

Ida Nieminen

**SATUNNAINEN UUTISTEN KULUTUS
SOSIAALISESSA MEDIASSA**
Kuvaileva kirjallisuuskatsaus

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Kesäkuu 2021

TIIVISTELMÄ

Ida Nieminen: Satunnainen uutisten kulutus sosiaalisessa mediassa: Kuvaileva kirjallisuuskatsaus
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Viestinnän monitieteinen kandidaattiohjelma
Kesäkuu 2021

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkastellaan satunnaista uutisten kulutusta sosiaalisessa mediassa. Tutkielman tarkoituksena on kuvailla havaittuja satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjä. Lisäksi tutkielmassa tarkastellaan satunnaiseen uutisten kulutukseen vaikuttavia tekijöitä sekä mediakuluttajien asenteita niihin liittyen. Tutkielman tavoitteena on tarjota monet tekijät huomioon ottava yleiskuvaus satunnaisesta uutisten kulutuksesta sosiaalisessa mediassa.

Tutkimusmenetelmänä toimii kuvaileva kirjallisuuskatsaus. Tutkimusaineistona on 9 vertaisarvioitua tieteellistä artikkelia, jotka käsittelevät satunnaista uutisten kulutusta eri näkökulmista ja lähtökohdista. Mukana on niin määrällistä kuin laadullista tutkimustietoa useista eri maista ja maanosista. Tutkimuskysymyksen johdattamana tutkielmassa pyritään hahmottamaan erilaisia satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjä ja samalla muodostamaan synteesi aiemmista tutkimuksista. Tutkielman tutkimuskysymys on: *Minkälaisia satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjä on havaittu sosiaalisessa mediassa?*

Tehdyn katsauksen tulokset osoittavat, että satunnaisen uutisten kulutuksen ympärille rakennetaan käytäntöjä tietoisesti, mutta niihin vaikuttavat merkittävästi myös sosiaalisen median alustat sekä algoritmit. Ominaista havaituille käytännöille on muun muassa monikerroksisuus, älypuhelinvälitteisyys ja lyhytaikainen tarkastelu. Satunnainen uutisten kulutus sosiaalisessa mediassa näyttäytyy merkittävänä digitaalisen journalismin ilmiönä, jota tulisi tarkastella moniulotteisesti useasta eri perspektiivistä.

Avainsanat: sosiaalinen media, uutiset, journalismi, satunnainen uutisten kulutus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	TEOREETTINEN TAUSTA JA KÄSITTEET	3
	2.1 Sosiaalinen media	3
	2.2 Digitaalinen journalismi ja algoritmit	4
	2.3 Satunnainen uutisten kulutus	5
3	TUTKIMUSASETELMA	7
	3.1 Tutkimuskysymys	7
	3.2 Tutkimusmenetelmä	7
	3.3 Tutkimusaineisto	8
4	TULOKSET	10
5	POHDINTA	18
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	22
	LÄHTEET	25

1 JOHDANTO

Sosiaalisessa mediassa on tänä päivänä lukemattomia tapoja kohdata uutisia. Monet uutismediat ovat näkyvästi esillä sosiaalisen median eri alustoilla. Toisaalta ne joutuvat kilpailemaan näkyvyydestä ja huomiosta kaiken muun sosiaalisen median sisällön kanssa (Boczkowski ym., 2018). Uutisia näyttää olevan joka puolella, mutta osa niistä saattaa jäädä sosiaalisen median alustoilla myös pimentoon. Alustojen dominoimissa mediaympäristöissä uutisten näkyvyyteen vaikuttavat merkittävästi algoritmit, jotka toimivat eräänlaisina portinvartijoina sille, mitä uutissisältöjä digitaalisessa mediassa näytetään ja missä määrin (Diakopoulos, 2019, s. 182). Journalismi onkin tänä päivänä hyvin riippuvaista alustoista; ne vaikuttavat monin tavoin siihen, minkälaista informaatiota ihmiset sosiaalisessa mediassa kohtaavat (Diakopoulos, 2019, s. 182). Tällä on ollut vaikutuksensa uutismedioiden strategioihin ja journalismiin (Diakopoulos, 2019, s. 203), mutta millaisena tämän päivän mediaympäristöissä näyttäytyy uutisten kulutus?

Sosiaalisen median vaikutuksia uutisten kulutukseen on tutkittu laajasti viime vuosina. Erityistä kiinnostusta tutkijoiden joukossa on herättänyt *satunnainen uutisten kulutus*, mikä on yleistynyt ilmiö erityisesti nuorten sosiaalista mediaa käyttävien ihmisten keskuudessa (Boczkowski ym., 2018). Satunnainen uutisten kulutus on suora suomennos käsitteelle *incidental news consumption*, jolla tarkoitetaan ilmiötä, jossa uutisten tarkoituksellisen hakemisen (*intentional news consumption*) sijaan uutisia kulutetaan sen mukaan, kuinka ne osuvat kohdalle muun tekemisen ohella (Boczkowski ym., 2018). Sosiaalista mediaa hyödynnetään uutisoinnissa yhä enemmän, ja aihetta on mielenkiintoista pohtia uutisten vastaanottamisen näkökulmasta. Tässä kandidaatintutkielmassa tarkastelen satunnaista uutisten kulutusta sosiaalisessa mediassa. Pureudun tutkielmassa erityisesti siihen, minkälaisia käytäntöjä satunnaisen uutisten kulutuksen ympärillä on havaittu. Lisäksi pyrin kuvaamaan näihin käytäntöihin vaikuttavia tekijöitä sekä yksilö- että yhteiskuntatasolla.

Pohdin edellä mainittuja kysymyksiä kuvailevan kirjallisuuskatsauksen keinoin. Tutkielman tavoitteena on kuvailla tutkimusartikkeleiden avulla satunnaista uutisten kulutusta

ilmiönä ja kartoittaa siitä tehtyjä havaintoja sosiaalisessa mediassa. Tutkimustulokset osoittavat, että satunnaista uutisten kulutusta tulisi tarkastella aina osana laajempaa kokonaisuutta. On havaittu, että satunnaisen uutisten kulutuksen ympärille rakennetaan käytäntöjä tietoisesti, mutta niitä määrittelevät kuitenkin ratkaisevasti myös esimerkiksi sosiaalisen median alustat ja algoritmit. Kontekstilla on paljon merkitystä siinä, johtaako uutisten satunnainen kohtaaminen niiden varsinaiseen kulutukseen. Tutkimustulokset auttavat hahmottamaan satunnaista uutisten kulutusta sosiaalisessa mediassa moniulotteisena ilmiönä, jonka taustalla on lukuisia vaikuttavia tekijöitä.

Tämän kandidaatintutkielman kannalta tärkeimpiä aihepiirejä ovat sosiaalinen media, digitaalinen journalismi ja algoritmit sekä satunnaisen uutisten kulutuksen ilmiö. Seuraavassa luvussa avaan näiden teemojen kautta tutkielmassa käytettäviä käsitteitä sekä tutkimuksen teoreettista taustaa. Tämän jälkeen siirryn tutkimusasetelman läpikäymiseen. Neljännessä luvussa avaan tehdyn kirjallisuuskatsauksen tulokset, joiden tarkoituksena on luonnehtia havaittuja satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjä ja piirteitä. Lopulta siirryn pohdinnan kautta johtopäätöksiin.

2 TEOREETTINEN TAUSTA JA KÄSITTEET

Tässä luvussa avaan tutkimuksen teoreettista taustaa ja tutkielmassa käytettäviä käsitteitä. Ensimmäisessä alaluvussa 2.1 selvennän, mitä sosiaalisella medially tässä tutkielmassa tarkoitetaan. Lisäksi nostan esimerkkejä eri sosiaalisen median palveluista. Tämän jälkeen avaan alaluvussa 2.2 digitaalisen journalismin taustoja sekä algoritmien vaikutuksia siihen. Viimeisessä alaluvussa 2.3 täsmennän, mitä tarkoitetaan satunnaisella uutisten kulutuksella.

2.1 Sosiaalinen media

Tämän päivän mediamaisemaa värittää vahvasti sosiaalinen media, mikä on vaikutuksiin myös hyvin suosittu keskustelun aihe. Sosiaalisella medially voidaan tilanteesta riippuen tarkoittaa melko laveasti mitä tahansa vuorovaikutuksen mahdollistavaa digitaalista alustaa. On siis oleellista määritellä, mitä sillä itse tarkoittaa. Tässä tutkielmassa tarkoitan sosiaalisella medially digitaalisia yhteisöpalveluita, (1) joissa käyttäjälähtöinen sisällöntuotanto ja vuorovaikutus ovat pääosassa, ja (2) joiden kautta on mahdollista luoda ja välittää uutissisältöjä. Tällaisia palveluita ovat esimerkiksi Instagram, Facebook ja Twitter. Myös viestintäsovelluksissa kuten WhatsApp tai Telegram on mahdollista kohdata uutisia esimerkiksi muiden käyttäjien jakamien linkkien kautta. Tässä tutkielmassa keskityn kuitenkin pääosin sellaisiin alustoihin, joilla mediaorganisaatiot tuottavat ja jakavat uutisia mediakuluttajille.

Sosiaalista mediaa hyödynnetään yhä enemmän uutisten kulutukseen (Winter, 2019). Esimerkiksi Facebook on monelle ihmiselle merkittävä, jopa ensisijainen uutisten lähde (Müller ym., 2016). Palvelu mahdollistaa uutisvirtaominaisuutensa (News Feed) kautta muun sisällön ohella laajasti niin viihde- kuin ajankohtaisuutisten kulutuksen, minkä lisäksi se on yksi tunnetuimmista sosiaalisen median palveluista. Myös suosittu kuvapalvelu Instagram on yhä yleisemmin käytetty alusta uutisten kulutukseen erityisesti tarinaominaisuutensa (Instagram Stories) kautta (Vázquez-Herrero ym., 2019). Sosiaalisessa mediassa voi tänä päivänä olla hankalaa, ellei jopa mahdotonta kokonaan välttää uuti-

sille altistumiselta. Esimerkiksi Twitterissä uutisten kohtaaminen on suositusten ja sponsoitujen sisältöjen myötä hyvin todennäköistä silloinkin, vaikkei käyttäjä itse seuraisi uutisia jakavia käyttäjätilejä (Fletcher & Nielsen, 2018).

Tärkeää roolia satunnaisessa uutisten kulutuksessa näyttelevät myös jatkuvan sosiaalisen median käytön mahdollistavat älypuhelimet. Siinä missä tietokoneelta kirjaudutaan ulos ja siirrytään muun tekemisen pariin, pysyy älypuhelin usein ihmisen ulottuvilla vuorokauden jokaisena aikana, jolloin yhteys sosiaaliseen mediaan on miltei katkeamaton (Boczkowski ym., 2018). Älypuhelimien välityksellä tapahtuva uutisten kulutus on usein lyhytkestoisempaa, mutta toisaalta myös useammin tapahtuvaa muilla alustoilla ilmenevään uutisten kulutukseen nähden (Molyneyx, 2018). Älypuhelimella uutisia myös usein valikoidaan sieltä sun täältä sen sijaan, että niitä haettaisiin johdonmukaisesti samasta lähteestä (Molyneyx, 2018).

2.2 Digitaalinen journalismi ja algoritmit

Koska tutkielma keskittyy sosiaalisessa mediassa ilmeneviin uutisten kulutuksen käytäntöihin, on hyvä avata digitaalisen journalismin piirteitä myös kokonaiskuvassa. Digitalisoitunut media on muuttanut kansalaisten tapoja vastaanottaa ja kuluttaa uutisia perusteellisesti (Weeks & Lane, 2020). Digitalisaation ja sosiaalisen median käytön yleistymisen myötä journalismi on menettänyt roolinsa portinvartijana sille, mitkä uutiset ovat merkityksellisiä (Schnell, 2018). Uutisten välittäjän ja vastaanottajan välisen kuilun kaaventuminen on lisännyt mediakuluttajien osallisuutta (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018) ja mahdollisuuksia kommunikoida suoraan journalististen tahojen kanssa (Lee ym., 2017). Tämän rajojen hälvenemisen myötä saattaa kuitenkin olla entistä vaikeampaa erottaa journalistinen sisältö muusta mediassa vastaan tulevasta sisällöstä. Sosiaalisessa mediassa on esimerkiksi paljon mainontaa, mikä voi sekoittaa uutisiin.

Digitaalisissa mediaympäristöissä satunnaisen uutisten kohtaamisen taustalla vaikuttavat vahvasti algoritmit. Sosiaalisessa mediassa uutisia saavat todennäköisesti eteensä eniten ne, jotka algoritmit profiloivat jo valmiiksi kiinnostuneiksi uutisisällöistä (Thorson, 2020). Uutisille ei altistuta siis varsinaisesti vahingossa, sillä useimmat sosiaalisen

median palvelut perustuvat käyttäjien kustomisaatiomahdollisuuksiin sekä hyvin herkästi reagoiviin algoritmeihin, joiden mukaan käyttäjäkokemus muotoutuu (Kümpel, 2020). Koska algoritmit eivät pohjimmiltaan perustu sattumaan, on ehdotettu, että sattunaisuuden sijaan keskusteltaisiin eräänlaisesta uutisten puoleensavetävyydestä (*attracting*), mihin vaikuttavat sekä yksilön valintoihin perustuvat että yksilöä laajemmat tekijät, kuten alustat ja datafikaatio (Thorson, 2020). Ei voida myöskään tarkalleen tietää, mitä kaikkea tietoa alustat käyttäjistään keräävät, sillä alustojen käyttämät algoritmit eivät ole avointa tietoa.

2.3 Satunnainen uutisten kulutus

Satunnaisia uutisia on tutkittu paljon erityisesti altistumisen näkökulmasta (*incidental news exposure, INE*). Tässä tutkielmassa keskityn siihen, kuinka uutisten kohtaaminen luo ja muotoilee uutisten kulutuksen käytäntöjä. Tämän vuoksi käytän tutkielmassa pääasiallisesti käsitettä satunnainen uutisten kulutus. Satunnainen uutisten kulutus on suora suomennos käsitteestä *incidental news consumption*, jolla tarkoitetaan sellaista uutisten kulutusta, joka tapahtuu sattumanvaraisesti muun tekemisen ohella (Boczkowski ym., 2018). Tarkemmin ilmaistuna, satunnainen uutisten kulutus sosiaalisessa mediassa on sosiaalisen median käytön yhteydessä tapahtuvaa (Lee & Kim, 2017). On kuitenkin huomioitava, ettei kaikki uutisten kohtaaminen sosiaalisessa mediassa johda uutisten kulutukseen (Kümpel, 2020).

Satunnaista uutisten kulutusta on toki ollut jo ennen internetin ja älylaitteiden arkipäiväistymistä. Ilmiötä on tutkittu jo 1950-luvulta alkaen (Downs, 1957). Tapoja altistua uutisille satunnaisesti on lukuisia, joista läheskään kaikki eivät ole sosiaaliseen mediaan tai muihin verkkoympäristöihin sidonnaisia. Moni on esimerkiksi varmasti silmäillyt sanomalehtien otsikoita, avannut television juuri iltauutisten aikaan tai sattunut automaattilla kuulemaan uutislähetyksen radiosta. Yhä suurempi osuus uutisten kulutuksesta on kuitenkin sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa (Winter, 2019). Tämän seurauksena myös viime vuosien tutkimus on hyvin pitkälti painottunut sosiaaliseen mediaan. Aiheesta käydään vilkasta keskustelua, jota selventääkseen useat tutkijat ovat pyrkineet luomaan

erilaisia teoreettisia malleja, joiden avulla hahmottaa satunnaisten uutisten logiikkaa (Matthes ym., 2020; Weeks & Lane, 2020; Wieland & Kleinen von-Königslow, 2020).

3 TUTKIMUSASETELMA

Tässä luvussa avaan tämän tutkielman tutkimusasetelmaa. Alaluvussa 3.1 määrittelen tutkimuskysymyksen. Alaluku 3.2 pitää sisällään tutkimusmenetelmän kuvailun, minkä jälkeen alaluvussa 3.3 esittelen tutkielmaan valikoituneen tutkimusaineiston.

3.1 Tutkimuskysymys

Tämän kandidaatintutkielman tavoitteena on kuvata satunnaisten uutisten kulutuksen käytäntöjä ja piirteitä sosiaalisessa mediassa. Tutkielman tutkimuskysymyksenä on:

Minkälaisia satunnaisten uutisten kulutuksen käytäntöjä on havaittu sosiaalisessa mediassa?

Tutkimuskysymyksen johdattamana pyrin hahmottamaan ja erittelemään havaittuja satunnaisten uutisten kulutuksen käytäntöjä. Käytännöillä tarkoitan satunnaista uutisten kulutusta kehystäviä toimintatapoja, jotka näyttäytyvät verrattain yleisinä. Tarkoituksena on kuvata sosiaalisessa mediassa havaittuja käytäntöjä vertailevasti ja monipuolisesti. Pyrin ottamaan huomioon satunnaiseen uutisten kulutukseen vaikuttavat yksilölliset ja yhteiskunnalliset tekijät, sosiaalisen median alustojen ja algoritmien vaikutuksia unohtamatta.

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tämä tutkielma on kuvaileva kirjallisuuskatsaus. Tutkielman tarkoituksena on tiivistää vuosina 2018–2021 tehtyjä havaintoja satunnaisesta uutisten kulutuksesta sosiaalisessa mediassa ja kuvailla niiden pohjalta käytäntöjä. Kuvaileva kirjallisuuskatsaus on yleiskatsaus, jolla ei ole tiukkoja tai tarkkoja sääntöjä (Salminen, 2011). Tähän kandidaatintutkielmaan menetelmä sopii erityisesti siksi, että sen tavoitteena on tarkastella satunnaisten uutisten kulutuksen ilmentymistä sosiaalisessa mediassa useasta eri lähtökohdasta, tarjoten deskriptiivisen yleiskuvan aiheesta. Kuvailevan kirjallisuuskatsauksen avulla voidaan tarvittaessa luokitella tutkittavan ilmiön ominaisuuksia (Salminen, 2011). Yksi tavoitteistani onkin luokitella satunnaisten uutisten kulutuksen piirteitä.

Kuvailevasta kirjallisuuskatsauksesta voidaan erottaa kaksi erilaista suuntausta, jotka ovat narratiivinen ja integroiva kirjallisuuskatsaus (Salminen, 2011). Tätä tutkielmaa voidaan tarkemmin luonnehtia narratiiviseksi yleiskatsaukseksi. Narratiivisella yleiskatsauksella tarkoitetaan aiempaa tutkimusta tiivistävää katsausta, joka ei ole läpikäynyt erityisen systemaattista seulaa aineiston osalta, mutta jonka avulla voidaan kuitenkin päästä kirjallisuuskatsauksen mukaiseen johdonmukaiseen synteysiin (Salminen, 2011). Seuraavassa alaluvussa määrittelen tarkemmin, kuinka tutkimusaineisto tähän tutkielmaan muodostui.

3.3 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineisto tätä tutkielmaa varten on kerätty Tampereen yliopiston Andor-tietokantaa hyödyntäen, alla lueteltuja hakulausekkeita käyttäen:

- “incidental news consumption” OR “incidental news exposure”
- “news” AND “incidental consumption” OR “incidental exposure”
- “social media news” OR “incidental news” AND “social media”
- “news consumption” AND “social media”

Tutkimusaineisto on rajattu englanninkieliseen tutkimukseen. Aineistoon valikoituivat sellaiset englanninkieliset artikkelit, joista ilmeni lyhyellä tarkastelulla selkeästi uutisten kulutuksen satunnaisuus sosiaalisen median kontekstissa. Huomattavan moni artikkelista käsitteli ilmiötä poliittisen osallistumisen näkökulmasta, joten aineiston kokoa hillitäkseni sekä tutkimuksen fokuksen säilyttääkseni jätin selkeästi näihin painottuvat artikkelit aineiston ulkopuolelle. Poliittista osallistumista olisivat käsitelleet esimerkiksi Nanz ym. (2020), Broussard ym. (2021) sekä Shahin ym. (2020). Aineiston ulkopuolelle jäivät myös sellaiset satunnaisia uutisia koskevat tutkimukset, jotka painottuivat pelkkään uutisille altistumiseen tai sitä edeltäviin tekijöihin.

Tutkimusaineisto koostuu vuosina 2018–2021 julkaistuista artikkeleista. Tavoitteena oli keskittyä kirjallisuuskatsauksessa mahdollisimman tuoreeseen tutkimustietoon ja karottaa erityisesti viime vuosina tehtyjä havaintoja. Mediakentällä muutokset tapahtuvat

nopeasti, ja ilmiöistä on syytä koota mahdollisimman ajankohtaista tietoa. Alkuperäisenä tarkoituksena oli kerätä artikkeleita jo vuosilta 2016 tai 2017 lähtien, mutta ensisijalle asettuivat lopulta vuodesta 2018 alkaen julkaistut artikkelit. Tämän rajauksen myötä aineiston ulkopuolelle jäivät Karnowskin ym. (2017) sekä Leen ja Kimin (2017) artikkelit.

Satunnaisista uutisista käydään paljon keskustelua, minkä joukosta pyrin suodattamaan sellaiset artikkelit, jotka olisivat samaan aikaan viime vuosina julkaistuja ja tutkimuskysymyksen kannalta mahdollisimman relevantteja. Osaa löytyneistä lähteistä hyödynsin aiheen taustoittamisessa ja käsitteiden avaamisessa. Lopulliseen tutkimusaineistoon päätyi kokonaisuudessaan 9 satunnaista uutisten kulutusta käsittelevää artikkelia (Taulukko 1). Artikkelit pitävät sisällään kvalitatiivista, kvantitatiivista sekä näitä molempia menetelmiä yhdistelevää tutkimusta. Mukana on niin kansallisia kuin kansainvälisiä tutkimuksia useista eri maista sekä maanosista. Artikkelit ovat vertaisarvioituja.

TAULUKKO 1. Tutkimusaineistoon valikoituneet artikkelit

Tekijät ja julkaisuvuosi	Tutkimusaihe	Menetelmä
Bergström ja Jervelycke Belfrage (2018)	Satunnainen uutisten kulutus ja mielipidejohtajien merkitys	Tilastollinen kyselytutkimus ja haastattelututkimus
Boczkowski, Mitchelstein ja Matassi (2018)	Satunnaisen uutisten kulutuksen käytännöt	Haastattelututkimus
Fletcher ja Nielsen (2018)	Satunnaisen uutisille altistumisen vaikutukset uutisten kulutukseen	Vertaileva analyysi kyselytutkimuksesta
Goyanes ja Demeter (2020)	Satunnaisen uutisten kulutuksen vaikutukset ja fenomenologia	Haastattelututkimus
Kligler-Vilenchik, Hermida, Valenzuela ja Villi (2020)	Erilaiset teoreettiset näkökulmat satunnaisiin uutisiin	Käsitteellinen selvennys
Mitchelstein, Boczkowski, Tenenboim-Weinblatt, Hayashi, Villi ja Kligler-Vilenchik (2020)	Satunnaisen uutisten kulutuksen vertaileva käsitteellistäminen	Haastattelututkimus
Park ja Kaye (2020)	Satunnaisen uutisille altistumisen vaikutukset uutisten kulutukseen ja mediakuluttajien käsityksiin	Kyselytutkimus
Strauß, Huber ja Gil de Zúñiga (2020)	Satunnaisen uutisille altistumisen vaikutukset uutisten kulutukseen	Kyselytutkimus
Vergara, Siles, Castro ja Chaves (2021)	Satunnaisen uutisten kulutuksen mekanismit	Katseenseuranta-analyysi ja haastattelututkimus

4 TULOKSET

Boczkowski ym. (2018) toteuttivat Argentiinassa laadullisen haastattelututkimuksen, jonka tarkoituksena oli selvittää, miten sosiaalisessa mediassa tapahtuva satunnainen uutisten kulutus ilmenee käytännössä. Haastatellut olivat 18–29-vuotiaita, joista valtaosa vietti paljon aikaa digitaalisten laitteidensa näyttöjen äärellä. Merkittävimmäksi laitteeksi enemmistö koki oman älypuhelimensa. Tätä perusteltiin älypuhelimien jatkuvalla saatavuudella sekä sen soveltuvuudella moniin eri tarkoituksiin. Suurin osa myös satunnaisesta uutisten kulutuksesta tapahtui älypuhelimien välityksellä. Television näyttöä, joka koettiin vähiten tärkeäksi näytöksi, käytettiin usein tv-ohjelmien tai elokuvien katselun sijaan ensisijaisesti internetin selaamiseen. Tietokonetta käytettiin useimmiten työskentelyyn tai opiskeluun ja harvemmin esimerkiksi Twitterin tai Facebookin selaamiseen, joita selattiin älypuhelimilla huomattavasti. Muita suosittuja sosiaalisen median alustoja olivat esimerkiksi WhatsApp ja Snapchat. (Boczkowski ym., 2018.)

Sosiaaliseen mediaan pääsy oli selkeässä avainosassa älypuhelimien käytössä. Osa sosiaalisen median palveluista voidaan käyttää myös tietokoneen välityksellä, mutta älypuhelin on yleensä vaivattomin tapa sosiaalisen median käyttöön. Haastatellut eivät juurikaan luokitelleet aikaan tai paikkaan liittyviä mieltymyksiä, vaan totesivat sosiaalisen median käytön tapahtuvan päivän mittaan jatkuvasti. Sosiaaliseen mediaan oltiin usein yhteydessä aamusta alkaen, jatkuen jopa myöhään yöhön asti. Sivutuotteena tämänkaltaisessa jatkuvassa sosiaalisen median käytössä ilmeni useita kokemuksia satunnaisesta uutisten kulutuksesta. Uutisia saatettiin lukea esimerkiksi koulumatkaa taittaessa, työskentelyn lomassa tai arkiaskareita tehdessä. Tutkimuksessa huomattiin, että pelkästään yksittäisillä henkilöillä oli useita eri tapoja kuluttaa uutisia satunnaisesti. (Boczkowski ym., 2018.)

Sosiaalisessa mediassa ilmenevälle uutisten kulutukselle oli Boczkowskin ym. (2018) tutkimuksessa ajasta ja paikasta riippumattomuuden lisäksi ominaista vain osittainen lukeminen ja lyhytaikainen tarkastelu. Uutisia luettiin enemmän pintapuolisesti kuin syvällisesti, ja jutuissa keskityttiin leipätekstin sijaan enimmäkseen otsikoihin ja kuviin. Tätä

selitettiin usein sillä, että lukeminen tapahtui sellaisissa tilanteissa, joissa uutisiin ei voitu keskittyä täydellisesti, kuten työskentelyn tai opiskelun ohessa. Satunnainen uutisten kulutus oli runsaan sosiaalisen median käytön myötä osa monen arkirutiineja. (Boczkowski ym., 2018.) Satunnaiselle uutisten kulutukselle näyttäisi siis olevan tyypillistä, että se on sosiaalisen median selaamisen lisäksi myös muun arkitoiminnan ohella tapahtuvaa. Satunnainen uutisten kulutus näyttäytyy monikerroksisena ilmiönä, johon vaikuttavat samanaikaisesti niin digitaaliset kuin fyysiset ympäristöt. Jatkuvasti mukana kulkeva älypuhelin mahdollistaa sosiaalisen median käytön missä ja milloin tahansa. Tällöin sen ympärille myös muodostuu rutiininomaisia käytäntöjä, joihin sisältyy myös satunnainen uutisten kulutus.

Boczkowskin ym. (2018) mukaan sosiaalisuus ja rutiinit ohjaavat uutisten kulutuksen käytäntöjä enemmän kuin ne ohjaavat sosiaalista elämää tai rutiineja. Moni haastatelluista piti hyvänä mittarina uutisen laadulle tai kiinnostavuudelle sitä, kuka uutisen oli jakanut. Motiivina uutisten lukemiselle oli usein halu olla vuorovaikutuksessa muihin ihmisiin ja tietää, mistä milloinkin puhutaan. Toisaalta motiiviksi riitti myös ajan kuluttamisen tarve tai esimerkiksi jonkin epämieluisan tekemisen välttely. Sosiaalisen median alustoilla uutisia voidaan lukea osittaisesti vierailematta itse uutissivustolla lainkaan. Boczkowski ym. (2018) toteavatkin, että uutiset menettävät hierarkiansa sosiaalisen median informaatiotulvan pyörteissä, kun uutissisältöjä kulutetaan ensisijaisesti saatujen suositusten mukaan. Tällöin yksittäinen artikkeli ei vertaudu muihin uutisartikkeleihin, vaan se kilpailee huomiosta kaiken muun sosiaalisen median sisällön kanssa. (Boczkowski ym., 2018.)

Myös Bergström ja Jervelycke Belfrage (2018) havaitsivat laadullisia ja määrällisiä menetelmiä yhdistelevässä tutkimuksessaan, että sosiaalisilla verkostoilla ja suosituksilla on paljon merkitystä satunnaisen uutisten kulutuksen suhteen. Käytännöt uutisten kulutuksen ympärillä muuttuvat nopeasti yhteiskunnan liikkeessä professionalismin dominoimasta uutiskentästä kohti moniulotteisempia ja osallistavampia uutisoinnin tapoja. Uutiset tavoittavat kuluttajan sosiaalisessa mediassa algoritmien, uutissivustojen seuraamisen tai muiden kuluttajien suositusten kautta, jolloin uutisarvon määrittely ei ole

enää samalla tavalla valtamedian käsissä. Bergström ja Jervelycke Belfrage (2018) korostavat myös mielipidejohtajien (*opinion leaders*) merkitystä satunnaisessa uutisten kulutuksessa, josta näkyy vahvoja viitteitä myös tutkimustuloksissa. Mielipidejohtajilla tarkoitetaan sellaisia sosiaalisessa mediassa aktiivisia toimijoita, jotka esimerkiksi ottavat usein kantaa uutisiin ja jakavat niitä tileillään. Tällaiset henkilöt ovat yksittäisten ihmisten sosiaalisen median verkostoissa hyvin näkyvässä osassa ja antavat usein kontekstin sellaisillekin uutisisällöille, jotka saattaisivat muuten jäädä lukematta. (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018.)

Bergström ja Jervelycke Belfrage (2018) haastattelivat 16–19-vuotiaita nuoria Ruotsissa. Vaikka sosiaalista mediaa ei nähty yleensä selättävän ensisijaisesti uutisten takia, melkein jokainen haastatelluista mainitsi kuitenkin olevansa kiinnostunut ajankohtaisista tapahtumista ja yhteiskunnallisesta tilanteesta. Haastatellut olivat kiinnostuneita myös urheilu- ja viihdeuutisista, joihin tehtiin kuitenkin selkeä erotus esimerkiksi poliittisiin uutisiin nähden. Uutisia kulutettiin usein satunnaisesti kavereiden tai muiden sosiaalisen median käyttäjien suositusten kautta. Suuri osa haastatelluista oletti, että mikäli tapahtuisi jotakin isoa tai merkittävää, tavoittaisivat uutiset heidät joka tapauksessa. Uutisten aktiiviselle hakemiselle ei nähty välttämätöntä tarvetta. Tutkimuksen perusteella jatkuva uutisille altistuminen nähtiin enemmän myönteisenä kuin kielteisenä asiana, ja siihen toisinaan myös pyrittiin tietoisesti kytkemällä esimerkiksi uutissovellusten ilmoitukset päälle. (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018.)

Vaikka uutiset siis tavoittaisivat ihmisen satunnaisesti eikä niiden äärelle pyrittäisi aktiivisesti, voidaan niihin silti pyrkiä vaikuttamaan ennakoivasti. Mitchelstein ym. (2020) havaitsivat haastattelututkimuksessaan kaksi tietoisesti satunnaisen uutisten kulutuksen ympärille rakennettua käytäntöä. Ensimmäisessä luotiin suotuisat olosuhteet satunnaiselle uutisten kulutukselle esimerkiksi uutistoimituksia sosiaalisessa mediassa seuraamalla. Tällöin suhtautuminen uutisten kohtaamiseen oli myönteistä. Osa haastatelluista taas pyrki välttämään uutisille altistumista tietoisesti niiden aiheuttamien kielteisten tunnereaktioiden takia säätämällä esimerkiksi puhelimensa ilmoitusasetuksia pois

päältä. Haastattelut toteutettiin Argentiinassa, Suomessa, Israelissa, Japanissa sekä Yhdysvalloissa. (Mitchelstein ym., 2020.)

Mitchelsteinin ym. (2020) mukaan uutisten kulutukseen vaikuttavat tekijät voidaan jakaa kolmeen eri tasoon, jotka ovat mikro-, makro- ja mesotaso. Maantieteellisellä sijainnilla on vaikutuksensa satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöihin, ja ne vaikuttavat uutisten kulutukseen makrotasolla. Makrotasolla vaikuttavat kansalliset ja kansainväliset tilanteet. Maissa, joissa on enemmän esimerkiksi taloudellisia tai poliittisia konflikteja, on uutisilta usein vaikeampaa välttyä. Haastattelut kertoivat uutisten jatkuvan seuraamisen konfliktien aikaan olevan kuormittavaa, mutta samalla myös välttämätöntä. Konfliktien takia oltiin valppaampana uutisten suhteen, mutta toisaalta myös konfliktitilanteiden aikana saatettiin kytkeä sovellusten ilmoitusasetuksia pois päältä niiden aiheuttaman liiallisen kuormituksen takia. Makrotason lisäksi uutisten kulutukseen vaikuttavat mikrotaso, eli mediakuluttajien yksilölliset toimet sekä mesotaso, joka pitää sisällään yksilön sosiaalisen ympäristön läheisistä ystävistä aina työtovereihin ja tuttaviiin. (Mitchelstein ym., 2020.)

Mitchelstein ym. (2020) tutkivat satunnaista uutisten kulutusta asettaen sen jatkumolle. Satunnainen uutisten kulutus tulisikin Mitchelsteinin ym. (2020) mukaan nähdä ensisijaisesti uutisten kulutuksen tarkoituksellisuuden jatkumon toisena ääripäänä, eikä täysin erillisenä osa-alueenaan. Tarkoituksellisuuden ja satunnaisuuden välille mahtuu useita eri tapoja kuluttaa uutisia, jotka eivät aina ole selkeästi erotettavissa toisistaan. Tämä pätee myös perinteisen median välityksellä tapahtuvaan uutisten kulutukseen, minkä tutkimus on jäänyt kuitenkin viime vuosina melko vähäiseksi sosiaalisen median rinnalla. (Mitchelstein ym., 2020.) Ymmärtääkseen satunnaista uutisten kulutusta ilmiönä tulisi siis ymmärtää myös muita uutisten kulutuksen muotoja ja niiden yhteyksiä toisiinsa. Myös Kligler-Vilenchik ym. (2020) toteavat, että satunnaisesti eteen tulevat uutiset ovat monimutkainen ilmiö, jota ymmärtääkseen tulisi aihetta katsoa useasta eri näkökulmasta. Aihetta koskevissa tutkimuksissa on ilmennyt Kligler-Vilenchikin ym. (2020) mukaan osittain ristiriitaisia tutkimustuloksia ja toisistaan eroavia näkemyksiä, mikä lisää tarvetta tarkemmille määritelmille.

Parkin ja Kayen (2020) kvantitatiivisin keinoin toteutetun kyselytutkimuksen tulokset osoittavat, että mitä useammin yksilöt altistuvat uutisille satunnaisesti, sitä pienemmällä todennäköisyydellä he etsivät uutisia perinteisestä mediasta tai uutisointiin keskittyviltä verkkosivustoilta. Sen sijaan negatiivista yhteyttä sosiaalisen median uutisten kulutuksen määrään ei havaittu. Tutkimus toteutettiin Etelä-Koreassa. Park ja Kaye (2020) käsittelevät myös mediakuluttajien näkökulmaa, jossa koetaan, että uutisia ei tarvitse hakea itse, sillä uutiset löytävät heidät joka tapauksessa (*news-finds-me perception*). Tämä ajatus vahvistuu tutkimustulosten perusteella entisestään sitä mukaa, kun kuluttaja altistuu enenevästi uutisisällöille. (Park & Kaye, 2020.) Samanlaista ajattelua kuluttajaa seuraavista uutisista havaittiin myös esimerkiksi Bergströmin ja Jervelycke Belfragen (2018) tutkimuksessa, jossa haastatellut eivät kokeneet tarvetta hakea uutisia aktiivisesti itse, vaan olettivat uutisten tavoittavan heidät sosiaalisessa mediassa muutenkin.

Park ja Kaye (2020) tarkastelevat myös yksilöiden käsityksiä siitä, kuinka tehokkaasti he kykenevät sisäistämään kohtaamansa uutisisällön (*news efficacy*). Mikäli yksilön käsitys omasta uutisten kulutuksen tehokkuudesta oli heikko, annettiin tällöin todennäköisemmin uutisten ikään kuin tehdä työ yksilön puolesta ja tavoittaa tämä itse. Park ja Kaye (2020) arvioivat tutkimustulostensa perusteella, että satunnainen uutisille altistuminen on syrjäyttämässä valtamedian, mikä on tähän asti ollut hyvin vahvassa asemassa uutisten välittämisen suhteen. Myös Boczkowskin ym. (2018) sekä Bergströmin ja Jervelycke Belfragen (2018) mukaan journalismin aseman ja uutisarvon määrittymisen muutos näkyy sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa uutisten kulutuksessa. Onkin mielenkiintoista pohtia, missä asemassa valtamedia on esimerkiksi kymmenen vuoden päästä. Voisiko silloin vielä ylipäätään puhua valtamediasta?

Vergara ym. (2021) tutkivat katseenseurantalaitteen sekä haastattelujen avulla satunnaisen uutisten kulutuksen mekanismeja. Tutkimus toteutettiin Costa Ricassa, ja sen tavoitteena oli mitata ja analysoida ihmisten visuaalista vuorovaikutusta Facebook-julkaisujen kanssa. Vuorovaikutuksella Vergara ym. (2021) tarkoittavat tässä kontekstissa huomiota, jota osallistuneet antoivat Facebookissa kohdatuille uutisille (aika, jonka he

käyttivät lukemiseen); sitä, kuinka he lukivat uutisia (silmänliikkeiden seuranta) ja sitä, kuinka he sitoutuivat uutisiin esimerkiksi kommentoimalla tai jakamalla niitä eteenpäin (sitoutuneisuus). Vergara ym. (2021) peräänkuuluttavat monivivahteista lähestymistapaa aiheeseen ja argumentoivat, että kulutus on epämielias käsite ainakin Facebookin uutisjulkaisuista puhuttaessa. Ymmärtääkseen ilmiötä käyttäjän näkökulmasta laajasti, Vergara ym. (2021) hyödynsivät tutkimuksessaan multimodaalisia ärsykeitä. Tutkimukseen osallistuneet reagoivat kohtaamiinsa uutisiin monenlaisilla tavoilla, joista kaikkia ei välttämättä voida kutsua suoranaiseksi uutisten kuluttamiseksi. (Vergara ym., 2021.)

Uutisten kohtaaminen sosiaalisessa mediassa ei aina johda siihen, että ihmiset varsinaisesti kiinnittäisivät huomiota itse uutisten sisältöön (Vergara ym., 2021). Satunnaista uutisten kulutusta edeltää uutisen kohtaaminen, mutta uutisiin sitoutuminen vaatii muitakin tekijöitä. Mikä siis vaikuttaa satunnaisen uutisten kulutusten käytäntöjen muodostumiseen? Vergaran ym. (2021) tutkimuksessa havaittiin, että kontekstilla oli merkitystä uutisiin sitoutumisessa; esimerkiksi presidentinvaalit tai muut ajankohtaiset tapahtumat saattoivat motivoida ihmisiä kuluttamaan uutisia enemmän ja tavallista keskittyneemmin. Kontekstin lisäksi myös visuaalinen stimulaatio näyttäytyi merkittävänä tekijänä (Vergara ym., 2021). Vergara ym. (2021) kuitenkin huomauttavat, että tutkimustulokset eivät olleet lineaarisia tai noudattaneet tiettyä kaavaa, josta voitaisiin tehdä yksiselitteisiä päätelmiä. Vergaran ym. (2021) tutkimus tukee Mitchelsteinin ym. (2020) tutkimuksen tavoin ajatusta siitä, että satunnaista uutisten kulutusta tulisi tarkastella aina kontekstin mukaan, lukuisat taustalla vaikuttavat tekijät huomioon ottaen.

Strauß ym. (2020) havaitsivat tutkimuksessaan, että satunnainen uutisille altistuminen johti usein aktiiviseen uutisten kulutukseen niin perinteisessä mediassa, sosiaalisessa mediassa kuin verkkosivustoilla. Satunnainen uutisille altistuminen näkyi uutisten kulutuksessa vahvimmin ja eniten verkkouutisten sekä sosiaalisen median alustoilla. Tämä piti paikkansa erityisesti maissa, joissa sosiaalisen median käyttö oli huomattavan yleistä. Tutkimus toteutettiin paneeliaineistojen avulla laajasti 18 eri maassa. Mukana oli maita Amerikasta, Aasiasta, Euroopasta sekä Afrikasta. Straußin ym. (2020) mukaan tutkimustulokset viestivät, että merkittävä osuus aktiivisesta uutisten kulutuksesta on

nykyajan uutistentäyteisissä mediaympäristöissä satunnaisesta uutisille altistumisesta johtuvaa. Luottamus uutisiin ja kiinnostus politiikkaan vaikuttavat uutisten kulutukseen, mutta satunnaisessa uutisten kulutuksessa taustalla on todennäköisesti myös kontekstista riippuvaisia tekijöitä, kuten jonkin tietyn aiheen kiinnostavuus. (Strauß ym., 2020.)

Fletcher ja Nielsen (2018) havaitsivat vertailevassa analyysissään, että satunnaisella uutisille altistumisella oli enemmän vaikutusta YouTubein ja Twitterin käyttäjiin kuin Facebookin käyttäjiin. Twitterissä uutisia voidaan päätyä kuluttamaan satunnaisesti esimerkiksi silloin, kun siellä seuratut henkilöt tai organisaatiot jakavat uutisia. YouTubein mekanismit uutisille altistumisessa ovat epäselkeämpiä, ja vaativat Fletcherin ja Nielsenin (2018) mukaan lisätutkimusta. Lisäksi vaikutusta havaittiin olevan enemmän nuoriin ihmisiin ja sellaisiin henkilöihin, jotka eivät olleet alkujaan erityisen kiinnostuneita uutisista. Fletcher ja Nielsen (2018) havaitsivat myös, että sosiaalisessa mediassa satunnaisesti uutisille altistuneet käyttivät huomattavasti enemmän eri uutislähteitä kuin sosiaalista mediaa käyttämättömät henkilöt. Kyselyyn vastattiin Italiasta, Australiasta, Isosta-Britanniassa sekä Yhdysvalloista. Tutkimustulokset viittaavat siihen, että sosiaalisen median käyttö on merkittävä tekijä uutisten kulutuksen määrän kasvussa silloinkin, kun se on satunnaista. (Fletcher & Nielsen, 2018.)

Tähän mennessä käsittelemissäni tutkimuksissa on havaittu, että ihmiset kuluttavat usein uutisia, joita heidän seuraamansa henkilöt sosiaalisessa mediassa jakavat tai suosittelevat (Boczkowski ym., 2018; Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Fletcher ja Nielsen (2018) toteavat, että myös sosiaalisen median alustat itsessään suosittelevat ja mainostavat erilaisia uutisisältöjä käyttäjilleen. Suositeltuja tai sponsoroituja uutisia ilmenee erinäisin tavoin esimerkiksi Facebookissa ja Twitterissä, ja ne esiintyvät alustoilla usein riippumatta siitä, onko käyttäjä itse halukas näkemään niitä (Fletcher & Nielsen, 2018). Suositusten lisäksi tärkeä tekijä satunnaisessa uutisten kulutuksessa on usein myös uutisen tuottaja ja sen uskottavuus. Goyanesin ja Demeterin (2020) tutkimuksessa uutisten kuluttamiseen päädyttiin useammin silloin, kun uutisten lähde koettiin tarpeeksi uskottavaksi.

Goyanes ja Demeter (2020) haastattelivat uutisten kuluttajia Espanjassa selvittääkseen, mitkä tekijät johtavat satunnaiseen uutisten kulutukseen. Haastatteluissa selvisi, että motivaatiota satunnaiseen uutisten kulutukseen ohjailivat muun muassa uutisissa käsiteltyjen aiheiden kiinnostavuus, uutisten lähde ja niiden onnistuneesti herättämä mielenkiinto (Goyanes & Demeter, 2020). Kuten Boczkowskin ym. (2018) tutkimuksessa, myös Goyanesin ja Demeterin (2020) toteuttamissa haastatteluissa huomattiin satunnaisen uutisten kulutuksen olevan yleensä lyhyesti kerrallaan tapahtuvaa. Erityisesti Instagramin tarinaominaisuuden kautta välitetyt uutiset näyttävät olevan yleistymässä siinä määrin, että yksilötasolla suurin osa sosiaalisessa mediassa tapahtuvasta satunnaisesta uutisten kulutuksesta saattaa tapahtua Instagramissa (Goyanes & Demeter, 2020). Instagramissa esiintyvät uutiset ovat satunnaisen uutisten kulutuksen tapaan luonteeltaan yleensä visuaalisia ja lyhytkestoisia (Goyanes & Demeter, 2020). Satunnainen uutisten kulutus näyttäytyykin ennen kaikkea nopeana ja käteväksi koettuna keinona pysyä kartalla viimeisimmistä uutisista (Boczkowski ym., 2018; Goyanes & Demeter, 2020).

5 POHDINTA

Käsittelyssäni artikkeleissa on keskusteltu paljon journalismin aseman muutoksesta. Visuaaliset ja lyhytkestoiset uutistarinat sosiaalisessa mediassa käyvät hyvin yhteen havaittujen satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjen kanssa. Näyttää siltä, että mediat talot pyrkivät sopeutumaan uuteen rooliinsa ja seuraamaan kuluttajia sinne, missä heidät nykyään parhaiten tavoittaa. Mediakuluttajien asenteissa on havaittu oletus siitä, että uutiset seuraavat heitä (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018; Park & Kaye, 2020). Tämänhetkistä mediakenttää tarkastelemalla voidaankin huomata, että uutismediat toimivat pitkälti näiden oletusten mukaisesti, samalla mahdollistaen satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjen muodostumisen. Suomessa Instagram-tarinoiden välityksellä uutisia välittävät ainakin Yle Uutiset, Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat sekä MTV Uutiset.

Tarkastelemani artikkelit käsittelivät suurilta osin sosiaalisen median palveluja kuten Facebook ja Twitter. Uskon, että lähitulevaisuudessa esimerkiksi pitkään tutkijoiden huomion kohteena ollut Facebook alkaa jäädä tutkimuksessa jossain määrin takavasemmalle, kun valokeilaan astuvat esimerkiksi videopalvelu TikTokin kaltaiset audiovisuaaliset alustat. Goyanes ja Demeter (2020) nostavat artikkelissaan esiin nousussa olevat Instagram Storiesin kautta välitetyt uutiset, joille ominaista ovat erityisesti nopeatempoisuus ja visuaalisuus. Samankaltaista logiikkaa noudattavat myös alustat kuten TikTok, josta uutismediat ovat esimerkiksi Vázquez-Herreron ym. (2020) mukaan ottaneet vaikutteita ainakin vuodesta 2019 lähtien.

Pidän ilmeisenä sitä, että satunnaista uutisten kulutusta edeltää uutiselle altistuminen. Se, johtaako uutisen kohtaaminen uutiseen sitoutumiseen tai satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöihin, on monimutkaisempi asia. Toistuva näkemys tutkijoiden keskuudessa tuntuu olevan, että uutisten kulutukseen vaikuttavat tekijät ovat monitasoisia, ja ne tulisi asettaa aina osaksi laajempaa asioiden kulkua (Mitchelstein ym., 2020; Strauß ym., 2020; Vergara ym., 2021). On hyvin kontekstisidonnaista, kuinka uutisten kulutuksen käytännöt muodostuvat (Mitchelstein ym., 2020) tai pääsevätkö ne ylipäättään muo-

dostumaan (Kümpel, 2020). Satunnainen uutisille altistuminen on maiden ja mantereiden rajat ylittävä ilmiö, joka koskettaa monia. Ei voida kuitenkaan sanoa, että se koskettaisi kaikkia ainakaan samassa mittakaavassa. Muun muassa tästä syystä on erityisen tärkeää, että aihetta lähestytään useasta teoreettisesta näkökulmasta sosiaaliset, fyysiset sekä virtuaaliset ympäristöt ja olosuhteet huomioon ottaen.

Uutisille voidaan altistua sosiaalisessa mediassa lukuisilla alustoilla ja vielä sitäkin lukuisammilla tavoilla, mikä näyttää johtaneen siihen, että satunnaisesti kohdatut uutiset ovat olennainen osa sosiaalista mediaa käyttävien henkilöiden käyttäjäkokemusta. Esimerkiksi Boczkowski ym. (2018) tutkimuksessa huomattiin, että satunnainen uutisten kulutus oli jo osa ihmisten arkirutiineja. Satunnainen uutisten kulutus näyttäytyikin nimellisesti osana arkea ja sosiaalista elämää, ei niitä määrittävänä tekijänä (Boczkowski ym., 2018). Sosiaalisuus sen sijaan näyttää jossain määrin ohjailevan motiiveja satunnaiseen uutisten kulutukseen. Boczkowski ym. (2018) huomasivat, että käyttäjä ohjaili merkittävästi esimerkiksi halu tietää, mitä milloinkin oli meneillään. Muiden käyttäjien suositukset näyttäytyivät merkittävinä tekijöinä myös Bergströmin ja Jervelycke Belfragen (2018) tutkimuksessa. Myös sosiaalisen median alustat itsessään toimivat uutisvälteiden suosittelijoina (Fletcher & Nielsen, 2018). Tutkimusten perusteella ei näytä siltä, että sosiaalisessa mediassa eteen tulevat uutiset ohjaisivat ihmisten arkea. Lienee kuitenkin perusteltua todeta, että sosiaalinen media itsessään alustoineen rytmittää monien ihmisten arkea ja sosiaalisia tilanteita.

Etenkin nuorten uutisten kulutuksen käytännöissä merkittävää roolia näyttelevät niin kutsutut mielipidejohtajat (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Bergströmin ja Jervelycke Belfragen (2018) esittämät päätelmät mielipidejohtajista ovat mielenkiintoinen tulokulma satunnaiseen uutisten kulutukseen erityisesti, kun pohditaan valtamedian aseman muutosta. Siinä missä valtamedia toimi vielä jonkin aikaa sitten uutisarvon ensisijaisena määrittäjänä, joutuvat uutismediat nykyään kamppailemaan huomiosta kaiken muun sosiaalisen median sisällön kanssa (Boczkowski ym., 2018). Bergströmin ja Jervelycke Belfragen (2018) mukaan mielipidejohtajat voivat tuoda kontekstin sellaisillekin uutisille, jotka saattaisivat muuten jäädä lukematta. Kun uutisten kulutus tapahtuu

mielipidejohtajien kuratoimien, helposti omaksuttavien päivitysten kautta, tarvitseeko silloin samoja uutisia hakea enää muualta? Parkin ja Kayen (2020) mukaan tähän voi vaikuttaa ihmisen oma käsitys siitä, kuinka tämä kykenee omaksumaan erilaisia uutis-sisältöjä. Kun käsitys oman uutisten kulutuksen tehokkuudesta on heikko, haetaan uutisia todennäköisesti harvemmin aktiivisesti (Park & Kaye, 2020).

Uutisten kulutusta ohjailee myös siihen koettu tarve. Sekä Park ja Kaye (2020) että Bergström ja Jervelycke Belfrage (2018) havaitsivat tutkimuksissaan, että merkittävän monet eivät ylipäänsä koe tarvetta uutisten aktiiviselle hakemiselle, sillä he uskovat ainakin tärkeiden uutisten tavoittavan heidät sosiaalisen median kautta joka tapauksessa. Toisaalta uutisten kohtaamiseen pyritään toisinaan vaikuttamaan myös itse esimerkiksi puhelimen ilmoitusasetuksia säätämällä, jolloin uutiset tavoittavat käyttäjän luultavasti vielä suuremmalla todennäköisyydellä (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Samankaltaisia käytäntöjä havaittiin myös Mitchelsteinin ym. (2020) tutkimuksessa, jossa satunnaista uutisten kulutusta säännösteltiin haastateltujen keskuudessa sekä lisäävästi että vähentävästi. Näyttää siltä, että monet ihmiset ovat hyvin tietoisia siitä, kuinka suurelle määrälle informaatiota he altistuvat päivittäin sosiaalisessa mediassa. Pelkkä tietoisuus informaation määrästä ei kuitenkaan kerro kriittisyydestä kohdatun informaation laatua kohtaan. Kysymykseksi jääkin, kuinka hyvin ihmiset osaavat erottaa satunnaisesti kohtaamansa uutiset esimerkiksi mainonnasta tai valeuutisoinnista.

Satunnaisen uutisten kulutuksen käytännöille oli usein ominaista uutisten osittainen ja lyhytkestoinen tarkastelu (Goyanes & Demeter, 2020; Boczkowski ym., 2018). On vaikea päätellä, onko satunnainen uutisten kulutus suppeampaa vai monimuotoisempaa kuin tarkoituksellinen uutisten kulutus. Vaikka satunnaisille uutisille ei anneta välttämättä nopeaa vilkaisua enempää huomiota (Vergara ym., 2021), käyttävät satunnaisesti uutisia sosiaalisessa mediassa kohtaavat toisaalta usein enemmän ja monipuolisemmin eri uutislähteitä kuin ne, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa (Fletcher & Nielsen, 2018). Mitchelsteinin ym. (2020) ehdottama uutisten kulutuksen jatkumolle asettaminen helpottaa ilmiöiden tarkastelua, kun satunnaista ja tarkoituksellista uutisten kulutusta ei aseteta toistensa vastakohtiksi. Myös Kligler-Vilenchikin ym. (2020) moniteoreettinen

tarkastelutapa tarjoaa hedelmällisen tavan ilmiöiden kokonaisvaltaisempaan ymmärrykseen, jolloin aiemmin ristiriitaisiksi käsitetyt tulokset voidaan nähdä enemmänkin toisiaan palvelevina näkökulmina.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Uutisten kohtaaminen sosiaalisessa mediassa näyttäytyy merkittävänä tekijänä uutisten kulutuksen lisääntymisessä sen satunnaisesta luonteesta huolimatta (Fletcher & Nielsen, 2018). Valtaosa satunnaisesta uutisten kulutuksesta sosiaalisessa mediassa tapahtuu älypuhelimien välityksellä, joka on usein helposti saatavilla monissa arjen tilanteissa (Boczkowski ym., 2018). Ominaista havaituille käytännöille oli monikerroksisuus. Sen lisäksi, että uutisten kulutus oli sosiaalisen median selaamisen yhteydessä ilmenevä sivutuote, se tapahtui usein myös muun arkitoiminnan yhteydessä (Boczkowski ym., 2018). Satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjen taustalla vaikuttavat lukuisat, yksilöstä ja kontekstista riippuvaiset tekijät (Fletcher & Nielsen, 2018; Mitchelstein ym., 2020). Satunnainen uutisten kulutus näyttäytyykin ennen kaikkea osana arjen rutiineja ja toimintaa (Boczkowski ym., 2018).

Koska satunnaisesti sosiaalisessa mediassa eteen tulevia uutisia on tutkittu varsin paljon, jäi huomattava määrä tutkimusta myös tämän tutkielman ulkopuolelle. Muun muassa aiheen rajaaminen uutisten kulutukseen hillitsi aineiston kasvamista, sillä moni uutisten satunnaisuutta käsittelevistä artikkeleista koskee uutisille altistumista laajemmassa mittakaavassa. Käyttämäni tutkimusmenetelmä eli kuvaileva kirjallisuuskatsaus mahdollistaa laajojenkin aineistojen hyödyntämisen ilman tarkkoja sääntöjä tai rajoitteita (Salminen, 2011), mutta tämä kandidaatintutkielma toimii lyhykäisyydessään lopulta vain pintaraapaisuna laajasta ilmiöstä.

Tehdyn kirjallisuuskatsauksen pohjalta voidaan kuvailla sellaisia satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjä ja piirteitä, jotka näyttäytyvät yleisinä sosiaalista mediaa käyttävien ihmisten keskuudessa. Lisäksi katsauksen pohjalta voidaan luonnehtia satunnaista uutisten kulutusta ilmiönä yleisesti. Tutkielmassa sivutaan lyhyesti myös perinteisen median ja nettisivustojen kautta tapahtuvaa uutisten kulutusta, mutta tutkimuksen keskiössä on kuitenkin sosiaalinen media, minkä myötä myös tutkimustulokset keskittyvät ensisijaisesti siihen. Aineiston rajauksen myötä katsauksen ulkopuolelle jäi tutkimuksia, joissa käsiteltiin ilmiötä esimerkiksi poliittisen osallistumisen kannalta. Yksi tutkielman

puutteista onkin, että ilmiön poliittisen ulottuvuuden käsittely jää varsin vähäiseksi. Tutkielman vahvuuksia ovat sen sijaan kuvaukset satunnaisten uutisten kulutuksen eri muodoista, niihin vaikuttavista tekijöistä sekä mediakuluttajien asenteista niihin liittyen.

On huomioitava, että moni tarkasteltu artikkeli käsitteli satunnaista uutisten kulutusta erityisesti nuorten ihmisten näkökulmasta. Tutkimuksissa voisi olla aiheellista huomioida entistä laajemmin myös vanhempien ikäluokkien käytännöt mediakulutuksen suhteen. Olisi mielenkiintoista tarkastella myös lasten kokemuksia uutisten kohtaamisesta, ja ehkä jopa mahdollisia uutisten ympärille muodostuneita käytäntöjäkin. Esimerkiksi Helsingin Sanomat tuottaa uutisia, joiden kohderyhmänä ovat lapset (Helsingin Sanomat, n.d.). Alakouluikäisten ja nuorempien lasten käsityksiä ja kokemuksia uutisista ovat tutkineet Pro gradu -tutkielmissaan esimerkiksi Immonen (2020) ja Pennanen (2006). Satunnaisten uutisten kulutuksen ilmiötä on toisaalta perusteltua tutkia erityisesti nuorten ikäryhmien kannalta, sillä se on kaikista yleisintä nuorten keskuudessa (Boczkowski ym., 2018).

Tämän tutkielman tutkimusaineisto piti sisällään sekä laadullista että määrällistä tutkimustietoa useista eri maista sekä maanosista. Lopulta 9 artikkelia on vain pieni otanta, jonka ulkopuolelle jäi paljon arvokasta tutkimustietoa ja keskustelua. Tutkielma vastasi kuitenkin tutkimuskysymykseensä kohtuullisen hyvin. Tutkielman tavoitteena oli kuvailla havaittuja satunnaisten uutisten kulutuksen käytäntöjä sosiaalisessa mediassa. Tuloksista voidaan huomata, että ihmiset usein tiedostavat altistuvansa uutisille sosiaalisessa mediassa jatkuvasti, minkä myötä satunnaisten uutisten kulutuksen ympärille rakennetaan toisinaan ennakoivasti käytäntöjä (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018; Mitchelstein ym., 2020). Toisaalta monet myös kokevat, että uutiset tavoittavat heidät sosiaalisessa mediassa silloinkin, vaikkei niiden eteen tekisi itse mitään (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018; Park & Kaye, 2020).

Laajan ymmärryksen saavuttamiseksi satunnaista uutisten kulutusta tulisi myös tutkia laaja-alaisesti. Ilmiön asettaminen täysin omaksi entiteetikseen ei ole tarkoituksenmukaista (Mitchelstein ym., 2020). Sen sijaan selkeämpiin tuloksiin päästään todennäköi-

semmin silloin, kun hyödynnetään useita teoreettisia näkökulmia ja tutkimusmenetelmiä (Kligler-Vilenchik ym., 2020; Vergara ym., 2021). Raja satunnaisen ja tarkoituksellisen uutisten kulutuksen välillä näyttäytyy hyvin häilyvänä ja siihen vaikuttavat useat eri tekijät, jotka eivät näytä noudattavan suoraviivaista kaavaa. Selkeämmän kokonais kuvan saamiseksi uutisten kulutus voidaan asettaa jatkumolle, jonka ääripäitä ovat satunnainen ja tarkoituksellinen uutisten kulutus (Mitchelstein ym., 2020).

Tässä kandidaatintutkielmassa on kuvailtu havaittuja satunnaisen uutisten kulutuksen käytäntöjä sosiaalisessa mediassa. Kuvailevan kirjallisuuskatsauksen avulla pystyin hahmottamaan piirteitä, jotka kehystävät satunnaista uutisten kulutusta ilmiönä. Puhuttaessa satunnaisuudesta tai kulutuksesta on kuitenkin syytä pitää kriittinen ote, sillä uutisten kohtaaminen ei aina johda uutisten varsinaiseen kulutukseen (Vergara ym., 2021), eikä satunnaisuus ole aina selkeästi todettavissa tai määriteltävissä (Mitchelstein ym., 2020). On kuitenkin selvää, että sosiaalisessa mediassa eteen tulevat uutiset ovat tärkeä ja näkyvä osa nykypäivän mediamaisemaa. Ne ovat asettuneet nopeasti osaksi monien ihmisten arkea ja sosiaalisen median käyttökokemusta. Tätä yhä jatkuvaa kehitystä tulee olemaan jännittävää seurata.

LÄHTEET

- Bergström, A. & Jervelycke Belfrage, M. (2018). News in Social Media: Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(5), 583–598.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E. & Matassi, M. (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>
- Broussard, R., Heath, W. & Barnidge, M. (2021). Incidental exposure to political content in sports media: antecedents and effects on political discussion and participation. *The Communication Review*, 24(1), 1–21.
<https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1853491>
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: how algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Harper.
- Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20(7), 2450–2468.
<https://doi.org/10.1177/1461444817724170>
- Goyanes, M. & Demeter, M. (2020). Beyond positive or negative: Understanding the phenomenology, typologies and impact of incidental news exposure on citizens’ daily lives. *New Media & Society*.
<https://doi.org/10.1177/1461444820967679>
- Helsingin Sanomat. (2021). Lasten uutiset. Haettu 14.6.2021 osoitteesta:
<https://www.hs.fi/lastenuutiset/>
- Immonen, S. (2020). Kuudesluokkalaisten uutiskokemuksia. Opettajankoulutuslaitos. Jyväskylän yliopisto. Pro gradu.
- Karnowski, V., Kümpel, A., Leonhard, L. & Leiner, Dominik. (2017). From incidental news exposure to news engagement. How perceptions of the news post and news

usage patterns influence engagement with news articles encountered on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 76.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.041>

Kligler-Vilenchik, N., Hermida, A., Valenzuela, S. & Villi, M. (2020). Studying incidental news: Antecedents, dynamics and implications. *Journalism*, 21(8), 1025–1030.

<https://doi.org/10.1177/1464884920915372>

Kümpel, A. (2020). The Matthew Effect in social media news use: Assessing inequalities in news exposure and news engagement on social network sites (SNS). *Journalism*, 21(8), 1083–1098.

<https://doi.org/10.1177/1464884920915374>

Lee, J. K. & Kim, E. (2017). Incidental exposure to news: Predictors in the social media setting and effects on information gain online. *Computers in Human Behavior*, 75, 1008–1015.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.018>

Lee, S. K., Lindsey, N. & Kim, K. S. (2017). The effects of news consumption via social media and news information overload on perceptions of journalistic norms and practices. *Computers in Human Behavior*, 75, 254–263.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.007>

Matthes, J., Nanz, A., Stubenvoll, M. & Heiss, R. (2020). Processing news on social media. The political incidental news exposure model (PINE). *Journalism*, 21(8), 1031–1048.

<https://doi.org/10.1177/1464884920915371>

Mitchelstein, E., Boczkowski, P. J., Tenenboim-Weinblatt, K., Hayashi, K, Villi, M. & Kligler-Vilenchik, N. (2020). Incidentalness on a continuum: A comparative conceptualization of incidental news consumption. *Journalism*, 21(8), 1136–1153.

<https://doi.org/10.1177/1464884920915355>

Molyneux, L. (2018). Mobile News Consumption: A habit of snacking. *Digital Journalism*, 6(5), 634–650.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1334567>

- Müller, P., Schneiders, P. & Schäfer, S. (2016). Appetizer or main dish? Explaining the use of Facebook news posts as substitute for other news sources. *Computers in Human Behavior*, 65, 431–441.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.003>
- Nanz, H., Heiss, R. & Matthes, J. (2020) Antecedents of intentional and incidental exposure modes on social media and consequences for political participation: a panel study. *Acta Politica*.
<https://doi.org/10.1057/s41269-020-00182-4>
- Park, C. S. & Kaye, B. K. (2020). What’s This? Incidental Exposure to News on Social Media, News-Finds-Me Perception, News Efficacy, and News Consumption. *Mass Communication and Society*, 23(2), 157–180.
<https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1702216>
- Pennanen, S. (2006). “Mä sitä paitsi tykkäänkin uutisista”: 5–6-vuotiaiden lasten kokemuksia ja käsityksiä tv-uutisista. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto. Pro gradu.
- Salminen, A. (2011). Mikä kirjallisuuskatsaus? Johdatus kirjallisuuskatsauksen tyyppeihin ja hallintotieteellisiin sovelluksiin. Vaasan yliopisto.
- Schnell, C. (2018). Starving at the Laid Table? Journalism, Digitalization and Corporate Capitalism. *Professions and Professionalism*, 8(3).
<https://doi.org/10.7577/pp.2609>
- Shahin, S., Saldaña, M. & Gil de Zúñiga, H. (2020). Peripheral elaboration model: The impact of incidental news exposure on political participation. *Journal of Information Technology & Politics*.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1832012>
- Strauß, N., Huber, B. & Gil de Zúñiga, H. (2020). “Yes, I Saw It – But Didn’t Read It...” A Cross-Country Study, Exploring Relationships between Incidental News Exposure and News Use across Platforms. *Digital Journalism*, 8(9), 1181–1205.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1832130>

- Thorson, K. (2020). Attracting the news: Algorithms, platforms, and reframing incidental exposure. *Journalism*, 21(8), 1067–1082.
<https://doi.org/10.1177/1464884920915352>
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S. & López-García, X. (2019). Ephemeral journalism: News Distribution Through Instagram Stories. *Social Media & Society*, 5(4), 1–13.
<https://doi.org/10.1177/2056305119888657>
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & López-García, X. (2020). Let’s dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*.
<https://doi.org/10.1177/1464884920969092>
- Vergara, A., Siles, I., Castro, A. & Chaves, A. (2021). The Mechanisms of “Incidental News Consumption”: an Eye Tracking Study of News Interaction on Facebook. *Digital Journalism*, 9(2), 215–234.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1813047>
- Weeks, B. E. & Lane, D. S. (2020). The ecology of incidental exposure to news in digital media environments. *Journalism*, 21(8), 1119–1135.
<https://doi.org/10.1177/1464884920915354>
- Wieland, M. & Kleinen-von Königslöw, K. (2020). Conceptualizing different forms of news processing following incidental news contact: A triple-path model. *Journalism*, 21(8), 1049–1066.
<https://doi.org/10.1177/1464884920915353>
- Winter, S. (2019). Impression-Motivated News Consumption: Are User Comments in Social Media More Influential Than on News Sites? *Journal of Media Psychology*, 31(4), 203–213.
<https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000245>