

# Sosiaalisen median katsaus 07/2022

Somebuumi jatkuu, mutta minne nuoret menevät?



Harto Pönkä | Innowise | 8.7.2022



## Suosituimmat sosiaalisen median palvelut Suomessa 2022



**3,4 M**  
(84 %)



**3,0 M**  
(75 %)



**2,9 M**  
(72 %)



**2,3 M**  
(57 %)



**1,2 M**  
(30 %)



**1,2 M**  
(29 %)



**1,1 M**  
(27 %)



**1,1 M**  
(26 %)



**0,85 M**  
(21 %)



**0,73 M**  
(18 %)



**0,65 M**  
(16 %)

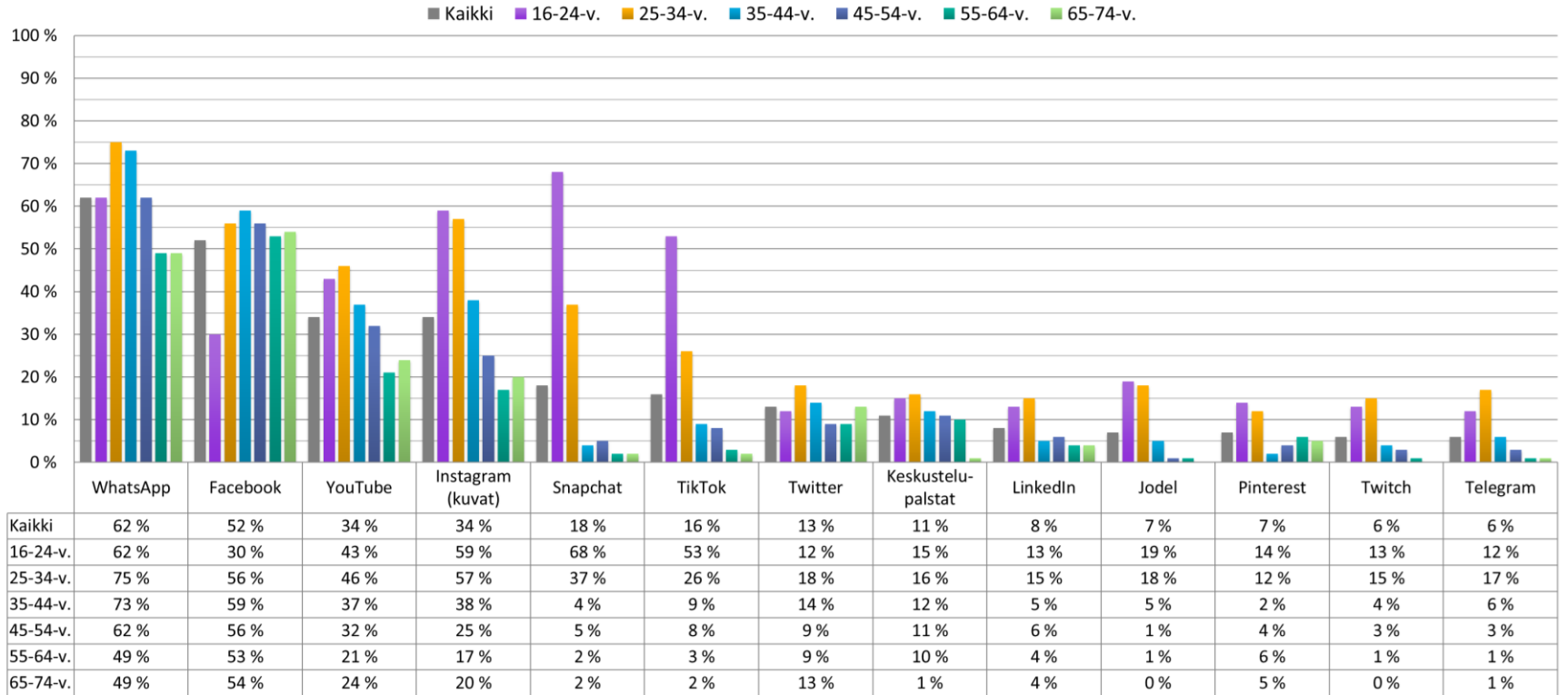
## Kuinka moni suomalainen käyttää eri somepalveluita päivässä, viikossa ja yhteensä?



	YouTube	WhatsApp	Facebook	Instagram	Pinterest	Twitter	TikTok	LinkedIn	Snapchat
Päivässä	1 339 000	2 516 000	2 110 000	1 380 000	324 700	527 600	649 300	324 700	730 500
Viikossa	3 003 000	3 409 000	2 963 000	2 273 000	1 136 000	1 217 000	1 177 000	852 200	1 096 000
Harvemmin/ yhteensä	3 652 000	3 612 000	3 328 000	2 597 000	1 826 000	1 704 000	1 461 000	1 339 000	1 299 000
Ei käytä	365 200	446 400	771 100	1 420 000	2 313 000	2 394 000	2 597 000	2 719 000	2 760 000



## Sosiaalisen median päivittäinen käyttö eri ikäryhmillä 2022 (DNA)





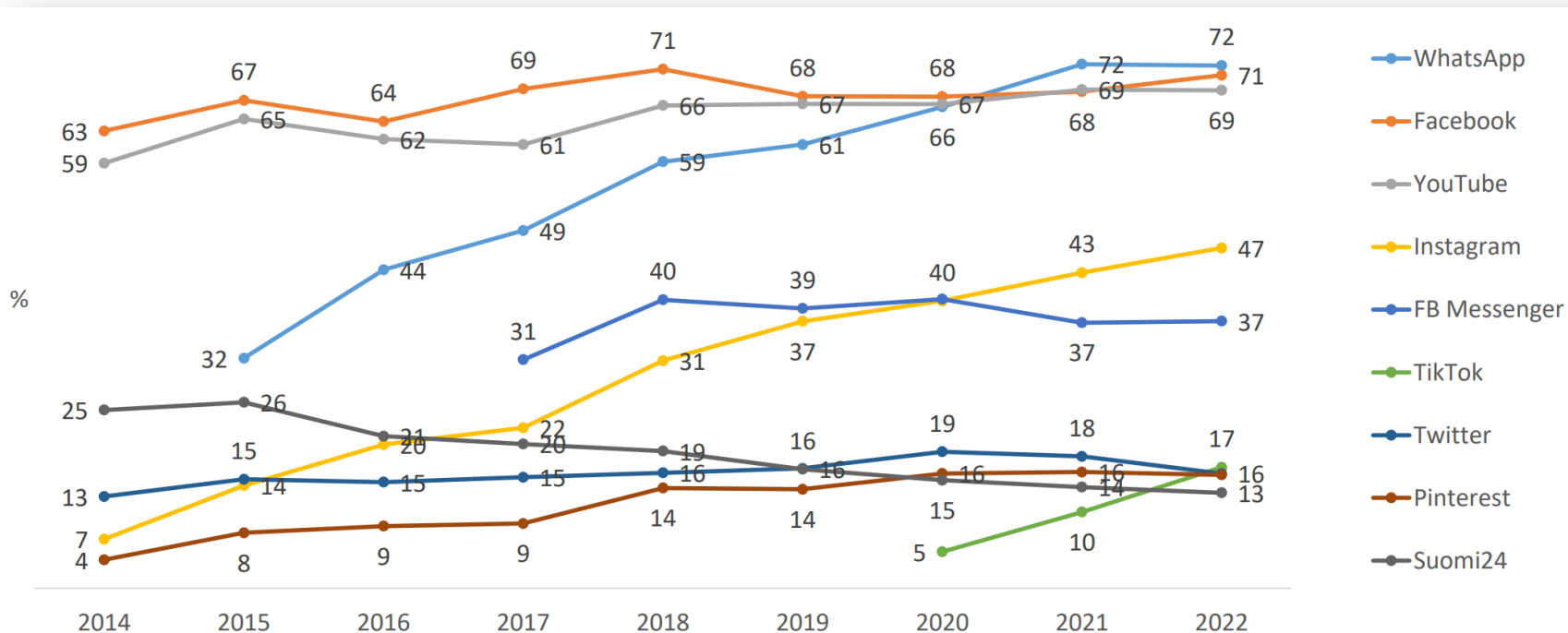
## Somepalvelujen käyttö kaikkiaan eri ikäryhmillä 2022 (Reuters-instituutti)

	Kaikki	Mies	Nainen	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
WhatsApp	72 %	65 %	79 %	80 %	80 %	81 %	70 %	70 %	61 %
Facebook	71 %	63 %	78 %	70 %	74 %	71 %	72 %	69 %	69 %
YouTube	69 %	73 %	65 %	80 %	77 %	79 %	74 %	66 %	53 %
Instagram	47 %	39 %	55 %	70 %	62 %	54 %	47 %	39 %	32 %
Facebook Messenger	37 %	27 %	46 %	29 %	44 %	48 %	45 %	34 %	26 %
TikTok	17 %	15 %	18 %	54 %	27 %	16 %	13 %	10 %	6 %
Twitter	16 %	20 %	12 %	19 %	20 %	19 %	17 %	12 %	13 %
Pinterest	16 %	7 %	24 %	22 %	13 %	12 %	13 %	17 %	17 %
Snapchat	14 %	12 %	15 %	65 %	30 %	12 %	8 %	2 %	2 %
LinkedIn	13 %	15 %	11 %	12 %	15 %	19 %	17 %	14 %	7 %
Suomi 24	13 %	14 %	12 %	12 %	12 %	12 %	15 %	16 %	11 %
Vauva.fi	11 %	8 %	13 %	11 %	18 %	14 %	10 %	9 %	5 %

Q12a: Mitä seuraavista olet käyttänyt mihin tahansa tarkoitukseen viimeisen viikon aikana? Valitse kaikki sopivat vastaukset. Taulukosta on jätetty pois palvelut, joiden viikkotavoittavuus jää alle 10 prosentin. N=kaikki vastaajat: 2064, mies: 927, nainen: 1137, 18–24: 121, 25–34: 316, 35–44: 310, 45–54: 214, 55–64: 569, 65+: 534. Vähintään kolme prosenttiyksikköä keskimääräisestä poikkeavat luvut on merkitty värillisillä numeroilla.



## Somepalvelujen käytön muutokset 2014-2022



Q12a: Mitä seuraavista olet käyttänyt mihin tahansa tarkoitukseen viimeisen viikon aikana? Valitse kaikki sopivat vastaukset. N=kaikki vastaajat, 2022: 2064, 2021: 2009, 2020:2050, 2019: 2009, 2018: 2012, 2017: 2007, 2016: 2041, 2015: 1509, 2014: 1520.

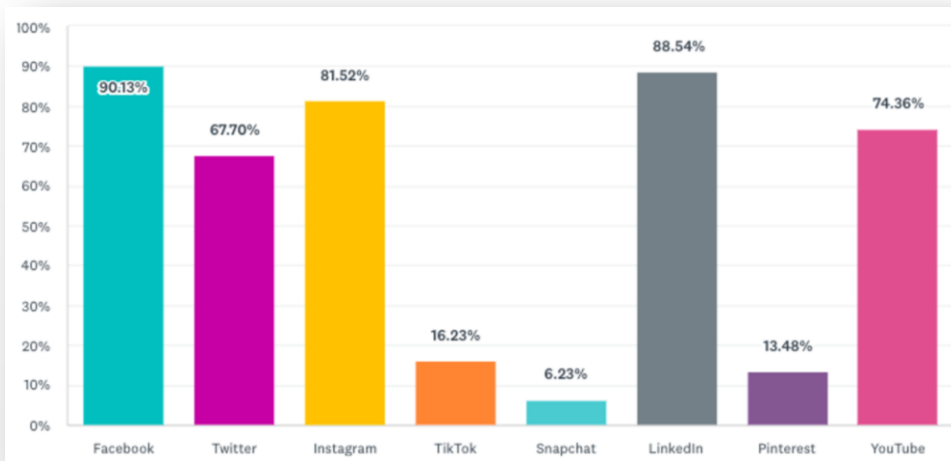


## TOP linkkien kautta tulevien vierailijoiden lähteet suomalaisilla nettisivustoilla

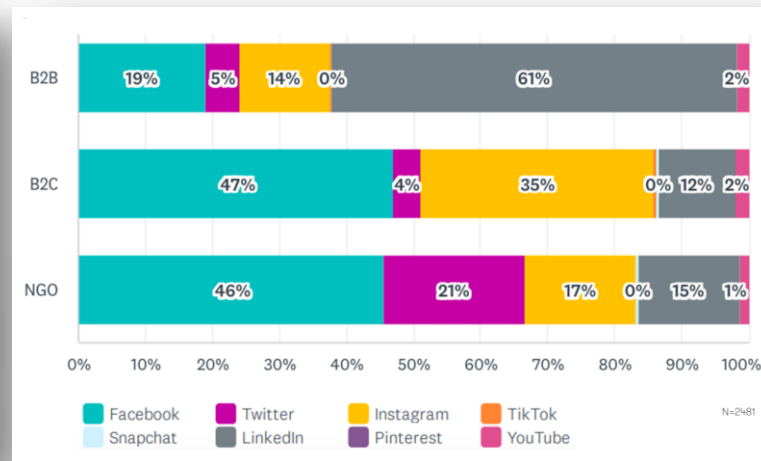


## Organisaatiot ovat panostaneet eniten Facebookiin, LinkedIniin ja Instagramiin

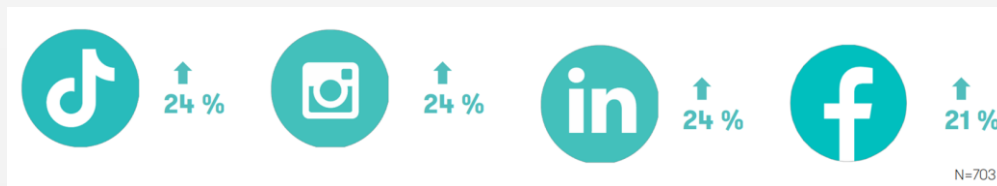
### Organisaatioiden käyttämät somepalvelut



### Tärkeimpinä pidetyt somepalvelut



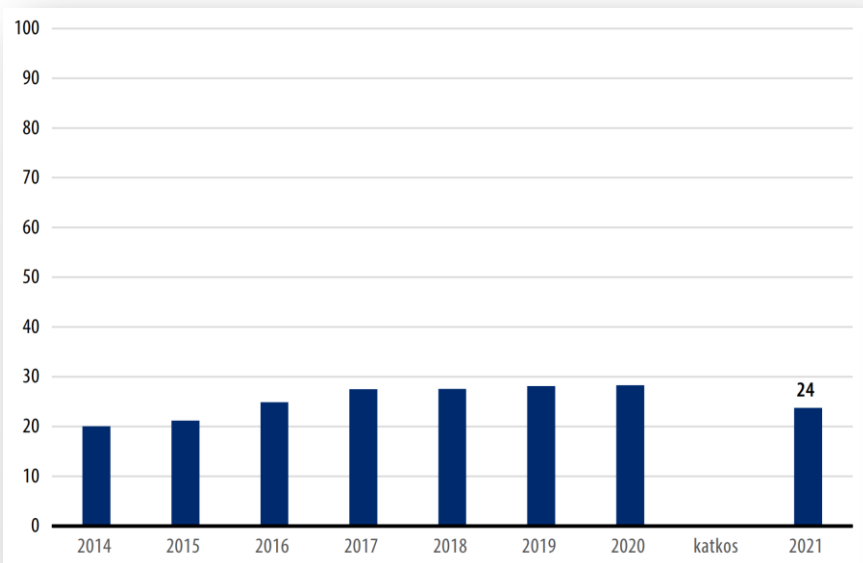
### Somepalvelut, joihin pohjoismaiset organisaatiot aikovat mennä v. 2022



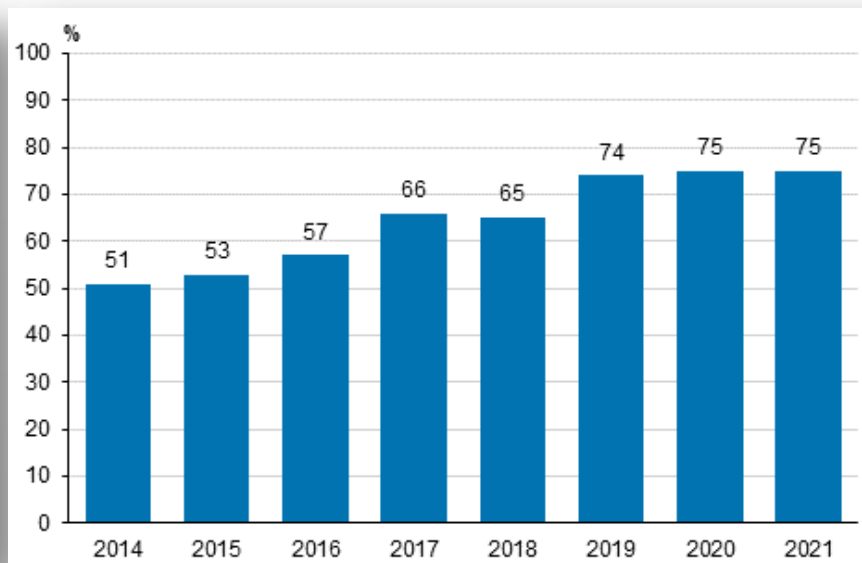




## Sosiaalisen median käyttö työssä



## Pilvipalvelujen käyttö yrityksissä



- Somepalvelujen käyttö työssä ei ole juuri kasvanut vuoden 2017 jälkeen, vaan laskenut.
- Yrityksissä käytetään laajasti pilvipalveluja kuten tiedostonjakoa ja toimisto-ohjelmia.

10



# WhatsApp

WhatsApp on päivittäin käytetyin somepalvelu.





## WhatsAppin käyttäjät Suomessa 16-74-v.

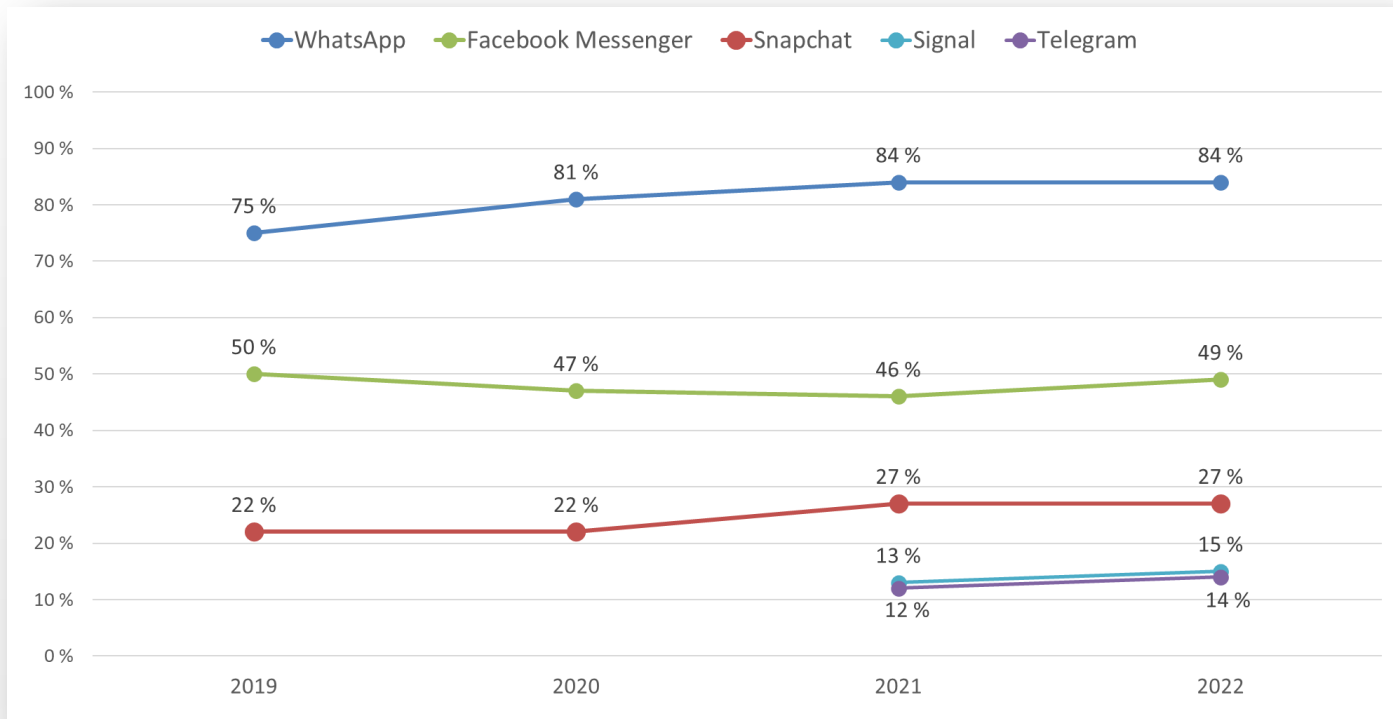
Viikoittaisia käyttäjiä 3,4 M (84 %)



- Päivittäisiä käyttäjiä 62 %
- Naisista pv-käyttäjiä 66 %
- Miehistä pv-käyttäjiä 58 %
  
- Ei muutosta viime vuoteen



## Viestipalvelujen viikoittainen käyttö 2019-2022



- WhatsApp on yhä selvästi suosituin viestipalvelu. Nuorilla ykköspalvelu on Snapchat.



## Nuoret ovat vähentäneet viestipalvelujen käyttöä, vanhemmat lisänneet

		WhatsApp (2021: 109-164 vastaajaa, 2022: 118-172 vastaajaa)		Facebook Messenger (2021: 73-152 vastaajaa 2022: 82-137 vastaajaa)		Telegram (2021: 5-55 vastaajaa 2022: 8-57 vastaajaa)		Signal (2021: 11-58 vastaajaa 2022: 10-48 vastaajaa)	
		Vähentänyt käyttöä	Lisännyt käyttöä	Vähentänyt käyttöä	Lisännyt käyttöä	Vähentänyt käyttöä	Lisännyt käyttöä	Vähentänyt käyttöä	Lisännyt käyttöä
16-24	2021	29%	10%	38%	13%	44%	8%	28%	27%
	2022	<b>37%</b>	13%	36%	11%	41%	22%	33%	17%
25-34	2021	22%	19%	36%	13%	26%	23%	26%	40%
	2022	22%	13%	37%	7%	36%	15%	34%	22%
35-44	2021	14%	21%	30%	13%	10%	21%	10%	27%
	2022	11%	14%	23%	9%	18%	23%	20%	20%
45-54	2021	11%	23%	21%	12%	24%	23%	18%	35%
	2022	9%	18%	20%	12%	40%	20%	14%	27%
55-64	2021	10%	33%	19%	13%	13%	38%	5%	40%
	2022	13%	21%	23%	13%	27%	0%	24%	13%
65-74	2021	6%	23%	15%	9%	36%	41%	8%	46%
	2022	6%	21%	21%	10%	37%	0%	9%	9%

- 16-24-vuotiaiden WhatsApp-pako jatkuu: 37 % oli vähentänyt sen käyttöä edellisen vuoden aikana.

14



# YouTube

YouTube on erityisesti miesten suosiossa.





## YouTube'n käyttäjät Suomessa 16-74-v.

Viikoittaisia käyttäjiä 3,0 M (75 %)



- Päivittäisiä käyttäjiä 34 %
- Naisista pv-käyttäjiä 27 %
- Miehistä pv-käyttäjiä 40 %
  
- Pientä laskua viime vuodesta



## YouTube on suosituin verkkosivusto heti Googlen jälkeen

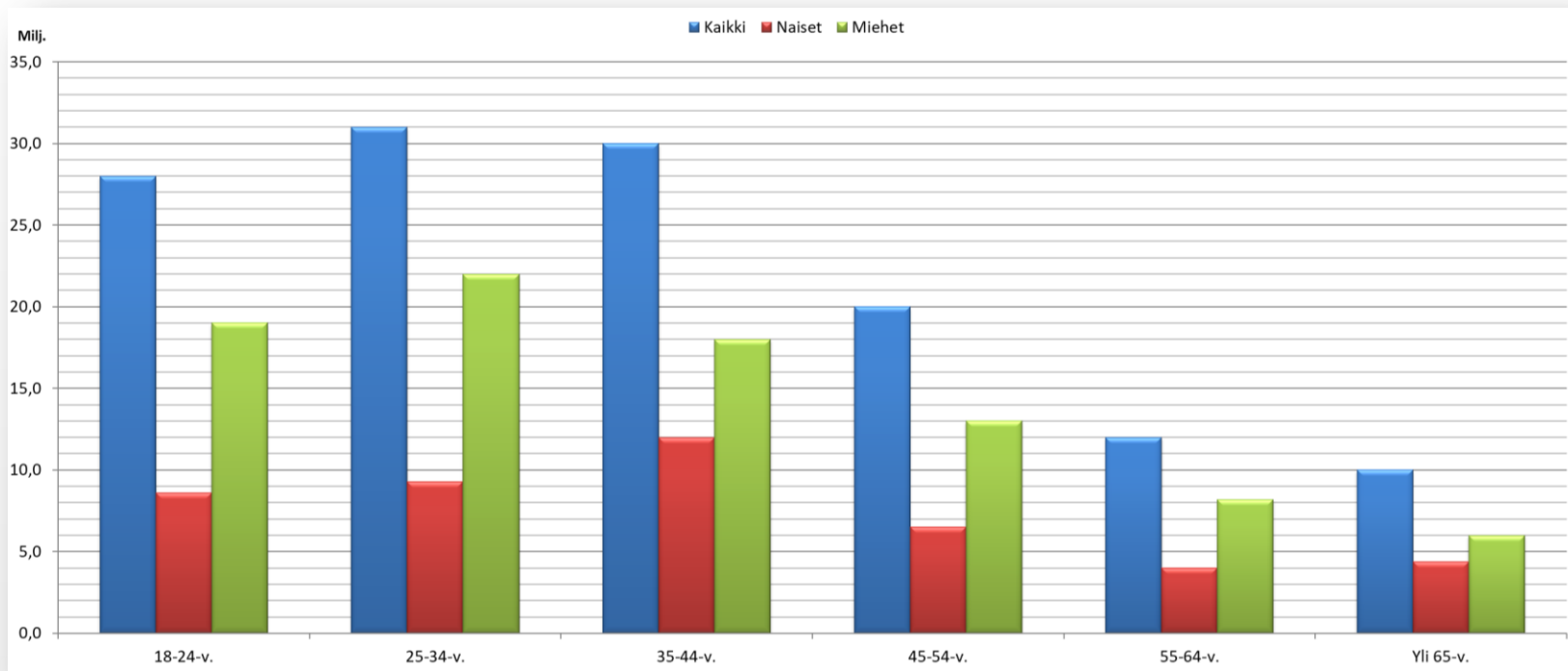
Rank	Website	Category
1	google.com	Computers Electronics and Technology > Search Engines
2	youtube.com	Arts & Entertainment > Streaming & Online TV
3	is.fi	Computers Electronics and Technology
4	facebook.com	Computers Electronics and Technology > Social Media Networks
5	iltalehti.fi	News & Media Publishers
6	yle.fi	News & Media Publishers
7	google.fi	Computers Electronics and Technology > Search Engines
8	wikipedia.org	Reference Materials > Dictionaries and Encyclopedias
9	hs.fi	News & Media Publishers
10	foreca.fi	Science and Education > Weather
11	tori.fi	eCommerce & Shopping > Classifieds
12	twitter.com	Computers Electronics and Technology > Social Media Networks
13	ilmatieteenlaitos.fi	Science and Education > Weather
14	instagram.com	Computers Electronics and Technology > Social Media Networks
15	op.fi	Finance > Banking Credit and Lending

- YouTube nousi Suomen toiseksi suosituimmaksi verkkosivustoksi vuonna 2009 ja sillä sijalla se on yhä.
- YouTubea kutsutaan usein maailman toiseksi suosituimmaksi hakukoneeksi. Sitä se on myös Suomessa.
- YouTuben sosiaalisen median luonteesta voidaan olla montaa mieltä: esimerkiksi IROResearchin tutkimuksen (2021) mukaan harva pitää YouTubea sosiaalisena mediana.





## YouTube-videoiden katselumäärät Suomessa ikäryhmittäin per viikko



- Keskimäärin 66 % YouTube-videoiden katseluista tapahtuu miesten toimesta
- 43 % videokatseluista tapahtuu alle 35-vuotiaiden toimesta



## Suosituimmat YouTube-kanavat (suomenkieliset)

#	nimi	tilaajat	7 pv	30 pv	näyttökerrat	7 pv	30 pv
1.	Taikamuna <small>FI ZX</small>	772 000	±0	+3 000	263 052 256	+631 512	+2 487 458
2.	Taikalinna <small>FI</small>	591 000	+9 000	+28 000	244 763 093	+3 026 994	+9 810 414
3.	Roni Back <small>FI</small>	587 000	+2 000	+5 000	434 259 091	+1 207 125	+5 067 328
4.	Herbalisti <small>FI</small>	452 000	+1 000	+7 000	118 074 069	+395 000	+2 506 088
5.	Pipsa Possu Suomi Virallinen <small>FI</small>	384 000	±0	±0	145 380 361	+161 975	+654 610
6.	NikojaSanttu <small>FI</small>	359 000	+2 000	+7 000	155 454 069	+939 615	+3 957 142
7.	Paqpa <small>FI</small>	335 000	±0	+3 000	467 500 732	+1 161 977	+5 356 182
8.	Biisonimafia <small>FI</small>	326 000	±0	±0	267 730 463	+124 528	+819 227
9.	eeddspeaks <small>FI</small>	325 000	±0	+1 000	78 854 600	+61 810	+559 105
10.	LaepaVika <small>FI</small>	288 000	±0	+1 000	107 863 038	+100 729	+774 169
11.	KOUKUS <small>FI</small>	287 000	±0	+3 000	90 466 392	+310 115	+1 613 194
12.	Deata <small>FI</small>	285 000	±0	±0	153 123 502	+53 172	+175 504
13.	Mike <small>FI</small>	272 000	±0	-1,000	244 104	+2 660	+9 199
14.	Vesikaste <small>FI</small>	264 000	±0	+2 000	107 306 669	+135 673	+1 171 997
15.	HurHur <small>FI</small>	254 000	±0	+1 000	74 539 662	+60 375	+246 260
16.	Lasten Leluvideot <small>FI</small>	246 000	±0	+1 000	134 286 009	+161 243	+1 064 587
17.	Duudsonit <small>FI</small>	242 000	±0	+1 000	92 284 205	+120 159	+460 626
18.	ASMR Sita Sofia <small>EN FI</small>	241 000	±0	±0	55 032 216	+63 027	+287 824
19.	Miska Haakana <small>FI</small>	236 000	±0	+2 000	92 218 209	+142 334	+932 236
20.	marieveronica <small>FI</small>	233 000	±0	±0	65 741 475	+10 424	+45 026



## TOP YouTube-hakusanat Suomessa (2021)

#	SEARCH QUERY	INDEX	#	SEARCH QUERY	INDEX
01	MUSIC	100	11	NIGHTWISH	25
02	LAKKO	95	12	ROBLOX	25
03	MINECRAFT	80	13	NIKOJASANTTU	24
04	PAQPA	61	14	LEGO	22
05	ASMR	47	15	KARAOKE	21
06	TIKTOK	38	16	AMONG US	20
07	FORTNITE	34	17	PETE	19
08	FINLAND	29	18	LAKKO MINECRAFT	19
09	RONI BACK	27	19	GTA	18
10	METSA MAN	26	20	SALKKARIT	18

20



# Facebook

Korona-aika on lisännyt Facebookin käyttöä, mutta sen keski-ikäistyminen jatkuu.



## Facebookin käyttäjät Suomessa 16-74-v.

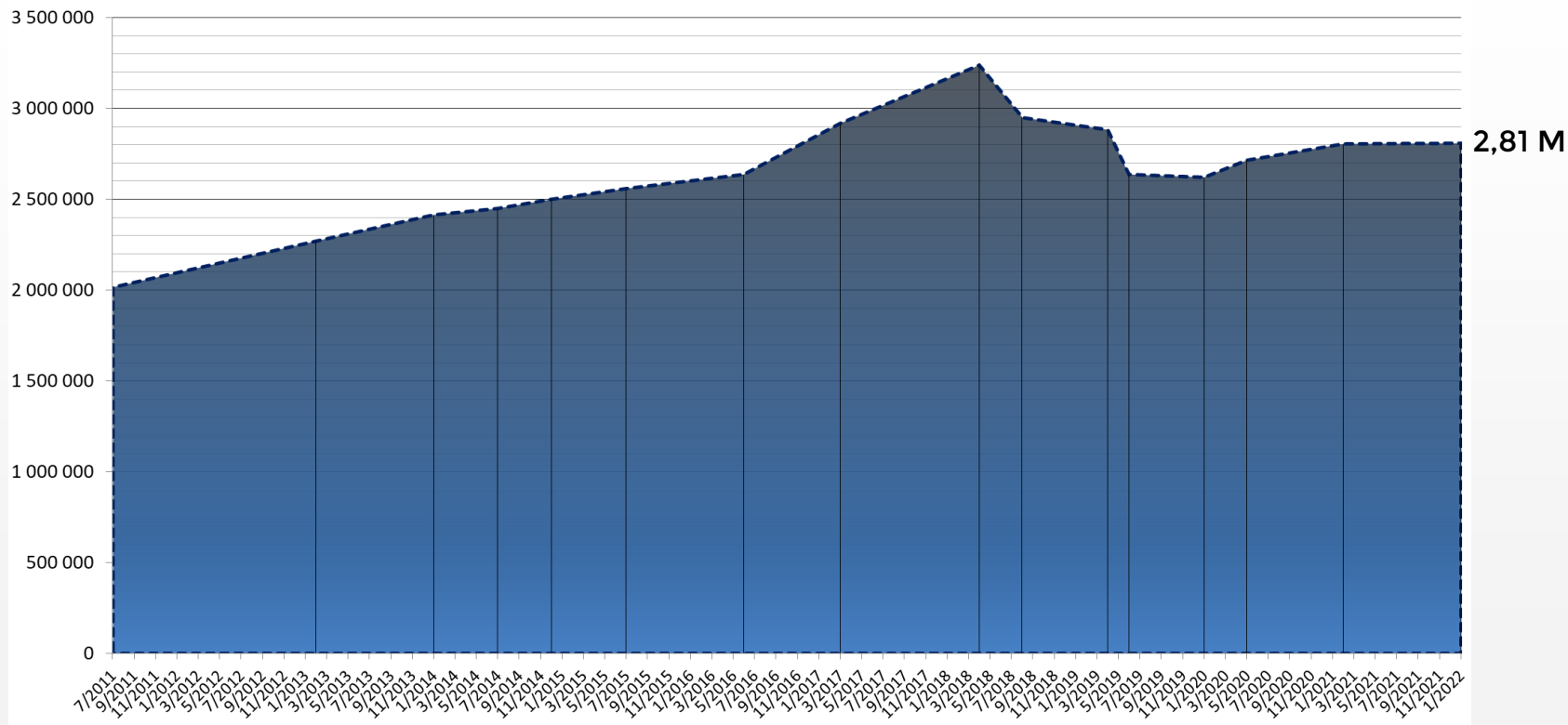
Viikoittaisia käyttäjiä 2,9 M (72 %)



- Päivittäisiä käyttäjiä 52 %
- Naisista pv-käyttäjiä 61 %
- Miehistä pv-käyttäjiä 44 %
  
- Pientä laskua viime vuodesta



## Facebookin kk-käyttäjämäärä Suomessa 2011-2022

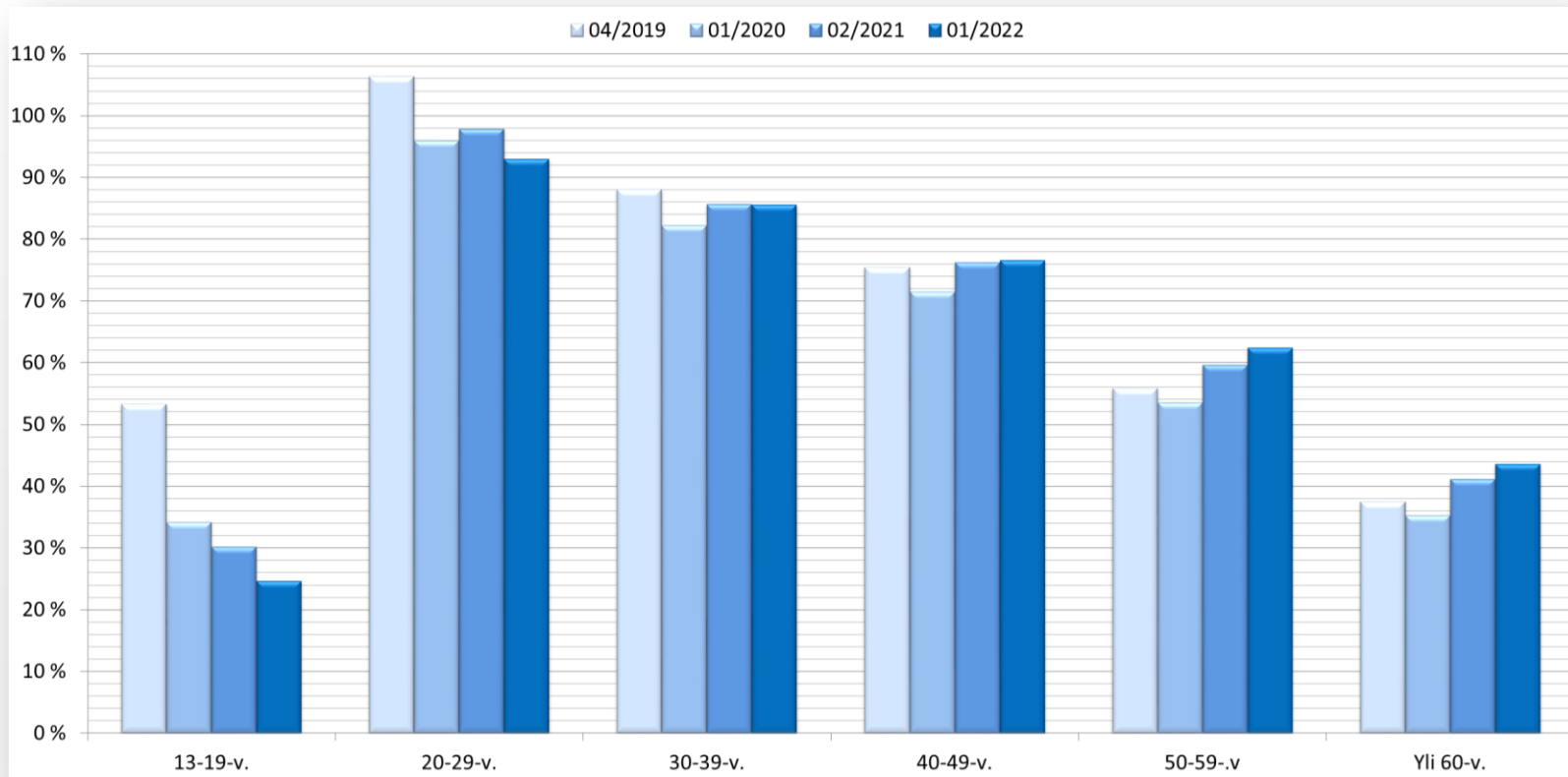


Datalähde: Facebookin mainoskoneen lukemat kuvaajaan merkittyinä kuukausina 22.7.2011-15.1.2022. Tekijä: Harto Pönkä.

Facebookin mukaan lukemat perustuvat ihmisten määrään, joille näytettiin mainoksia viimeisten 30 päivän aikana, tai (v. 2022 lähtien) jotka voivat nähdä mainoksen.



## Facebookin tilastoimat käyttäjät Suomessa ikäryhmittäin 2019–2022



## Facebookin emoji-reaktiot ja algoritmin muutokset



2016:

Emoji-reaktiot "ihastu", "haha", "vau", "surullinen" ja "vihainen". Algoritmi suosittelee julkaisuja eri reaktioiden perusteella.

2018:

Emoji-reaktioiden arvo vähennetään neljäksi tavalliseksi tykkäykseksi. *Cambridge Analytica* -kohu.



2020:

Facebook lisää koronan myötä "läheisyys"-reaktion. "Vihainen"-reaktion arvoksi **1,5 tykkäystä**.



2008:

Facebook otti käyttöön tykkäykset. Algoritmi hyödyntää niitä julkaisujen suositteluun.



2017:

Emoji-reaktioiden arvoksi muutettiin algoritmissa **viiden normaalin tykkäyksen** arvo.



2019:

Facebookin tutkijoiden mukaan "vihainen"-reaktioita saaneet julkaisut sisälsivät usein virheellistä ja vahingollista sisältöä. Algoritmi saattoi myös nostaa näkyvyyttä suhteettoman paljon.



2021:

Kritiikki Facebookia kohtaan kasvaa. *Frances Haugen* vuotaa yhtiön sisäisiä dokumentteja. Syyskuussa "vihainen"-reaktion arvoksi **nolla tykkäystä**.



# Instagram

Instagramille on käynyt “facebookit”: käyttö nuorilla laskee, mutta kasvua tulee vanhemmista.



## Instagramin käyttäjät Suomessa 16-74-v.

Viikoittaisia käyttäjiä 2,3 M (57 %)



- Päivittäisiä käyttäjiä 34 %
- Naisista pv-käyttäjiä 39 %
- Miehistä pv-käyttäjiä 29 %
  
- Ei merkittävää muutosta viime vuoteen

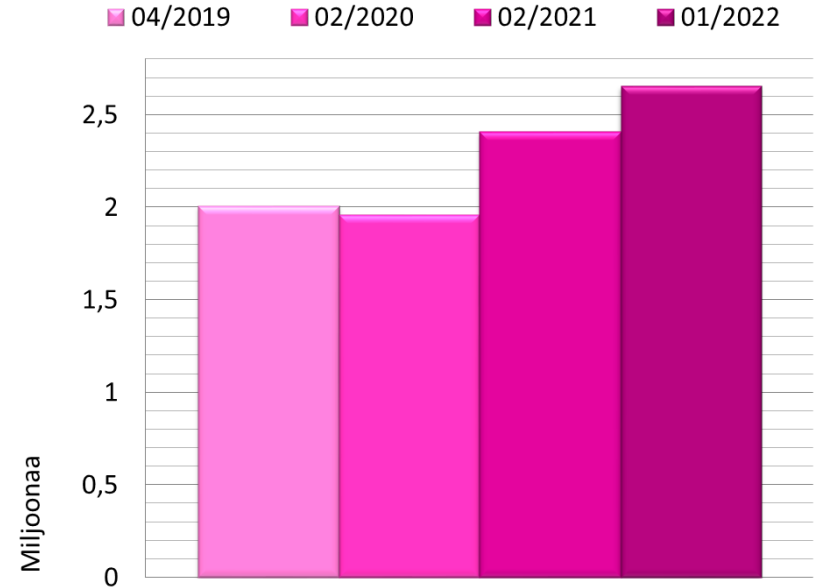
27



## Instagramin käytön yleistyminen jatkuu

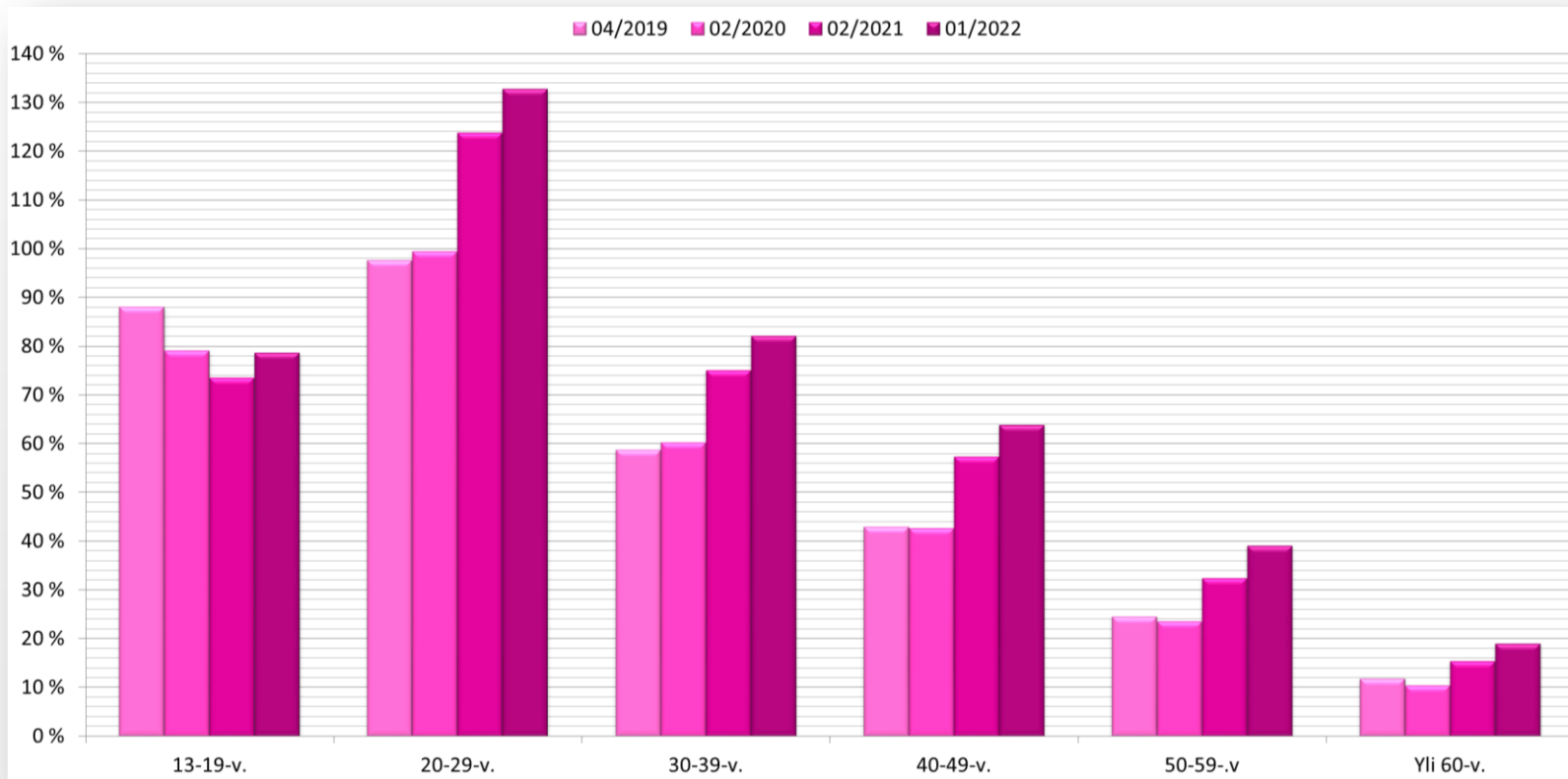
Instagramin tilastoima  
käyttäjämäärä Suomessa  
kasvoi vuodessa **10 %**.

Yli 13-vuotiaita  
suomalaiskäyttäjiä on nyt  
n. 2,6 miljoonaa/kk.



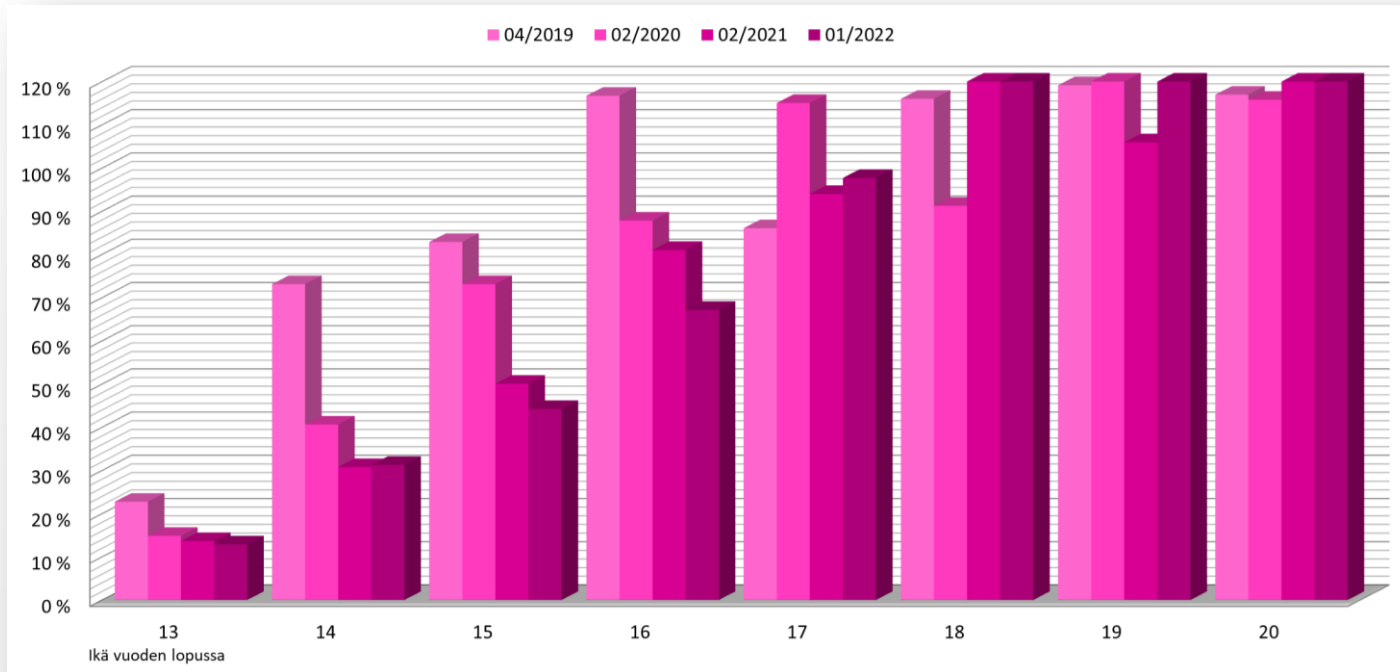


## Instagramin tilastoimat käyttäjät Suomessa ikäryhmittäin 2019-2022





## Instagramin tilastoimat 13-20-vuotiaat käyttäjät Suomessa 2019-2022



- Instagramin käyttö laskee alle 17-vuotiailla. Teinit kaikkoavat kuten aiemmin Facebookista.
- Ikänsä väärin ilmoittaneet käyttäjät ja mahdolliset botit näkyvät yli 100 %:n käyttöasteina.

30



# Twitter

Ukrainan sota siivitti Twitterin käytön uuteen huippuun maaliskuussa.



## Twitterin käyttäjät Suomessa 16-74-v.

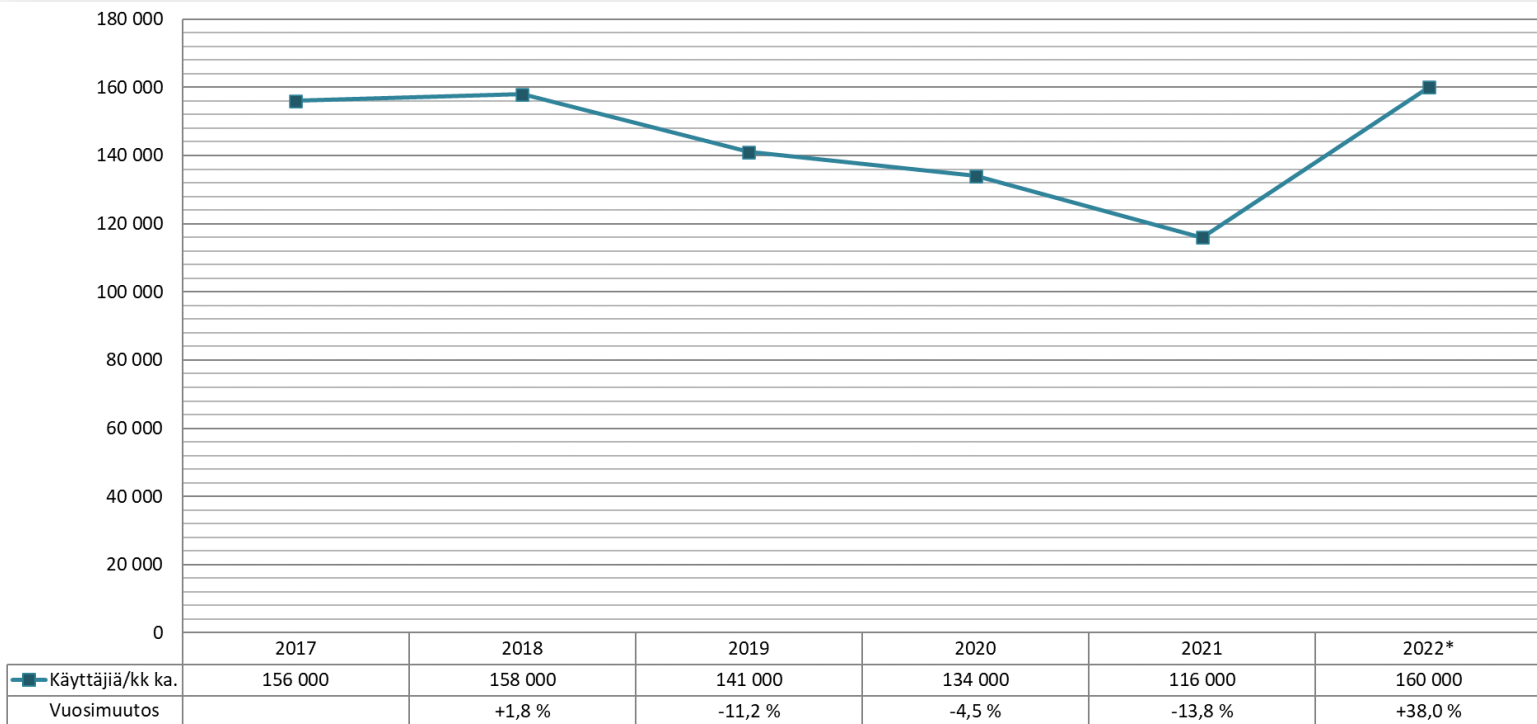
Viikoittaisia käyttäjiä 1,2 M (30 %)



- Päivittäisiä käyttäjiä 13 %
- Naisista pv-käyttäjiä 8 %
- Miehistä pv-käyttäjiä 17 %
  
- Selvää kasvua viime vuodesta



## Twitterin aktiiviset käyttäjät Suomessa 2017-2022 (kk-ka.)



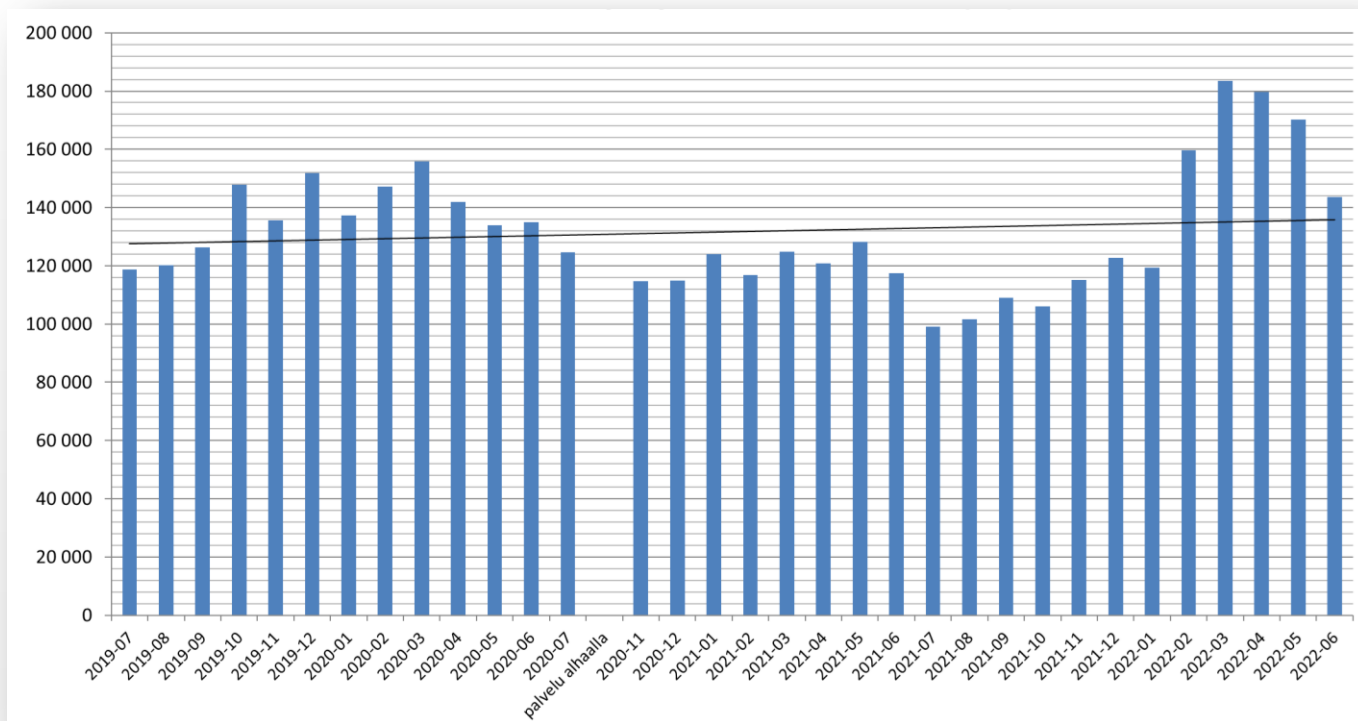
Data: Pinnalla-laskuri 2017-2022, luvut ovat jokaisen vuoden keskimääräinen käyttäjämäärä per kk. Kuva: Harto Pönkä, 5.7.2022.

\*) Huom. vuoden 2022 lukema on tammi-kesäkuulta.





## Aktiivisten suomalaikäyttäjien määrä Twitterissä (kk) 2019-2022



- Ukrainan sota ja Suomen Nato-jäsenyyden haku nostivat Twitterin käyttöä keväällä 2022

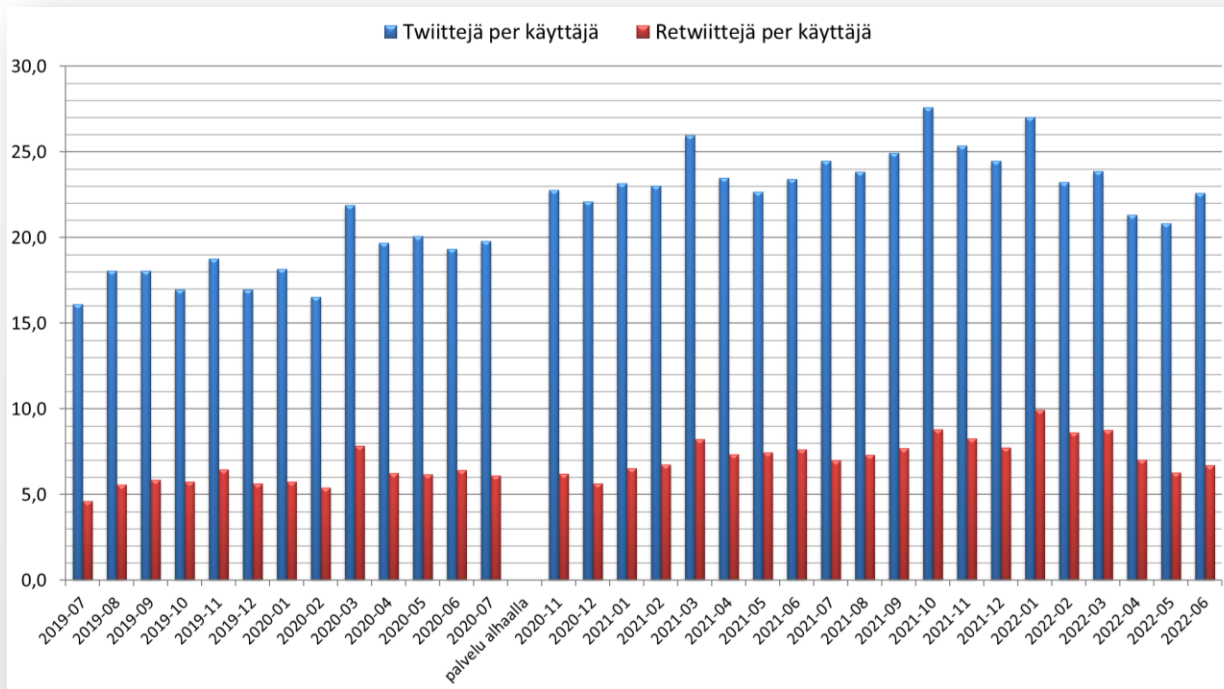
## Suomalaiset twiittaajat ja lukijat, arvio 07/2022

	Viikossa	Kuukaudessa	Vuodessa
Twiittaaja	<b>73 500</b> (keskiarvo 01-06/2022)	<b>160 000</b> (keskiarvo 01-06/2022)	<b>500-750 t.</b>
Twiittaaja ja lukijoita	<b>141 000</b>	<b>330 000</b>	<b>0,8-1,3 M</b>

Kun Twitterin käyttömääriä arvioidaan Pinnalla-laskurin datan perusteella, lukemat ovat huomattavasti kyselyjen tuloksia pienemmät.



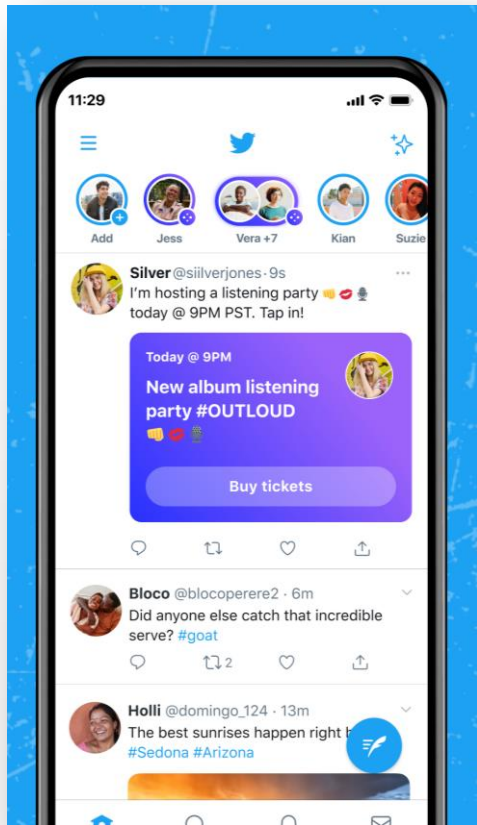
## Suomalaisten Twitter-käyttäjien aktiivisuus (kk)



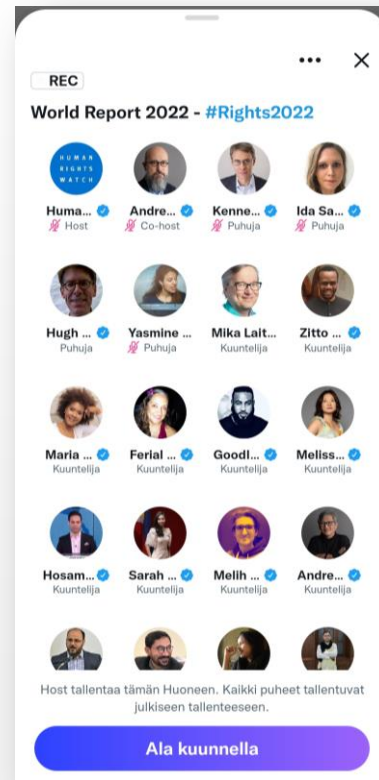
- Vaikka Twitterin käyttäjämäärä on ollut huippulukemissa keväällä 2022, ei käyttäjäkohtainen aktiivisuus ole noussut.



## Twitterin Huoneet (Spaces)



- Twitterin uusi toiminto audio-tapahtumien järjestämiseen
- Järjestäjä voi jakaa puheenvuoroja
- Huoneen ylläpitäjä voi moderoida huonetta, esim. hiljentää mikin ja poistaa käyttäjiä huoneesta
- Halukkaat voivat liittyä kuuntelemaan
- Julkistus ja lisätietoa: [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/product/2021/spaces-is-here](https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2021/spaces-is-here)
- Huoneen äänittäminen: <https://media.twitter.com/en/articles/products/2021/twitter-spaces/recorded-spaces>



# TikTok

TikTok on tämän hetken nopeimmin kasvava  
somepalvelu.



## TikTokin käyttäjät Suomessa 16-74-v.

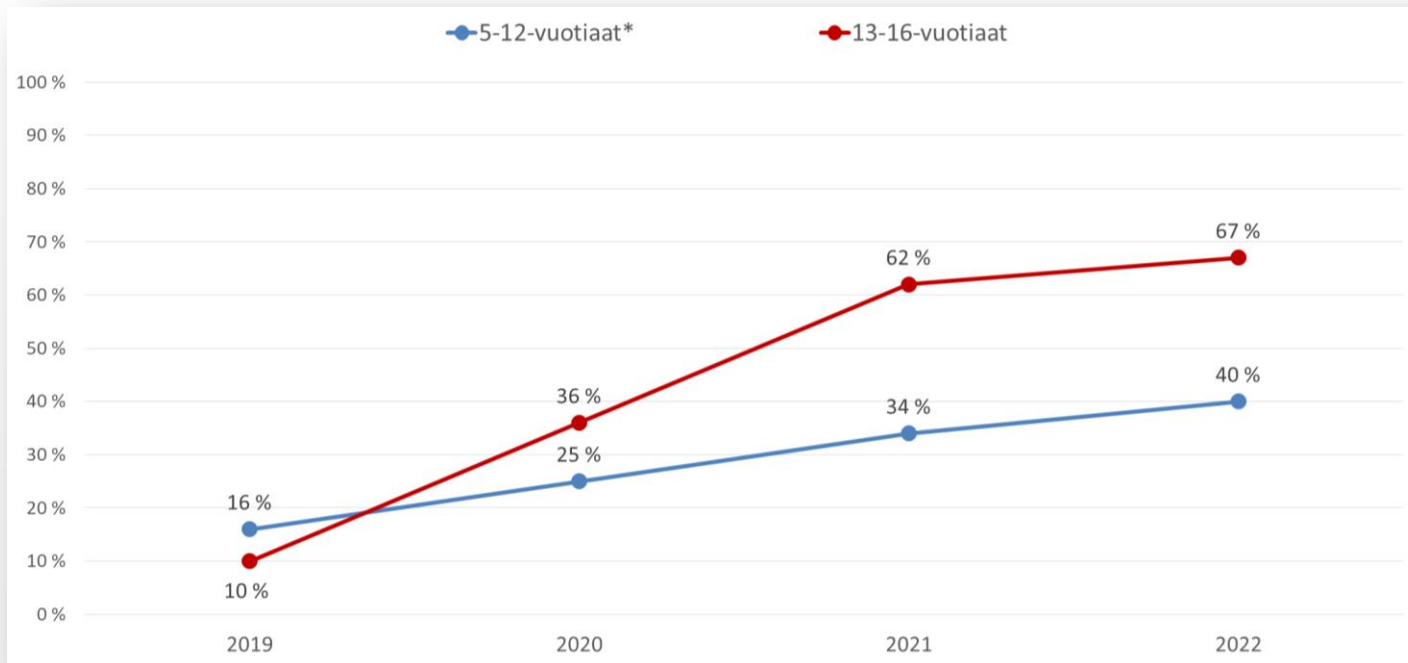
Viikoittaisia käyttäjiä 1,2 M (29 %)



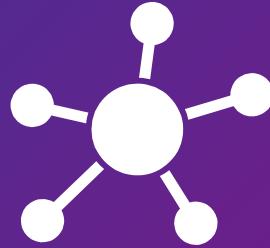
- Päivittäisiä käyttäjiä 16 %
- Naisista pv-käyttäjiä 14 %
- Miehistä pv-käyttäjiä 18 %
  
- Kasvattanut suosiotaan eniten viime vuodesta



## TikTokin käyttö 5-16-vuotiailla 2019-2022



- TikTokin käyttö on lisääntynyt 5-16-vuotiailla, vaikka sen ikäraja on 13 vuotta, ja suurta osaa sisällöstä ei voi suositella alaikäisille.

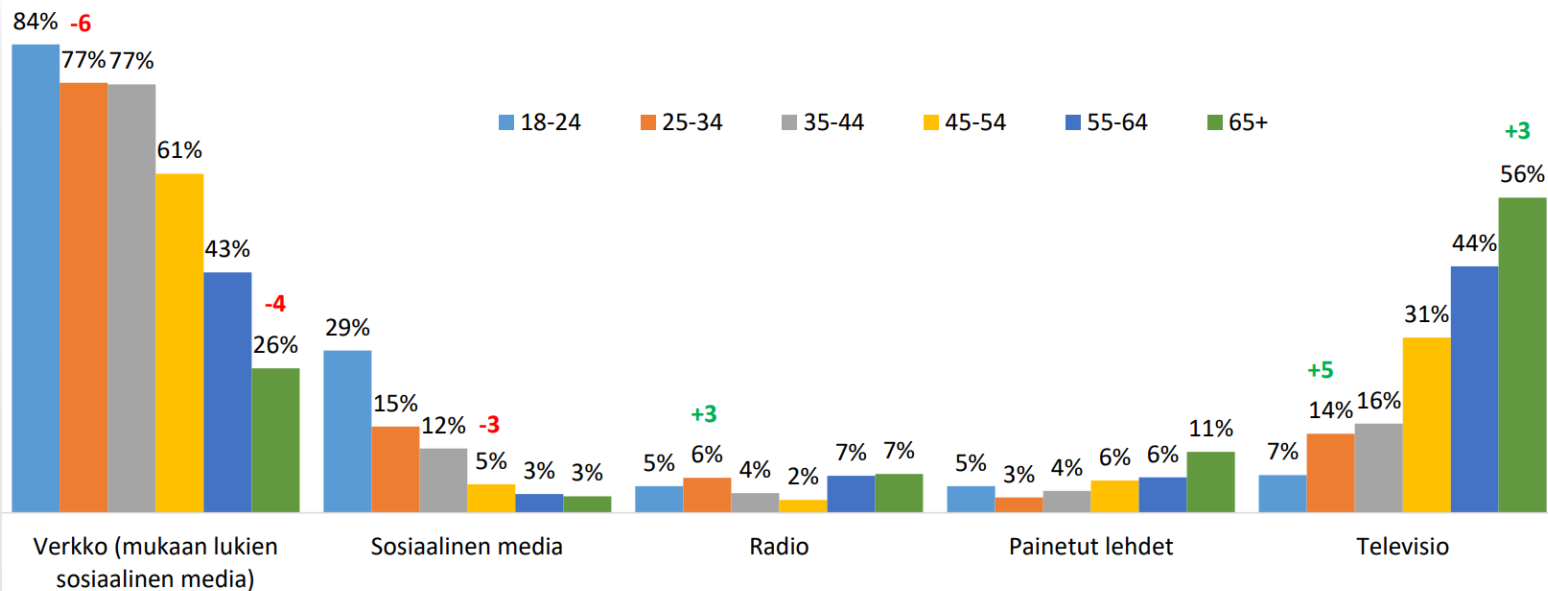


# Uutiset ja epäilyttävät tiedot somessa





## Verkko ja some ovat suomalaisten pääasiallinen uutislähde



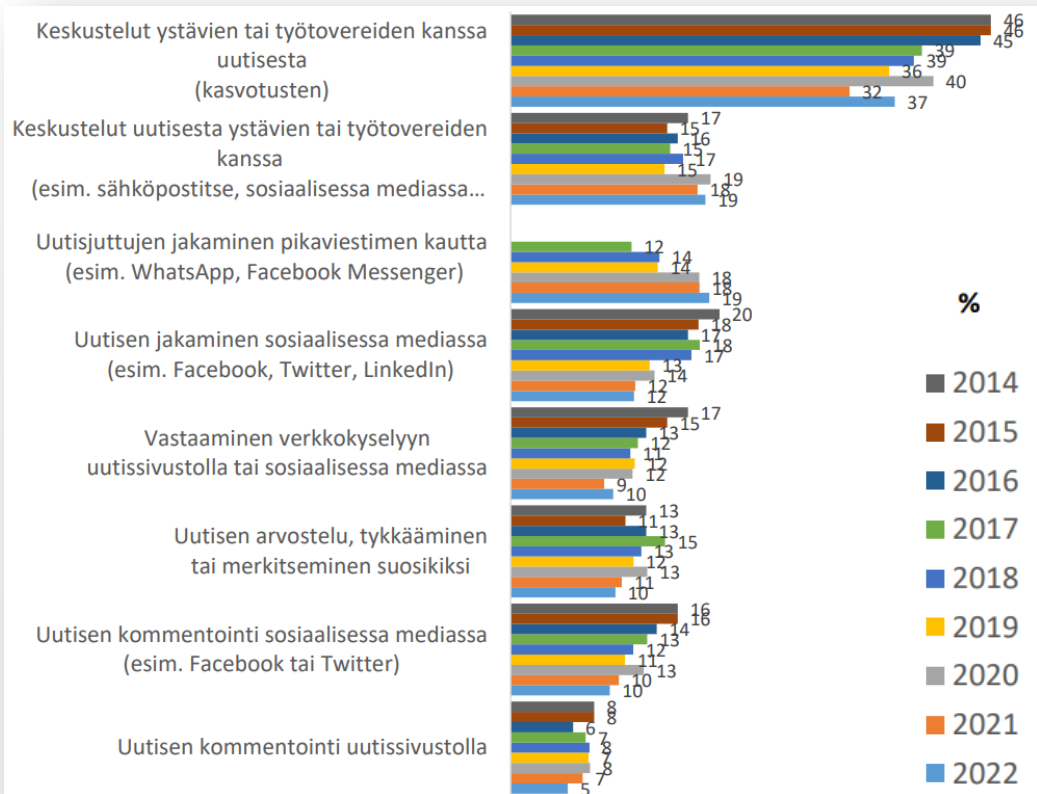
Q3/Q4: Kerroit, että käytit näitä uutislähteitä viimeisen viikon aikana. Mikä sanoisit olevan pääasiallinen uutislähteesi?

N=viimeisellä viikolla jotain uutislähdettä käyttäneet kussakin ikäryhmässä. Vähintään kolmen prosenttiyksikön muutokset edellisestä vuodesta on merkitty värillisellä numerolla prosenttiyksikköinä.

- Verkon uutissivustojen osuus nuorten uutislähteenä on laskenut edellisen vuoden aikana.



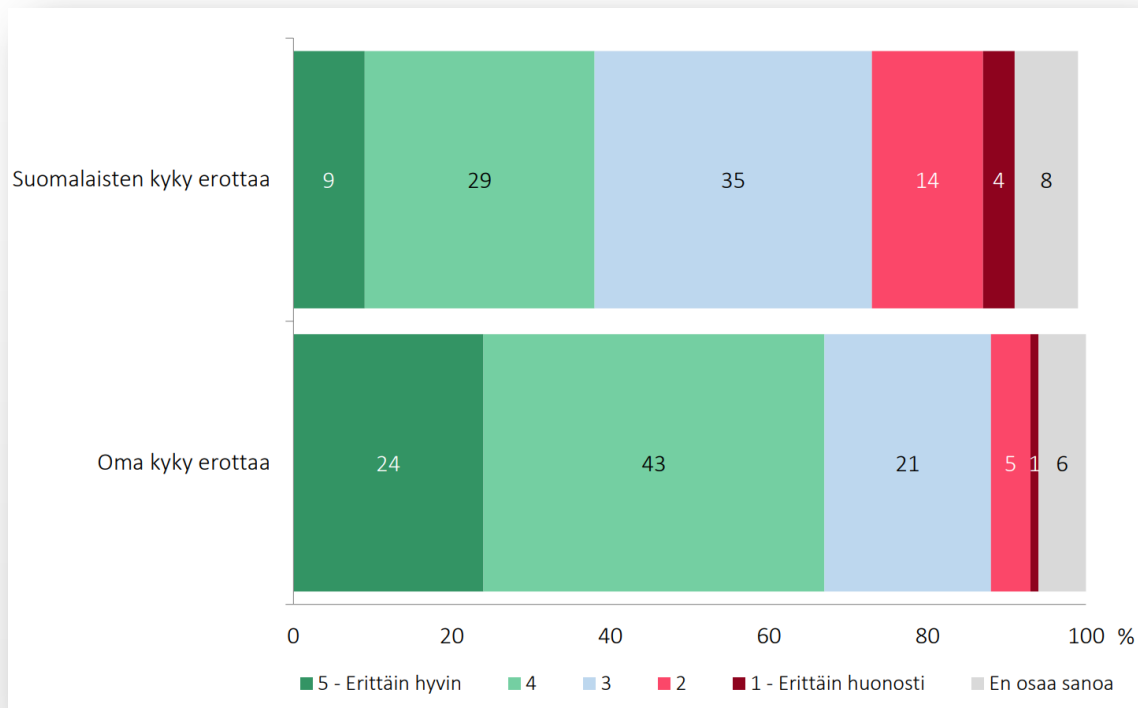
## Uutisiin reagoidaan yhä harvemmin somessa



- **Uutisia jaetaan yhä enemmän pikaviesteillä kuten WhatsAppilla**
- **Yhä harvempi tykkää tai kommentoi uutisia somessa**
- **Ani harva kommentoi uutisia uutissivustoilla**



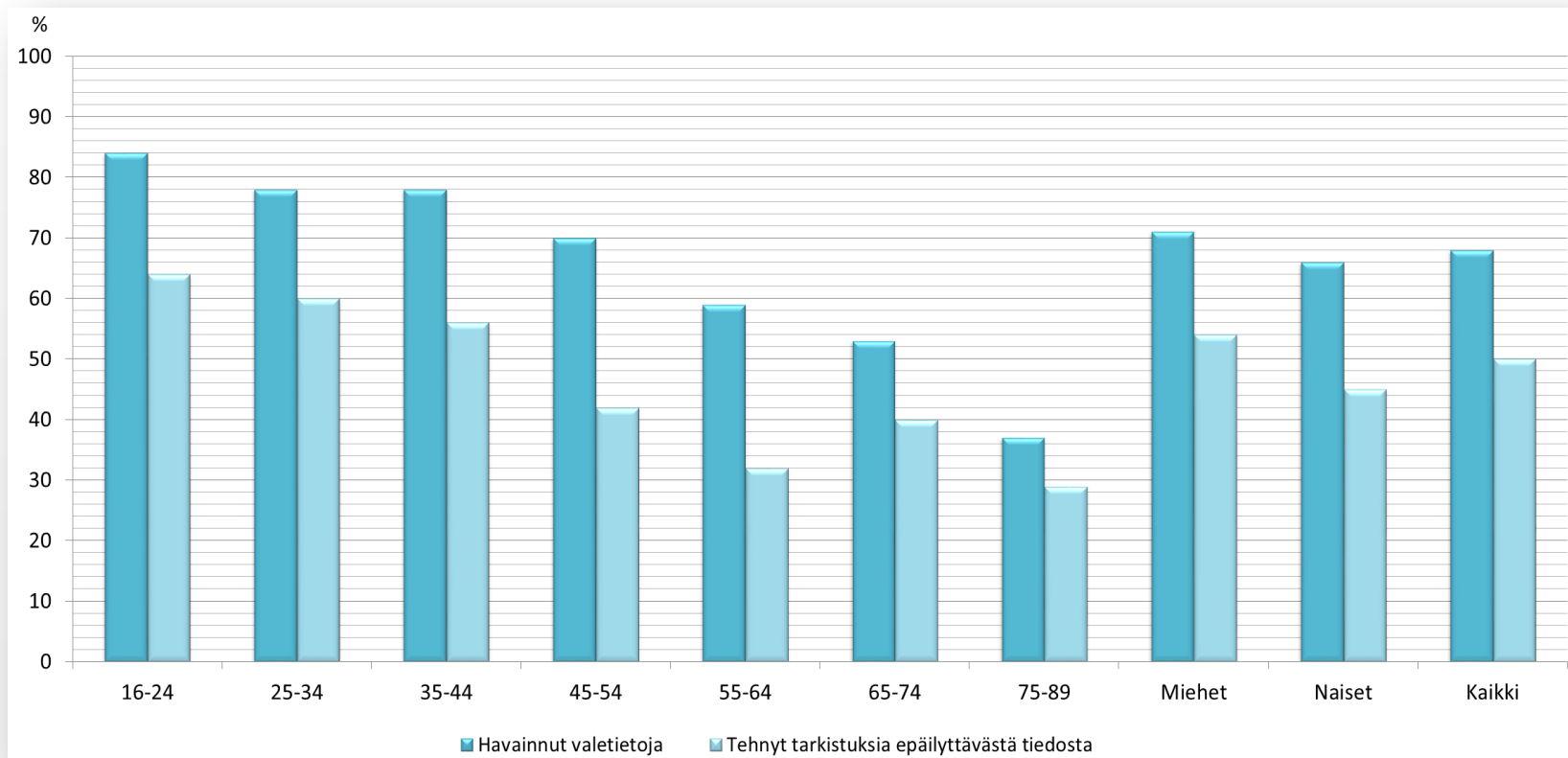
## Omiin kykyihin erottaa ulkopuoliset vaikuttamisyritykset luotetaan



- **75 % yli 18-vuotiaista suomalaisista uskoo tietoisesti harhaanjohtavan tiedon määrän lisääntyvän tämän ja ensi vuoden aikana.**
- **67 % uskoo OMIIN kykyihinsä erottaa ulkopuolinen vaikuttaminen**
- **38 % uskoo MUIDEN suomalaisten erottavan ulkopuolisen vaikuttamisen**

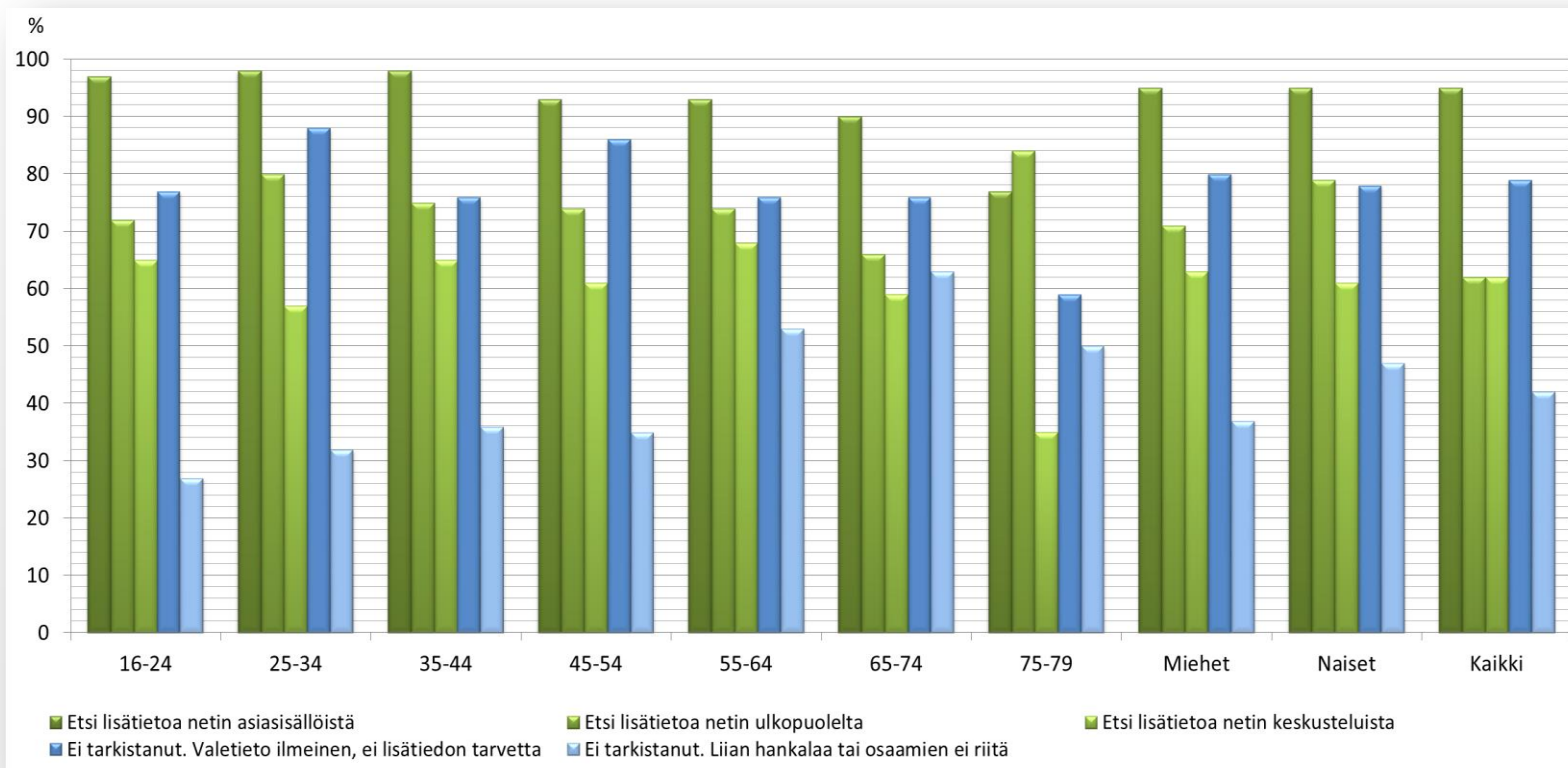


## Havainnut netissä epätosia tai epäilyttäviä tietoja edellisen 3 kk:n aikana





## Netissä havaitun epäilyttävän tiedon tarkistaminen tai tarkistamattomuus (edell. 3 kk)



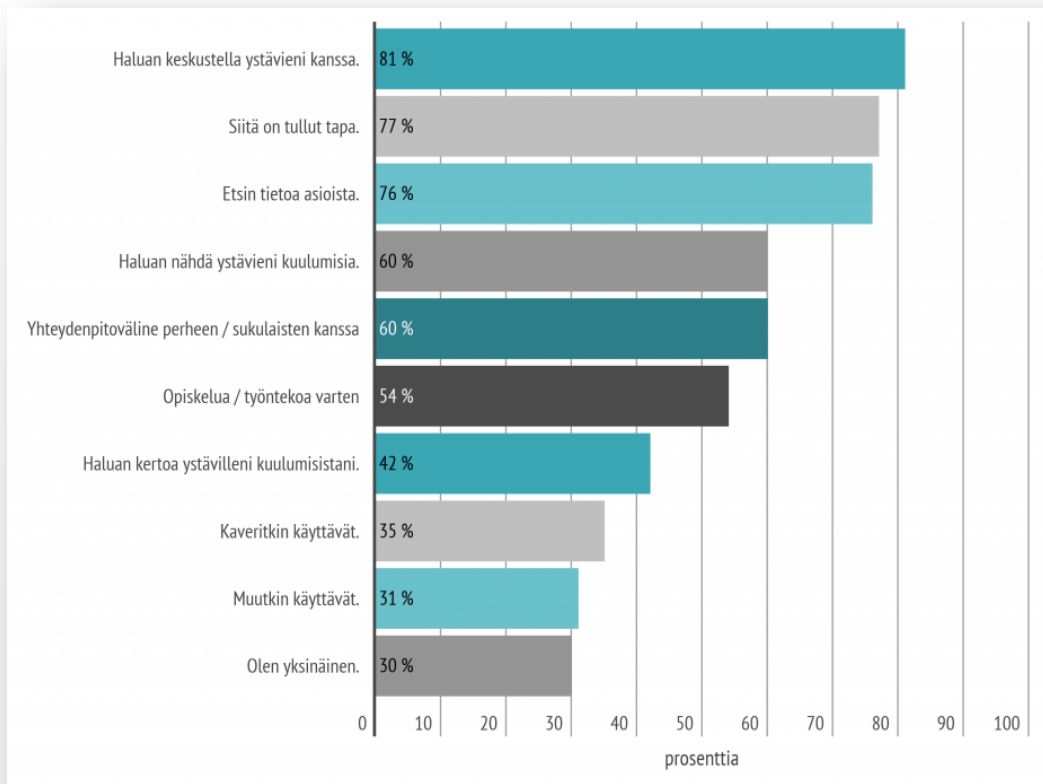
46



# Nuorten somen käyttö

Nuoret ovat vähentäneet useita heidän aiemmin suosimiensa somepalvelujen käyttöä.

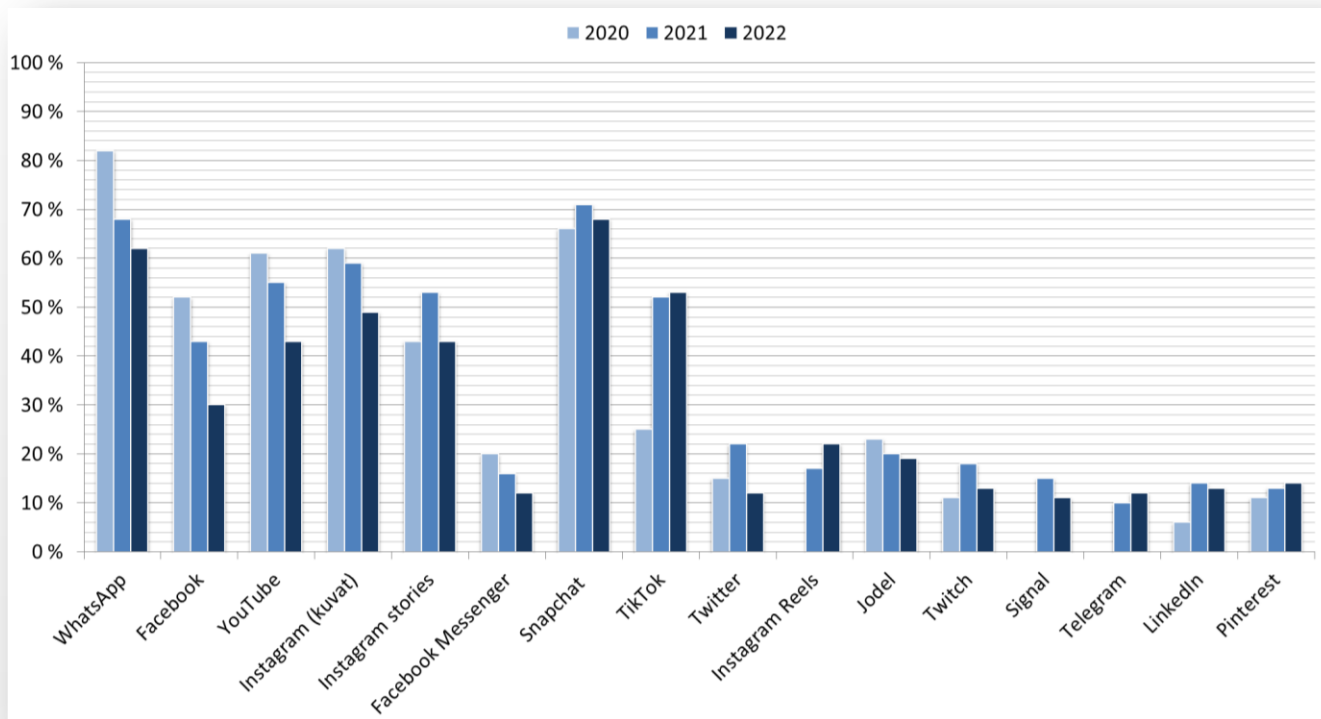
## Nuorten somen käytön syyt ovat säilyneet tuttuina



**”Tärkeimmäksi nimeäisin päivittäisessä käytössä olevat snapchatin ja whatsappin koska niillä keskustelen kavereitteni kanssa ja whatsappissa on esim koulun ryhmächattejä joissa kiertää tärkeää tietoa, ja yleisesti sitä käytetään tekstiviestin korvikkeena nykyään.”**



## 16-24-vuotiaiden päivittäin käyttämät somepalvelut 2020-2022

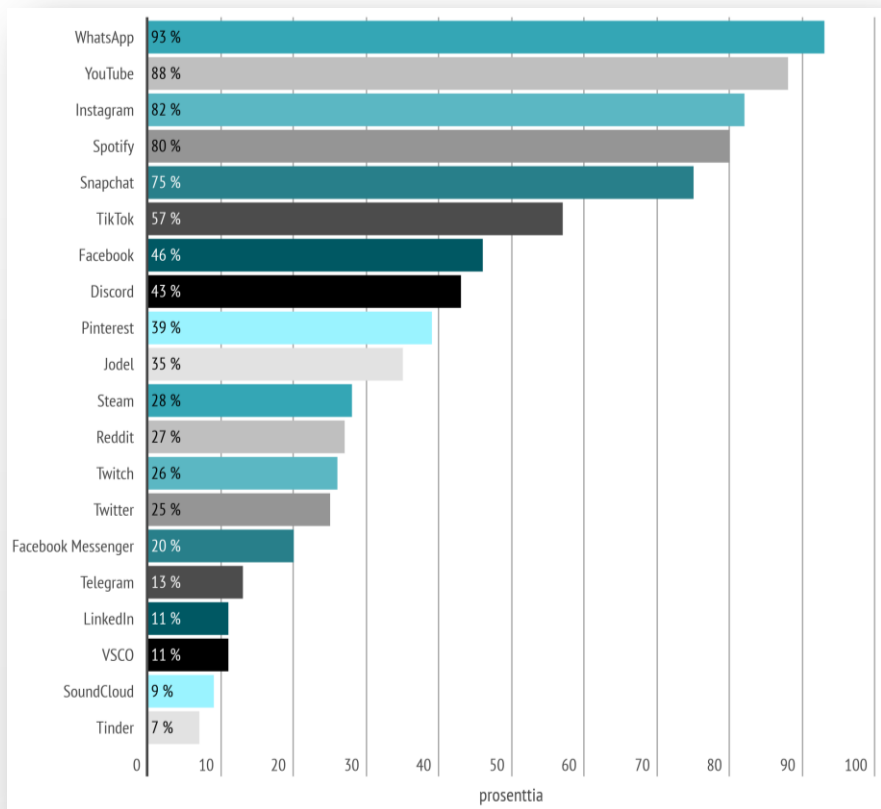


- Nuorten somen käyttö on vähentynyt selvästi WhatsAppissa, YouTubeissa ja Instagramissa.





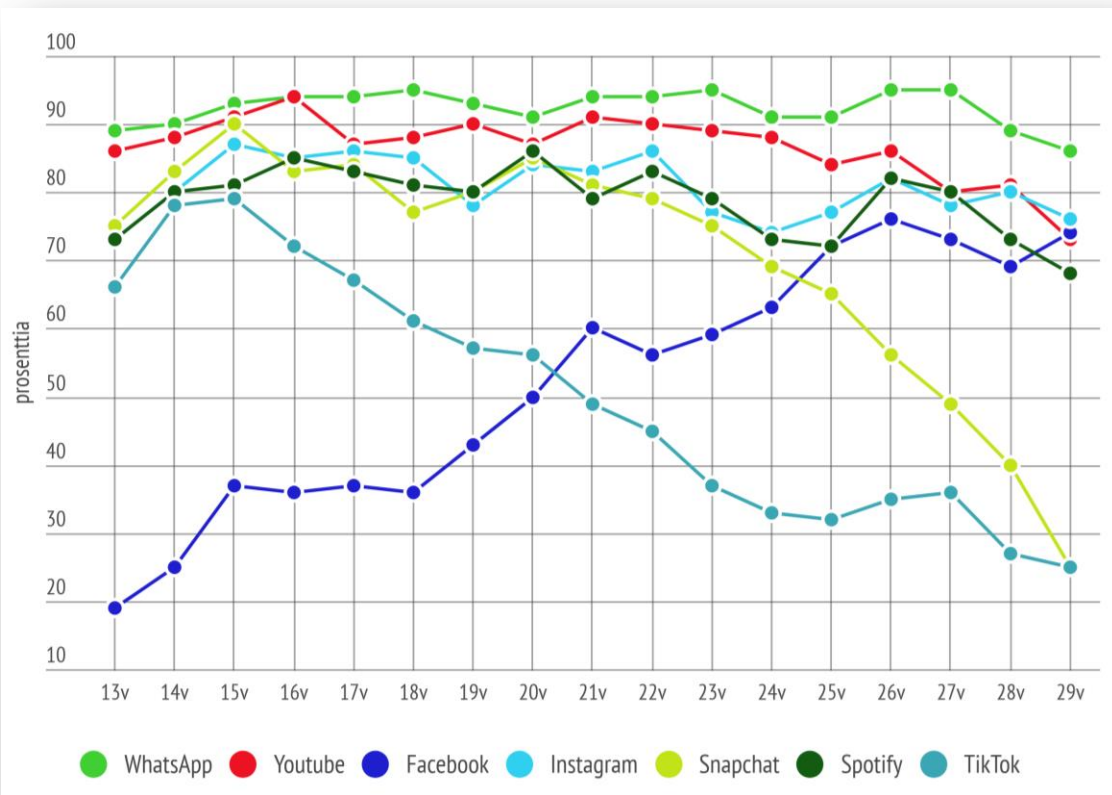
## Some ja nuoret 2022 -kysely: 13-29-vuotiaiden suosituimmat somepalvelut



Palvelu	2019	2022	Muutos %-yksikköä
WhatsApp	89 %	93 %	+ 4
YouTube	88 %	88 %	0
Instagram	79 %	82 %	+ 3
Spotify	72 %	80 %	+ 8
Snapchat	74 %	75 %	+ 1
TikTok	9 %	57 %	+ 48
Facebook	57 %	46 %	- 9
Discord	23 %	43 %	+ 20
Pinterest	24 %	39 %	+ 15
Jodel	21 %	35 %	+ 14
Reddit	17 %	27 %	+ 10
Twitch	20 %	26 %	+ 6
Twitter	23 %	25 %	+ 2
Facebook Messenger	32 %	20 %	- 12
Telegram	5 %	13 %	+ 8
LinkedIn	9 %	11 %	+ 2



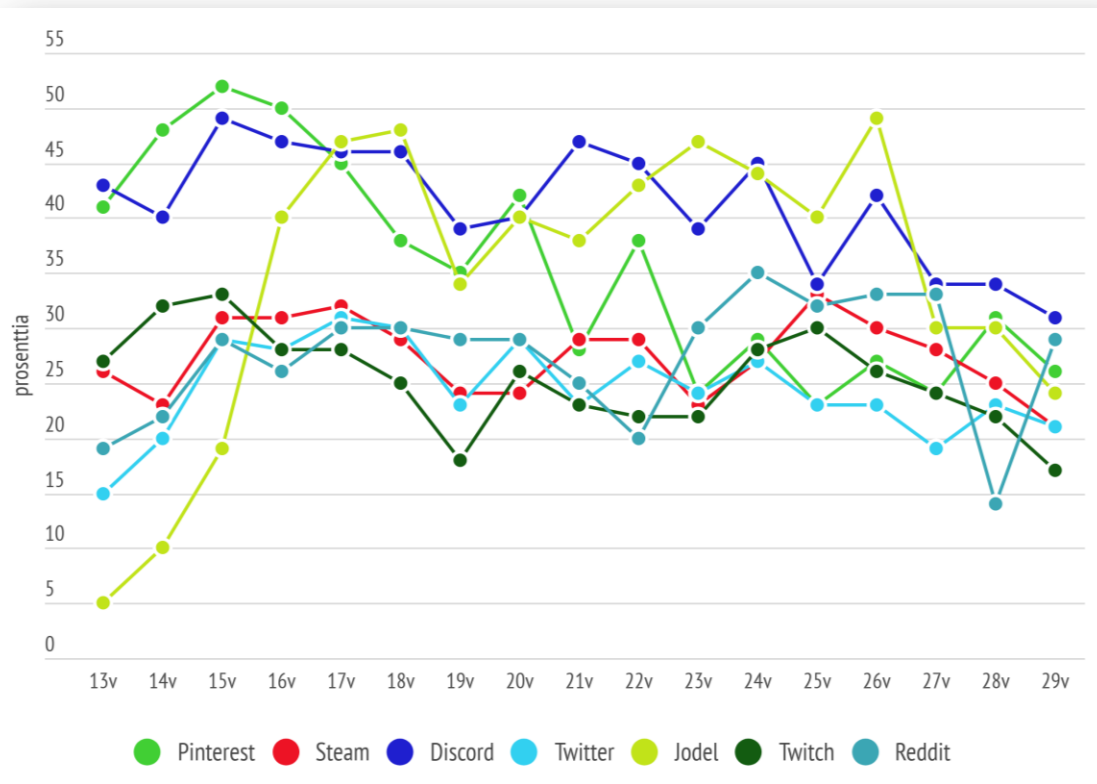
## 13-29-vuotiaiden somen käytön erot ikävuosittain



- **WhatsApp, YouTube ja Instagram** ovat kaiken ikäisten nuorten suosimia
- **TikTok** on erityisesti alle 18-vuotiaiden suosiossa
- **Snapchatin** käyttö laskee nopeasti tultaessa yli 25-vuotiaisiin
- **Facebookin** käyttö nousee nopeasti tultaessa yli 20-vuotiaisiin



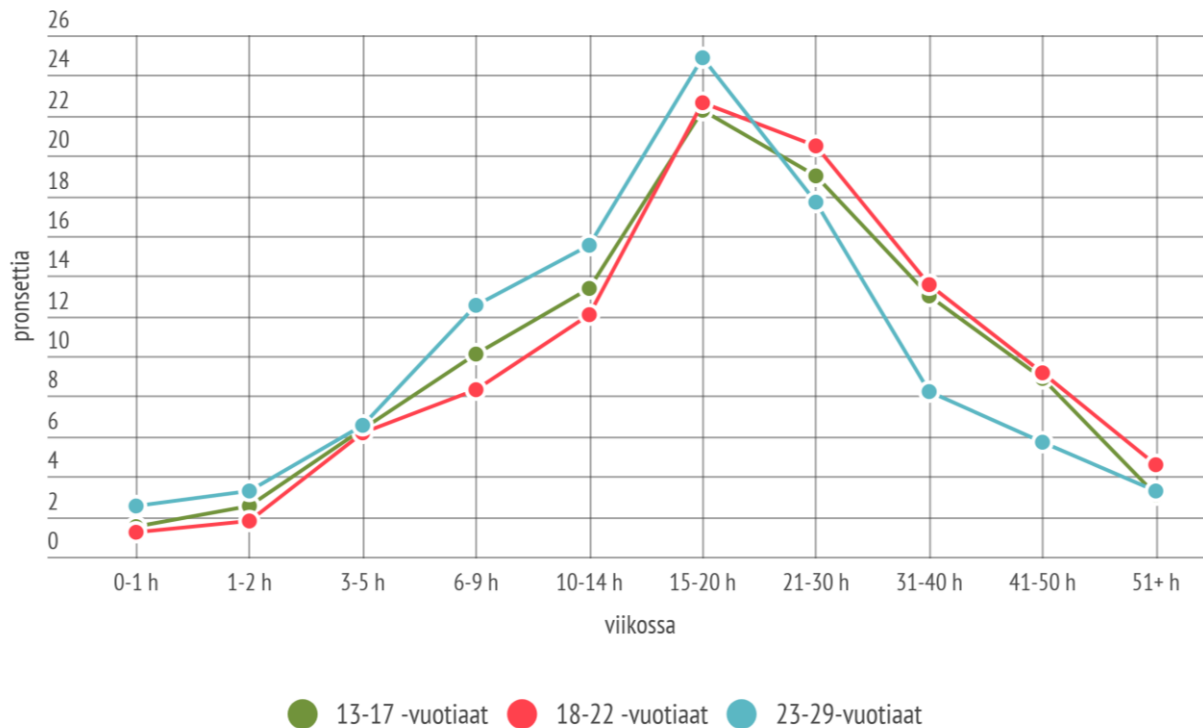
## Vähemmän käytetyt 13-29-vuotiaiden suosimat somepalvelut ikävuosittain



- **Discordin** käyttäjiä löytyy laajasti kaiken ikäisistä nuorista
- **Pinterest** on erityisesti 13-17-vuotiaiden suosiossa
- **Jodel** on erityisesti 16-26-vuotiaiden käytössä
- **Steamilla, Twitchillä, Twitterillä ja Redditillä** on kullakin omat nuoret käyttäjäkuntansa



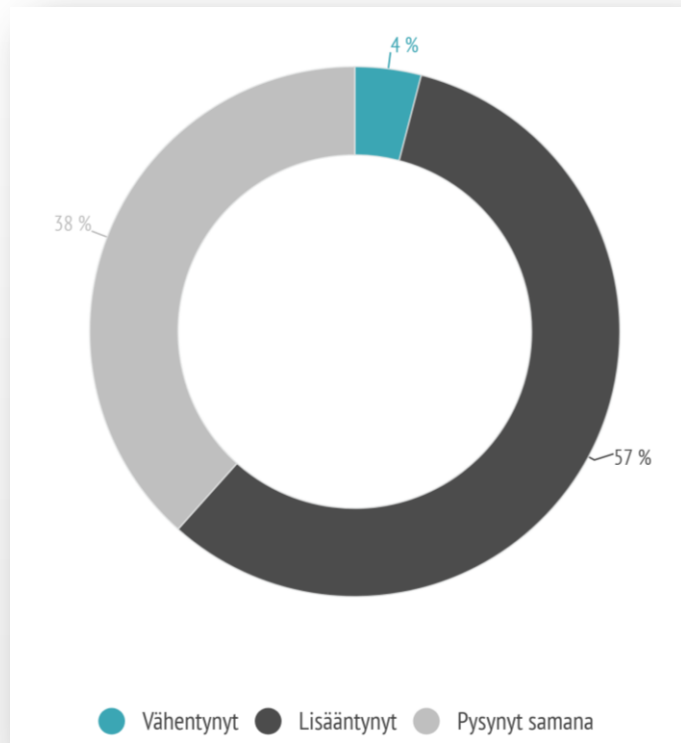
## Kuinka monta tuntia nuoret viettävät somepalveluissa viikon aikana?



- Tyypillinen nuori käyttää somea 15-20 tuntia viikossa eli n. 2-3 tuntia päivittäin
- 13-22-vuotiaat käyttävät somea selvästi enemmän kuin 23-29-vuotiaat
- Nuorten somessa käyttämä aika on laskenut verrattuna vuosien 2019 ja 2016 kyselyihin.



## Korona lisäsi selvästi nuorten sosiaalisen median käyttöä



- 57 % 13-29-vuotiaista kertoi koronan lisänneen somen käyttöä.
- Vain harvalla (4 %) korona oli vähentänyt somen käyttöä.
- Nuorten somen käyttömäärien lasku vuonna 2022 verrattuna vuoteen 2021 voi osin selittyä korona-ajan rajoitusten vähentymisellä: nyt he voivat olla muutenkin helpommin kavereidensa kanssa.

## Kysely: yli puolet tytöistä kertoi käyttävänsä filttäreitä somessa

	10-13-vuotiaat tytöt	14-17-vuotiaat tytöt
lisää kuvaan filttäreillä erilaisia elementtejä, esimerkiksi eläimen korvat tai sädekehän	85 %	82 %
silottaa kasvojensa ihoa	40 %	68 %
suurentaa silmiään	37 %	44 %
muokkaa kehoaan, esimerkiksi pienentää vyötäröään	34 %	49 %
vaihtaa silmiensä väriä	33 %	44 %
vaalentaa hampaitaan	31 %	40 %
suurentaa huuliaan	30 %	48 %
muokkaa ihonväriään vaaleammaksi	28 %	40 %
muokkaa ihonväriään tummemmaksi	25 %	39 %
pienentää nenäänsä	23 %	32 %

Huom. Tämän kyselyn tuloksia ei voi yleistää, mutta se kertoo, millaisia paineita nuoret voivat kokea somessa.

55



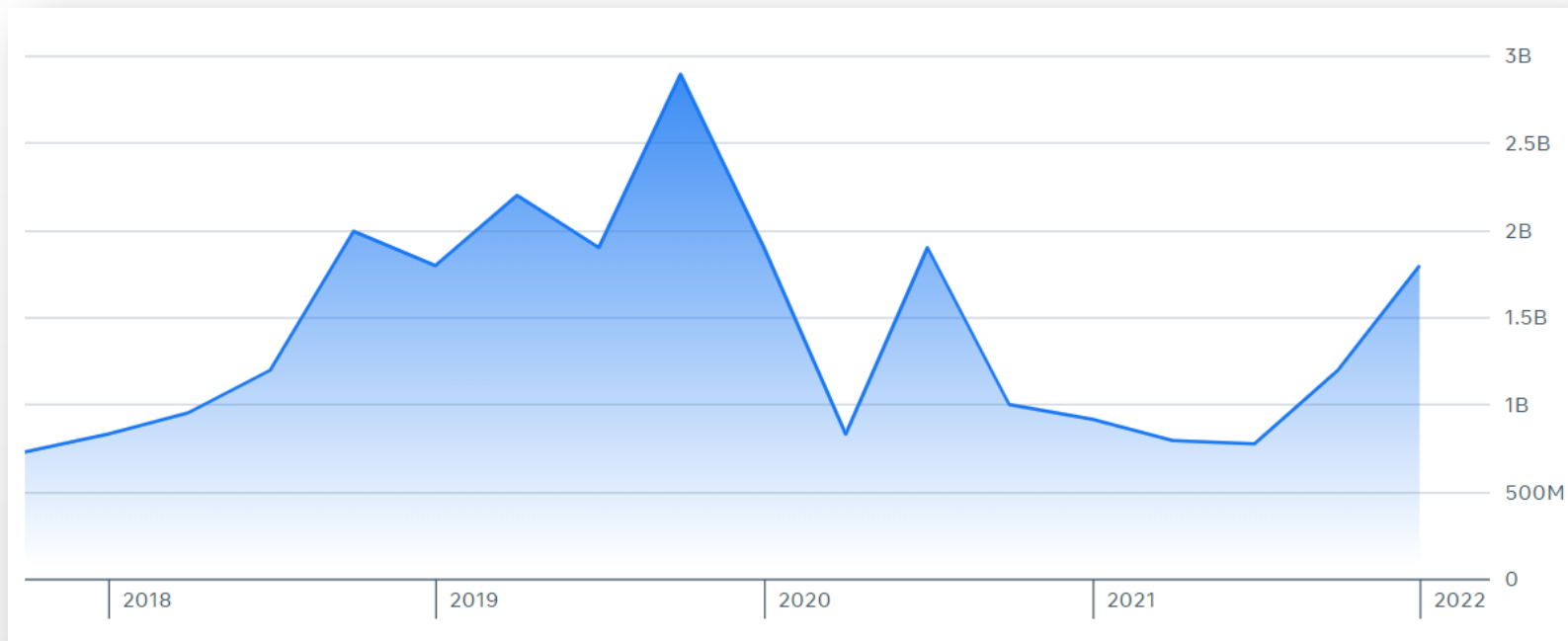
# Epäaito somesisältö

Vuodesta 2021 lähtien bottien ja spämmisisältöjen määrä on ollut kasvussa.

Huom. tässä osiossa lukemat ovat globaaleja.



## Facebookin poistamat spämmisisällöt 2018-2022

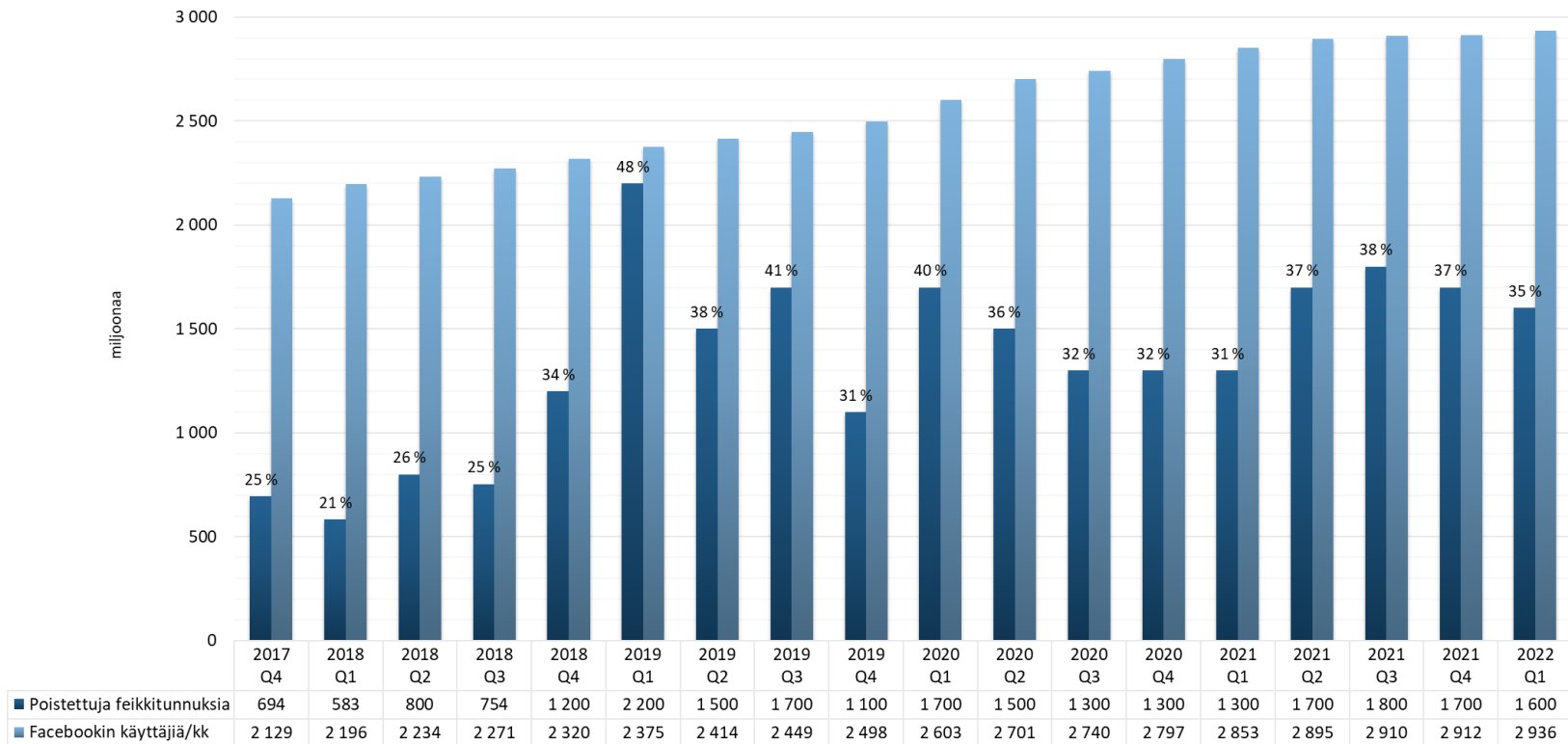


- Ukrainan sodan myötä Facebookin poistama spämmisisältö kasvoi alkuvuonna 2022.



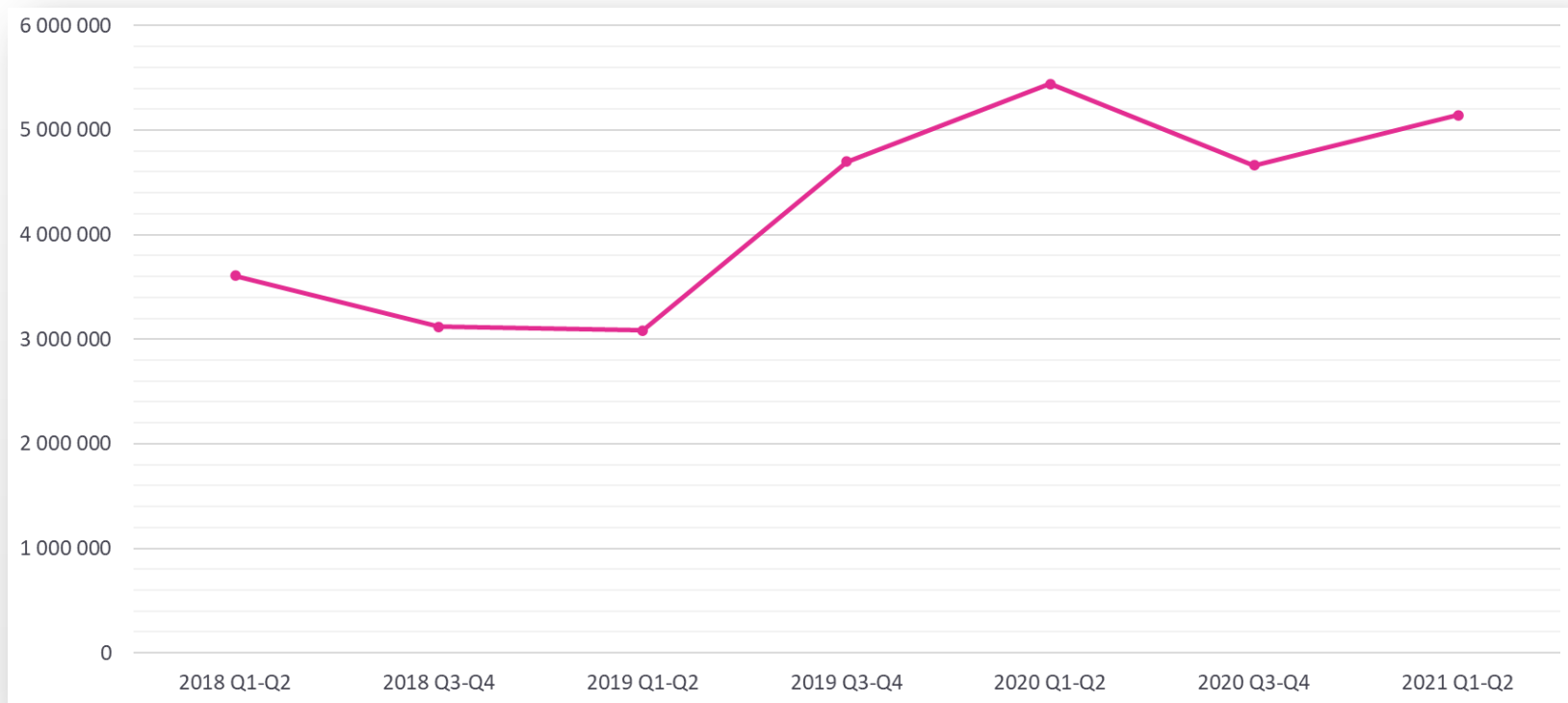


## Facebookin käyttäjämäärä ja poistetut feikkitunnukset 2017-2022





## Twitterissä tehdyt spämmiraportit 2018-2021






## Twitterin käyttäjämäärä (mDAU) ja operoidut käyttäjätunnukset 2018-2021





## Twitter-bottien ja -trollien analyysityökalu



Haettavat Twitter-käyttäjät tai twiitin osoite

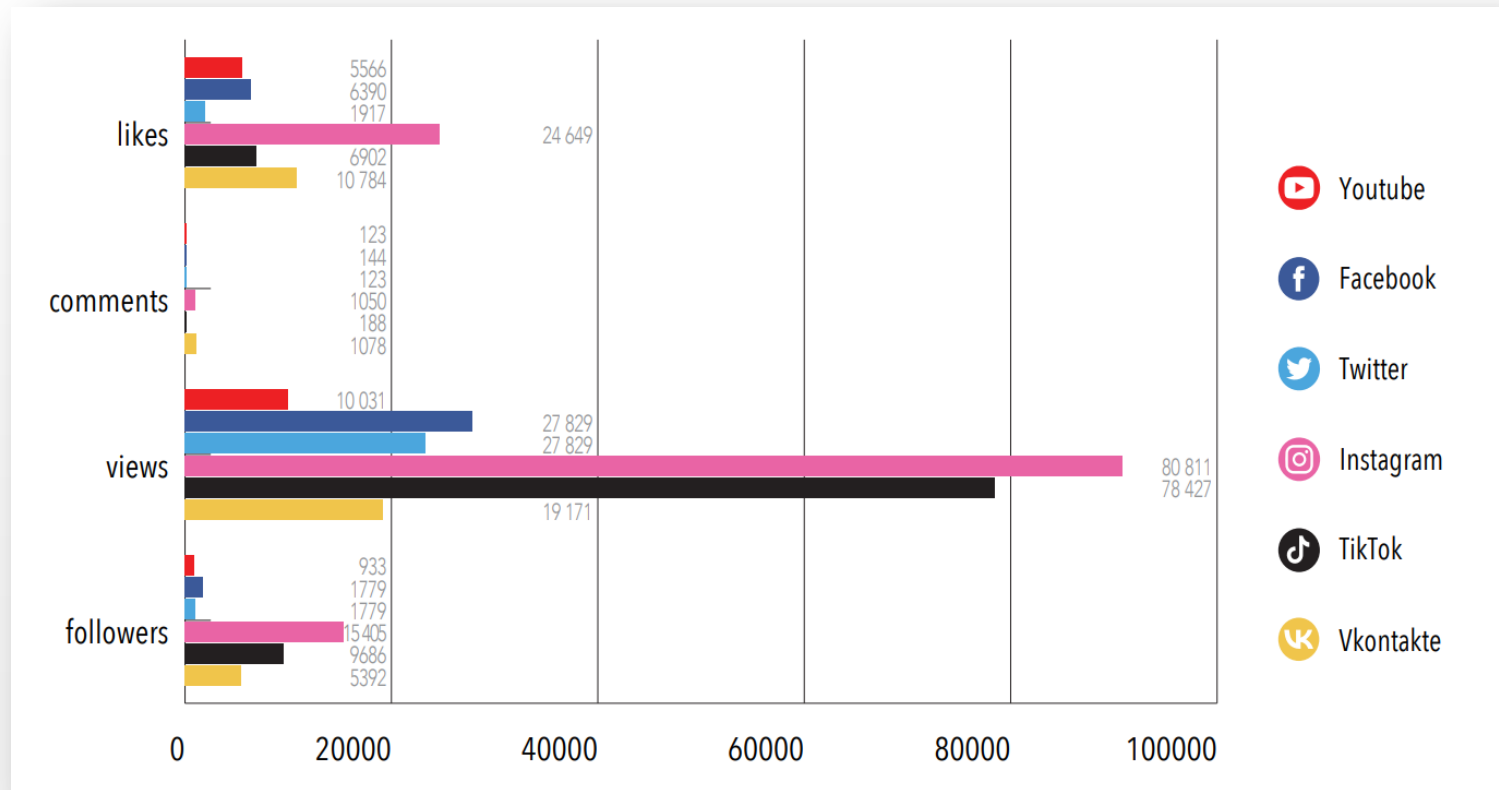
Hae: vuorovaikutus 7 pv  seuraajat  seuratut

 HAE & ANALYSOI

<https://www.tweeps.net/>



## Botit tehtailevat epäaitoja reaktioita: mitä saa 10 eurolla?





## Somepalvelujen kyky poistaa ostettuja tunnuksia/botteja ja reaktioita

	2019	2020	2021
Facebook	124	647	437
Twitter	68	41	25
Instagram	193	165	251
TikTok	*	*	999
YouTube	*	*	∞
VK	*	*	16

Table 1: Inauthentic account half-life by platform (days)

\* Not available

∞ Infinite/no half-life due to lack of account removal

### Oikealla:

- Neljä viikkoa reaktioiden oston jälkeen valtaosa niistä oli edelleen näkyvissä
- Mm. Facebookin, Twitterin ja Instagramin tulos heikkeni vuoteen 2020 verrattuna

### Vasemmalla:

- Twitter on parantanut ostettujen käyttäjätunnusten tunnistamista ja poistoa
- Instagramin bottien tunnistus on heikentynyt
- Facebookin tulos parani vuodesta 2020
- TikTok ja YouTube pärjäsivät heikoimmin

	2020	2021
Facebook	96.53%	98.52%
Twitter	74.23%	83.43%
Instagram	91.80%	96.01%
TikTok	99.69%	84.77%
VKontakte		99.96%
YouTube	97.17%	92.38%

Table 2: Percentage of inauthentic activity remaining on the platforms after four weeks.

## Some-trendit 2022

1. Koronan synnyttämä somebuumi jatkuu
2. Lyhytvideot TikTokissa ja Instagram Reelsissä
3. Instagramin kasvu jatkuu keski-ikäisten toimesta
4. Nuorten viestittely siirtyy WhatsAppista Snapchatiin
5. Epäaito sisältö ja ostetut reaktiot ovat yleistyneet

64



Kiitos!

# Kysymyksiä tai kommentteja?

## Yhteystiedot

Harto Pönkä

0400500315

@hponka

[harto.ponka@innowise.fi](mailto:harto.ponka@innowise.fi)

<https://www.innowise.fi/>

