

Verkon ruokakokonaisuuden suunnittelu Maaseudun Tulevaisuus -lehdelle

Hanna Pehkonen



Tekijä(t) Hanna Pehkonen	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Verkon ruokakokonaisuuden suunnittelu Maaseudun Tulevaisuus -lehdelle	Sivu- ja liitesivumäärä 22 + 22
<p>Tämä toiminnallinen opinnäytetyö koostuu suunnitelmasta ja raportista. Suunnitelma on suunnitelma verkon ruokakokonaisuudesta Maaseudun Tulevaisuus -lehdelle. Raporttiosassa kuvataan työn teoriapohja sekä suunnitelman työstäminen ja sisältö. Lisäksi arvioidaan työn hyödynnettävyyttä ja työskentelyä suunnitelmaa tehdessä.</p> <p>Ruuassa kiinnostavat sen alkuperä, teko- ja tuotantotapa, siihen liittyvä laidansäädäntö ja politiikka sekä tarinat sen ympärillä. Ruokajournalismin ei tarvitse olla, eikä se ole, pelkkiä reseptejä tai ravintola-arvosteluja.</p> <p>Ruokasisältöjen julkaisemisessa verkossa mietittyvät samat asiat kuin muunkin journalistisen sisällön julkaisemisessa. Kenelläkään ei taida olla oikeaa vastausta siihen, mitä osuus tuotetuista sisällöistä kannattaa julkaista verkossa, ja mikä sisällöistä on syytä julkaista maksuttomana ja mikä maksullisena.</p> <p>Sosiaalinen media ja siellä tapahtuva sisältöjen jakaminen on merkittävässä roolissa juttujen suosion syntymisessä.</p> <p>Maaseudun Tulevaisuuden tavoitteena on houkutella lisää kävijöitä verkkosivuilleen ruokasisällöillä. Suunnitelman tavoitteena oli luoda suuntaviivat yhtenäiselle, erottuvalle, näkyvälle ja sitouttavalle ruokakokonaisuudelle, joka olisi osa Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuja, sekä selvittää, millaisia ruokasisältöjä jatkossa kannattaa tuottaa.</p> <p>Suunnitelman laatimisessa käytettiin kolmea menetelmää: benchmarkingia eli vertaisilta oppimista, toimituksen sisäistä aivorihtä ja kyselytutkimusta. Työ tehtiin aikavälillä lokakuu 2017 – tammikuu 2018.</p> <p>Suunnitelma koostuu suosituksista journalistisesta ja reseptipalvelun sisällöstä, kyselyn pääkohtien tuloksista, jotka liittyvät näihin asioihin, sekä sivuston toteutuksen hahmottelusta. Suunnitelman kantavana ajatuksena on hyödyntää lehden erityisosaamista ruokaketjuun ja ruuan alkuperään liittyvässä uutisoinnissa.</p> <p>Valmis suunnitelma on pohja Viestilehtien palvelukehitysmallin seuraaville vaiheille, jotka tuottavat aikanaan uudistuneen ruokakokonaisuuden Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuille.</p>	
Asiasanat Ruoka, journalismi, verkkojulkaiseminen	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Ruokajournalismi verkossa.....	3
2.1	Mitä ruokajournalismi on?	3
2.2	Ruokasisällöt verkossa.....	4
2.3	Lähtötilanne.....	6
3	Suunnitelman laatiminen	8
3.1	Tavoite.....	8
3.2	Menetelmät.....	8
3.3	Suunnitelman tekeminen.....	10
4	Projektin tulos	14
4.1	Suunnitelman sisältö	14
4.2	Työssä onnistuminen ja toimeksiannon täyttäminen.....	15
5	Pohdinta	18
5.1	Suunnitelman hyödyntäminen ja jatkokehitys	18
5.2	Työskentely	19
	Lähteet	21
	Liitteet.....	23
	Liite 1. Kyselyn sisältö	23
	Liite 2. Suunnitelma ruokakokonaisuudesta Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuille26	

1 Johdanto

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön raporttiosa kuvaa sitä, miten olen laatinut suunnitelman Maaseudun Tulevaisuus -lehden verkkosivujen ruokakokonaisuudesta. Lisäksi esitellään aiheen tietopohja. Projektin tulos -osiossa kerrotaan suunnitelman sisällöstä, peilataan sitä toimeksiantoon ja pohditaan työssä onnistumista. Pohdinta-osiossa arvioidaan työn hyödynnettävyyttä ja jatkokehitystä sekä työskentelyä prosessin aikana. Suunnitelma ruokakokonaisuudesta Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuille on raporttiosan liitteenä.

Työstin suunnitelman verkon ruokakokonaisuudesta Maaseudun Tulevaisuus -lehden toimeksiantona. Maaseudun Tulevaisuus on osa Viestilehdet-konsernia. Maa- ja metsätalous sekä maaseutuyrittäminen ovat lehden tärkeitä painopistealueita.

KMT:ssä (Kansallinen mediatutkimus) Maaseudun Tulevaisuus luokitellaan luokkaan Muut valtakunnalliset sanomalehdet ja liitteet. Tässä luokassa se jää kokonaistavoitavuudessa jälkeen Iltalehdestä, Iltä-Sanomista ja Kauppalehdestä. Kärkimedialehdistä sen edellä ovat vain Helsingin Sanomat ja Aamulehti. (Media Audit Finland 2018.)

Lehti ilmestyy kolme kertaa viikossa, maanantaisin, keskiviikkoisin ja perjantaisin. Maaseudun Tulevaisuuden printti- ja näköislehden lukijamäärä on 300 000. Heistä 63 prosenttia on miehiä ja 37 prosenttia naisia. (Viestilehdet 2017a.)

Lehteen kuuluvat kuukausiliite Kantri, perjantaisin ilmestyvä Viikonvaihte-liite ja omalla toimituksellaan tehtävä Suomalainen maaseutu -liite, joka ilmestyy kerran kuussa. (Viestilehdet 2017a.)

Lehden ruokasivut ovat osa Viikonvaihte-liitettä. Lehti uutisoi lisäksi paljon ruokaan, ruuan tuotantoon ja näihin aiheisiin liittyvään päätöksentekoon liittyvistä aiheista.

Ruoka on tärkeä aihe lehdessä ja tärkeä sisältö Maaseudun Tulevaisuuden verkkopalveluissa. Se ei tullut työn lähtötilanteessa esiin toivotulla tavalla. Toimeksiannon mukaan suunnitelman tavoitteena oli luoda suuntaviivat yhtenäiselle, erottuvalle, näkyvälle ja sitouttavalle ruokakokonaisuudelle, joka olisi osa Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuja, sekä selvittää, millaisia ruokasisältöjä lehden kannattaa jatkossa tuottaa. Työn lopputulos on suunnitelma ruokakokonaisuudesta Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuille.

Ruoka puhuttaa, ja siitä kirjoitetaan niin ammattimaisesti kuin harrastukseksi. Verkko on ruokablogeja tulvillaan, ja reseptipalveluita on verkossa elintarvikevalmistajilla, kauppaketjuilla, lehdillä ja blogisivustoilla.

Ruokajournalismi voi olla erityylisiä tekstejä, videoita tai kuvia. Se on monimuotoista, kuten muukin journalismi. Pysin ruokasuunnitelmaa kirjoittaessani löytämään ruokajournalismin sen Maaseudun Tulevaisuudelle luonteenomaisen näkökulman, jolla se voisi erottua verkon muusta ruokasisällöstä.

2 Ruokajournalismi verkossa

Kun käsitellään ruokajournalismia verkossa, on syytä pohtia kahta asiaa: mitä ruokajournalismi on, ja mitä siltä vaaditaan verkossa. Tässä luvussa esitellään myös toimeksiantajan verkkosivujen tilanne, josta ruokakokonaisuutta lähdettiin suunnittelemaan.

2.1 Mitä ruokajournalismi on?

Englantilaisen ruokafuturologi Dr. Morgaine Gayen mukaan ruoka on asia, joka on meille kaikille yhteistä. Teemme henkilökohtaisia, kulttuurisia, sosiaalisia, poliittisia ja pyrkimyksiimme liittyviä päätöksiä kaikessa, mitä ostanne, kasvatamme ja kulutamme. (Gaye 2018.)

Euroopan kuluttajajärjestö BEUC:n tutkimuksessa selvitettiin kuluttajien kiinnostusta ruuan alkuperämerkintöihin. Tutkimus tehtiin Itävallassa, Ranskassa, Puolassa ja Ruotsissa. Miltei 70 prosenttia kyselyyn vastanneista piti alkuperää tärkeänä tekijänä, kun ruokaa ostetaan. Erityisesti lihan, kalan, maitotuotteiden, hedelmien ja kasvien alkuperä kiinnosti. (BEUC 2013, 2–4.)

Merkittävän suuri enemmistö kuluttajista halusi tietää alkuperän vähintään valtion tarkkuudella. Merkintä ”EU:ssa” tai ”EU:n ulkopuolella” ei riittänyt. Prosessoidussa ruuassa kiinnosti sekä raaka-aineiden alkuperä että tuotteen valmistusmaa. (BEUC 2013, 4.)

Ruokajournalismille näyttää siis olevan kysyntää. Eikä se tosiaankaan ole pelkkää reseptien jakoa tai ravintola-arvosteluja. Siniauer (2015, 6) tuo esiin näkökulmat ruuan tutkimisesta ja yhteyksistä ruuan ympärillä, kovat uutiset ja tutkivan journalismin. Aiheita tutkivaan journalismiin on teollisuudesta lainsäädäntöön ja politiikkaan, hän muistuttaa (Siniauer (2015, 6).

Ruokajournalismi on myös tarinankerrontaa, ja se voi olla markkinointia, palvelujournalismia tai bloggaamista. Ruokajournalismi perustuu kuitenkin samoihin kysymyksiin kuin mikä tahansa hyvä journalismi: Kuka? Mitä? Missä? Miksi? (Siniauer 2015, 7.)

Jacob (2010, 112–116) jakaa ruokajutut 13 tyyppiin:

1. Reseptit: Resepteihin perustuvat jutut ovat keskeisessä asemassa monissa julkaisuissa. Suurin osa sisältää lyhyen johdannon, jota seuraa kolme tai neljä reseptiä.
2. Trendi: Trendiartikkelit perustuvat yleensä asiantuntijoiden ja eri lähteiden haastatteluihin ja lainauksiin, joista tehdään johtopäätöksiä.
3. Opas: Oppaissa opetetaan lukijoita tekemään valintoja tietyssä asiassa. Matkaoppaat auttavat lukijoita löytämään ravintoloita ja paikallisia ruokaerikoisuuksia.

4. Uutiset: Uutisraportoinnissa haastatellaan monia ihmisiä, ja yhdistetään heidän kommenttinsa artikkeliksi merkittävästä tapahtumasta. Uutisia julkaistaan enemmän sanomalehdissä kuin aikakauslehdissä.
5. Henkilökuva: Jutut perustuvat yhden henkilön haastatteluun. Hän voi olla esimerkiksi kokki, ruuantuottaja tai kauppias. Juttu keskittyy haastateltavaan, joka on esimerkiksi saanut huomiota tai tekee epätavallista työtä.
6. Haastattelu: Henkilökuvan kaltainen, mutta haastattelu esitetään kysymys–vastausmuodossa, ja mukana on johdanto ja lyhyt elämäntarina haastateltavasta.
7. Kooste: Yleensä kooste tai yhteenveto, joka auttaa lukijoita valitsemaan jostain ryhmästä, vaikkapa viidestä intialaisesta mausteesta tai kymmenestä mahtavasta italialaisesta ravintolasta.
8. Ohje: Ohjeet opettavat lukijoita ratkaisemaan ongelmia tai tekemään jotain paremmin.
9. Inhimillisesti kiinnostava: Tarinoita hyväsydämisistä ihmisistä, jotka tekevät hyviä tekoja.
10. Historiallinen tausta: Yhdistää historian muihin tämän listan juttutyyppeihin.
11. Keittokirjan arvostelu
12. Matkakohteet ja matkustaminen: Ruokaan perustuvat matkakertomukset voivat viedä ruokafestivaaleille, alueelle, joka on tunnettu artesaaniruusta tai ravintoloistaan kuuluisaan kaupunkiin.
13. Minä-muotoiset esseet: Aiheita voivat olla vaikkapa mahtava ruokailu- tai ruuanlaittokokemus, tavoitteen, esimerkiksi valmistumisen, saavuttaminen tai tapahtuma, johon on liittynyt mahtavaa ruokaa.

2.2 Ruokasisällöt verkossa

Villi (2011, 48) tuo esiin yleisön roolin mediasisältöjen valikoijana ja jakelijana. Hän käyttää termiä sosiaalinen kuratointi siitä, että yleisö kertoo kuluttamistaan sisällöistä muille, ja suosittelee niitä. Sosiaalinen media on tehnyt tästä helppoa, hän kirjoittaa.

Villi (2011, 59) ei pidäkään yleisön tuottamaa sisältöä hyödyllisimpänä näkökulmana uudenlaiseen mediasuhteeseen. Hänen mukaansa tärkeämpää on hahmottaa sosiaalisen kuratoinnin merkitys.

Bradshaw (2018, 82) korostaa verkkosisällöissä vuorovaikutuksen merkitystä. Hänen mukaansa kirjoittajan on syytä miettiä, mitä käyttäjä haluaa tehdä lukiessaan artikkelia. Vastaus voi olla linkki toiseen lähteeseen tai mahdollisuus jakaa ja kommentoida sisältöä sosiaalisessa mediassa, Bradshaw (2018, 82) kirjoittaa. Se on Villin (2011, 48) mainitsemaa sosiaalista kuratointia.

Verkkosisältöjä ei haluta vain kuluttaa. Niitä halutaan käyttää, tuottaa ja vaihtaa. (Bradshaw 2018, 83.)

Journalismi verkossa voi muistuttaakin enemmän ihmisten välistä vuorovaikutteista kommunikointia kuin yksisuuntaista viestintää, joka liitetään yleensä massamediaan. (Foust 2005, 13.)

Rousseau (2012, 101) kirjoittaa, ettei kyse ole siitä, vaikuttaako internet ajatteluumme ruuasta, ja jos se sen tekee, miten. Hänen mukaansa kyse on sen havaitsemisesta, että sosiaalinen media tarjoaa meille huimasti virtuaalisia paikkoja ajatella ruokaa ja tuoda nuo ajatukset esiin.

Siniauer (2015, 66–67) tuo esiin ongelmat, jotka koskevat niin lehtien ruokasisältöjä kuin muutakin journalistista sisältöä: Laittaako verkkoon kaikki printtiin tuotettu sisältö vai osa siitä? Mikä sisällöistä on lukijalle ilmaista, mikä maksullista? Tuotetaanko verkkoon jotain sellaista, jota printissä ei julkaista?

Hyvä ruokasivusto tarjoaa ajankohtaisia teemoja, inspiraatiota ja vinkkejä, mutta on myös persoonallinen. Persoonallinen ote saa käyttäjän palaamaan sivulle. Sivuston on seurattava trendejä, jotta lukijasta tuntuu, että seuraamalla sivustoa hän tietää, mitä ruokamaailmassa tapahtuu ja mistä resepteistä puhutaan. On tärkeää, että reseptit ovat toimivia. (Siniauer 2015, 68–69.)

Sosiaalinen media on pakollinen paha. Se ei tuota rahaa, mutta siellä on oltava näkyvyyden vuoksi. Siniauer (2015, 69–70) kirjoittaa, että sosiaalinen media on mainio työkalu lähentää suhdetta lukijoihin. Hänen mukaansa sen ongelmia ovat se, että sosiaalisessa mediassa on oltava aktiivinen, ja se, että sen kiivaaseen tahtiin on pystyttävä reagoimaan.

Sosiaalisessa mediassa ja verkon palveluissa on paljon ravintola-arvosteluja. Ne eroavat usein perinteisistä ravintola-arvosteluista, sillä arvostelu voi olla vaihdella muutamasta virkkeestä pitkään raporttiin tai olla pelkkä kuva. Lukija ei tiedä arvostelun kirjoittajan taustaa ja kokemusta, jolla hän arvostelee ravintolakokemustaan. (Siniauer, 71.)

Siniauerin (2015, 72 ja 73) mukaan lukijat pitävät ruokablogejakin ruokajournalismina. Hän pitää lehden blogia hyvänä tapana tuoda esiin mediatalon inhimillistä puolta.

Jatkossa ruokajournalismia tuottavan on syytä pitää mielessä trendit, kuten hyvinvointi, ruuan luonnollisuus ja luomu. Niistä kerrotaan tunteiden ja tarinallisuuden kautta. Tutkivan journalismin aiheita ovat jatkossa ruokaturvallisuus ja –rikkokset. (Siniauer 2015, 75–77.)

Siniauer uskoo ravintola-arvosteluja kirjoitettavan jatkossakin, mutta enemmän kolumnityyppisinä: vähemmällä vaivalla ja suuremmalla tilalla persoonallisuudelle. Reseptien tulevaisuutena hän näkee kuvat ja videot. Videot ovat muutenkin verkkojulkaisujen tapa esittää sisältö. (Siniauer 2015, 78–79.)

Videota voidaan käyttää havainnollistamaan, tiivistämään tai kertomaan tarinaa, tai tuomaan siihen lisäsisältöä, Bradshaw (2018, 221) kirjoittaa.

2.3 Lähtötilanne

Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivut tavoittavat keskimäärin 150 000 viikkokävijää. Heistä yli 45-vuotiaita on 56 prosenttia, 25–45-vuotiaita 33 prosenttia ja alle 25-vuotiaita 11 prosenttia. Miehiä on 54 prosenttia ja naisia 46 prosenttia. (Viestilehdet 2017b.)

Verkkosivujen viikottainen vierailijamäärä on kasvanut vuoden 2014 tammikuun 50 000 kävijästä vuoden 2018 tammikuun vajaaseen 200 000 kävijään (Taipale 26.4.2018). Vajaa kymmenen prosenttia kävijöistä vierailee verkkosivujen ruokasivuilla (Taipale 22.8.2018).

Maaseudun Tulevaisuudella on paljon ruokasisältöjä. Viikottainen reseptipaketti ja siihen liittyvä juttu ovat ilmestyneet osana Viikonvaihte-liitettä vuoden 2016 alusta asti. Sitä ennen ruokajuttuja on julkaistu noin kymmenen vuoden ajan. (Ahvenainen 20.6.2018.)

Reseptimuotoiset juttukokonaisuudet ovat Jacobin (2010, 112–116) jaottelun mukaisia tyyppillisiä reseptijuttuja. Lyhyt johdanto edeltää niissä reseptipakettia. Saman jaottelun henkilökuva on lehden ruokajutuissa säännöllisesti esiintyvä juttutyyppi.

Lehden ydinaluetta on ruokaketjuun liittyvä uutisointi, joten aihealueelta on valtavasti uutisia ja artikkeleja. Ne ovat niin oleellinen osa lehden päivittäistä sisältöä, ettei niitä taideta mieltää toimituksessa erityisesti ruokajutuiksi, vaikka ne sopivat Jacobin (2010, 112–116) ruokajuttujen juttutyypin uutisten kuvaukseen.

Viikottainen Hellan kulmalla -ruokakolumni sivuaa Jacobin (2010, 112–116) Minä-muotoisen essein juttutyyppiä. Siinä toimittajat kertovat omista ruoka- ja ruuanlaittokokemuksistaan. Myös keittokirja-arvosteluja, jotka mainitaan Jacobin (2010, 112–116) juttutyypin jaottelussa, ilmestyy lehdessä silloin tällöin.

Oppaita, historiallisen taustan juttuja, koosteita ja trendiartikkeleita (Jacob 2010, 112–116) ei esiinny lehden juttuvalikoimassa juurikaan, mikä on mielestäni puute. Pidän ilmeisenä puutteena myös Siniauerinkin (2015, 78–79) tärkeinä pitämien videoiden vähäistä käyttöä Maaseudun Tulevaisuuden verkon ruokasisällöissä. Lehden ruokasisällöt kaipaavat myös Siniauerin (2015, 68–69) peräänkuuluttamaa persoonallista otetta.

Ruokasisällöt eivät lähtötilanteessa juurikaan erottuneet verkossa muusta sisällöstä. Reseptihakua ei ollut ja reseptit on julkaistu osana viikon ruokajuttua, ei yksittäisinä resepteinä. Ruokasisältöihin päästäkseen oli osattava hakeutua verkkosivujen ylälälikosta kohtaan "Lisää" ja sieltä kohtaan "Ruoka" (Kuva 1).



Kuva 1 Kuvakaappaus Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuilta 15.6.2018

3 Suunnitelman laatiminen

Pyrin työlläni toimeksiannon täyttämiseen. Prosessin aikana tapahtui muutoksia tutkimusmenetelmissä, suunnitelman tekemisen ohjeissa ja henkilökökonpanossa, joka oli mukana työskentelyssä. Tässä luvussa kuvataan ruokakokonaisuuden suunnitelman tekoprosessi.

3.1 Tavoite

Saadessani toimeksiannon ruokakokonaisuuden suunnitelman laatimisesta Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuille pääsin mukaan kehittämään tärkeää painopistealuetta. Verkkoon tarvitaan lisää kävijöitä, ja ruokasisällöt ovat yksi osa-alue, jolla Maaseudun Tulevaisuus haluaa houkutella kävijöitä.

Uudistuneen ruokakokonaisuuden tarkoituksena on ratkaista nykyinen ongelma lehden ruokasisältöjen hajanaisuudesta ja heikosta näkyvyydestä. Suunnitelman tavoitteena oli luoda suuntaviivat yhtenäiselle, erottuvalle, näkyvälle ja sitouttavalle ruokakokonaisuudelle, joka olisi osa Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuja, sekä selvittää, millaisia ruokasisältöjä jatkossa kannattaa tuottaa.

3.2 Menetelmät

Suunnitelman laatimisessa käytettiin kolmea menetelmää: benchmarkingia eli vertaisilta oppimista, aivorihtä toimituksessa ja kyselytutkimusta.

Benchmarking

Hotasen, Laineen & Pietiläisen (2001, 7) mukaan Benchmarking on ”vuorovaikutteisen oppimisen menetelmä, jossa opitaan hyviltä esikuvilta ja jonka tavoitteena on parantaa omaa toimintaa”. Hotanen ym. (2001, 6) kuvailevat myös näin: ”Benchmarkingilla haetaan parhaita käytäntöjä ja sen avulla kehitetään omaa toimintaa.”

Hotanen ym. (2001, 6) liittävät menetelmään myös vuorovaikutteisuuden. Se on elementti, joka ei ollut mukana tässä työssä. Muutoin benchmarking sopi hyvin menetelmäksi työn alkuvaiheessa. Ilman sitä ei olisi ollut tiedossa, millaisia sisällöllisiä ja toiminnallisia ratkaisuja muilla ruokasivustoilla on käytössä, ja mitkä niistä vaikuttivat käyttöönottamisen arvoisilta.

Aivoriihi

Opetushallitus (2015) määrittelee aivoriihen eli brainstormingin näin: ”Usein ryhmässä tehty vapaa ideointi ja mahdollisten vaihtoehtojen kartoitus. Tavoitteena on luovan ratkaisun tai useiden ratkaisumallien löytäminen esillä olevaan ongelmaan.”

Työelämävalmennusyritys Tevere mainitsee aivoriihen eduksi sen nopeuden ja erilaisten kokemusten, näkemysten, tiedon ja ideoiden esille saamisen. Aivoriihessä määritetään ensin ideoitava aihe. Sitten siihen tuotetaan mahdollisimman paljon ideoita yksin tai ryhmässä. On tärkeää, ettei ideoita arvioida ideointivaiheessa, jotta ideat uskalletaan tuoda arkailematta esiin. (Tevere 2017.)

Poimin Teveren (2017) ideointimallista toimintatavan, jossa ideoinnissa syntyneet ajatukset kirjataan ylös liimalapuille ja jätetään muiden nähtäväksi kokoustilaan. Lisäsin tähän vielä arviointielementin: muut saivat merkitä mielestään parhaat ideat plusmerkillä.

Kysely

Kyselyä kannattaa käyttää, kun vastauksia halutaan monelta henkilöltä, jotka eivät ole samassa paikassa. Se sopii tilanteisiin, joissa kysyttävä aihealue on henkilökohtainen, esimerkiksi ruokatottumuksiin tai kulutukseen liittyvä. (Vilka 2007, 28.)

Kysely on aineiston keräämisen tapa, jossa kysymysten muoto on standardoitu eli vakioitu. Vakiointi tarkoittaa, että kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla... Kyselylomaketta käytetään, kun havaintoyksikkönä on henkilö ja häntä koskevat asiat esimerkiksi mielipiteet, asenteet, ominaisuudet tai käyttäytyminen. (Vilka 2007, 28.)

Verkon ruokapalvelujen käyttötavat liittyvät Vilkan (2007, 28) mainitsemiin kulutukseen, mielipiteisiin ja käyttäytymiseen, joten kyselyn käyttö oli perusteltua.

Kyselytutkimus verkon ruokapalvelujen käytöstä toteutettiin verkossa joulukuussa 2017. Sen työstä ja julkaisi Viestilehtien kehityspäällikkö. Oma osuuteni oli kyselyn sisällön hahmottelu ja kommentointi sekä sen tulosten analysointi.

Kyselytutkimuksella pyrittiin selvittämään muutama verkkopalvelun kannalta oleellisin asia:

- Mitä ominaisuuksia käyttäjät arvostavat verkon reseptipalveluissa?
- Mitä hakukriteerejä käyttäjät arvostavat reseptihaussa eniten?
- Mitkä ovat syyt, joiden vuoksi käyttäjät rekisteröityvät reseptipalveluihin?

- Millaisia ruokajuttuja ja -uutisia verkossa halutaan lukea?
- Haluavatko ruokasisältöjen kuluttajat lukea ruoka-aiheisia uutiskirjeitä, ja jos haluavat, millaisia sisältöjä he toivovat niihin?
- Millä laitteilla ruokasisältöjä käytetään?

Kysely oli auki kahden viikon ajan ja siihen tuli 326 vastausta. Se on selvästi enemmän kuin 100 kappaletta, joka on Heikkilän (2014) mukaan vähimmäismäärä suppealle kohderyhmälle ja tulosten kokonaistason tarkastelulle. Jos taas vertaillaan keskenään ryhmiä kyselyn kohderyhmän sisällä, vastauksia tulisi olla 200–300 (Heikkilä, 2014). Vastausmäärä ylitti tämänkin vaatimuksen.

Analysoin tulokset tammikuussa 2018. Avoimet vastaukset jaoteltiin aihepiireittäin ja vastauksia analysoitiin myös ikäryhmien sisällä, jotta niitä voitaisiin hyödyntää paremmin siten kun sivustolle olisi määritelty kohderyhmä.

3.3 Suunnitelman tekeminen

Aloitin yhdistetyn harjoittelun ja opinnäytetyön tekemisen Maaseudun Tulevaisuudessa 16.10.2017. Hahmottelimme opinnäytetyön aihetta etukäteen syyskuussa, ja tarkensimme sitä aloitettuani työt. Suunnitelma valmistui päivitetyn aikataulun mukaisesti tammikuun 2018 lopussa.

Verkkosivujen rakenteen suunnittelusta sisältösuunnitteluun

Tein benchmarkkausta jo ennen ensimmäistä toimituksen sisäistä palaveria, joka oli 25.10. Siihen osallistuivat verkkotuottaja, verkkotoimittaja, ruokatoimittaja ja toimituspäällikkö. Palaverissa käytiin läpi havaintojani muilta verkkosivustoilta ja hahmoteltiin sitä, mitä Maaseudun Tulevaisuuden ruokasivustot voisivat olla. Tässä vaiheessa minulta odotettiin myös verkkosivujen rakenteen suunnittelua, ei vain sisältöjen suunnittelua.

Tutkin yhteensä yli 20 ruoka- tai reseptisivustoa etsiessäni ideoita ja hyviä toteutuksia.

Seuraavaa palaveria varten työstin Balsamic Mockups -työkalulla mallit näyttökuvista, joista näkyi, miten ruokasivut rakentuisivat jatkossa. Ne käytiin läpi palaverissa 14.11. Tähän palaveriin tulivat mukaan projektipäällikkö ja graafikko Viestilehdiltä sekä Maaseudun Tulevaisuuden ruokatoimittaja ja toimituspäällikkö. Viestilehtien henkilöiden panos vei projektia enemmän sisällön suunnittelun suuntaan.

Sovimme palaverissa kyselystä, jolla kartoitetaan ruokasivustoja käyttäjien toiveita ja tarpeita. Näin saisimme tietoa käyttäjiltä, emmekä olisi toimituksen sisäisten ideoiden varassa. Palaverin jälkeen hahmottelin karkeasti, mitä kyselyssä halutaan kysyä, ja missä kanavissa sitä halutaan levittää.

Kyselyn kehittämistä ja aivoriihi

Kyselyn suunnittelua jatkettiin edellisen kokouksen kokoonpanolla 20.11. Sen jälkeen järjestin toimituksen sisäisen aivoriihin 29.11. Se ei ikävä kyllä kerännyt kuin kuusi osanottajaa. Jaoin osallistujat kahteen ryhmään, jotka ideoivat verkkosivujen sisältöä tarralapuille. Sen jälkeen tarralaput liimattiin taululle ja ideat esiteltiin. Jokainen sai merkitä plusmerkit kolmen parhaan idean kohdalle. Kirjoitin ideataulun puhtaaksi ja jätin suuret paperit toimituksen kokous- ja kahvihuoneeseen. Kehotin toimituksen jäseniä merkitsemään plusmerkkejä mielestään parhaiden ideoiden kohdalle huoneessa käydessään.

4.12. pidimme palaverin ruokatoimittajan ja Viestilehtien kehityspäällikön kanssa. Kehityspäällikkö tuli projektin vetäjäksi Viestilehdistä, ja graafikko ja projektipäällikkö jäivät pois projektista. Palaverissa jatkettiin kyselyn suunnittelua sillä näkökulmalla, jonka kehityspäällikkö toi mukanaan. Kehityspäällikkö, joka vastasi kyselyn käytännön toteutuksesta, loi kyselyn tämän palaverin perusteella ja lähetti linkin siihen minulle ja ruokatoimittajalle.

Kommentoimme kyselyä, ja kävimme sen läpi vielä yhteisessä palaverissa 12.12. Kysely julkaistiin verkossa seuraavana päivänä, ja se oli avoinna 13.–31.12.2017. Linkkiä kyselyyn jaettiin sähköpostilla Tampereen ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoille. Lisäksi sitä jaettiin Facebookin Martat vinkkaa –sivulla ja suljetussa Suomen ruoka- ja leivontabloggaajat –ryhmässä. Kyselyä mainostettiin Facebookissa kohdennettuna ruokareseptistä, kotiruoasta, ruoanlaitosta, ruoasta & juomasta, ruoan tuotannosta, ruoan turvallisuudesta, lähiruoasta tai ravintoloista kiinnostuneille ja ruokabloggausta harrastaville yli 18-vuotiaille suomessa asuville henkilöille (kuva 2). Kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin 50 euron lahjakortteja.



Maaseudun Tulevaisuus kehittää ruokaan liittyviä verkkosisältöjään. Voit osallistua kehitystyöhön vastaamalla kyselyyn ruokareseptipalveluiden käytöstä ja ruokautisten seurannasta. Vastajien kesken arvotaan 50 euron arvoisia lahjakortteja.



Vastaa kyselyyn ja voita 50 euron lahjakortti

RESPONSE.QUESTBACK.COM

Tykkää Kommentoi Jaa

Kuva 2 Facebookin maksettu mainos kyselystä

Kyselyyn vastasi 326 henkilöä. Kyselyssä kysyttiin käyttäjien käyttötottumuksia, mielipiteitä ja toiveita verkon reseptipalveluista ja ruokautisoinnista (liite 1.)

Aikataulumuutoksia, kyselytulosten analysointia ja suunnitelman kirjoittamista

20.12. Pidimme ruokatoimittajan ja kehityspäällikön kanssa palaverin, jossa sovittiin, että suunnitelmalle alun perin annettu aikataulua muutetaan. Koska aineistoksi oli lisätty kysely, jota ei minusta riippumattomista syistä saatu julkaistua ennen joulukuun puolta väliä, siirrettiin suunnitelmalle alun perin annettua valmistumispäivää joulukuun lopusta tammikuun alkuun.

Tammikuun alussa sain kyselyn tulostiedon käsiteltäväksi. 9.1. Kävimme ruokatoimittajan ja kehityspäällikön kanssa läpi kyselyn tuloksia ja sain heiltä ohjeet siitä, mitä asioita he haluavat minun analysoivan vastauksista. Aikaa vastausten käsittelyyn ja toimituksen ide-

oiden sekä benchmarkkauksella hankitun tiedon yhdistämiseen ja suunnitelman kirjoittamiseen ei jäänyt montaa päivää, joten suunnitelma oli tehtävä melko suppeana. Painotin sen tekemisessä kyselyn tuloksia enemmän kuin benchmarkkauksen tai aivoriihen tuloksia.

Tarkennukset ja suunnitelman palautus

19.1. kävimme toimituspäällikön, ruokatoimittajan ja kehityspäällikön kanssa läpi analysoimani tulokset. Sain tarkennuksia asioihin, jotka suunnitelmassa pitäisi tuoda esiin.

Tammikuun lopussa esittelin suunnitelman ja sain palautetta kehityspäälliköltä ja toimituspäälliköltä. Palautin valmiin suunnitelman samana päivänä aikataulun mukaisesti.

4 Projektin tulos

Projektin tuloksena syntyi suunnitelma verkon ruokakokonaisuudesta Maaseudun Tulevaisuus -lehdelle. Tässä luvussa tarkastellaan tulosta ja sitä, vastasiko se työn toimeksiantoa.

4.1 Suunnitelman sisältö

Suunnitelma koostuu suosituksista journalistisesta ja reseptipalvelun sisällöstä, kyselyn pääkohtien tuloksista, jotka liittyvät näihin asioihin, sekä sivuston toteutuksen hahmotelusta.

Journalistinen sisältö

Suunnitelman journalistinen sisältö on jaoteltu pääkohtiin, jotka nousivat esiin kyselyn tuloksissa tai toimituksen ideoinnissa. Niitä on perusteltu benchmarkkauksen tuloksilla ja ryhdytetty kyselyn avointen kysymysten vastauksilla sekä juttuideoilla. Kyselyn tulokset vahvistivat käsitystäni siitä, että Maaseudun Tulevaisuuden verkon ruokaosion käyttäjät arvostavat lehden osaamista ruokautisoinnissa, sen alkuperän esiin tuomisessa ja kotimaisen vaihtoehtojen tarjoamisessa.

Journalistisen sisällön pääkohtia on kahdeksan: Ruuan tuotanto ja alkuperä, Ruokautisointi, Testit ja vertailut, Perinneruuat ja ruuan historia, Kansainvälinen keittiö ja muualta tuttujen ruokien soveltaminen, Riista- ja eräruoka, Kolumnit sekä Videoiden hyödyntäminen.

Suunnitelmani sisällön kahdeksasta pääkohdasta viisi vastaa jollakin tavalla Jacobin (2010, 112–116) ruokajuttujen jaottelun tyyppejä: Selkeimpänä kokonaisuus Ruokautisointi vastaa Jacobin juttutyyppiä Uutiset. Testit ja vertailut sisältävät juttutyypin Kooste ominaisuuksia, eli avun eri vaihtoehtojen välillä valitsemiseen. Perinneruuat ja ruuan historia yhdistyy juttutyyppiin Historia. Kolumnit, vahvistettuna toimituksen ulkopuolisilla bloggareilla ja vloggareilla, muistuttavat Minä-muotoisia esseitä. Videoiden vahvuus on näyttämisessä, sen opettamisessa, miten jokin asia tehdään. Silloin ne vastaavat Ohjejuttutyyppiä.

Lisäksi Jacobin (2010, 112–116) juttutyyppejä Henkilökuva ja Haastattelu löytyy sisältöehdotusteni sisältä, ja reseptipalvelusta löytyy hänen jaottelunsa mukaisen Resepti-tyypin kaltaista sisältöä.

Reseptipalvelu

Suosituksat reseptipalvelun sisällöstä perustuvat kyselyn tuloksiin, ja olen käyttänyt myös tässä osiossa poimintoja kyselyn avoimista vastauksista ikään kuin korostamaan vastaajien toiveita.

Olen poiminut viisi kyselyssä eniten mainintoja saanut asiaa tärkeimmiksi palvelussa huomioitavaksi kohdiksi. Ne ovat reseptien muunneltavuus, reseptien ravintosisällön ja energiamäärän esittäminen, käyttäjien mahdollisuus arvioida ja kommentoida reseptejä, reseptien annoskoon muunnin ja kuvien ja videoiden käyttäminen.

Toteutus

Toteutuksessa kantavana ideana on oma ajatukseni siitä, että Maaseudun Tulevaisuuden ydinosaamista on ruokautisointi läpi koko ruokaketjun. Siksi ehdotan, että resepteihin linkitetään niihin liittyviä juttuja ja juttuihin niihin liittyviä reseptejä.

Toteutus-osiossa nostan esiin myös reseptipalveluissa eniten arvostettuja hakukriteerejä. Ruuan nimen ja pääraaka-aineen lisäksi reseptejä on voitava hakea juhlien, sesonkien, ruokavalioiden ja ruokatyyppien mukaan.

Kyselyn tulosten esittely

Sen lisäksi, että olen hyödyntänyt kyselyn tuloksia suunnitelman muissa osa-alueissa, nostan toimeksiantajan toiveesta tärkeimpiä tuloksia suunnitelmassa esiin omassa osiossaan. Olen visualisoinut vaihtoehtokysymysten vastaukset diagrammeina niin, että esitän omina osioinaan eniten vastauksia saaneet kohdat ja loput omana kokonaisuutenaan kuvaajassa. Lisäksi olen jaotellut vastaajien osuuden ikäryhmittäin eniten vastauksia saaneissa vaihtoehdoissa.

Pyrin nostamaan esiin seikkoja, jotka kannattaa pitää mielessä, kun tekee johtopäätöksiä kuvaajista, esimerkiksi pienen vastaajamäärän jossakin ikäryhmässä.

4.2 Työssä onnistuminen ja toimeksiannon täyttäminen

Alkuperäinen toimeksianto oli luoda suuntaviivat yhtenäiselle, erottuvalle, näkyvälle ja sitouttavalle ruokakokonaisuudelle, joka olisi osa Maaseudun Tulevaisuuden verkkosivuja, sekä selvittää, millaisia ruokasisältöjä jatkossa kannattaa tuottaa. Toimeksiantoa ei kirjoitettu uudelleen missään vaiheessa työprosessia, mutta sain ohjeita ja tarkennuksia, jotka vaikuttivat lopputulokseen.

Minun ei haluttu tuottavan mallisisältöjä, mutta kuitenkin tuovan suunnitelmaan konkretiaa. Tämä ohje huomioon ottaen on lopputulos mielestäni varsin onnistunut.

Toimeksiannossa mainittuun erottuvuuteen olen pyrkinyt vastaamaan painottamalla suunnitelman journalistisessa sisällössä lehden vahvuusalueita: osaamista uutisoinnissa, joka liittyy ruuan alkuperään ja ruokaketjuun. Tähän liittyvät myös eräjutut. Oman erityisyytensä suunnitelmaan tuo sen toteutusosiossa mainittu saman aihepiirien juttujen ja reseptien yhdistäminen toisiinsa, jolloin juttujen tai reseptien hakija saa tarjolle myös muuta samaan aiheeseen liittyvää sisältöä.

Toteutuksen ja reseptihaun osalta suunnitelma jäi suppeaksi, koska sain ohjeet suunnitella niistä pikemminkin minimivaatimukset täyttävän kuin mahdollisimman hyvän. Toimeksiannossa mainitut yhtenäisyys ja näkyvyys liittyvät vahvasti sivuston toteutukseen, joten niihin oli vaikea vastata suunnitelmassa, jossa ei haluttu panostettavan toteutukseen.

Kyselyn tulosten esittely, jota en olisi alkuperäisen toimeksiannon perusteella ottanut mukaan suunnitelmaan, päättyi sinne toimeksiantajan toiveesta. Sosiaalisen median huomiointi taas jäi pois kokonaan, sillä toimeksiantaja ei lopulta pitänyt tarpeellisena sen sisällyttämistä suunnitelmaan. Tämä ohje teki käytännössä mahdottomaksi vastata toimeksiannon sitouttavuus-kriteeriin suunnitelmassa.

Sisältöehdotuksissa nousevat esiin kyselyn tulokset, mutta toisaalta lehden oma erityisalue ja painopisteet, joihin se haluaa keskittyä, on huomioitu vahvasti. Hyödynsin kyselyn tuloksia vahvasti myös suunnitelman muilla osa-alueilla, sillä pidin sen antia arvokkaana.

Toimeksiantaja ei pystynyt määrittelemään kohderyhmää suunniteltavalle palvelulle. Tämän vuoksi suunnitelma jäi yleisluontoiseksi.

Kehityspäälliköltä sain palautteen, jonka mukaan hän olisi kaivannut suunnitelmaan näitä asioita:

asiakasymmärrys, suunniteltujen sisältöjen toteuttamisen tekniset vaatimukset, mahdollisten uusien sisältöjen tuottamisessa tarkoitetut työkalut, toimituksen ja muiden sisällöntuottajien resursointi, mahdollisten sisältöyhteistyökumppaneiden kartointus sekä toteutettavien kokonaisuuksien aikataulutus, alustava budjetointi ja kevyt business case-laskelma. (Ahvenainen 20.6.2018.)

Kehityspäällikkö totesi kuitenkin, ettei tiennyt toimeksiantoa, eikä tieto kulkenut Viestilehti-
en sisällä, joten toimeksianto ja hänen odotuksensa eivät kohdanneet. (Ahvenainen
20.6.2018.)

Toimituspäällikkö, joka oli projektissa mukana alusta asti, antoi myös palautetta:

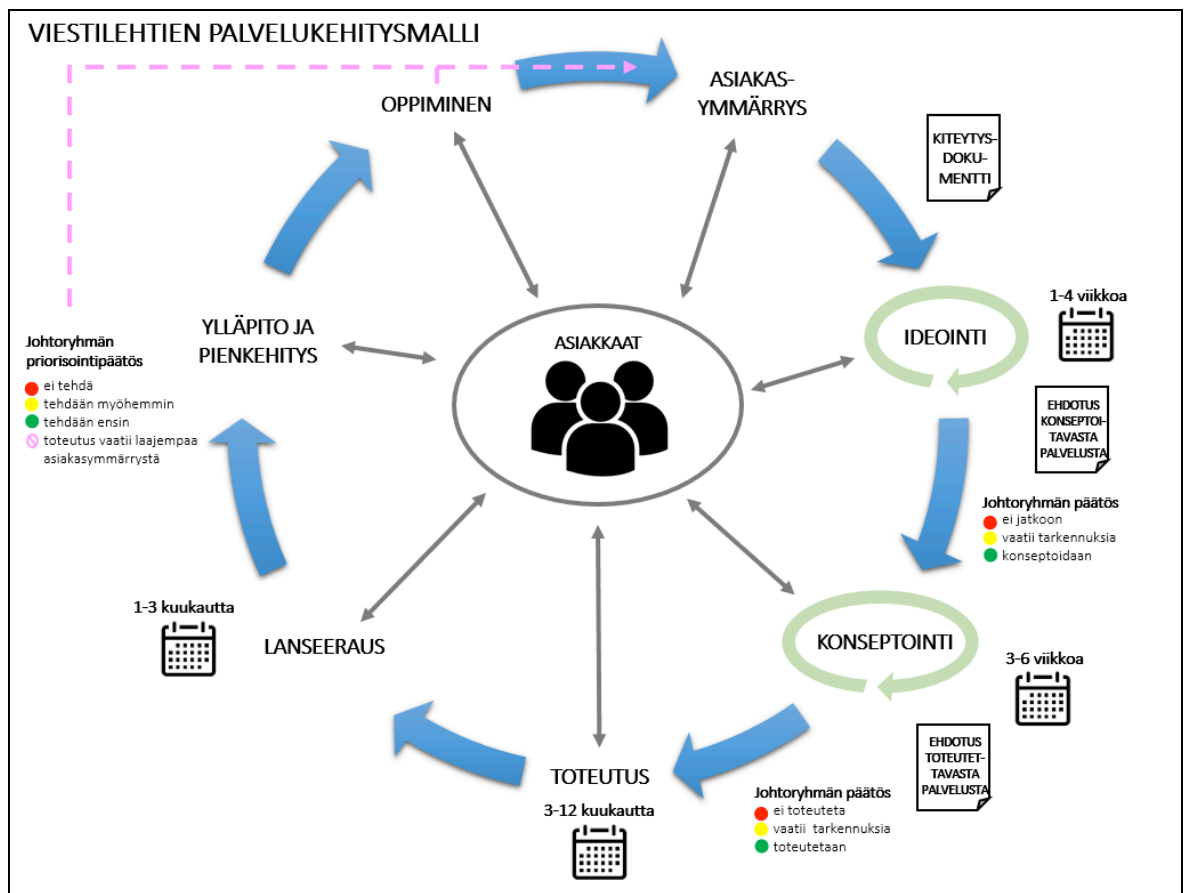
Suunnitelma oli sinällään ok, mutta erinäisistä syistä (projektin läpiviennissä oli aika-
tauluongelmia, myös työn ohjauksessa oli puutteita osin samoista ongelmista johtu-
en jne) lopputuloksista jäi uupumaan konkretiaa. Odotimme ehkä ehdotuksia esi-
merkiksi uusista konkreettisista palveluista/tuotteista, joilla houkutella kävijöitä MT:n
ruokakokonaisuuteen. Siihen tällä aikataululla ja muiden töittesi vuoksi sinulla ei ollut
mahdollisuuksia. (Taipale 22.8.2018.)

5 Pohdinta

Tässä luvussa pohdin suunnitelman hyödynnettävyyttä, annan ideoita jatkokehitykseen sekä analysoin työskentelyäni ja työprosessia.

5.1 Suunnitelman hyödyntäminen ja jatkokehitys

Suunnitelman laatiminen oli Viestilehtien palvelukehitysmallin (Kuva 3) ideointivaihetta. Mielestäni suunnitelma antaa hyvän pohjan seuraaviin vaiheisiin, konseptointiin ja toteutukseen.



Kuva 3 Viestilehtien palvelukehitysmalli

Jatkossa on tehtävä ruokasivusto maaseuduntulevaisuus.fi-sivuston sisälle. Se vaatii tar-
kan vaatimusmäärittelyn ja ohjelmointityötä. Sen lisäksi vanhat lehtijutut ja reseptit on tal-
lennettava uudelleen erillisinä juttuina ja reseptijuttuina, jotta reseptejä voidaan käyttää
reseptihaun kautta, ja jutut löytyvät hakusanoilla. Reseptit on luokiteltava tallennuksessa
reseptihaun hakukriteerien mukaan, ja sekä resepteihin että juttuihin on liitettävä asiasa-
nat, jotta ne löytyvät hauissa. Uudet jutut ja reseptit on tallennettava sellaiseen muotoon,
että niitä voidaan käyttää palvelussa.

Suunnitelma sosiaalisen median käytöstä ja käyttäjien osallistamisesta on ehdoton vaatimus sille, että ruokakokonaisuus saa huomiota ja käyttäjiä. Sivustojen suosittelu ja juttujen jakaminen sosiaalisessa mediassa on olennainen osa nykyistä verkon käyttöä.

Kehityspäällikkö arvioi etukäteen, että ensimmäinen versio uudistuneesta ruokasivustosta julkaistaisiin elo–syyskuun vaihteessa 2018 (Ahvenainen 20.6.2018). Se julkaistiinkin syyskuussa 2018. Ensimmäisessä versiossa oli tuotu ruokaosio omaksi ylävalikokseen maaseuduntulevaisuus.fi-sivustolle ja toteutettu reseptihaku.

5.2 Työskentely

Toimeksianto oli melko suurpiirteinen, ja vaikkei sitä kirjoitettu uudelleen prosessin aikana, sain prosessin aikana uusia ja tarkentavia ohjeita, joista osa oli ristiriidassa toimeksiannon kanssa. Alun kokouksissa ja toimituksen sisäisissä hahmotelmissa oli vahvasti mukana sosiaalisen median huomioiminen ja lukijoiden osallistaminen. Tässä vaiheessa suunnitelman koko pohja oli benchmarkkauksen ja toimituksen sisäisten mielipiteiden varassa. Viestilehtien henkilöstön tullessa mukaan suunnitteluun uutena ulottuvuutena tuli esiin mahdollisuus käyttäjäkyselyn tekemiseen. Tartuin siihen ilomielin. Kysely antoi toimituksen omien käsitysten tilalle tietoa käyttäjien haluista ja toiveista.

Se, että sosiaalinen media haluttiin jättää suunnitelmasta pois, vaikutti lopputulokseen merkittävästi, ja myös siihen, ettei suunnitelmalla ollut mahdollisuuksia täyttää kaikkia alkuperäisen toimeksiannon kriteerejä. Siihen, ettei suunnitelma vastannut täysin toimeksiantoa vaikutti myös se, että loppujen lopuksi suunnitelmaan haluttiin reseptipalveluun ja toteutukseen paneutumisen sijaan kyselyn tulosten erittelyä.

Odotin, että olisin saanut benchmarkkauksella enemmän ideoita muilta toimijoilta. Vaikutelmaksi jäi, että palvelut ovat hyvin samankaltaisia, eikä merkittäviä eroja ollut, lukuun ottamatta reseptipalvelujen erilaisia hakukriteerejä.

Toimituksen sisäinen aivorihi keräsi vähän osanottajia, mutta pyrin paikkaamaan tätä sillä, että ne, jotka eivät olleet paikalla, saivat myöhemmin merkitä listalta mielestään parhaat ideat.

Toimeksiannon ja siihen annettujen työkalujen muuttuessa myös aikataulu muuttui. Alunperin oli sovittu, että suunnitelma olisi valmis joulukuun 2017 lopussa. Koska kysely saatiin julkaistua vasta joulukuun puolivälissä, ja vastaukset olivat käytössäni vasta tammikuussa, siirrettiin valmistumispäivää tammikuun loppuun. Siinä aikataulussa pysyin.

Omat haasteensa työn tekemiselle asetti se, että kirjoitin samaan aikaan juttuja lehteen. Niille oli tarvetta, ja juttujen teko oli kiinnostavaa, joten suunnitelman työstäminen jäi välillä jutunteon jalkoihin.

Lähteet

Ahvenainen, J. 20.6.2018. Kehityspäällikkö. Viestilehdet. Sähköposti.

BEUC 2013. Where does my food come from? The European Consumer Organisation. Luettavissa: <http://www.beuc.eu/publications/2013-00043-01-e.pdf>. Luettu: 7.6.2018.

Bradshaw, P. 2018. The Online Journalism Handbook. Skills to Survive and Thrive in the Digital Age. Routledge. Lontoo ja New York.

EJO 2015. How To Be A Food Journalist: Curiosity, Adjectives And Cronuts. European Journalism Observatory. Luettavissa: <https://en.ejo.ch/specialist-journalism/how-to-be-a-food-journalist-curiosity-adjectives-and-cronuts>. Luettu: 7.6.2018.

Foust, J. 2005. Online Journalism. Principles and Practices of News for the Web. Holcomb Hathaway. Arizona.

Gaye M. 2018. Food is everything ... and it's also just dinner! Luettavissa: <http://morgainegaye.com>. Luettu: 7.6.2018.

Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Tarja Heikkilä ja Edita Publishing Oy. Luettavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>. Luettu: 3.10.2018.

Hotanen, J., Laine R. & Pietiläinen S. 2001. Benchmarking-opas : opi hyviltä esikuvilta. Laatukeskus. Helsinki.

Jacob, D. 2010. Will Write for Food: The Complete Guide to Writing Cookbooks, Blogs, Reviews, Memoir, and More. Da Capo Press. Philadelphia.

Kantar TNS Oy 2018. KMT 2017 lukijamäärät ja kokonaistavoittavuus. Media Audit Finland. Luettavissa: <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/03/KMT2017lukijamaarat.pdf>. Luettu 7.6.2018.

Media Audit Finland. 2018. KMT 2017 lukijamäärät ja kokonaistavoittavuus. Media Audit Finland. Luettavissa: <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/03/KMT2017lukijamaarat.pdf>. Luettu 27.3.2018.

- Opetushallitus 2018. Suomenkielinen sanasto. Luettavissa: https://www.oph.fi/tietopalvelut/ennakointi/koulutus_ja_osaamistarpeiden_ennakointi/sanastot/suomenkielinen_sanasto. Luettu: 13.6.2018.
- Rousseau, S. 2012. Food and Social Media: You Are What You Tweet. Altamira Press. Plymouth.
- Siniauer, P. 2015. Writing About Food. A Guide to Good Food Journalism. Helsingin Sanomain Säätiö. Luettavissa: http://www.hssaatio.fi/wp-content/uploads/2015/07/Siniauer_WRITE-ABOUT-FOOD-a-guide-to-good-food-journalism.pdf. Luettu: 25.10.2017.
- Taipale, T. 26.4.2018. Toimituspäällikkö. Maaseudun Tulevaisuus. Sähköposti.
- Taipale, T. 22.8.2018. Toimituspäällikkö. Maaseudun Tulevaisuus. Sähköposti.
- Tevere 2017. Aivorihi. Luettavissa: <https://tevere.fi/menetelmat/aivorihi/>. Luettu: 26.9.2018.
- Viestilehdet 2017a. Maaseudun Tulevaisuus painettu media. Luettavissa: <http://mediamynti.maaseuduntulevaisuus.fi/printti/>. Luettu: 27.3.2018.
- Viestilehdet 2017b. Maaseuduntulevaisuus.fi -verkkopalvelut
Luettavissa: <http://mediamynti.maaseuduntulevaisuus.fi/verkko/>. Luettu: 27.3.2018.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.
- Villi, M. 2011. Sosiaalinen kuratointi verkossa. Mediasisältöjen sosiaalinen kulutus ja osallistava yleisöys. Media & viestintä. 34,4, s. 48–65.

Liitteet

Liite 1. Kyselyn sisältö

1. Mitä verkossa olevia reseptipalveluita käytät eniten? Valitse enintään kolme eniten käyttämäsi reseptipalvelua.

- aikakauslehtien verkkosivut (esim. maku.fi, soppa365.fi...)
- sanomalehtien verkkosivut (esim. mt.fi, hs.fi, ruoka.ts.fi jne.)
- ruokablogit
- YouTube
- vlogit
- ruokayritysten reseptipalvelut (esim. valio.fi, myllynparas.fi...)
- kauppaketjujen verkkosivut (esim. yhteishyva.fi, k-ruoka.fi...)
- kauppaketjujen mobiilipalvelut (esim. K-Ruoka, Foodie jne.)
- joku muu lähde, mikä?
 - mahdollisuus avoimen vastauksen antamiseen

2. Millä kriteereillä etsit reseptejä verkossa? Valitse enintään kolme sinulle tärkeintä kriteeriä.

- valmistukseen kuluva aika
- pääraaka-aine (esim. lohi, hirvi, kukkakaali jne.)
- kalorimäärä
- sesongissa oleva raaka-aine
- ruokavalio (esim. laktoositon, gluteeniton, vegaaninen jne.)
- ruoan tyyppi (esim. alkuruoka, pääruoka, leivonnainen jne.)
- juhla (esim. joulu, pääsiäinen, vappu jne.)
- ruoan nimi (esim. makaronilaatikko, kasviskeitto...)
- jokin muu kriteeri, mikä?
 - mahdollisuus avoimen vastauksen antamiseen

3. Oletko rekisteröitynyt jonkin reseptipalvelun (esim. soppa365.fi, valio.fi jne.) käyttäjäksi?

- kyllä
- en

4. Jos olet rekisteröitynyt jonkin reseptipalvelun käyttäjäksi, valitse syy tai syyt, joiden vuoksi rekisteröidyt?

- voin kerätä resepteistä oman ”verkkokeittokirjan”
- tuotan sisältöä (esim. reseptejä, kuvia, videoita jne.)
- pidän blogia palvelussa
- voin kommentoida palvelussa olevia sisältöjä
- pääsen sisältöihin, jotka eivät ole saatavilla ilman rekisteröitymistä
- saadakseni uutiskirjeen
- muu syy, mikä?
 - mahdollisuus avoimen vastauksen antamiseen

5. Mikä verkossa käyttämissäsi reseptipalveluissa on erityisen hyvää?

- avoin vastaus

6. Mitä ominaisuuksia ja toimintoja kaipaisit verkossa oleviin reseptipalveluihin?

- avoin vastaus

7. Millaisia ruokajuttuja ja -uutisia seuraat verkossa?

- ruokakulttuuriin ja ilmiöihin liittyviä juttuja
- ruoan alkuperään liittyviä juttuja
- elintarviketeollisuuden uutisia
- ravintola-arvosteluja
- ruoka-alan toimijoiden (esim. tuottajat, ravintoloitsijat...) uutisia
- ruokavalioihin ja ravitsemukseen liittyviä juttuja
- perinneruokiin ja ruoan historiaan liittyviä juttuja
- ruokatuotteiden testejä
- muita ruokajuttuja, mitä?
 - mahdollisuus avoimen vastauksen antamiseen

8. Millaisia ruokajuttuja ja -uutisia kaipaisit lisää?

- avoin vastaus

9. Tilaatko ruoka-aiheisia uutiskirjeitä?

- kyllä
- en

10. Jos olet ruoka-aiheisten uutiskirjeidentilaaja, ole hyvä ja kerro mitä uutiskirjeitä sinulle tulee.

- avoin vastaus

11. Mikä tilaamissasi uutiskirjeissä on erityisen hyvää?

- avoin vastaus

12. Millaisia sisältöjä kaipaisit uutiskirjeisiin lisää?

- avoin vastaus

13. Ikä

- alle 25 vuotta
- 25-34 vuotta
- 35-44 vuotta
- 45-54 vuotta
- 55-64 vuotta
- yli 65 vuotta

14. Sukupuoli

- mies

- nainen

15. Ammattiasema

- opiskelija
- kokopäivätyössä
- osa-aikatyössä
- yrittäjä
- eläkeläinen
- työtön
- muu, mikä?
 - mahdollisuus avoimen vastauksen antamiseen

16. Millä laitteella pääasiassa käytät verkon resepti- ja uutispalveluja?

- älypuhelimella
- tabletilla
- kannettavalla tietokoneella
- pöytätietokoneella

17. Voimmeko olla sinuun yhteydessä myöhemmin esim. haastattelujen tai ideoiden testaamisen merkeissä?

- kyllä
- ei

Suunnitelma Maaseudun Tulevaisuu- den verkon ruokakokonaisuudesta

Hanna Pehkonen

Suunnitelma verkon ruokakokonaisuudesta

Suunnitelma on laadittu perustuen havainnointiin siitä, millaisia ruoka- ja reseptisisältöjä muilla toimijoilla on verkossa, omaan ja MT:n toimituksen ideointiin sekä käyttäjäkyselyn tuloksiin.

Verkkosisältöjä tutkittiin seuraavilta resepti- ja ruokasivustoilta: Valio, Meillä kotona, Myllyn Paras, Ilta-Sanomat, Anna, Soppa365, Helsingin Sanomat, Turun Sanomat, Aamulehti, K-ruoka, Yhteishyvä, Hellapoliisi, Kotikokki, Reseptitaivas, Arla, Martat, Atria, MTV3, Foodie, Me Naiset, Snellman, Herkkusuu ja Fazer.

Toimituksen sisäinen ideointi tehtiin kaikille toimituksen jäsenille avoimessa ideointipalaverissa, jonka metodina oli aivoriihi. Siinä syntyneet ideat kirjattiin ylös ja jätettiin kahvihuoneeseen muiden arvioitavaksi. Paikalla käyneet saivat merkitä mielestään parhaiden ideoiden kohdalla plusmerkin.

Käyttäjäkysely toteutettiin verkkokyselynä 13.-31.12.2017. Linkki kyselyyn jaettiin Facebookissa Martat vinkkaa -sivulla sekä suljetussa Suomen ruokabloggaajat -ryhmässä. Sähköpostilla kysely jaettiin Tampereen ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoille. Lisäksi linkkiä mainostettiin Facebookissa kampanjalla, joka oli kohdennettu ruokaresepteistä, kotiruuasta, ruuanlaitosta, ruuasta ja juomasta, ruuan tuotannosta, ruuan turvallisuudesta, lähiruusta tai ravintoloista kiinnostuneille ja ruokabloggausta harrastaville yli 18-vuotiaille Suomessa asuville henkilöille. Kyselyyn vastasi 326 henkilöä. Käyttäjäkyselyn tulosten analysoinnissa on huomioitu, että kyselyn vastauksen määrä on liian pieni yleistettäväksi ja on todennäköistä, että siihen ovat vastanneet lähinnä palvelua jo käyttävät, eivät mahdolliset uudet käyttäjät.

Osa-alueiden perään on nostettu niihin liittyviä kommentteja kyselyn avoimista vastauksista.

Jutut

1. Ruuan tuotanto ja alkuperä

MT:n on syytä pitää kiinni siitä, mistä se tunnetaan: asiantuntevista jutuista, jotka kertovat ruuan tuottamisesta ja sen matkasta tuottajalta ruokapöytään. Ruuan alkuperä kiinnostaa, ja siitä MT:ssä osataan kertoa. Näkökulmiksi sopivat kotimaisen tuotannon esille tuomisen lisäksi, terveellisyys, ekologisuus ja eettisyys.

Juttuideoita:

- Pienten valmistajien ja tilamyymälöiden esittelysarja.
- Eri tuotantomuotojen luonnonmukaisen ja tavanomaisen tuotannon vertailu eläinten hyvinvoinnin ja ympäristön näkökulmasta.
- Reseptien kotimaistaminen: asiantuntijahaastateltava kertomassa, miten tuonti-raaka-aineita voi korvata kotimaisilla, miten niiden ominaisuudet ja ravintosisältö eroavat ja mitä on huomioitava reseptiikassa. Esimerkkeinä riisin korvaaminen ohralla ja bataatin palsternakalla.

"Kunnolla tehtyjä, ei klikkiotsikointia."

"Esimerkiksi kotimaisen kalan laittaminen on nykyään valitettavan vähäistä. Toivoisi, että tulisi juttuja, jotka kannustavat siihen ja alentavat kynnystä kalaruokien valmistamiseen. Yksi ammennettava aihe olisi myös kirkollisiin juhlapäiviin liittyvät erityiset leivonnaiset ja ruuat."

"Ruoan alkuperä kiinnostaa ja siten jutut tuottajista."

"Tässä maassa on paljon ruokatuotteiden yrittäjiä joista ei tiedetä kuin pienesti ja paikallisesti, näiden "harvinaisuuksien" esiin nostamista ja etsimistä. Esim. on joku pikku juustola joka tekee ihan tajuttoman hyvää sitä sun tätä, ja sen juustolan tietää vaan oman kylän ihmiset. Jokin "ilmianna herkkutuottaja" juttusarja voisi olla ihan asiaa."

"Ekologisuuteen ja eettiseen tuottamiseen liittyviä. Kotimaisten vaihtoehtojen esille tuomista esim. resepteissä silloin kun resepti sisältää ulkomailta tuotettuja raaka-aineita (millä kotimaisella tuotteella voi korvata ulkolaisen tai kalliin raaka-aineen)."

2. Ruokauutisointi

MT:n on kehitettävä ruokauutisointiaan. Uutuudet kiinnostavat, ja niistä kertominen ensimmäisenä verkossa on hyvä tavoite. Uutuuksiin on tartuttava myös syvällisesti. On kerrottava niiden tuotannon ympäristövaikutukset, eettisyys ja terveysnäkökohdat. On selvitettävä, kuka näistä hyötyy ja kenen taskuun rahat päätyvät.

Nykyhetken lisäksi on katsottava myös tulevaan.

Juttuideoita:

- Nopea uutisointi siitä, mitä valmistajat tiedottavat - mieluummin tiedonhankintaa jo etukäteen.
- Uutuuksien taustojen selvittely: raaka-aineen kotimaisuusaste, prosessointi ja sen terveysvaikutukset, lisäaineiden määrä esimerkiksi kasvipohjaisissa tuotteissa verrattuna eläinperäisiin tuotteisiin.
- Ilmastonmuutokseen varautuminen: Missä tutkimuksessa mennään? Miten viljelijöiden on syytä varautua? Riittävätkö varmuusvarastot, jos tulee katovuosi?
- Tulevaisuuden ruoka: Mitä syömme 50 vuoden kuluttua, ja kuka sen meille tuottaa?

"Uusimmat tuulet kotimaassa."

"Kierrätysideoita, miten käyttää jämäruoat vinkkejä."

"Kaipailisin lisää juttuja ruokaturvasta ilmaston muuttuessa. Haluaisin kuulla miten maamme poliitikot ovat tähän varautuneet? Minkälaisia uusia viljelymenetelmiä on kehitteillä? Lisää juttua kasvisruokavalion normalisoinnista."

"Syvempää tietoa, esim. uusien nyhtökaurojen, härkisten yms. valmistusprosessit kiinnostavat."

"Sirkkajauhon käyttö."

"Tulevaisuuden ruoka - mitä se on ja miten näkyy meillä? Esim. keinoliha, hyönteisravinto, kasvisruoka, uudet viljelytavat jne."

3. Testit ja vertailut

Testit kiinnostavat, ja testattavaa riittää. Saman tuotteen vertailu eri valmistajilta antaa hyödyllistä tietoa ja ideoita lukijoille.

Juttuideoita:

- Kauramaitojen testi: Mukana kotimaiset tuotteet ja ulkomaisia vaihtoehtoja, testaus myös kahvimaitokäytössä.
- Fileerausveitsitesti tai nylkypuukkotesti.
- Retkikeittimen kaasujen riittoisuustesti.

”Ruoan puhtauteen liittyviä testejä ja vertailuja.”

”Ruoanlaittovälineiden testausta ja vertailua.”

4. Perinneruuat ja ruuan historia

Kaippu perinneruokiin ja tarve oppiin niiden tekemisessä nousi kyselyn vastauksissa vahvasti esiin. Myös ruuan historia kiinnostaa.

Juttuideoita:

- Maakuntien parhaat -sarja: Maakuntien tai pienempien alueiden erikoisuuksien esittely ja asiantuntija kertomassa ruokien historiasta, muuntumisesta ajan myötä, ja valmistuksen vinkeistä.
- Perinneruuat tähän päivään -jutut: Reseptiikka ja sen kyljessä juttu perinneruuista ja mahdollisuudesta niiden muokkaamiseen nopeammin valmistettavaksi, kasvisversioksi tai terveellisemmäksi.

”Perinneruokia ja paikallisten tarinoita”

”Perinneruokia ja niiden tekoa nykyaikana.”

–

5. Kansainvälinen keittiö ja muualta tuttujen ruokien soveltaminen

Kansainvälinen keittiö kiinnostaa. Suomalaisten perinneruokien vastapainoksi kyselyyn vastanneet kaipasivat tietoa ulkomaisista ruuista.

Juttuideoita:

- Etnisten ravintoloiden pitäjien suosikit kotimaasta ja tarina reseptin takana.
- Ulkomailta tuttujen ruokien suomalaistaminen kotimaisilla raaka-aineilla.

”Enemmän etnisiä ruokia käsitteleviä juttuja.”

6. Riista- ja eräruoka

Riistan käsittely ja eräruoka ovat aiheita, jotka voivat tuoda uusia lukijoita. Metsästys ja retkeily ovat kokemuksia, joihin ruoka liittyy oleellisesti. Harrastajia ja sitä myötä mahdollisia lukijoita on merkittävä määrä.

Juttuideoita:

- Näin valmistat itse retkimuonan kuivaamalla kotona tms.
- Gourmeta nuotiolla: ideoita ruuanvalmistukseen muusta kuin retkiruokapussista tai säilyketölkistä.

7. Kolumnit

Hellan kulmalla -kolumni kannattaa säilyttää. Hellan kulmalla on kolumnipaikka, jonka suosio puhuu puolestaan. Toimivaa ei kannata korjata.

Kolumnien rinnalle kannattaa tuoda ulkopuolisia bloggareita tai vloggareita toimituksen ulkopuolelta maaseudulta.

8. Videoiden hyödyntäminen

Video tuo ruoka-aiheisiin uudenlaista sisältöä. Video voi olla tehdaskäynnillä nauhoitettu pätkä pakkaushihnalla rullaavista maitotölkeistä, jolla autetaan hahmottamaan päivittäin meijerillä kulkevia massoja. Se voi olla kokeneen riistankäsittelijän taidonnäyte siitä, miten rusakko nyljetään. Se voi olla pieni vinkki reseptin vaikeasta kohdasta. Opiskeltavan asian oppii helpommin, kun näkee, miten se tehdään.

”Ehkä perinneruoista voisi olla hauskeempia videoita.”

”Hyviä videoita. Ei riitä, että joku ankealla äänellä selostaa, että nyt tässä vatkaan. Sen tajuaa selostamattakin.”

Reseptipalvelu

Resepteissä arvostetaan selkeyttä ja muunneltavuutta. Selvää on, että reseptien pitää olla testattuja ja toimivia. MT:n tulisi jatkossa huomioida reseptien julkaisussa verkossa ainakin nämä seikat:

1. Reseptiin kannattaa sisällyttää tieto siitä, miten sitä voi muunnella. Voiko sitä tehdä keliakikolle sopivan gluteenittomalla jauhoseoksella? Voiko riisin korvata ohralla? Saako reseptistä kasvisversion korvaamalla jauhelihan härkäpapuruheella? Miten muutos vaikuttaa reseptin ravintosisältöön?

”Vinkkejä miten jotain voi korvailla. Esim. maidon tilalle tai mikä muu marja sopii juuri kyseiseen reseptiin jos sitä ei ole juuri nyt saatavilla.”

”Resepteihin soveltamisvinkkejä helposti sivuun klikattavaksi.”

2. Reseptissä on syytä näkyä ruuan ravintosisältö ja energiamäärä.
3. Käyttäjillä on oltava mahdollisuus arvioida (esim. pisteyttämällä) reseptiä ja antaa avoimia kommentteja reseptistä. Myös mahdollisuus lisätä kuvia kokeillun reseptin lopputuloksesta on hyvä. Vertaisten informaatio kiinnostaa käyttäjiä.

”Muiden käyttäjien kommentit helposti näkyvillä.”

” Tähtiluokituksista ja kommentteista voi päätellä paljon reseptin laadusta.”

4. Reseptiin on luotava muunnin, jolla esimerkiksi neljälle hengelle suunnitellun reseptin ainesosat saa muunnettua käyttäjän haluamalle henkilömäärälle.

”Vain Valiolla on ollut mahdollista muuttaa annoskokoa, jolloin raaka-aineiden määrä muuttuu sen mukaan montako annosta haluaa valmistaa. Tämä on kätevä ominaisuus.”

5. Kuvat tai videot reseptin eri vaiheista ovat informatiivisia. Käyttäjät kaipaavat niitä.

”Näkee kuvat minkä näköiseltä jonkin uuden ruuan pitäisi näyttää niin osaa paremmin arvioida omaa onnistumistaan. Kuvia voi olla paljonkin eri välivaiheita. Videotkin ovat hyviä niistä näkee raaka-aineiden käsittelyä ja saa niksejä millaisia tekniikoita kannattaa hyödyntää.”

”Ohjeet kuvien kera eri työvaiheista.”

”Älkää kadottako informaatiota näteistä ruokakuvista, kuten käsityölehdet tekevät käsittäille :) kuva kertoo monesti siitä, miten jokin on tehty.”

Toteutus

Ruokakokonaisuus tarvitsee MT:n verkkosivujen sisälle oman sivunsa, johon pääsee suoraan yläpalkista. Sen sisällä on reseptihaku ja juttuhaku. Ne linkittyvät niin, että kun käyttäjä hakee reseptiä, hänelle tarjotaan samojen asiansanojen ruokajuttuja luettavaksi sivun laidassa, ja toisin päin: kun käyttäjä hakee juttuja, tarjotaan hänelle sivun laidassa samojen asiansanojen reseptejä. Näin esimerkiksi lammaspatareseptin hakijalle tarjotaan luettavaksi uutista lampaan lihan hinnan kehityksestä ja juttua lammastilalta.

Reseptihaun hakukriteereistä kyselyn mukaan ylivoimaisesti käytetyimmät ovat ruuan nimi ja pääraaka-aine. Hausssa on siis oltava vapaasanahaku ja hakuvalikko pääraaka-aineen mukaan. Seuraavaksi yleisimmät hakutavat ovat haku juhlan, ruokavalion, sesongissa olevan raaka-aineen ja ruuan tyyppin mukaan. Hakuvalikot näiden mukaan kannattaa toteuttaa.

Hakutulosten yhteydessä kannattaa tarjota myös reseptejä, joita muut samanlaisia hakuja tehneet ovat selanneet.

Söin täällä -juttujen yhteydessä kannattaa julkaista karttapalvelu, jossa käytyä paikata löytää ja voi etsiä kartalta.

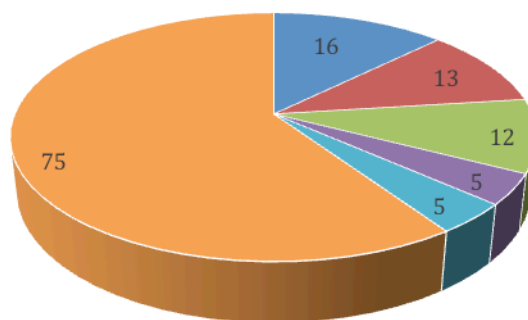
Kyselyn tulokset

Jutut

Kyselyyn osallistuneilta kysyttiin ”Millaisia ruokajuttuja ja -uutisia kaipaisit lisää?” Vastauksissa oli paljon hajontaa. Kun vastauksista nostettiin viisi eniten mainintoja saanutta kokonaisuutta erilleen, jäljelle jäi vielä yli puolet vastauksista. Yhteensä vastauksia oli 126.

Eniten toivottiin juttuja alkutuottajista ja kotimaisesta tuotannosta, sen jälkeen perinneruuista ja vanhan ajan tavoista laittaa ruokaa sekä ruuan alkuperästä. 75 muusta vastauksesta löytyy mainintoja suomalaista ruokaa tukevista jutuista sekä kotimaisesta ruuasta ravintoloitsijoiden, tuottajien ja kuluttajien näkökulmasta. Jos nämä yksittäiset vastaukset niputtaisi samaan kokonaisuuteen ruuan alkuperään, alkutuottajiin ja kotimaiseen tuotantoon liittyvien toiveiden kanssa, kattaisi tämä kokonaisuus suunnilleen neljäsosan kaikista kommentteista.

Millaisia juttuja halutaan

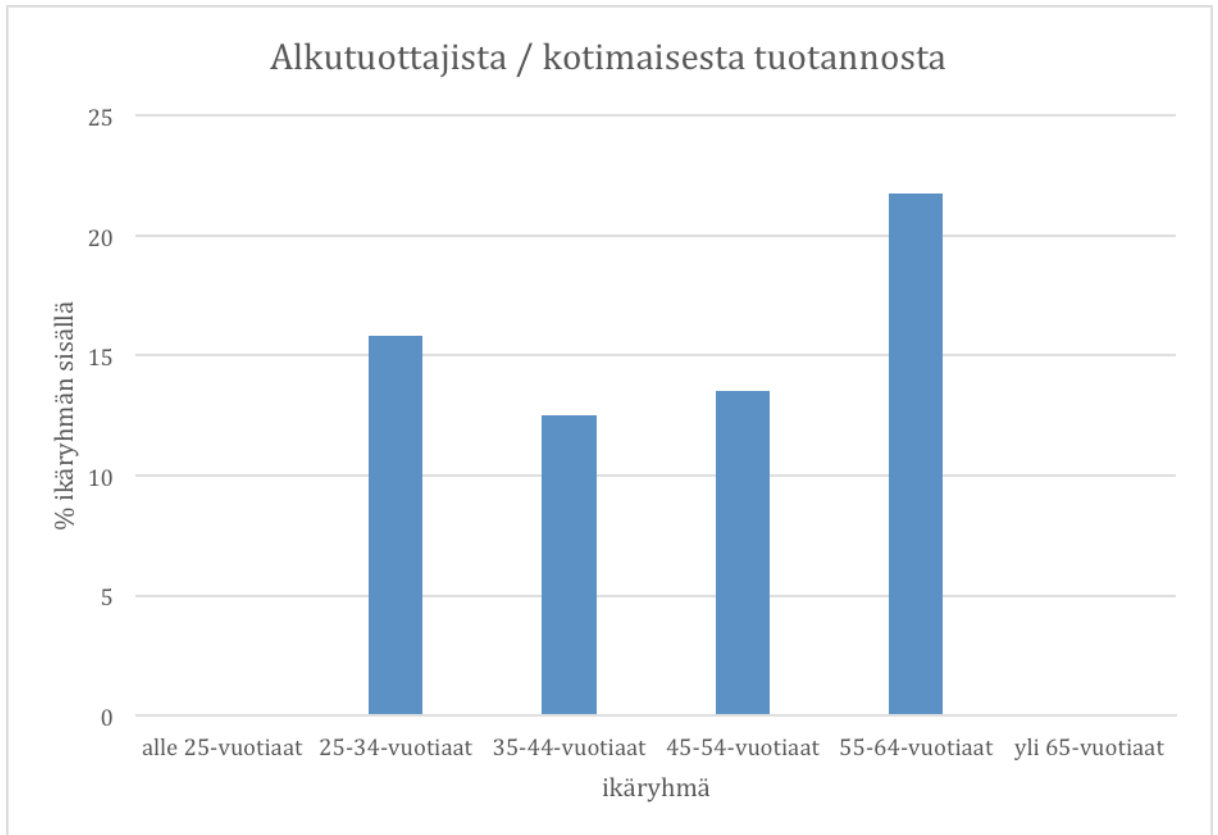


- Alkutuottajista / kotimaisesta tuotannosta
- Perinneruuista / vanhan ajan tavoista laittaa ruokaa
- Ruuan alkuperästä
- Luomusta
- Eri maiden ruokakulttuureista ja kansainvälisistä ruuista
- Muut yhteensä

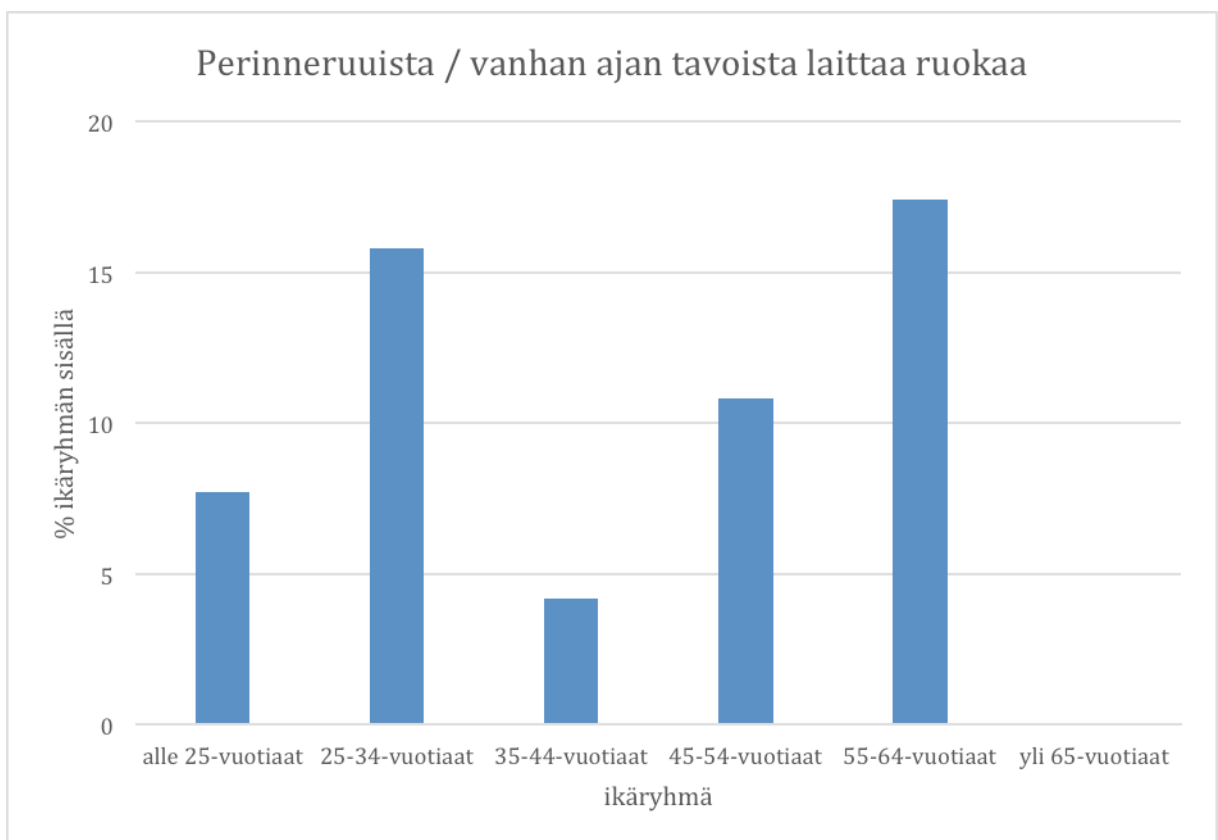
Kuva 4 Vastaukset lukumäärinä jaoteltuna aihealueittain.

Alkutuottajista ja kotimaisesta tuotannosta kiinnostuneita on ikäluokissa 25-vuotiaista 64-vuotiaisiin. Perinneruuista ja vanhan ajan tavoista laittaa ruokaa ovat kiinnostuneet myös alle 25-vuotiaat. Ruuan alkuperä kiinnostaa kaikenikäisiä. Luomusta ja kansainvälisestä keittiöstä haluavat lukea yli 35-vuotiaat, vieläpä painottuen yli 65-vuotiaisiin vastaajiin.

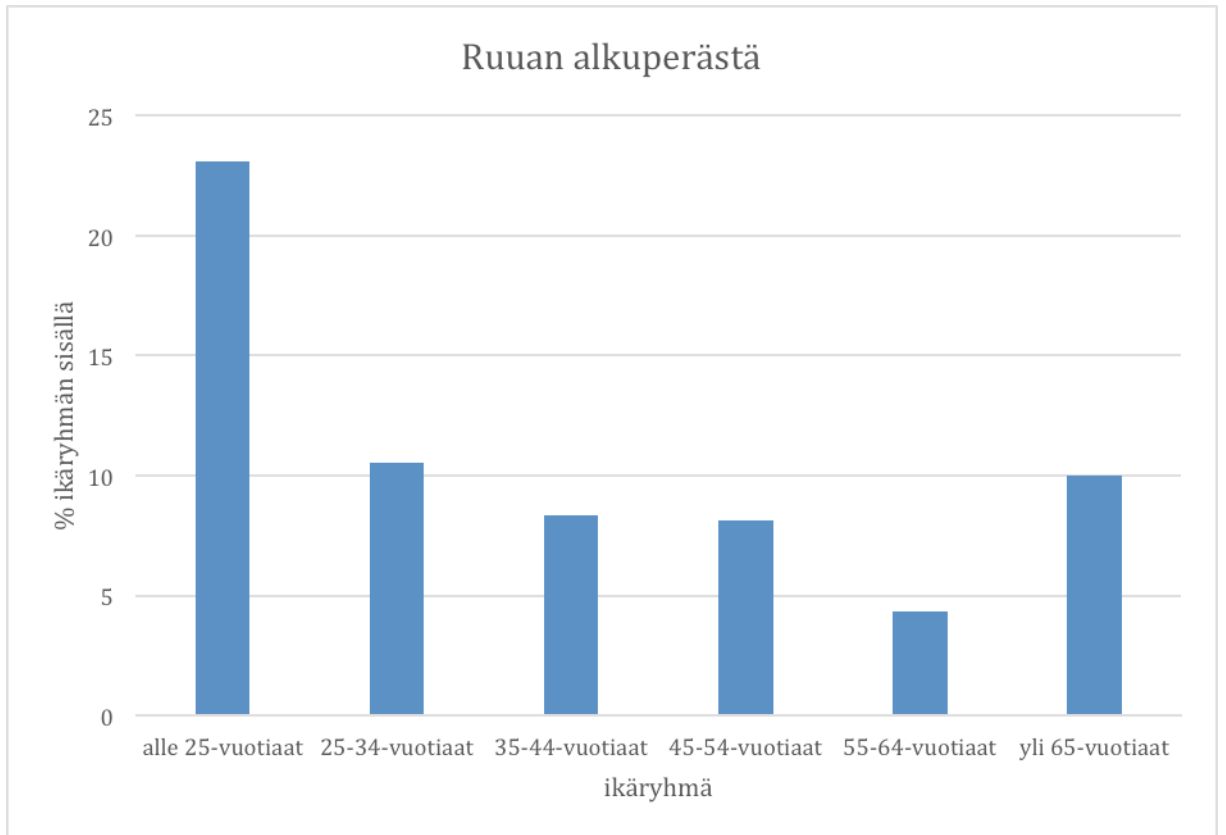
Prosenttiosuuksia tarkastellessa on syytä huomata, että vastauksia oli vanhimmassa ikäluokassa vain kymmenen ja nuorimmassakin vain 13.



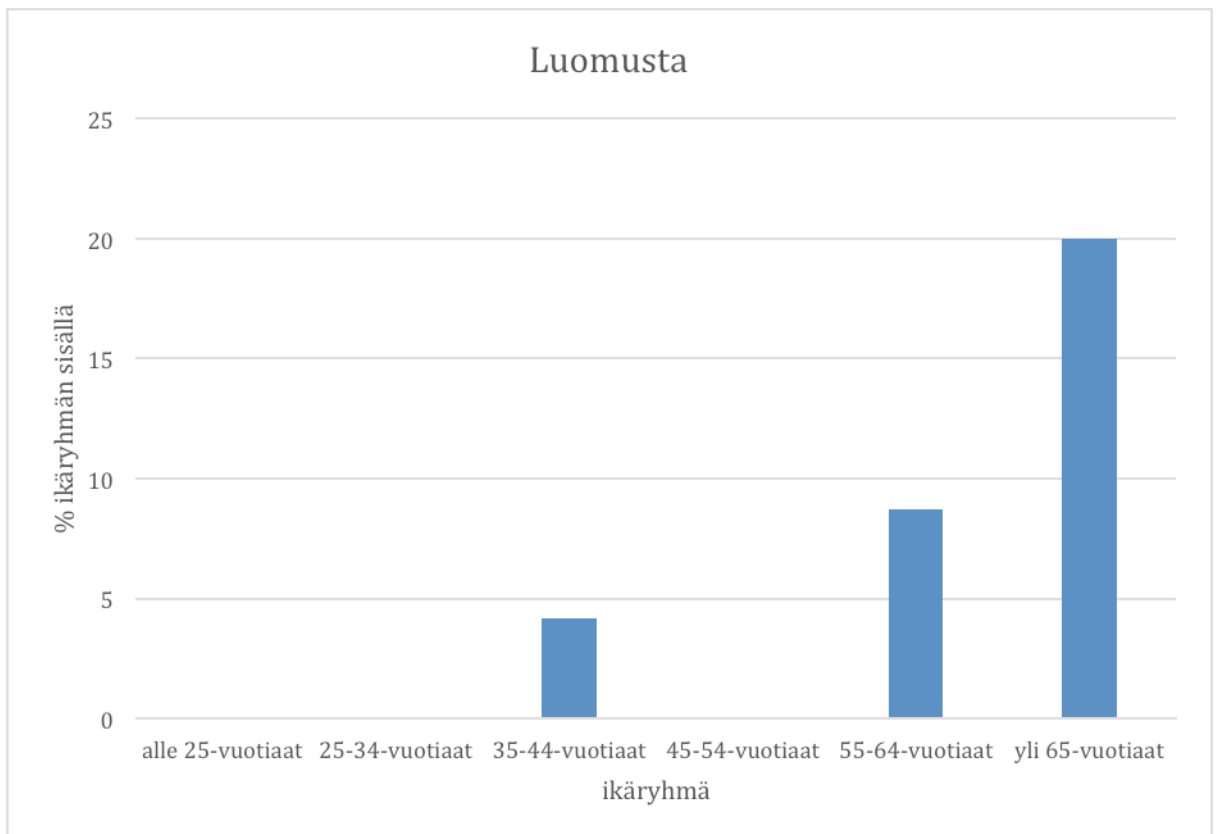
Kuva 5 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka ovat kiinnostuneet lukemaan alkutuottajista tai kotimaisesta tuotannosta.



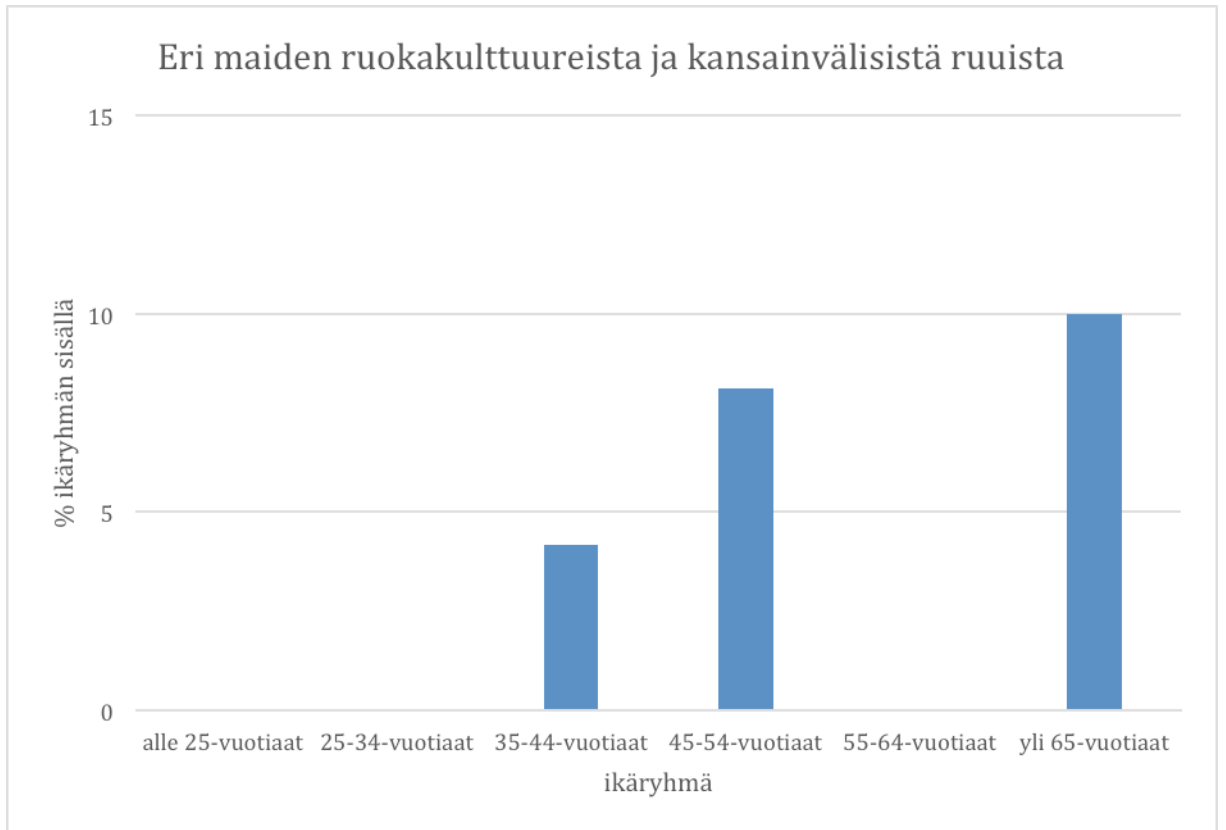
Kuva 6 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka ovat kiinnostuneet lukemaan perinneruuista tai vanhan ajan tavoista laittaa ruokaa.



Kuva 7 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka ovat kiinnostuneet lukemaan ruuan alkuperästä.



Kuva 8 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka ovat kiinnostuneet lukemaan luonnonmukaisesta tuotannosta.



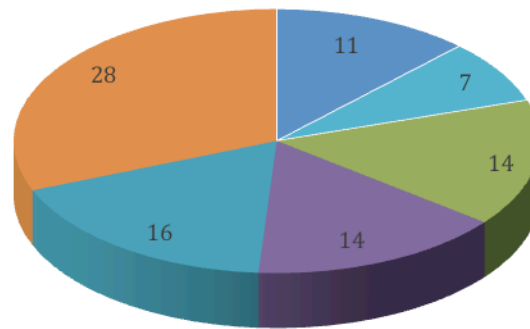
Kuva 9 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka ovat kiinnostuneet lukemaan eri maiden ruokakulttuureista ja kansainvälisistä ruuista.

Reseptipalvelut

Mikä reseptipalveluissa on erityisen hyvää?

Kysymys Mikä verkossa käyttämissäsi reseptipalveluissa on erityisen hyvää? toi esiin sen, että vastaajat arvostavat reseptien eri versioiden vertailtavuutta. Kysymykseen vastasi 219 henkilöä. Tärkeänä pidetään myös sitä, että reseptit ovat monipuolisia ja sovellettavia, ja niissä ja niiden vaiheista on kuvia. Muiden käyttäjien kommentteja ja arvioita pidetään arvossa ja kiinnostavana yksityiskohtana sitä, että reseptin kokoa voi muuttaa henkilömäärän tai halutun annoskoon mukaan.

Reseptipalveluissa arvostetaan

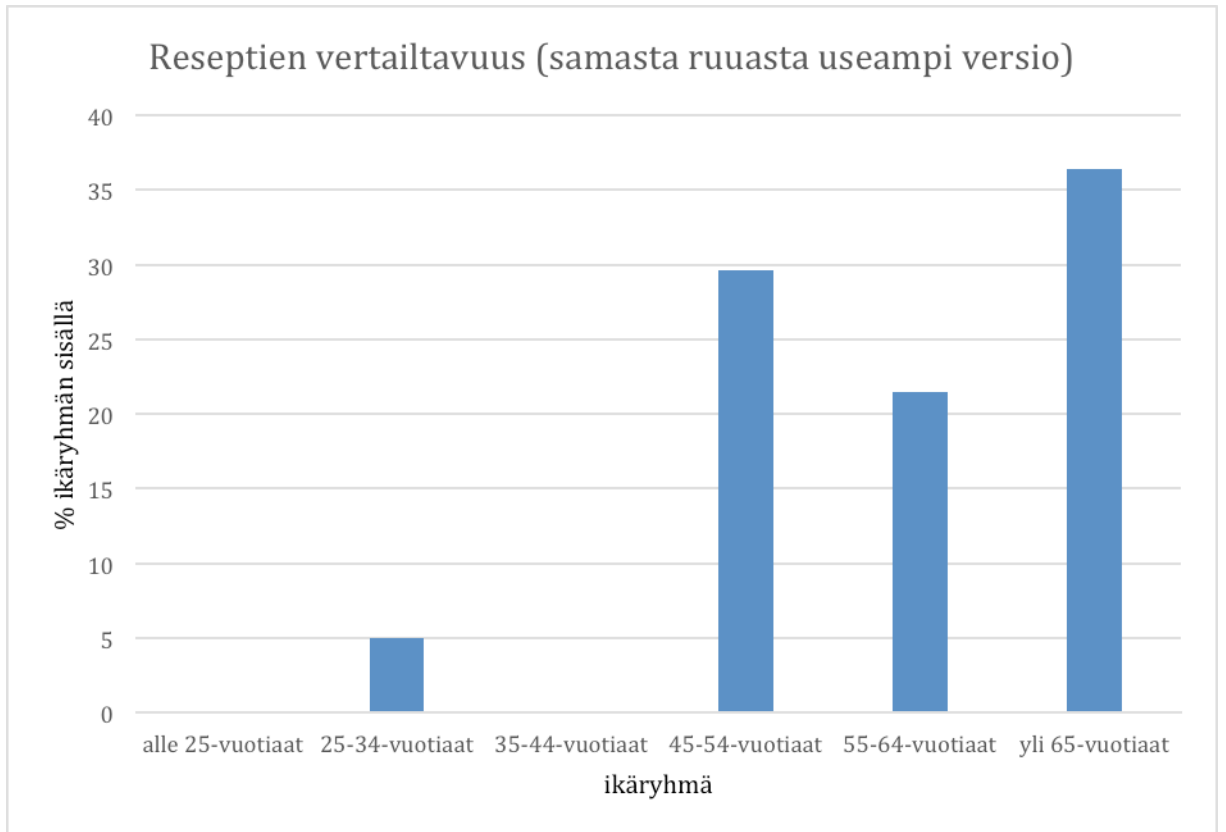


- Muiden käyttäjien arviot ja kommentit
- Annoskokomuunnin
- Monipuoliset ja sovellettavat reseptit
- Kuvat (myös reseptien eri vaiheista)
- Reseptien vertailtavuus (samasta ruuasta useampi versio)
- Muut yhteensä

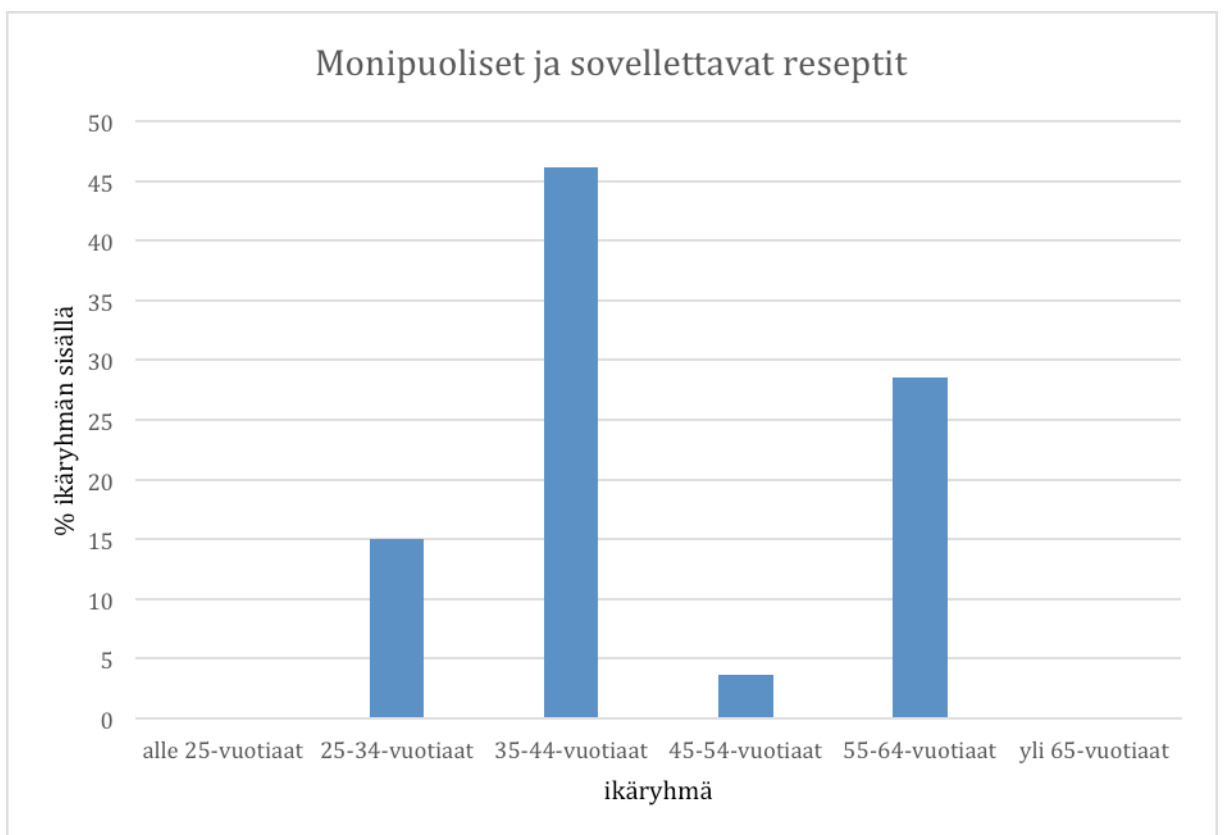
Kuva 10 Vastaukset lukumäärinä jaoteltuna aihealueittain.

Reseptien vertailemisen mahdollisuutta pitävät hyvänä erityisesti yli 45-vuotiaat. Reseptien monipuolisuutta ja soveltamismahdollisuuksia arvostetaan erityisesti ikäluokassa 35-44-vuotiaat. Kuvia halutaan nähdä kaikissa ikäluokissa ja alle 65-vuotiaat pitävät muiden käyttäjien kommentteja ja arvioita tarpeellisina.

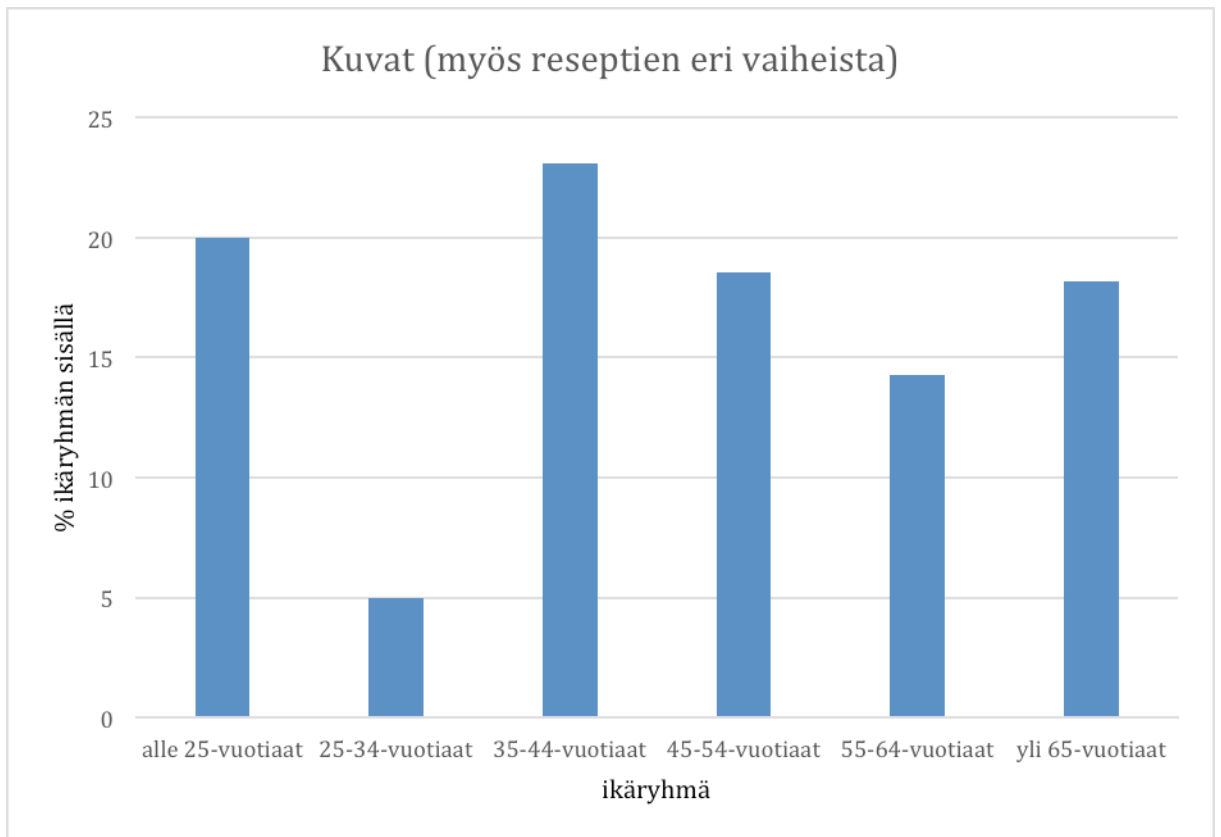
Alle 25-vuotiaiden ikäryhmässä korostui yksi vastaus. Nuoret haluavat, että reseptin kokoa voi muuttaa henkilömäärän tai muun tarpeen mukaan. Tässä ryhmässä oli tosin vain viisi vastausta, joten yksikin vastaus aiheesta saa aikaan suuren prosentuaalisen osuuden.



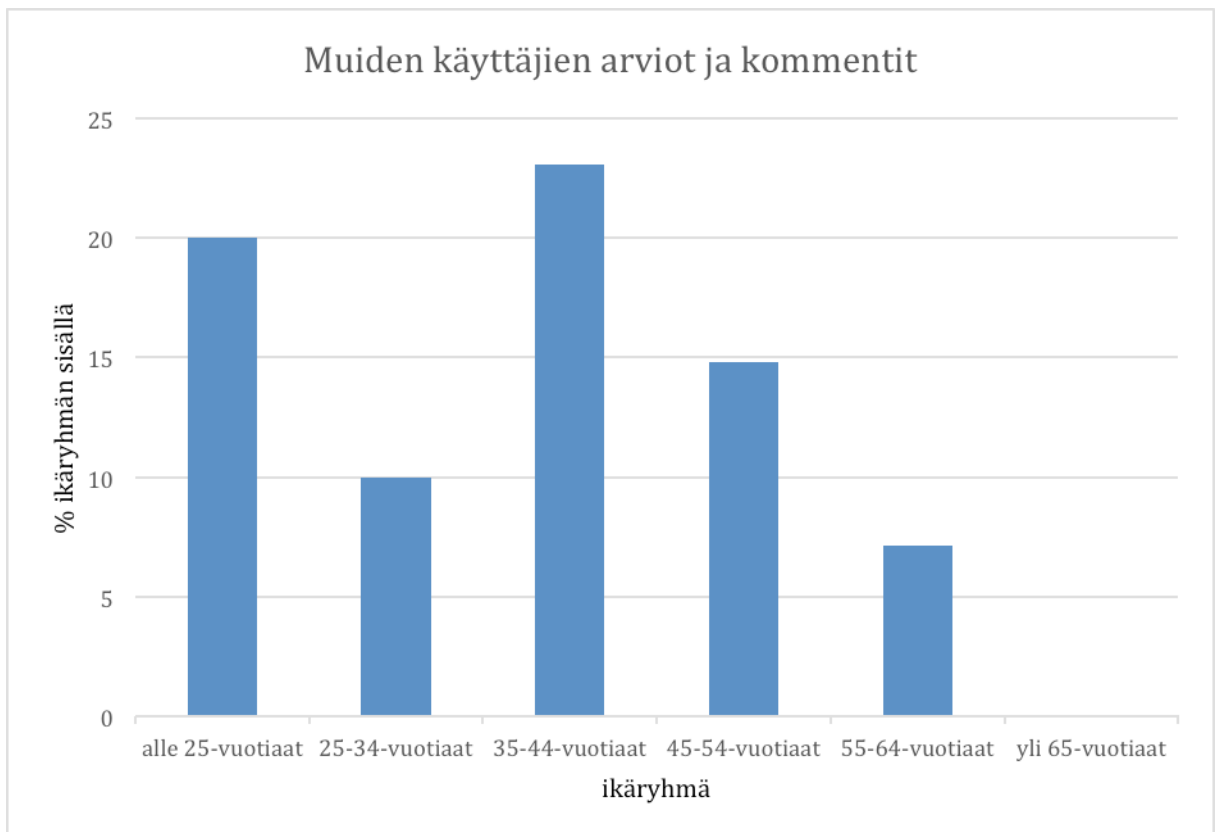
Kuva 11 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka arvostavat reseptipalveluissa reseptien vertailtavuutta.



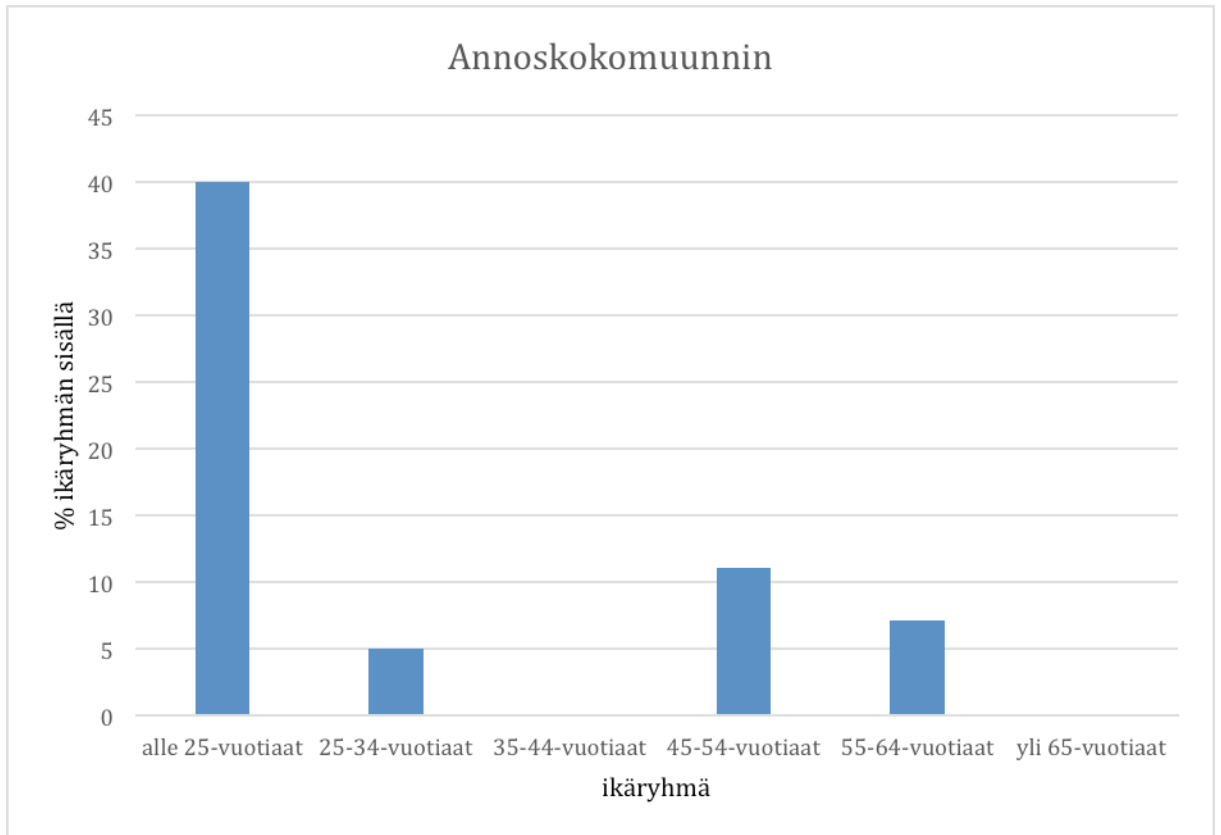
Kuva 12 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka arvostavat reseptipalveluissa monipuolisia ja sovellettavia reseptejä.



Kuva 13 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka arvostavat reseptipalveluissa kuvia.



Kuva 14 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka arvostavat reseptipalveluissa muiden käyttäjien arvioita ja kommentteja.



Kuva 15 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka arvostavat reseptipalveluissa annoskoon muuntamistyökalua.

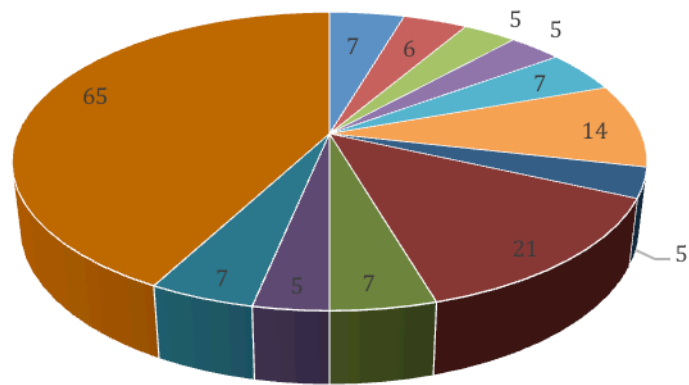
Mitä reseptipalveluihin kaivataan?

Kun kysyttiin, mitä ominaisuuksia ja toimintoja vastaaja kaipaa verkossa oleviin reseptipalveluihin, reseptien muunneltavuus ja vinkit ainesosien korvaamisesta toisilla nousivat vahvimmin esiin.

Annoskoon muuntamismahdollisuus mainittiin toisiksi useimmin. Näiden jälkeen listalla olivat reseptien ja palvelun selkeys, kalorimäärien ja ravintoaineiden esiintuonti, kuvavinkit reseptien eri vaiheista sekä laajat hakukriteerit ja hyvät hakutoiminnot. Useampia mainintoja saivat myös käyttäjien kommentit ja arviot, kuvat, reseptien luokittelumahdollisuus haussa (esimerkiksi sesonkien tai raaka-aineiden mukaan) sekä yksinkertaiset reseptit ja kotiruokaohjeet.

Jos kuvavinkkien ja kuvien maininnat niputtaa yhteen, päästään miltei yhtä suureen arvoon kuin annoskoon muuntamisen maininnoilla on. Vastauksia saatiin 168.

Reseptipalveluissa kaivataan



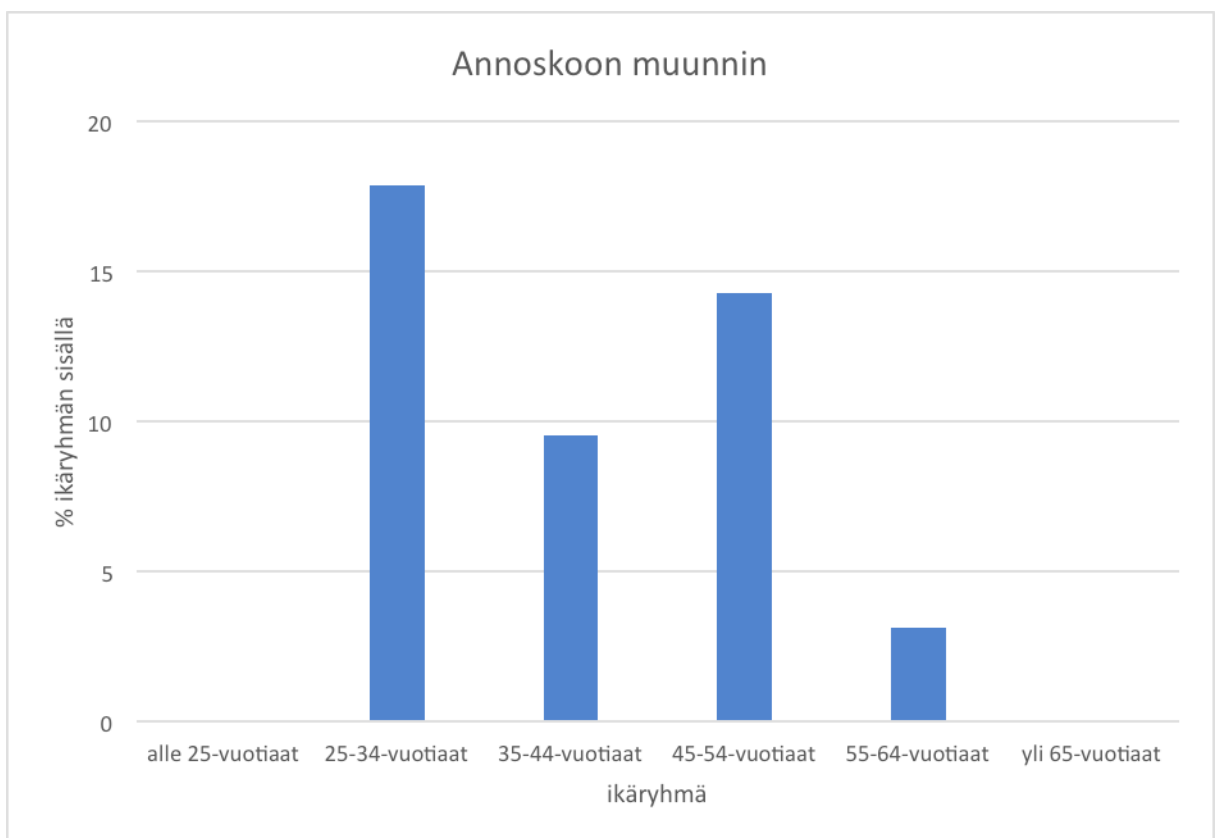
- Selkeys
- Käyttäjien kommentit/arviot
- Reseptien luokittelu haussa
- Kuvat
- Kalorimäärät/ravintoarvot näkyviin
- Annoskoon muunnin
- Videot
- Reseptien muunneltavuus ja vinkkejä ainesosien korvaamisesta toisilla
- Kuvavinkit reseptin vaikeista kohdista / eri vaiheista
- Yksinkertaisia reseptejä / kotiruokaohjeita
- Laaja hakukriteerit / hyvät hakutoiminnot

Kuva 16 Vastaukset lukumäärinä jaoteltuna aihealueittain.

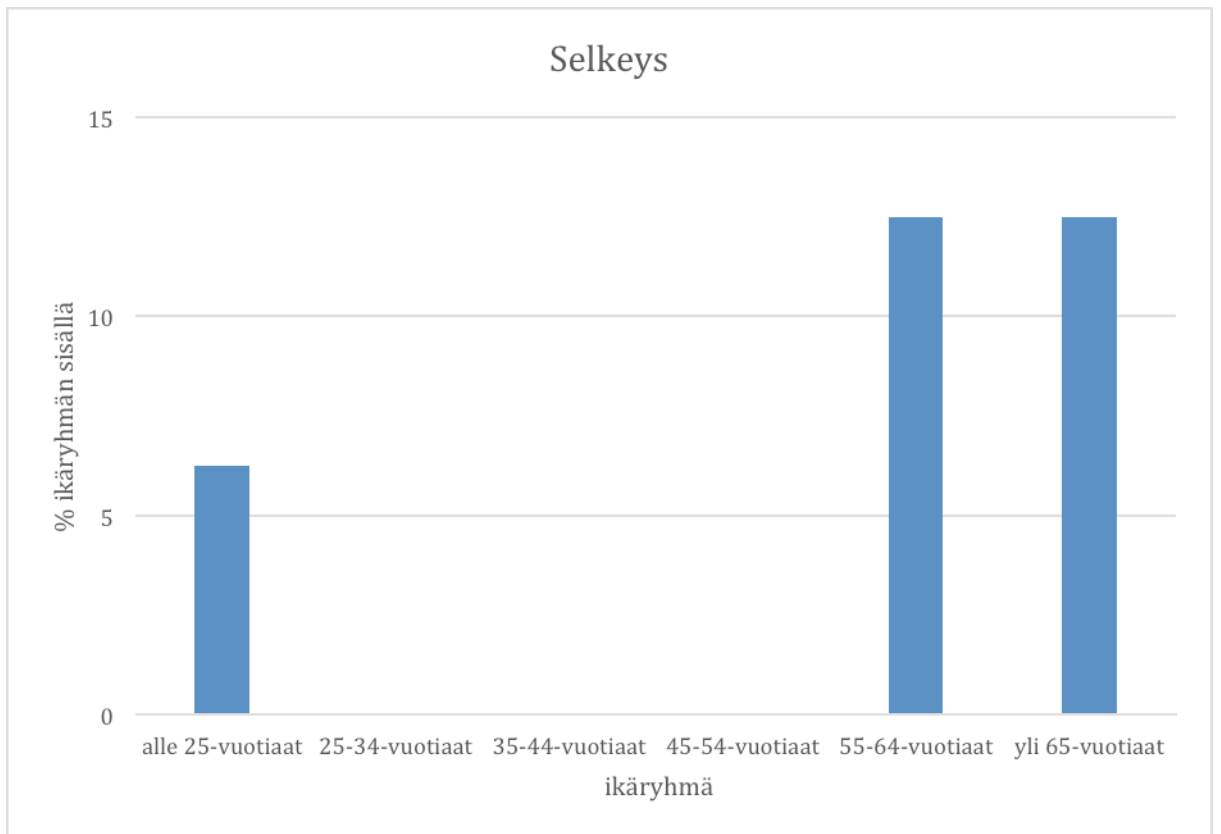
Vinkkejä reseptien muunneltavuuteen ja ainesosien korvaamiseen kaivataan kaikissa ikäryhmissä, paitsi alle 25-vuotiaissa. Annoskoon muuntamisen mahdollisuutta toivottiin kaikissa muissa paitsi nuorimpien ja vanhimpien ikäryhmissä.



Kuva 17 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka kaipaavat reseptipalveluihin reseptien muunneltavuutta ja vinkkejä ainesosien korvaamisesta toisilla.



Kuva 18 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka kaipaavat reseptipalveluihin ainesosien muuntamisen mahdollisuutta.



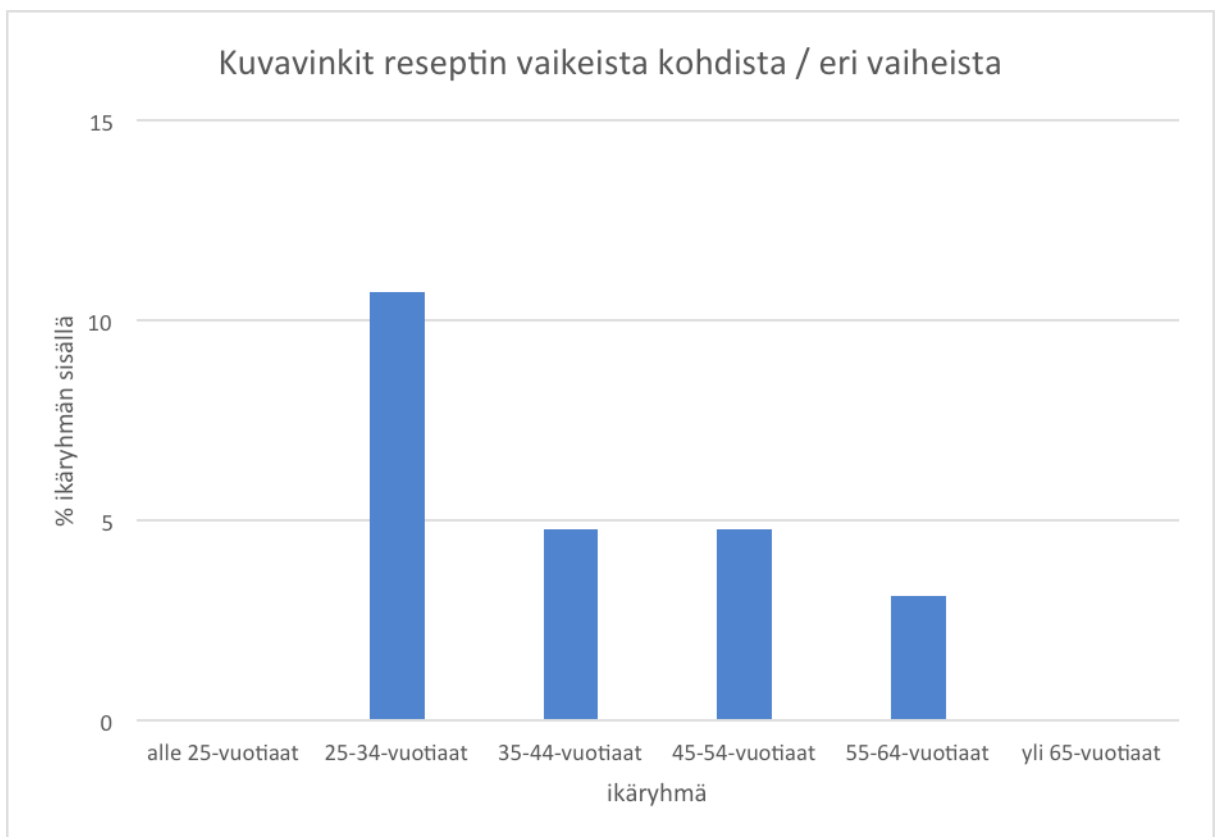
Kuva 19 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka kaipaavat reseptipalveluihin selkeyttä.



Kuva 20 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka kaipaavat reseptipalveluihin kalorimääriä ja ravintoarvoja.



Kuva 21 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka kaipaavat reseptipalveluihin laajoja hakukriteerejä tai hyviä hakutoimintoja.



Kuva 22 Osuudet ikäryhmän sisällä niistä, jotka kaipaavat reseptipalveluihin kuvavinkkejä reseptien eri vaiheista tai vaikeista kohdista.

Lähteet:

<https://www.valio.fi/reseptit/teemat/arkiruoka/>

<https://www.meillakotona.fi/aiheet/ruoka>

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

<https://www.is.fi/ruokala/>

<https://anna.fi/kategoria/ruoka>

<https://www.soppa365.fi/>

<https://www.hs.fi/ruoka/>

<http://ruoka.ts.fi/>

<https://www.aamulehti.fi/kotimaa/tikkupullat-ovat-kiva-retkievas-nappaa-tasta-resepti-mukaasi-200238203> (ei ruokasivustoa, ruokasisällöt Kotimaa-osaston alla)

<https://www.k-ruoka.fi/reseptit>

<https://www.yhteishyva.fi/reseptit>

<https://www.hellapoliisi.fi/reseptit/>

<https://www.kotikokki.net/reseptit/>

<https://reseptitaivas.fi/>

<https://www.arla.fi/reseptit/>

<https://www.martat.fi/reseptit/>

<https://www.atria.fi/kokkaamo/reseptit/>

<https://www.foodie.fi/recipes>

<https://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/reseptit>

<https://www.menaiset.fi/alue/ruoka/reseptit>

<https://www.snellman.fi/fi/parempaa-ruokaa/reseptit>

<http://www.herkkusuu.fi/reseptit/>

<https://www.fazer.fi/juhlat/>