakasvatuksen piirissä nähdään, että nykyään journalismilla on keskeinen rooli lukutaidon kehittämisessä (esim. Fleming ja Karadjov 2020): voisiko siihen liittyä keskeisesti infotulvaa jäsentävä rooli?

Nuoret aikuiset kokevat, että uutismedia julkaisee herkästi sisältöjä, joissa yleisestä mielipiteestä poikkeavat näkökulmat esitetään altavastaajana tai joissa eri tavalla ajattelevia asetetaan vastakkain. Tämä on tullut esiin esimerkiksi koronaepidemian aikana niin, että koronarajoituksista eri tavalla ajattelevat tai rokotekriittiset on voitu leimata hyvin vahvasti. Nuorten monimuotoinen mediakulutus on totuttanut heidät siihen, että yhtä totuutta ei ole. Osoitteleva ja opettavaisella tyyllillä esitetty journalismi on heille punainen vaate, ja he odottavat uutisoinnilta *enemmän ymmärrystä eri näkökannoille*.

Myös Reuters-instituutin tutkimuksessa on havaittu, että nuoret yleisöt toivovat vahvemmin näkökulmien moninaisuutta (Newman ym. 2020, 44).

Vaikka suuri osa suomalaisista nuorista arvostaa vielä perinteistä mediaa periaatteellisesti, vaikuttaa haastattelujen perusteella tilanne hieman huolestuttavalta journalismin ja koko yhteiskunnan kannalta: nuoret yleisöt sekä arvioivat muiden medialukutaidon heikoksi että suhtautuvat journalismiin erittäin kriittisesti ja kokevat sen lisäävän yhteiskunnallista epäluottamusta. Vaikuttaisikin siltä, että vaikka Suomi ja muut Pohjoismaat tunnetaan medialukutaidon mallimaina (Lessenski 2022), pelkkä mediakasvatuksen edistäminen ei riitä luottamuksen rakentamiseen. Kriittisen lukutaidon korostaminen saattaa kääntyä itseään vastaan ja synnyttää yleistä skeptisyyttä kaikkia sisältöjä ja jopa kanssaihmiä kohtaan (vrt. Preoteasa 2020). Kansainvälisesti suuri osa, jopa 40–42 prosenttia, alle 35-vuotiasta välttelee aktiivisesti uutisia (Newman ym. 2022, 43).

Jatkossa olisikin tärkeä tutkia, miten median diskurssit, lähteiden moninaisuus ja esimerkiksi vahva viranomaislähteisiin nojaaminen vaikuttavat *ryhmiin, jotka kokevat itsensä yhteiskunnassa ulkopuolisiksi* tai suhtautuvat epäillen mediaan. Olisi myös hyvä tietää lisää siitä, millaista uutisisältöä nuoret aikuiset kaipaavat, niin teemoiltaan kuin muodoltaan. Lisäksi olisi keskeistä ymmärtää tarkemmin nuorten aikuisten erilaisia demografisia piirteitä sekä elämäntilanteita ja -tapoja ja niihin liittyviä luottamuksen kokemuksia. Kuinka paljon koulutus, asuinpaikka tai vaikka perheellisyys lopulta vaikuttavat luottamuksen kokemiseen, vai onko kyse enemmän arvoihin, identiteettiin ja yhteisöihin liittyvistä tekijöistä? Tällainen tieto olisi keskeistä paitsi akateemiselle tutkimukselle, myös luottamuksen rakentamisessa journalismia kohtaan.

*Tutkimus perustuu osin Helsingin Sanomien säätiön rahoittamaan hankkeeseen Median auktoriteetti ja yleisön luottamus (2019–2020) ja sitä on työstyetty myös kahden Strategisen tutkimuksen neuvoston (STN) konsortion puitteissa (Demokratian episteeminen toimintakyky algoritmien aikakaudella, DECA, HY viestintä 352557 ja Mielen hyvinvoinnin kohentaminen keinona lisätä nuorten osallisuutta, IMAGINE, HY viestintä 352701).*

## Kirjallisuus

- Beckett, Charlie ja Mark Deuze. 2016. "On the Role of Emotion in the Future of Journalism." *Social Media + Society*, 2 (3): 1–6. <https://doi.org/10.1177/2056305116662395>.
- Boczkowski, Pablo, Eugenia Mitchelstein ja Mora Matassi. 2018. "'News Comes Across When I'm in a Moment of Leisure': Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media." *New Media & Society* 20 (10): 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>.
- Carstensen, Laura ja Marguerite DeLiema. 2017. The positivity effect: a negativity bias in youth fades with age. *Current Opinion in Behavioral Sciences* 19: 7–12. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2017.07.009>.
- Eddy, Kirsten. 2022. "The Changing News Habits and Attitudes of Younger Audiences." Teoksessa *Digital News Report 2022*, toimittaneet Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Kirsten Eddy ja Rasmus Kleis Nielsen, 42–45. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Edelman. 2022. *2022 Edelman Trust Barometer*. Luettu 9.6.2022. <https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer>.

- Elvestad, Eiri, Angela Phillips ja Mira Feuerstein. 2018. "Can Trust in Traditional News Media Explain Cross-National Differences in News Exposure of Young People Online?" *Digital Journalism* 6 (2): 216–235. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1332484>.
- Eronen, Eija, Vilma Niskanen, Roosa Veijola ja Jenni Simonen. 2022. *Sä teet tän elämän itelles Alle 30-vuotiaiden nuorten aikuisten näkemyksiä hyvästä elämästä Nuorten hyvä elämä - tutkimushanke E2 Tutkimus*. Luettu 9.6.2022. <https://www.e2.fi/media/julkaisut-ja-alustukset/raportti-nuorten-hyva-elama-hanke-e2-tutkimus.pdf>.
- Fink, Katherine. 2019. "The biggest challenge facing journalism: A lack of trust." *Journalism* 20 (1): 40–43. <https://doi.org/10.1177/1464884918807069>.
- Fisher, Caroline. 2016. "The trouble with "trust" in news media." *Communication Research and Practice* 2 (4): 451–465. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1261251>.
- Fleming, Jennifer ja Christopher Karadjov. 2020. "Focusing on Facts: Media and News Literacy Education in the Age of Misinformation." Teoksessa *Media Literacy in a Disruptive Media Environment*, toimittaneet William G. Christ ja Belinda S. De Abreu, 81–90. London & New York: Routledge.
- Galan, Lucas, Jordan Osseman, Tim Parker ja Matt Taylor. 2019. *How young people consume news and the implications for mainstream media*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Hameleers, Michael, T. G. L. A. van der Meer ja Anna Brosius. 2020. "Feeling 'disinformed' lowers compliance with COVID-19 guidelines: Evidence from the US, UK, Netherlands, and Germany." *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-023>.
- Heikkilä, Heikki, Laura Ahva, Jaana Siljamäki ja Sanna Valtonen. 2012. *Kelluva kiinnostavuus - journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa*. Tampere: Vastapaino.
- Henke, Jakob, Laura Leissner ja Wiebke Möhring. 2019. "How can Journalists Promote News Credibility? Effects of Evidences on Trust and Credibility." *Journalism Practice*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1605839>.
- Herne, Kaisa. 2019. "Mitä mittaamme, kun luulemme mittaavamme luottamusta?" Teoksessa *Poliittinen ja sosiaalinen luottamus: Polut, trendit ja kuilut*, toimittaneet Maria Bäck ja Elina Kestilä-Kekkonen, 98–112. Valtiovarainministeriö.
- Horowitz, Minna, Markus Ojala, Janne Matikainen ja Johanna Jääsaari. 2021. "The Multidimensionality of Trust: Assessing Finnish Audiences' Views on the Trustworthiness of Digital News." *Global perspectives* 2 (1): 19054. <https://doi.org/10.1525/gp.2021.19054>.
- Huovila, Janne. 2017. *Tapauskohtaisuuden taju – Julkisen ravitsemusymmärryksen yksilöllistyminen ja ravitsemusasiantuntijuus 2000-luvun mediateksteissä*. Väitöskirja. Helsingin yliopiston Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta.
- Hyvönen, Terhi, Emilia Valtola ja Kati Valta. 2019. *Mediakasvatuksen asema perusopetuksessa*. Sanomalehtien liitto ja Kuulas Helsinki.
- Kaakinen, Markus. 2018. *Disconnected online: A social psychological examination of online hate*. Tampere University Press.
- Kantola, Anu ja työryhmä. 2022. *Kahdeksan kuplan Suomi. Yhteiskunnan muutosten syvät tarinat*. Helsinki: Gaudeamus.
- Lessenski, Marin. 2022. *How It Started, How It is Going: Media Literacy Index 2022*. European Policies Initiative. Open Society Institute. Luettu 20.11.2022. [https://osis.bg/wp-content/uploads/2022/10/HowItStarted\\_MediaLiteracyIndex2022\\_ENG\\_.pdf](https://osis.bg/wp-content/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf).
- Livio, Oren ja Jonathan Cohen. 2018. "'Fool me once, shame on you': Direct personal experience and media trust." *Journalism* 19 (5): 684–698. <https://doi.org/10.1177/1464884916671331>.
- Matikainen Janne, Markus Ojala, Minna Aslama ja Johanna Jääsaari. 2020. *Media ja yleisön luottamuksen ulottuvuudet : instituutiot, journalismi ja mediasuhde*. Valtiotieteellisen tiedekunnan julkaisusarja, Nro 171, Helsingin yliopisto, Valtiotieteellinen tiedekunta, Helsinki. Luettu 1.6.2022. <http://hdl.handle.net/10138/319153>.

- Matsa, Katerina E., Laura Silver, Elisa Shearer ja Mason Walker. 2018. *Western Europeans Under 30 View News Media Less Positively, Rely More on Digital Platforms Than Older Adults*. Pew Research Center's Journalism Project. Luettu 20.11.2022. <https://www.pewresearch.org/journalism/2018/10/30/western-europeans-under-30-view-news-media-less-positively-rely-more-on-digital-platforms-than-older-adults/>.
- Myllymäki, Laura ja Kati Kelola. 2022. "Kuka salaliittoteorioista hyötyy? Miten ne tunnistaa? 10 kysymystä – 'Uutta on, miten moni elää salaliittoteorioita jatkuvasti uutisvirrassaan'." *Apu*, 25.3.2022. Luettu 1.6.2022. <https://www.apu.fi/artikkelit/salaliittoteoriat-tunnistaminen-kuka-hyotyy-10-kysymysta>.
- Newman, Nic ja Richard Fletcher. 2017. *Bias, Bullshit and Lies – Audience Perspectives on Low Trust in the Media*. The Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford.
- Ojala, Markus ja Janne Matikainen. 2022. "Heikentynyttä vai eriytynyttä? Suomalaisten luottamus uutismediaan." *Media & viestintä* 45 (1): 44–67. <https://doi.org/10.23983/mv.115653>.
- Pennington, Natalie. 2020. "Quitting social media: a qualitative exploration of communication outcomes." *Qualitative Research Reports in Communication* 22 (1): 30–38. <https://doi.org/10.1080/17459435.2020.1817140>.
- Preoteasa, Manuela. 2020. "Nic Newman: 'Divided Societies Seem to Trust the Media Less.'" *MediaPowerMonitor*. Luettu 21.7.2022 <http://mpmonitor.org/2020/07/nic-newman-divided-societies-seem-to-trust-the-media-less/>.
- Purhonen, Semi. 2008. "Sukupolvikokemukset ja sukupolvi-tietoisuus suurten ikäluokkien elämäntarinoissa". Teoksessa *Kenen sukupolveen kuulut?* Toimittaneet Semi Purhonen, Tommi Hoikkala ja J.P. Roos, 156–184. Helsinki: Gaudeamus.
- Reunanen Esa. 2022. "Poliittinen polarisaatio ja journalismi: neljä medialuottamusprofiilia." *Media & viestintä* 45 (4): 22–45.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. 2019. *How Young People Consume News and the Implications for Mainstream Media*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Luettu 21.7.2022. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/how-young-people-consume-news-and-implications-mainstream-media>.
- Russman, Uta ja Andreas Hess. 2020. "News Consumption and Trust in Online and Social Media: An In-depth Qualitative Study of Young Adults in Austria." *International Journal of Communication* 14 (2020): 3184–3201.
- Saarenmaa, Kaisa ja Rauli Kohvakka. 2021. Median merkitys on kasvanut pandemian aikana – monet ikäihmiset ovat ottaneet melkoisen digiloikan. Tieto&trendit. Tilastokeskus.
- Salmela-Aro, Katariina, Katja Upadyaya, Inka Ronkainen ja Lauri Hietajärvi. "Study burnout and engagement during COVID-19 among university students: The role of demands, resources, and psychological needs." *Journal of Happiness Studies* 23 (6): 2685–2702. <https://doi.org/10.1007/s10902-022-00518-1>.
- Simonen, Jenni, Jussi Westinen, Ville Pitkänen ja Aino Heikkilä. 2021. Luottamusta ilmassa, mutta kuinka paljon? Tutkimus eri sukupolvien luottamuksesta yhteiskunnan instituutioihin. E2. Luettu 15.6.2022. <https://www.e2.fi/media/julkaisut-ja-alustukset/luottamusta-ilmassa-raportti-final-24.9.-1.pdf>.
- Sleigh, Joanna, Julia Amann, Manuel Schneider ja Effy Vayena. 2021. "Qualitative analysis of visual risk communication on twitter during the Covid-19 pandemic." *BMC Public Health*: 21 (810). <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10851-4>.
- Sormanen, Niina, Eero Rantala, Markku Lonkila ja Terhi-Anna Wilska. 2022. "News consumption repertoires among Finnish adolescents: Moderate digital traditionalists, minimalist social media stumblers, and frequent omnivores." *Nordicom Review* 43 (2): 234–253. <https://doi.org/10.2478/nor-2022-0014>.
- Soroka, Stuart, Patrick Fournier ja Lilach Nir. 2019. "Cross-National Evidence of a Negativity Bias in Psychophysiological Reactions to News." *Proceedings of the National Academy of*

- Sciences – PNAS* 116 (38): 18888–18892. Luettu 21.7.2022.  
<https://www.pnas.org/doi/pdf/10.1073/pnas.1908369116>.
- Strömbäck, Jesper, Yariv Tsfati, Hajo Boomgaarden, Alyt Damstra, Elina Lindgren, Rens Vliegenthart ja Torun Lindholm. 2020. "News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research." *Annals of the International Communication Association* 44 (2): 139–156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>.
- Säntti, Risto ja Petra Säntti. 2011. "Organisaatio ja sosiaalisen median ajattelutapa: Tiedosta, määrittele ja hyödynnä". Teoksessa *Silmät auki sosiaaliseen mediaan*, toimittaneet Terhi Aaltonen-Ogbeide, Pentti Saastamoinen, Heikki Rainio ja Tero Vartiainen, 14–45. Tulevaisuusvaliokunta. Eduskunta.
- Tapscott, Don. 2010. *Syntynyt digiaikaan. Sosiaalisen median kasvatit*. 2010, 1. painos. Jyväskylä: Docendo.
- Toff, Benjamin, Sumitra Badrinathan, Camila Mont'Alverne, Amy Ross Arguedas, Richard Fletcher ja Rasmus Kleis Nielsen. 2021. Listening to what trust in news means to users: qualitative evidence from four countries. Reuters Institute for the Study of Journalism. Luettu 15.6.2022. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/listening-what-trust-news-means-users-qualitative-evidence-four-countries>.
- Tommola, Anna. 2022. "Salaliittoteoriat ja valeuutiset – Eli mikä yhdistää 5G:tä, koronaa, rokotuksia, maahanmuuttoa ja maailmanlaajuista eliittiä?" *Apu*, 3. maaliskuuta 2022. Luettu 15.6.2022. <https://www.apu.fi/artikkelit/salaliittoteoriat-5g-maahanmuutto-koronarokotus-ja-great-reset>.
- Uutismedian liitto. 2020. Suomalaiset arvioivat omat mediataitonsa selkeästi paremmiksi kuin muiden – Uutismedian Liitto. Luettu 1.6.2022. <https://www.sanomalehdet.fi/ajankoh-taista/suomalaiset-arvioivat-omat-mediataitonsa-selkeasti-paremmiksi-kuin-muiden/>.
- Valtioneuvosto. 2018. Valtioneuvoston periaatepäätös mediapoliittisesta ohjelmasta 2018. Luettu 30.3.2020. <https://valtioneuvosto.fi/paatokset/paatos?decisionId=0900908f805c5853>.
- Van Aelst, Peter, Fanni Toth, Laia Castro, Václav Štětka, Claes de Vreese, Toril Aalberg, Ana Sofia Cardenal, Nicoleta Corbu, Frank Esser, David Nicolas Hopmann, Karolina Koc-Michalska, Jörg Matthes, Christian Schemer, Tamir Sheafer, Sergio Splendore, James Stanyer, Agnieszka Stępińska, Jesper Strömbäck ja Yannis Theocharis. 2021. "Does a Crisis Change News Habits? A Comparative Study of the Effects of COVID-19 on News Media Use in 17 European Countries." *Digital journalism* 9 (9): 1208–1238.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1943481>
- van der Meer, T. W. G. 2017. "Political Trust and the "Crisis of Democracy." *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.77>
- Vehkoo, Johanna. 2022. "Valheenpaljastaja: Tällaista väärää tietoa levitettiin vuonna 2021 – katso, menitkö lankaan". *Yle Oppiminen*, 31.12.2021. Luettu 20.8.2022.  
<https://yle.fi/aihe/a/20-10001906>.
- Warren, Mark E., toim. 1999. *Democracy & trust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Westlund, Oscar ja Jakob Bjur. 2014. "Media Life of the Young." *YOUNG* 22 (1): 21–41.  
<https://doi.org/10.1177/1103308813512934>.
- Westlund, Oscar. 2015. "News Consumption in an Age of Mobile Media: Patterns, People, Place, and Participation." *Mobile Media & Communication* 3 (2): 151–159.  
<https://doi.org/10.1177/2050157914563369>.