

## Haaga-Helian verkkosivujen uratarinoiden kehittäminen

Markku Korhonen



<b>Tekijä</b> Korhonen Markku	
<b>Koulutusohjelma</b> Journalismin koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Haaga-Helian verkkosivujen uratarinoiden kehittäminen	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 46 + 12
<p>Tämän journalismin koulutusohjelman opinnäytetyöni tarkoitus on antaa syvällisempiä tietoja journalismin opiskelijoiden mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista kehitysideoista liittyen sisältömarkkinoinnin journalistisiin keinoihin Haaga-Helian hakumarkkinoinnissa, joita on käytetty uratarinoissa.</p> <p>Haaga-Helia tilaa vuosittain Taloustutkimukselta koulun brändi-arvoa ja haluttavuutta sekä tunnettuutta mittaavan tutkimuksen. T-Media tekee lukiolaistutkimuksen. Näitä tutkimuksia seurataan useamman vuoden ajan. Verkkomedioissa on normaalia seurantaa ja verkkosivuja analysoidaan Google Analyticksin avulla.</p> <p>Tämän tutkimuksen tarkoituksena on koota ja analysoida tulevien journalismin ammattilaisten mielipiteitä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivuilla julkaistujen uratarinoiden journalistisista keinoista.</p> <p>Tiivistettynä tutkimuskysymys on: Miten Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistuja uratarinoita voisi kehittää?</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana on Haaga-Helian ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelma. Kysely on kohdistettu Haaga-Helian journalismiopiskelijoille.</p> <p>Kysely toteutettiin sähköpostin välityksellä Webropol-kyselylomakkeella. Kysely lähetettiin journalismin koulutusohjelmaan kuuluville noin 250 opiskelijalle kevään ja syksyn 2015 aikana.</p> <p>Vastausprosentti oli 9,6, joten kyseessä on näyte tavoiteryhmän mielipiteistä. Tuloksia voidaan käyttää suuntaa antavina Haaga-Helian verkkosivujen uratarinoiden kehittämisessä.</p> <p>Vastausten perusteella enemmistö oli tyytyväinen lukemaansa uratarinaan. Vastaajat halusivat myös enemmän erilaisia lyhyitä tarinoita ja eri-ikäisiltä. Tarinat, jotka ovat lähempänä tavallisen opiskelijan arkea kiinnostaisivat. Myös päähenkilön tausta kiinnostaa. Vastaajan mielestä yksi parhaista aneista uratarinoissa oli tieto siitä, kuinka koulun opit oli sovellettu suoraan käytäntöön. Vastaajat halusivat myös, että uratarinoiden tavoitettavuus paranisi.</p>	
<b>Asiasanat</b> Tarinat, kertomukset, journalismi, opiskelu, sisältö, työura, urakehitys, verkkoviestintä	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Taustatietoa uratarinoista .....	3
2.1	Yleistä uratarinoista .....	3
2.2	Sisältömarkkinoinnista .....	4
2.3	Yhteisöviestinnästä .....	4
2.4	Journalismista .....	5
2.5	Yleistä verkossa julkaistavasta tarinasta .....	6
2.5.1	Verkkotekstin rakenteesta huomioita .....	7
2.6	Käsitteitä .....	8
3	Tutkimusasetelma .....	10
3.1	Tutkimusongelma ja -tutkimuskysymys .....	10
3.2	Tutkimusote .....	10
3.3	Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät .....	11
3.3.1	Aineistonkeruumenetelmä .....	11
3.3.2	Aineiston analyysimenetelmä .....	13
4	Tutkimustulokset .....	14
4.1	Taustatietoja vastaajien sukupuolesta .....	14
4.2	Taustatietoja vastaajien iästä .....	14
4.3	Kuinka tarkkaan vastaaja oli lukenut uratarinan .....	15
4.4	Luetuimmat uratarinat .....	16
4.5	Uratarinoiden kiinnostavimmat otsikot .....	18
4.6	Uratarinoiden kiinnostavimmat nostot .....	20
4.7	Uratarinan ensivaikutelma sisällön kannalta .....	21
4.8	Huomioita tai vaikutuksia uratarinasta .....	22
4.9	Uratarinoiden blogimaiset piirteet .....	24
4.10	Tärkeimmät asiat uratarinoissa .....	24
4.11	Parhaiten palveleva rakenne uratarinoissa .....	27
4.12	Miten eri rakenteet palvelevat verkossa julkaistavassa uratarinassa .....	28
4.13	Motivoiko uratarina .....	29
4.14	Työllistymis-, yrittäjyys- ja palkkatietojen tärkeys uratarinoissa .....	30
4.15	Haaga-Helian uratarinoiden mieluisin julkaisukanava .....	31
4.16	Perusteluja vastaajan tekemiin valintoihin ja kehitysehdotuksia uratarinoihin .....	32
4.17	Tyytyväisyys uratarinaan .....	34
4.18	Paras asia uratarinassa tai -tarinoissa .....	34
4.19	Opiskelijoiden uratarinoiden kehitysideoita .....	35
5	Johtopäätökset .....	37
5.1	Avoimien vastausten johtopäätökset .....	37

5.2 Muut johtopäätökset.....	38
Pohdinta .....	43
Lähteet .....	45
Liitteet.....	46
Liite 1. ja 2. Kyselylomakeet.....	46
Liite 3. Ensimmäinen saate .....	55
Liite 4. Toinen saate eli muistutus .....	56
Liite 5. Kolmas saate eli muistutus .....	57
Liite 6. Neljäs saate kolmen kysymyksen kyselyyn.....	58

# 1 Johdanto

Meillä kaikilla on jossakin vaiheessa takana jonkinlainen uratarina. Sillä on merkitystä yksilölle ja yhteisölle. Olemme kiinnostuneita muidenkin uratarinoista vaihtelevasti ja monista eri syistä.

Marttilan (2015, 59) mukaan uratarina pitää yhdistää tilanteen yhteisöllisten odotusten mukaisesti tiettyihin uraa käsitteleviin teemoihin, kuten tutkintoihin sekä työpaikoista toiseen siirtymiseen.

Haaga-Helia julkaisee verkkosivuillaan opiskelijoidensa uratarinoita, joihin kehoitetaan tutustumaan. Inspiroivatko nämä uratarinat opiskelemaan Haaga-Heliassa? Innostavatko uratarinat opiskelemaan haluavia saavuttamaan unelmiaan? Saataisiinko tulevilta journalismin ammattilaisilta eli Haaga-Helian journalismiopiskelijoilta uratarinoista syvällisempiä tietoja mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista journalistisista kehitysideoista. Tämä oli myös tavoitteena.

Tiivistettynä tutkimuskysymys on: Miten Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistuja uratarinoita voisi kehittää?

Haaga-Helia tilaa vuosittain Taloustutkimukselta koulun brändi-arvoa ja haluttavuutta sekä tunnettuutta mittaavan tutkimuksen. T-Media tekee lukiolaistutkimuksen. Näitä tutkimuksia seurataan useamman vuoden ajan. Verkkomedioissa on normaalia seuranta ja verkkosivuja analysoidaan Google Analyticksin avulla (Nevalainen 26.6.2014).

Tämän opinnäytetyöni tarkoitus on kerätä syvällisempiä tietoja myös journalismin opiskelijoiden mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista kehitysideoista liittyen sisältömarkkinoinnin journalistisiin keinoihin, joita on käytetty Haaga-Heliassa opiskelleiden uratarinoissa.

Yhteisökuvan muodostumiseen vaikuttavat myös Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistut uratarinat. Ne tukevat markkinointiviestintää. Lisäksi ne ovat sisältömarkkinoinnin journalistisia sisältöjä myös hakumarkkinoinnissa. Eli ne on kirjoitettu journalistisia periaatteita noudattaen. Nämä uratarinat toimivat sisältömarkkinointiin liittyvänä journalistisena keinona kertoa Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta.

Tämän opinnäytetyön aihe on rajattu sisältömarkkinoinnin journalististen keinojen tausesimerkkiin hakumarkkinoinnissa eli Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivujen uratarinoihin. Tavoitteena on selvittää, miten näitä uratarinoita voisi kehittää.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Haaga-Helian ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelma. Haaga-Helian journalismin koulutusohjelma on talouspainotteinen kulttuurialan koulutusohjelma. Siitä valmistuu medianomeja (AMK), jotka ovat journalistisesti päteviä ammattilaisia. He ovat taidoiltaan journalistisesti monipuolisia, halliten viestinnän ja nykymedian eri yhdistelmät sekä työskentelytavat. Heillä on mahdollisuus saada valmiudet toimia myös yrittäjinä (Haaga-Helia 2016).

Tutkimuskysymyksiin ja saatekirjeeseen saatiin hyväksyntä toimeksiantajalta.

Uratarinoita on suhteellisen vähän tutkittu, mutta tietoa on niiden liittymisestä oman osaamisen tunnistamiseen, sisältömarkkinointiin, yhteisöviestintään ja journalismiin. Kun Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivujen uratarinoita kehitetään, niin edellä mainitut hyötyvät myös.

## 2 Taustatietoa uratarinoista

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivujen uratarinoiden kytkeytyvät monet asiat sisällön lisäksi. Näihin uratarinoiden liittyvää teoriaa esitellään seuraavassa aiheen rajauksen mukaisesti. Teoria on rajattu liittyen sisältömarkkinoinnin journalististen keinojen tapausesimerkkiin hakumarkkinoinnissa eli Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivujen uratarinoiden. Taustatietoa on liittyen yleisesti uratarinoiden, sisältömarkkinointiin, yhteisöviestintään, journalismiin, verkossa julkaistavaan tarinaan, verkkotekstin rakentamiseen ja käsitteisiin.

### 2.1 Yleistä uratarinoista

Tässä tutkimuksessa kohteena on Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistut uratarinat ja opiskelijoiden mielipiteet niistä. Yleisiä huomioita uratarinoista on tehty jo aiemminkin.

Uratarina pitää yllä osaamisen tunnistamista ja toimii välineenä opintojen suunnittelussa sekä opintojen osaamisessa (Saranpää 2009, 27).

Saranpään (2009, 28-29) mukaan opiskelijoiden osaamisen tunnistamisen avuksi uratarinan mallia on muokannut ja pilotoinut Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa journalismin koulutusohjelman lehtori Virve Jalonen. Siinä mallissa on uratarinaa varten kysytty muun muassa osaamisesta, työskentelystä, erityisosaamisesta, työn tekemisen ja opintojen sovittamisesta sekä tutkinnon vaatimusten työssä oppimisesta työtä kehittäen.

Uraansa kuvailevan pitää pystyä luotettavasti suhteuttamaan uransa sekä oma ammatillisuus aiheelliseksi ja yhtenäiseksi kokonaiskuvaksi (Mattiila 2015).

David Hermanin määrittelyssä, kertomuksessa on aineksia, joiden kautta kertomus tulkitaan ja tunnistetaan kertomukseksi ja otetaan vastaan kertomuksena. Sellaisia aineksia ovat tilanteisuus, tapahtumien asettaminen ajalliseen järjestykseen, murtuma tai häiriö tarinamaailmassa ja kokemuksellisuus (Mattiila 2015, 55).

Marttilan (2015, 59) käsitys on, että urakerronta ja -kertomus ovat ajallisesti jatkuvina kronologisesti eteneviä, joilla yritetään rakentaa lujasti yhteyttä menneen, nykyisen ja tulevan välillä.

Marttilan (2015, 59) mukaan urakertomus pitää yhdistää tilanteen yhteisöllisten odotusten mukaisesti tiettyihin uraa käsitteleviin teemoihin, kuten tutkintoihin sekä työpaikoista toiseen siirtymiseen.

Marttilan (2015, 67) mielestä 2000-luvulla länsimaihin on laajalle levinnyt niin sanottu hyvä urakertomus, siinä kertoja ohjaa elämäänsä ja osaa muuttaa uraansa vallitsevan yhteiskunnallisen kehityksen ja työorganisaation ilmeisten kehityssuuntien mukaan.

Uran kuvailemisessa on keskeistä se, mihin henkilö ammatillisesti on kiinnittynyt nykyisessä työssään. Tämä peilautuu koko urakerrontaan, myös henkilön historiaan (Marttila 2015, 126).

## **2.2 Sisältömarkkinoinnista**

Haaga-Helian verkkosivujen uratarinat liittyvät myös sisältömarkkinointiin, joka hyödyntää journalistisia keinoja hakumarkkinoinnissa.

”Sisältömarkkinointi: Tapa sitouttaa asiakkaita hyödyllisten sisältöjen avulla. Tavoitteena on tehdä niin hyviä yksittäisiä sisältöjä, että ne houkuttelevat yleisöjä yrityksen asiakkaiksi.” (Hakola & Hiila 2012, 195).

Sisältömarkkinoinnin ja natiivimainonnan eroja: ”Sisältömarkkinoinnissa mainostaja luo ja tarjoaa kuluttajalle esimerkiksi viihdyttävää tai hyödyllistä sisältöä vastikkeetta saadaksesen ja ylläpitääkseen asiakkuutta. Natiivimainonta taas tuo mainostajan sisällön kuluttajan ulottuville osana olemassa olevaa mediaa ja sen keinoja hyödyntäen.” (IAB Finland 2015).

Lisäksi IAB Finland (2015, 4) mukaan sisältömarkkinoinnissa on mahdollista hallita omalla alalla keskusteluja ja erikoisosaamista sekä saada näkyvyyttä digitaalisilla viestimillä.

## **2.3 Yhteisöviestinnästä**

Haaga-Helian verkkosivujen uratarinat ovat myös yhteisöviestintää.

Yhteisöviestinnällä vahvistetaan yhteisökuvaa ja vuorovaikutteista tiedonvälitystä (Siuko-saari 1999, 11).



Siukosaaren (1999, 11) mukaan viestinnän pohjimmaisena päämääränä on muuttaa, lisätä tai vahvistaa tietoja, mielikuvia tai mielipiteitä. Tällöin pyrkimyksenä voi olla myös vaikuttaa vastaanottajan käyttäytymiseen ja ehkä asenteisiin.

Yhteisöviestinnän toiminnoista Siukosaari (1999, 15) huomauttaa, että yhteisö yhteydenpidollaan henkilöstön ohella, huolehtii yhteydenpidosta ulkopuolisiin yhteistyö- ja kohde-ryhmiin niin, että ihmiset ja yhteisö tulevat tutuiksi.

Yhteisökuvan muodostumisessa voi omalta osaltaan auttaa myös Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistut uratarinat. Siukosaaren (1999, 31) mukaan viestinnällisiin yhteisöinkin päämääriin päästään, kun yhteisökuvalla ilmaistaan luotettavaa tietoa esimerkiksi pyrkimyksistä, henkilöistä, laadusta tai tuloksista.

Viestinnän päämäärä on kehittää yhteisöstä muodostuvaa mielikuvaa ja tehostaa tunnettuutta, tunnettavuutta, ymmärrystä ja hyväksyntää sekä lisätä luottamusta (Siukosaari 1999, 34).

Kuutin (2012, 234) määritelmä yhteisökuvalle on: ”Organisaatiosta tai muusta yhteisöstä sen sidosryhmien keskuudessa syntynyt mielikuva.”

Kuutin (2012, 234) määritelmä yhteisöviestinnälle on:

Sanomien vaihdantaa yhteisön osien ja ympäristön välillä. Viestinnällisillä toimilla pyritään tukemaan eri tilanteissa yhteisöä ja sen jäseniä sille määriteltyjen tavoitteiden saavuttamisessa. Viestinnän avulla yhteisö pyrkii myös havaitsemaan ja ymmärtämään olennaiset itseään koskevat ulkoiset ja sisäiset muutokset (luotaus) ja varmistamaan näiden huomioon ottaminen oman toiminnan suunnittelussa ja päätöksenteossa.

## **2.4 Journalismista**

Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistuissa uratarinoissa on pyritty käyttämään journalistisia keinoja ja ne on kirjoitettu journalistisia periaatteita noudattaen. Onkin tarpeen tuoda esiin yleisiä huomioita journalismista.

Alasillan (2002, 435) mukaan ”journalismi on faktapohjaista ja ajankohtaista joukkoviestintää, joka perustuu aineiston ammattimaiseen hankintaan, seulontaan ja muokkaukseen.”

Kuutin (2012, 71) määritelmä ”journalistinen” -sanalle on: ”Korkeatasoisen journalismin mukainen, journalismia toteuttava periaate, näkemys tai toimintamalli.”

Vehkoo muistuttaa käytetyimmistä mainion journalismin määritelmästä (2011, 163): ”Tunnen sen kun näen sen.”

Moitteettomuus, ymmärrettävyys tai luontainen mielekkyys eivät kelpaa täydellisesti luonnehtimaan, mitä tasokas journalismi on. Tarina voi sisältää lueteltuja piirteitä, vaikka sisältönsä olisikin samanaikaisesti kulunut. (Vehkoo 2011, 164.)

Kenelläkään ei ole ehdotonta vastausta kysymykseen mikä on yleensä oivallista journalismia. Mielipiteitä voi siis kysyä journalistisista keinoista ja uratarinoista myös journalismin opiskelijoilta. He sopivat kohderyhmänäkin tähän kyselyyn.

## **2.5 Yleistä verkossa julkaistavasta tarinasta**

Verkossa julkaistavaan tarinaan voi sijoittaa painetusta tekstistä tuttujen elementtien lisäksi monia muitakin huomionarvoisia asioita. Nämä tutut elementit ovat yleensä lyhyemmässä ja ytimekkäämmässä muodossa verkkotekstinä. Tietopohjainen juttu saattaa verkossakin olla pidempi. Nämä painetun tekstin elementit, jotka voivat olla verkkotekstissäkin ovat Kerosuon (2012, 21) mukaan otsikko, ingressi, kuva, kuvateksti, väliotsikko, lainaus ja kainalo.

Tärkeintä helposti käsitettävässä tekstissä ovat ymmärrettävän kielen selkeät lauserakenteet (Kortesuo 2012, 160).

Verkkosivujen teksti antaa mahdollisuuden lisätä erilaisia elementtejä. Kortesuon (2012, 21) mukaan verkkotekstiin voi liittää videoklipin, animaation tai äänileikkeen, linkin, välilehtiä ja valikoita, interaktiivisia osioita kuten kyselyitä sekä kommenttikenttiä.

Lisäksi Kortesuo (2012, 29) suosittaa kirjoittamaan verkkotekstin ensimmäisen kappaleen joka kerta aivan kuten kirjoittaisit ingressin.

Verkkotekstistä voi perustellusta syystä nostaa esiin tietolaatikoita, taustoittavia kainalojuttuja, visuaalisesti erotettuja lainauksia (Kortesuo 2012, 34-35).

Pitkässä verkkokirjoituksessa on järkevää verkossa käyttää listoja, joissa asiat on eroteltu ranskalaisin viivoin tai numeroin. Lisäksi sisennykset jaksottavat ja väliotsikot ja vievät

tekstiä eteenpäin. Tietojutun otsikoiden pitää olla nimeäviä, kuin etikettejä verkossa. Muut otsikot voivat olla esimerkiksi toiminnallisia tai tunnelmaa luovia (Korteso, 36-37).

Verkkotekstissä voi käyttää vuorovaikutteisuutta ja linkitettävyyttä, joita Kerosuokin (2012, 40) kehottaa hyödyntämään.

Hyvä verkkojuttu on Korteson (2012, 52) mukaan ”selkeää ja ymmärrettävää kieltä, ei ole liian väritynyt tai provosoiva, koska silloin sen vakuuttavuus heikkenee, on sopivan mittainen ja koostuu sopivan mittaisista kappaleista ja virkkeistä, etenee loogisessa järjestyksessä.”

Uratarinankin voi tehdä haastattelun muotoon. Verkossa olevan haastattelun pitää Korteson (2012, 54) mukaan olla lyhyempi.

Uratarinallakin voi vaikuttaa. Vaikuttamiseen tähtäävä verkkoteksti pitää Korteson (2012, 156) mukaan olla napakka ja lyhyehkö. Yhteisöllisyyden rakentamiseen tarkoitettu teksti on myönteistä viestintää, joka kannustaa ja kohottaa me-henkeä (Korteso 2012, 156).

### **2.5.1 Verkkotekstin rakenteesta huomioita**

Verkkojutun pitää olla helppolukuinen ja palasteltu. Se on muodostettu yksinkertaisilla lauserakenteilla. Siinä on mielenkiintoinen otsikko sekä ingressi, joka houkuttelee lukijan jatkamaan jutun loppuun saakka. Pitää välttää passiivia ja pitkiä verbiketjuja sekä vaikeita sivistyssanoja. Myös kuvitusta pitää käyttää harkitusti. (Jääskeläinen 2011).

Jääskeläisen (2011) mukaan teksti rakentuu lyhyistä, parin-kolmen virkkeen pituisista itsenäisistä kappaleista. Lisäksi väliotsikoilla voi kertoa jutun pääpiirteet. Otsikko antaa kuvan jutusta. Otsikolla viitataan suoraan aiheeseen ja kiinnostavin, tärkein asia sijoitetaan jutun alkuun.

Uutispyramidin malli on toimiva verkkoteksteissä. Linkkejä voi käyttää lukijaa palvelevasti vaikeissa termeissä, olennaisissa tausta- tai lisätiedoissa. (Jääskeläinen 2011).

Niin sanottu printti plus- juttu ja kerroksellinen juttu voivat sopia uratarinoiniin. Foust (2005, Jääskeläinen 2011) esittää, että printti plus- juttu on normaalijuttu, mutta siihen on lisätty verkon elementtejä, kuten linkkejä ja kommentointimahdollisuus. Lisäksi niin sanotussa kerroksellisessa jutussa tieto lisääntyy jutussa yleisluonteisesta yksityiskohtaiseen. Kerroksellisessa jutussa lukijaa pyritään houkuttelemaan lukemaan eteenpäin. Lue lisää- tai

haluatko tietää lisää- linkit voivat toimia otsikon, ingressi-yhteenvedon ja varsinaisen jutun yhteydessä.

Foust (2005, Jääskeläinen 2011) mainitsee toimivina rakennemalleina uutispyramidin, tarinan, kronologian ja temaattisen mallin.

## 2.6 Käsitteitä

Tässä esittelen niitä käsitteitä, joita ei edellä vielä esitelty ja jotka esiintyvät teoriaosuudessa, tutkimuskysymyksissä ja tulokset osuudessa.

Tutkimuskysymyksissä esiintyneet rakenteet, joita käytetään muun muassa haastattelu- ja henkilöjutuissa. Tässä esittelen ne uratarinoin ajateltuna Töyryn (2008, 79-84) jutturakenteiden mukaan:

-Tänään-eilen-huomenna -rakenne, joka alkaa nykyhetkestä ja päähenkilön taustoituksesta, jonka jälkeen palataan tähän päivään teemaa syventäen. Seuraavaksi juttu palaa tähän päivään syventäen teemaa. Lopuksi tehdään päätelmät henkilön tulevaisuudesta.

-Kohtauksesta kohtaukseen -rakenne, jossa kerronnallisilla elementeillä muodostettuina kohtauksina vuorottelevat nykyhetki, takaumat ja taustoitus.

-Syy ja seuraus TAI seuraus ja syy -rakenne, jossa sisältö on kahdessa osassa, joista toinen on syytä ja toinen on seurausta.

-Salmiakkiruutu -rakenne, jossa aihe kuvaillaan henkilön tarinan tai kokemuksen kautta laajentuen yleisemmäksi. Lopussa palataan yksilöön.

-Kronologia -rakenne, jossa aikajärjestyksessä kuvaillaan henkilön kehitystarina.

Muita muun muassa tutkimuskysymyksissä esiintyneitä journalistisia käsitteitä:

### Blogi

Blogit ovat verkkosivustoja, joissa julkaistaan säännöllisesti yhden tai useamman kirjoittajan laatimia päivityksiä. (Jaakkola 2013, 243.)

### Ingressi:

Ingressi eli jutun kärki tai aloituskappale on lukijalle väylä juttuun. Ingressissä tai kirjessään tuodaan esiin jutun ydin (uutisellinen aloitus) tai jokin muu kiinnostava, jopa dramaattinen poiminta jutun sisällöstä. (Jaakkola 2013, 131.)

### Kerronta:

Kerronta tarkoittaa tosiasioiden esittämistä ilman kuvailua tai eläytymistä. Se muistuttaa luonteeltaan tietokirjatekstiä. (Jaakkola 2013, 85.)

**Kysymys-vastaus:**

Journalistinen esitystyyli, jossa julkistetaan tarkasti sekä kysymykset että vastaukset. (Kuutti 2012, 96.)

**Leipäteksti:**

Leipätekstillä tarkoitetaan juoksevaa tekstiä, joka muodostaa jutun perusosan. Kapaleiden pituus on journalistisissa teksteissä hyvin lyhyt: usein vain 1-2 virkettä. (Jaakkola 2013, 132.)

**Nosto:**

Nostoiksi sanotaan tekstin katkelmia, joita irrotetaan leipätekstin yhteyteen taittopaloina keventämään tekstimassaa. Nostot toimivat huomion suuntaajina ja kiinnostuksen herättäjinä. Ne ovat usein jutun mehevimpiä paloja, koska ne luetaan mahdollisesti otsikoiden ja kuvatekstien lisäksi. (Jaakkola 2013, 134.)

**Pääotsikko:**

Pääotsikko tiivistää jutusta olennaisen ja herättää lukijan huomion. (Jaakkola 2013, 130.)

**Taitto:**

Taitossa eri elementit (tekstit, kuvat ja muu visuaalinen aineisto) kootaan yhteen ja asetellaan yhdeksi kokonaisuudeksi. (Jaakkola 2013, 127.)

**Tarina:**

Draaman kaarta noudatteleva kertomus. Alussa luodaan jännite, jota kehitellään ja joka laukeaa lopussa. (Jaakkola 2013, 100.)

**Väliotsikko:**

Väliotsikko jaksottaa leipätekstiä nostamalla esiin jotain kiinnostavaa tulevasta jaksosta. (Jaakkola 2013, 130.)

### **3 Tutkimusasetelma**

#### **3.1 Tutkimusongelma ja -tutkimuskysymys**

Haaga-Helia julkaisee verkkosivuillaan opiskelijoidensa uratarinoita, joihin kehoitettiin tustumaan tutkimuksen tekoaikana otsikolla: ”Lue opiskelijoidemme menestystarinat ja löydä sinua kiinnostava koulutus.”

Inspiroivatko nämä uratarinat opiskelemaan Haaga-Heliassa. Innostavatko uratarinat opiskelemaan haluavia saavuttamaan unelmiaan. Mitä mieltä opiskelusta kiinnostuneet ovat näistä julkaistuista uratarinoista tai yleensä uratarinoista. Vastaamaan kykeneviä ovat journalismia Haaga-Heliassa opiskelevat ja juuri -opiskelemaan hyväksytyt uudet opiskelijat. Saadaanko tulevilta journalismin ammattilaisilta uratarinoista syvällisempiä tietoja mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista journalistisista kehitysideoista. Tämä oli myös tavoitteena.

Tämä liittyy Haaga-Helia ammattikorkeakoulun sisältömarkkinoinnin journalistisiin keinoihin hakumarkkinoinnissa. Kyselytutkimuksessa oli sisältömarkkinoinnin tapausesimerkkinä Haaga-Helian verkkosivujen uratarinoiden journalistiset keinot.

Tiivistettynä tutkimuskysymys on: Miten Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistuja uratarinoita voisi kehittää?

#### **3.2 Tutkimusote**

Tutkimusmenetelmäksi soveltui sekä laadullisen eli kvalitatiivisen ja määrällisen tutkimuksen eli kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmät. Tutkimusotteena kuitenkin korostui laadullinen tutkimusote. Ratkaisevaa ei ollut saada paljon vastaajia, vaan laadullisesti tulkittavia mielipiteitä. Tarkoitus oli koota ja analysoida journalismin opiskelijoiden mielipiteitä tutkimusaineistoksi Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivuilla julkaistujen uratarinoiden journalistisista keinoista. Haaga-Helian journalismin koulutusohjelmassa opiskelee noin 250 opiskelijaa.

Kvalitatiivisessä tutkimuksessa tapaukset ovat ainutlaatuisia ja aineistoa voidaan tulkita sen mukaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 164.)

Tutkimuksessa aihetta selvitettiin laadullisen tutkimuksen analyysein. Kyselytutkimus soveltui välineeksi, koska Vehkalahden (2014, 11) mukaan kyselytutkimuksella voi tarkastella tärkeää tietoa yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisen toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Tässä siis pyrittiin kvalitatiivisiin (esimerkiksi avoimilla kysymyksillä) ja kvantitatiivisiin (esimerkiksi strukturoiduilla kysymyksillä) menetelmin saada kuvaa aiheesta. Tähän pyrittiin hyödyntämällä kvalitatiivista ja kvantitatiivista menetelmää eli tyypillisesti monimenetelmäisyyttä. (Kananen, 2015, 39.)

### **3.3 Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät**

#### **3.3.1 Aineistonkeruumenetelmä**

Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin sähköpostikyselyä. Tutkimus toteutettiin Webropol-ohjelmaa hyödyntäen. Sähköinen tiedonkeruumenetelmä valikoitui, koska näin saatiin lähetettyä kysymykset juuri sopivalle rajatulle ryhmälle. Kysymykset lähetettiin Haaga-Helia ammattikorkeakoulun journalismin opiskelijoille. Haastattelut tai postikyselyt eivät voineet olla vaihtoehtoina, koska kysely lähetettiin kaikille Haaga-Helian journalismin opiskelijoille. Oletuksena oli, että he olisivat kiinnostuneita tarinoista, ehkä urasta yleensäkin ja kykeneviä antamaan laadullisesti tulkittavia mielipiteitä.

Saatteessa oli muun kuvauksen ohella ohje tutustua yhteen uratarinaan ja vastata sitten saatteessa olleen toisen linkin kautta kysymyksiin. Sähköpostin saateen varsinaisessa vastausohjeessa oli ensin luku- ja reittiohje ja linkki Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistuihin uratarinoin (liite 3):

Linkistä pääset Haaga-Helian verkkosivulle ”Liity joukkoomme ja avaa ovet työelämään”, jossa vierittämällä hieman alaspäin on otsikko: ”Lue opiskelijoidemme menestystarinat ja löydä sinua kiinnostava koulutus.” Valitse ja klikkaa yksi tiivis opiskelijan uratarina auki ja tutustu siihen:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/hakijalle-2015?userLang=fi>

Vastausohjeessa oli välittömästi luku- ja reittiohjeen alla linkki kyselylomakkeeseen (liite 3):

Tutustuttuasi uratarinaan vastaa kyselyyn tästä linkistä (tai kopioimalla linkki selaimen osoiteriville):

<https://www.webpolsurveys.com/S/337A7F4746AF4DB3.par>

Kysymyslomakkeessa oli monivalintakysymyksiä ja avoin kysymys, johon halutessaan sai perustella tekemiään valintoja tai antaa lisäkommenteja. Mielipiteitä sai antaa myös, vaikka ei olisi tutustunut uratarinaan, silloin oli ohjeena hypätä tiettyjen kysymysten yli.

Jo ensimmäisessä saatekirjeessä oli lopuksi maininta kyselyyn valittujen määrän pienyydestä. Kyselyhän oli rajattu vain journalismin opiskelijoille. Toiseen saate- eli lähetettyyn muistutuskirjeeseen lisäsin huomautuksen mielipiteiden mukaan saamisen tärkeydestä sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista (liite 4):

Kyselyyn valittujen määrä on suhteellisen pieni, joten toivoisin mahdollisimman monen vastaavan kyselyyn. Kaikkien journalismin opiskelijoiden mielipiteiden mukaan saaminen sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista on tärkeää ja arvokasta kattavuuden toteutumiseksi.

Jotkut journalismin opiskelijat ovat ehkä saattaneet ehkä ymmärtää väärin tai kokea kielteiseksi muistutuskirjeen edellä mainitun kohdan sanan ”sisältömarkkinointi.”

Toinen muistutuskirje lähetettiin sekä sähköpostissa, että julkaistiin Haaga-Helian Toimittajaopiskelijat-Facebook-sivulla. Haaga-Helian Toimittajaopiskelijat-Facebook-sivu on avoin vain journalismin opiskelijoille. Journalismin koulutusohjelmajohtaja, tutkimuksen toimeksiantaja Anne Leppäjärvi vetosi myös Facebook-sivulla kirjeeseen: ”Toimittajaopiskelijat, vastatkaa kyselyyn! Toimittajaopiskelija tarvitsee vastauksia juuri teiltä!” Muistutuskirjeessäni oli toivomus saada lisää vastaajia ja vastausaikaakin syyskuun loppupuolelle. (liite 5):

Muistutus, toivotaan lisää vastauksia journalismin koulutusohjelman kyselytutkimukseen.

Lähetin sinulle kesän kynnyksellä kutsun kyselyyn. Toivoisin vastaustasi mahdollisimman pian, myös uusilta opiskelijoilta. Jos olet jo vastannut, on tämä muistutus aiheeton.

Muistutuskirjeen lähetyksen jälkeen vastaajamäärä ei lisääntynyt merkittävästi. Lyhensin tutkimuskysymykset vain kolmeen avoimeen kysymykseen. Ohjeena oli, että voi vastata, vaikka ei olisi tutustunut uratarinaan, silloin vastaisi vain kahteen kysymykseen. Lähetetyn saateen vastausohjeessa oli välittömästi luku- ja reittiohjeen alla linkki kyselylomakkeeseen ja maininta vain kolmesta kysymyksestä (liite 6):

Tutustuttuasi uratarinaan vastaa kolmeen kysymykseen tästä linkistä (tai kopioimalla linkki osoiteriville):

<https://www.webropolsurveys.com/S/1E5A9713C11F89C1.par>

Kolmeen lyhyeen kysymykseen vastaat nopeasti, joten kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Voit antaa mielipiteitä, vaikka et olisi tutustunut uratarinaan, silloin vastaat vain kahteen kysymykseen.



### 3.3.2 Aineiston analyysimenetelmä

Tutkimuskyselyllä saatua aineistoa analysoitiin lukemalla ja katselemalla saadut monivalinta- ja avoimet vastaukset useasti sekä yritettiin löytää niiden välittämiä viestejä. Kanasen (2015, 88) mukaan vähäisiä aineistomääriä tutkittaessa, voidaan lukea tai katsella aineistoja useamman kerran ja koettaa näin löytää niiden viestimät seikat.

Tutkimuksessa pyritään syvälliseen ja monipuoliseen kuvaan tutkittavasta ilmiöstä. Tähän pyritään hyödyntämällä kvalitatiivista ja kvantitatiivista menetelmää eli tyypillisesti monimenetelmäisyyttä. (Kananen, 2015, 39.)

Tutkimusyksiköksi on valittu Haaga-Helia ammattikorkeakoulun journalismin opiskelijat. Haaga-Heliassa journalismia opiskelevat ja juuri -opiskelemaan hyväksytyt uudet opiskelijat saattaisivat olla asiantuntevia, viestinnästä kiinnostuneita ja kirjallisestikin kykeneviä vastaamaan.

Saataisiinko tulevilta journalismin ammattilaisilta uratarinoista syvällisempiä tietoja mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista kehitysideoista.

Kanasen (2015, 76) mukaan laadullisen tutkimuksen osalta aineistonkeruutavat voi jaotella sekundääriaineistoon sekä primääriaineistoon, joka on kerätty tutkimusongelman selvittämiseksi. Tässä tutkimuksessa sekundääriaineistoa olivat Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivuilla julkaistut uratarinat. Primääriaineistona oli sähköpostikyselyllä saadut uratarinoiniin liittyvät aineistot.

Analyysimenetelmänä käytettiin sisällönanalyysiä. Kyselytutkimuksessa saadut avoimien vastausten sisällöt analysoitiin käyttäen tekstianalyysia. Tutkimus rajattiin koskemaan journalismin opiskelijoiden kyselytutkimuksessa antamia vastauksia monivalintakysymykseen ja avoimia mielipiteitä. Kyselytutkimuksen vastauksia tulkittiin, joista sitten tehtiin päätelmät.

## 4 Tutkimustulokset

Kysely lähetettiin Haaga-Helia ammattikorkeakoulun 250 journalismin opiskelijoille tietohallinnon kautta. Kysely lähetettiin sähköpostina, jonka saatteessa oli linkki kysymyksiin. Kyselyn saate linkkeineen julkaistiin sähköpostin lisäksi myös Journalismin opiskelijoiden Facebook-sivuilla.

Aluksi tutkimuskysymyksiä oli 16 kappaletta sisältäen yhden avoimen kysymyksen, johon sai vastata laajasti. Vastauksia antoi kuusitoista henkilöä.

Tutkimuskysymyksiä oli aika paljon ja vastauksia suhteellisen vähän, joten seuraavassa vaiheessa lopulta tiivistin kysymykset kolmeen kysymykseen, jotka myös sisälsivät laajan avoimen kysymyksen. Vaikka tuolloin kysymyksiä oli vähennetty, niin silti tuohon kolmen kysymyksen kyselyyn sain vain kahdeksan vastausta.

Kokonaisuudessaan tutkimukseen vastanneiden Haaga-Helia ammattikorkeakoulun journalismin opiskelijoiden vastausprosentti jäi alhaiseksi. Vastausprosentti oli 9,6. Tutkimus riittää näytteeksi journalismin opiskelijoiden huomioista ja mielipiteistä siitä miten uratariinoita voisi kehittää. Jotta tutkimuskyselystä saisi kokonaiskuvan käsittelen tässä kaikki kysymykset.

### 4.1 Taustatietoja vastaajien sukupuolesta

Kysymys 1. Ilmoita sukupuolesi

Vastaajien kokonaismäärästä miehiä oli 2 ja naisia 22 henkilöä.

### 4.2 Taustatietoja vastaajien iästä

Kysymys 2. Ilmoita ikäsi

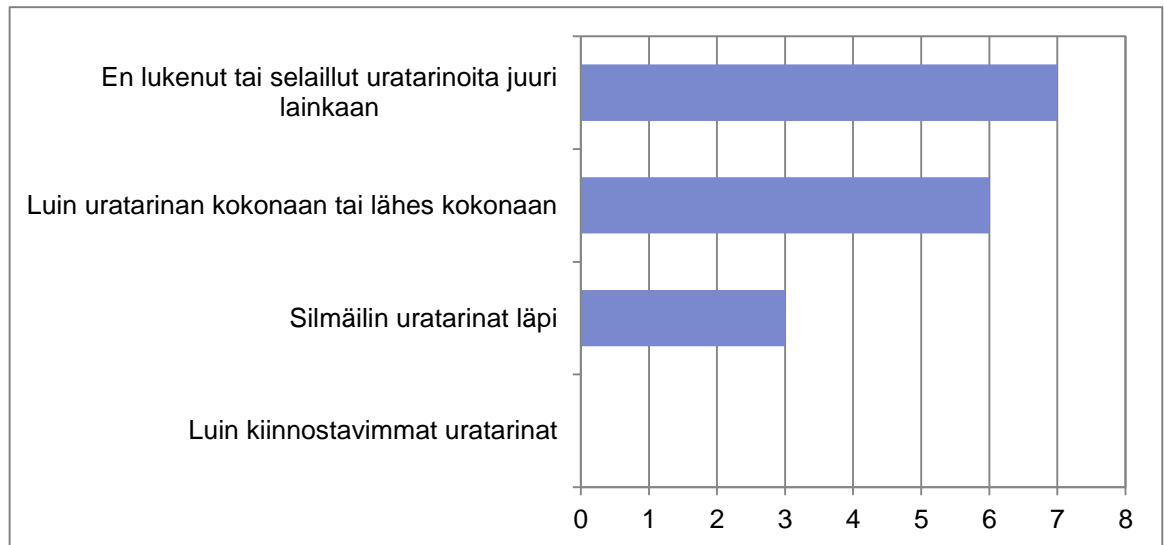
Vastaajien kokonaismäärästä oli:

20-25 vuotiaita	11 henkilöä.
26-30 vuotiaita	3 henkilöä.
31-35 vuotiaita	3 henkilöä.
36-40 vuotiaita	2 henkilöä.
yli 40 vuotiaita	5 henkilöä.

### 4.3 Kuinka tarkkaan vastaaja oli lukenut uratarinan

Kysymys 3. Kerro, kuinka tarkkaan luit?

Vastaajien määrä: 16



KUVIO 1. Vastaajien kiinnostus uratarinoiden lukemiseen

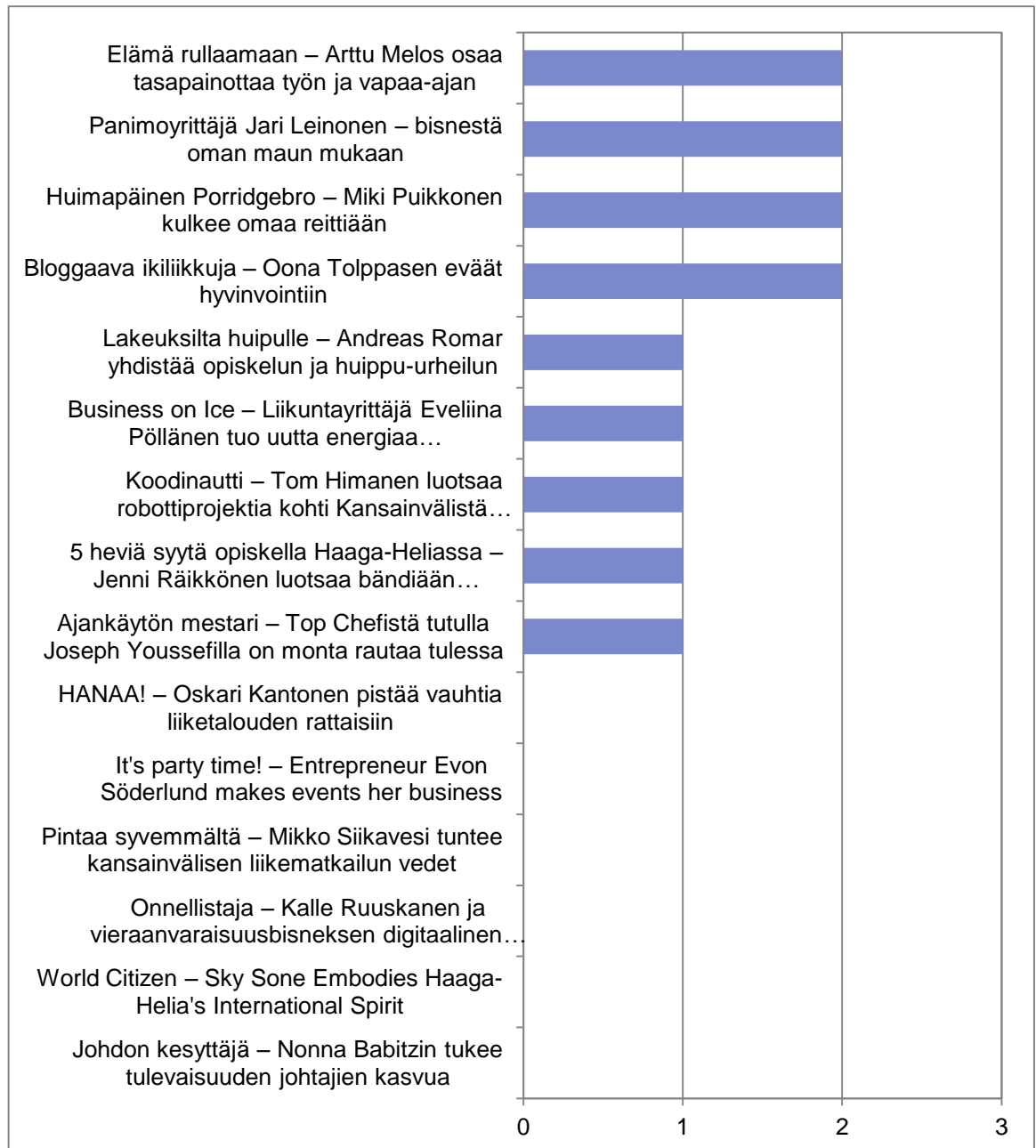
Mielipiteitä sai antaa myös, vaikka ei olisi tutustunut uratarinaan. Suurin osa vastanneista ei ollut lukenut tai selaillut uratarinoita juuri lainkaan. Vastanneista seitsemän ilmoitti tehneensä juuri niin. Toisaalta 14 vastaajaa ilmoitti kysymyksessä 15, että he lukisivat uratarinoita mieluiten Haaga-Helian internet-sivuilta – ehkä juuri nyt lukematta jättäneillä ajankohta vain oli väärä ja halusivat antaa vain yleisiä kommentteja. Kukaan ei ilmoittanut kykenevänsä valitsemaan ja lukemaan vain kiinnostavimmat uratarinat.

Vaikka uratarinoita oli myös luettu kokonaan tai lähes kokonaan, vastausprosentti oli niin alhainen, että tämän kysymyksen vastauksista ei voi vielä päätellä luetaanko uratarinoita yleensä ja valikoituvatko kiinnostavimmat luettavaksi vai ei.

#### 4.4 Luetuimmat uratarinat

Kysymys 4. Minkä uratarinan luit? Hyppää kysymyksen yli, jos et lukenut tarinaa.

Vastaajien määrä: 10



KUVIO 2. Luetuimmat uratarinat

Vastaajat eli journalismin opiskelijat olivat kiinnostuneet lukemaan blogin-kirjoittamisesta ja liikuntayrittäjyydestä kertovaa uratarinaa: ”Bloggaava ikiliikkuja - Oona Tolppasen eväät hyvinvointiin.” Muita luetuimpia sinnikkyyttä ja yritteliäisyyttä esiin tuovia uratarinoita olivat: ”Elämä rullaamaan – Arttu Melos osaa tasapainottaa työn ja vapaa-ajan”

”Panimoyrittäjä Jari Leinonen – bisnestä oman maun mukaan”

”Huimapäinen Porridgebro - Miki Puikkonen kulkee omaa reittiään”

Vastaajat olivat kiinnostuneita lukemaan itsenäiseen toimintaan ja yrittäjyyteen liittyvät uratarinat, ilmeisesti heitä myös kiinnostivat tarinansa kertoneet julkisuuden henkilöt:

”Lakeuksilta huipulle - Andreas Romar yhdistää opiskelun ja huippu-urheilun”

”Business on Ice – Liikuntayrittäjä Eveliina Pöllänen tuo uutta energiaa urheilubisnekseen”

”Koodinautti - Tom Himanen luotsaa robottiprojektia kohti Kansainvälistä avaruusasemaa”

”5 heviä syytä opiskella Haaga-Heliassa – Jenni Räikkönen luotsaa bändiään maailmalle”

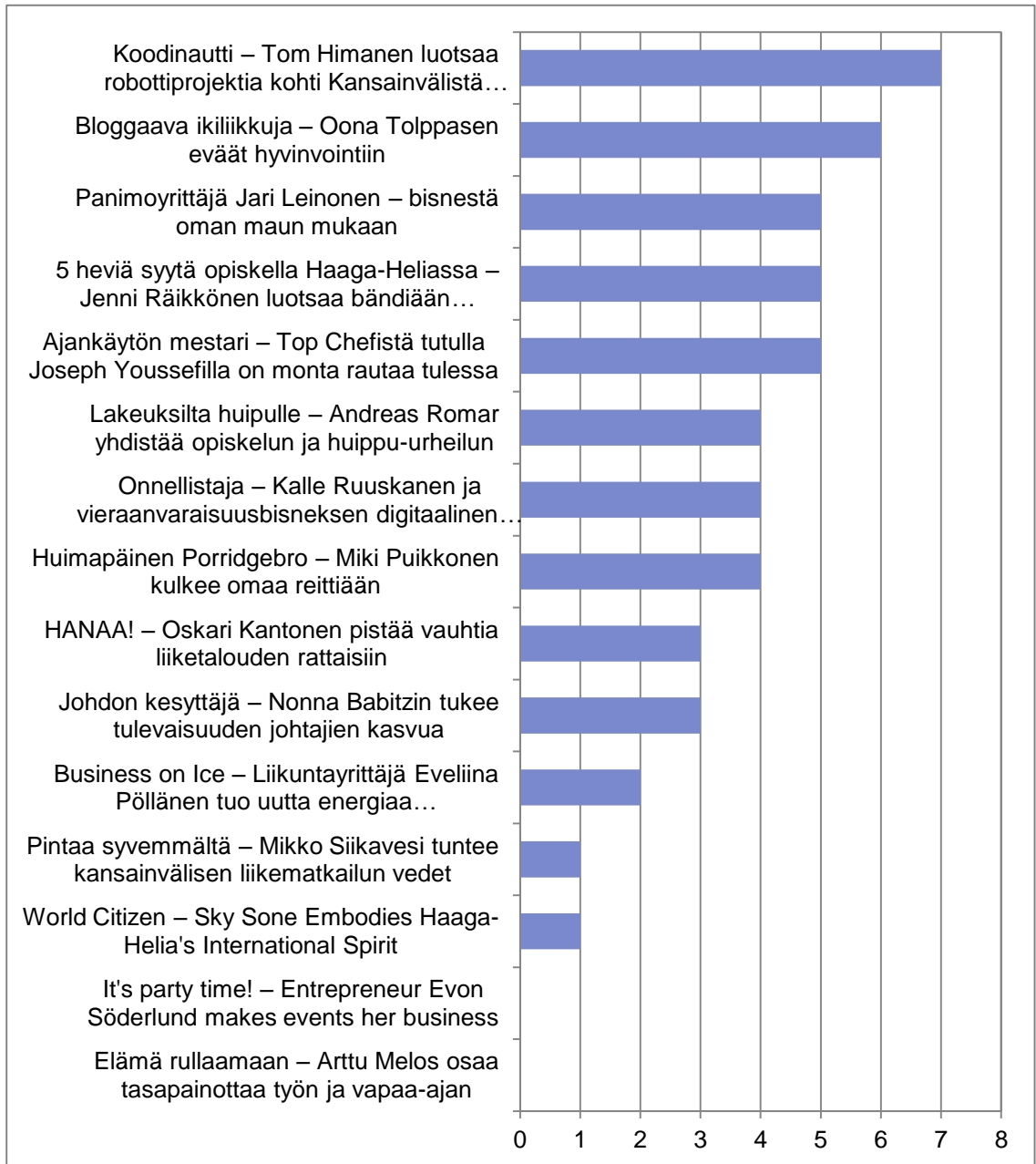
”Ajankäytön mestari - Top Chefistä tutulla Joseph Youssefilla on monta rautaa tulessa”

Jos vastaajaa kiinnosti lukea joku uratarina, hän saattoi valita luettavakseen minkä tahansa uratarinan. Tutkimuksessa ei tutkittu vain yhtä tarinaa, joten tässä selvisi mitkä olivat vastaajien luetuimmat tarinat.

## 4.5 Uratarinoiden kiinnostavimmat otsikot

Kysymys 5. Valitse kiinnostavimmat otsikot

Vastaajien määrä: 16



KUVIO 3. Uratarinoiden kiinnostavimmat otsikot

Vastaajat olivat halukkaita valitsemaan useampia mielestään kiinnostavia otsikoita. Valintoja tehtiin kaikkiaan 50.

Vastaajien mielestä kiinnostavin otsikko oli: ”Koodinautti – Tom Himanen luotsaa robottiprojektia kohti Kansainvälistä avaruusasemaa” (7 valintaa). Journalismin opiskelijoita miel-

lytti seuraavaksi eniten kirjoittamiseen viittaava otsikko: ”Bloggaava ikiliikkuja – Oona Tolppasen eväät hyvinvointiin” (6 valintaa).

Nämä otsikot olivat vastaajien mielestä seuraavaksi mielenkiintoisimpia:

”Panimoyrittäjä Jari Leinonen – bisnestä oman maun mukaan”

”5 heviä syytä opiskella Haaga-Heliassa – Jenni Räikkönen luotsaa bändiään maailmalle”

”Ajankäytön mestari – Top Chefistä tutulla Joseph Youssefilla on monta rautaa tulessa”

Vastaajien suosiossa olivat myös nämä otsikot:

”Lakeuksilta huipulle – Andreas Romar yhdistää opiskelun ja huippu-urheilun”

”Onnellistaja – Kalle Ruuskanen ja vieraanvaraisuusbisneksen digitaalinen vallankumous”

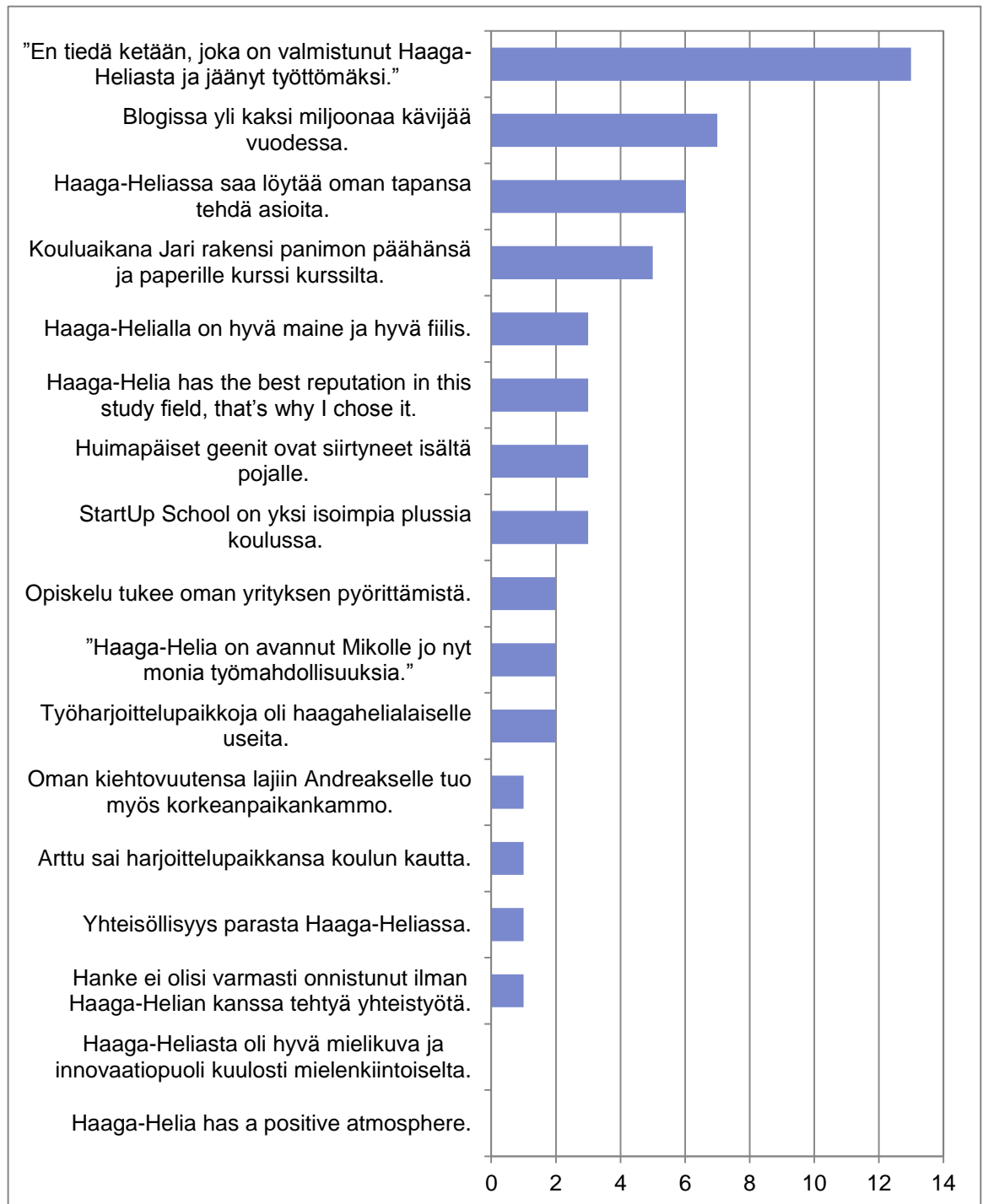
”Huimapäinen Porridgebro – Miki Puikkonen kulkee omaa reittiään”

Koska vastaajat saivat valita niin monta mieleistään otsikkoa, kuin halusivat, kuvio 3. kuvastaa tämän joukon runsaslukuisia mieltymyksiä.

#### 4.6 Uratarinoiden kiinnostavimmat nostot

Kysymys 6. Valitse kiinnostavimmat nostot

Vastaajien määrä: 16



KUVIO 4. Uratarinoiden kiinnostavimmat nostot

Vaikka vastaajia tähän kysymykseen oli vähän, he olivat halukkaita valitsemaan useita kiinnostavimpia nostoja. Valittujen nostojen lukumäärä oli 53.



Vastaajien mielestä tarinoiden houkuttelevin nosto oli: ”En tiedä ketään, joka on valmistunut Haaga-Heliasta ja jäänyt työttömäksi” (13 valintaa). Kiinnostusta herättivät myös seuraavat nostot: ”Blogissa yli kaksi miljoonaa kävijää vuodessa” (7 valintaa).

Vastaajia miellyttivät omatoimisuuteen ja tunnelmaan viittaavat nostot:

”Haaga-Heliassa saa löytää oman tapansa tehdä asioita” (6 valintaa).

”Kouluaikana Jari rakensi panimon päähänsä ja paperille kurssi kurssilta” (4 valintaa).

”Haaga-Heliolla on hyvä maine ja hyvä fiilis.”

Kannatusta sai englanninkielinenkin nosto, kun on kyse koulun maineesta:

”Haaga-Helia has the best reputation in this study field, that’s why I chose it.”

Lukijoita innostivat vauhdikkaat ja tarinaa eteenpäin vievät myönteiset nostot:

”Huimapäiset geenit ovat siirtyneet isältä pojalle.”

”StartUp School on yksi isoimpia plussia koulussa.”

#### 4.7 Uratarinan ensivaikutelma sisällön kannalta

Kysymys 7. Arvioi lukemaasi ensivaikutelmana seuraavien asioiden suhteen. Hyppää yli, jos et lukenut uratarinaa.

Vastaajien määrä: 8

	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	En osaa sanoa	Yhteensä
Sisällön mielenkiintoisuus	1	4	3	0	0	0	8
Sisällön hyödyllisyys minulle	0	0	4	2	2	0	8
Sisällön ajankohtaisuus	3	1	2	2	0	0	8
Asiantuntevuus	1	2	4	1	0	0	8
Luettavuus	1	5	2	0	0	0	8
Kokonaisarviosi lukemastasi	1	3	3	1	0	0	8
Yhteensä	7	15	18	6	2	0	48

TAULUKKO 1. Uratarinan ensivaikutelma sisällön kannalta

Suurin osa vastaajista piti uratarinan sisältöä luettavuudeltaan hyvänä tai erittäin hyvänä. Lisäksi yli puolet piti tarinan sisällön mielenkiintoisuutta hyvänä tai erittäin hyvänä ja loput tyydyttävänä. Puolet vastaajista piti sisällön ajankohtaisuutta erittäin hyvänä tai hyvänä, toinen puolikas piti ajankohtaisuutta tyydyttävänä tai välttävä. Eli sisältöä oli pidetty kohtuullisen ajankohtaisenakin. Vastaajat arvioivat tarinat ensivaikutelmana lueteltujen asioiden suhteen yhteensä 15 kertaa arvosanalla hyvä ja 18 kertaa arvosanalla tyydyttävä. Hyvä ja tyydyttävä olivat siis käytetyimmät määritteet.

#### 4.8 Huomioita tai vaikutuksia uratarinasta

Kysymys 8. Huomioita tai vaikutuksia ensivaikutelmana uratarinasta. Hyppää yli, jos et lukenut tarinaa.

Vastaajien määrä: 8

	Samaa mieltä	Melko samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa	Yht.
Lisää kiinnostusta Haaga-Heliana hakemista harkitsevaan	1	4	2	1	0	0	8
Nostaa me-henkeä Haaga-Heliassa jo opiskelevien keskuudessa	0	4	3	1	0	0	8
Tarina oli liian yksityinen tai yleinen, ei aiheuta kiinnostusta Haaga-Heliana kohtaan	0	3	2	2	1	0	8
Halusin lukea tarinan loppuun	2	1	2	3	0	0	8
Sisältö persoonallinen	2	3	1	2	0	0	8
Jännite säilyi loppuun asti	1	2	1	3	0	1	8
Tarinan kärki on kiinnostava	2	2	1	1	1	1	8
Aloitusta oli mukana tempaava	1	3	1	2	1	0	8
Kuva tai kuvat tukivat tarinaa	3	2	1	2	0	0	8
Väliotsikot toimivat hyvin	0	2	4	0	1	1	8
Lyhyet kappaleet ja selkeät virkkeet	0	4	0	2	1	1	8
Löysin Haaga-Heliana opiskelijoiden uratarinat helposti	2	4	1	0	1	0	8
Tarinan yhteydessä pitäisi olla linkkejä, esimerkiksi kommentointimahdollisuus	2	2	2	2	0	0	8
Verkon tehokeinoja (lihavointi, listat yms.) käytetty hyvin	1	2	0	2	2	1	8
Käytetty kieli on selkeä ja ytimekäs	1	4	1	2	0	0	8
Tilkesanoja ja epätarkkuutta tai sanomaa heikentäviä ilmaisuja	0	1	2	3	1	1	8
Yhteensä	18	43	24	28	9	6	128

#### TAULUKKO 2. Huomioita tai vaikutuksia uratarinasta

Vastaajat olivat melko samaa mieltä siitä, että luettu uratarina lisä kiinnostusta Haaga-Heliana hakemista kohtaan. Tosin yksi vastaaja oli asiasta melko eri mieltä. Puolet vastaajista arvioi uratarinan ehkä nostavan me-henkeä Haaga-Heliassa jo opiskelevien keskuudessa. Toisaalta vastaajissa oli melkein sama määrä henkilöitä, joille asia on yhdentekevä eli eivät olleet samaa eikä eri mieltä. Yksi henkilö oli myös melko eri mieltä.

Vastaajilla oli kaksi toisistaan eriävää mielipidettä seuraavasta: toisten mielestä tarina oli melkoisen yksityinen tai yleinen, eikä aiheuta kiinnostusta Haaga-Heliana kohtaan. Yhtä suuri määrä oli erimielisiä, yksi heistä täysin eri mieltä.

Vastaajilla oli vahvempia mielipiteitä halusta lukea tarina loppuun, mutta suurin osa oli melko eri mieltä. Ehkä vastaajat lukevatkin uratarinoita satunnaisesti. Vastaajien enemmistö piti lukemansa uratarinan sisältöä persoonallisena. Joidenkin vastaajien mielestä jännite ei heidän lukemassaan tarinassa säilynyt loppuun asti. Yhtä suuri määrä oli erimielisiä.

Puolet vastaajista piti lukemansa tarinan kärkeä kiinnostavana. Yksi vastaaja oli täysin eri mieltä. Myös puolet vastaajista piti lukemansa uratarinan aloitusta mukaansa tempaavana, mutta erimielisiäkin löytyi. Lisäksi yksi henkilö oli täysin eri mieltä.

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että kuva tai kuvat tukivat heidän lukemaansa tarinaa. Neljäsosa oli melko eri mieltä.

Puolet vastaajista ei osannut muodostaa kantaansa lukemansa tarinan väliotsikoiden suhteen. He eivät olleet saamaa eikä eri mieltä väliotsikoiden toimivuudesta. Neljäsosan mielestä väliotsikot toimivat melko hyvin ja yksi oli täysin eri mieltä. Samoin puolet vastaajista piti kappaleita lyhyenä ja virkkeitä selkeänä.

Valtaosa löysi Haaga-Helian opiskelijoiden uratarinat helposti. Yksi oli täysin eri mieltä.

Puolet vastanneista halusi tarinan yhteyteen linkkejä, esimerkiksi kommentointimahdollisuuden. Neljäsosa oli melko eri mieltä. Vain yksi vastaajista oli samaa mieltä, että verkon tehokeinoja (lihavointi, listat yms.) oli käytetty hyvin. Puolet vastaajista oli melko eri mieltä tai täysin eri mieltä.

Suurin osa vastaajista piti käytettyä kieltä selkeänä ja ytimekkäänä. Neljäsosa oli melko eri mieltä. Puolet vastaajista ei löytänyt tilkesanoja ja epätarkkuutta tai sanomaa heikentäviä ilmaisuja. Vain yksi oli melko varmasti löytänyt niitä.

Mielipide-erot, jotka näkyvät taulukossa 2, johtuivat siitäkin, että tarinat olivat erilaisia ja vastaajat saivat lukea minkä tahansa tarinan. Ne kuitenkin kuvaavat yleisiä huomioita tai vaikutuksia ensivaikutelmana uratarinasta, joita jonkin tarinan lukeneet kokivat.

#### 4.9 Uratarinoiden blogimaiset piirteet

Kysymys 9. Pitäisikö uratarinoissa olla blogimaisia piirteitä eli toivoisitko seuraavia asioita

Vastaajien määrä: 16

	Samaa mieltä	Melko samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa	Yht.
Suhde lukijaan tasavertainen	4	9	1	1	0	1	16
Kirjoittajan läsnäolon tuntua	3	7	1	5	0	0	16
Vuorovaikutukseen kutsuvaa	3	8	1	4	0	0	16
Luovia aiheita	8	5	2	1	0	0	16
Linkkejä ja viittauksia blogeihin ja muuallekin verkkoon	5	7	1	2	1	0	16
Kuvia, myös eläviä kuvia	8	5	1	2	0	0	16
Yhteensä	31	41	7	15	1	1	96

TAULUKKO 3. Mitä niin sanottuja blogimaisia piirteitä vastaajat haluaisivat uratarinoihin

Vastaajista enemmistö oli melko samaa tai samaa mieltä siitä, että uratarinoissa voisi olla suhde lukijaan tasavertainen kuten joissakin blogeissa.

Vastaajat toivoivat toiseksi eniten tässä kysymyksessä luovia aiheita ja kuvia, myös eläviä kuvia. Vastaajat toivoivat kolmanneksi eniten linkkejä ja viittauksia blogeihin ja muuallekin verkkoon. Tosin yksi vastaaja oli täysin eri mieltä ja kaksi melko eri mieltä tästä.

Mielipiteiden antajat arvostivat neljänneksi eniten vuorovaikutukseen kutsuvaa blogimaista uratarinaa. Neljäsosa vastanneista oli melko eri mieltä siitä, että vuorovaikutukseen kutsuva uratarina olisi toimiva ratkaisu.

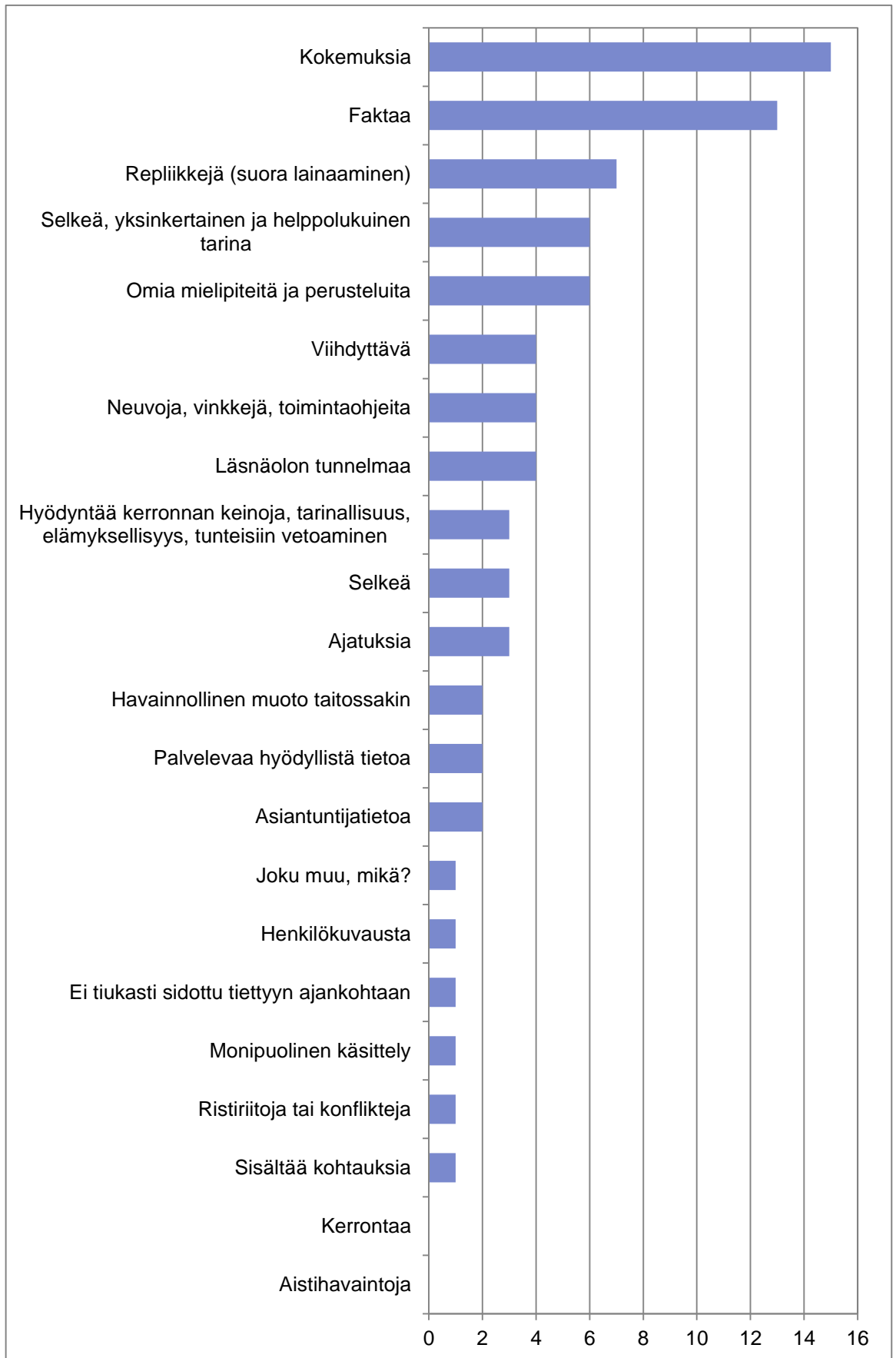
Yli puolet vastaajista toivoi kirjoittajan läsnäolon tuntuakin, mutta jopa kolmasosa oli melko eri mieltä tästä.

Nämäkin vastaajien mielipiteet voivat olla suuntaa antavina, vaikka vastausprosentti olikin pieni, siitä millaisia mielipiteet yleensäkin voisivat olla.

#### 4.10 Tärkeimmät asiat uratarinoissa

Kysymys 10. Mitkä seuraavista ovat viisi (5) tärkeintä asiaa, joita pitäisi olla uratarinoissa?

Vastaajien määrä: 16



KUVIO 5. Tärkeimmät asiat uratarinoissa

Avoimet vastaukset

Joku muu, mikä?

- ei saa olla markkinointitekstimäinen, menee uskottavuus

Vastaajien mielestä uratarinoissa pitää olla kokemuksia ja faktaa. Ne olivat kaksi selvästi tärkeintä asiaa, jotka tulivat esiin vastauksista.

Vastaajat pitivät seuraavaksi tärkeimpinä asioina sitä, että uratarinoissa on repliikkejä eli suoraa lainaamista, selkeän yksinkertaista ja helppolukuista tarinaa sekä omia mielipiteitä ja perusteluita.

Mielipiteitä antaneet pitivät kolmanneksi tärkeimpinä asioina viihdyttävyyttä, neuvoja, vinkkejä, toimintaohjeita ja läsnäolon tunnelmaa.

Valintoja tehneet päättivät valinnoillaan neljänneksi tärkeimmiksi asioiksi uran kuvauksissa ajatuksia, kerronnan keinojen hyödyntämistä, tarinallisuutta, elämyksellisyyttä, tunteisiin vetoamista ja selkeyttä.

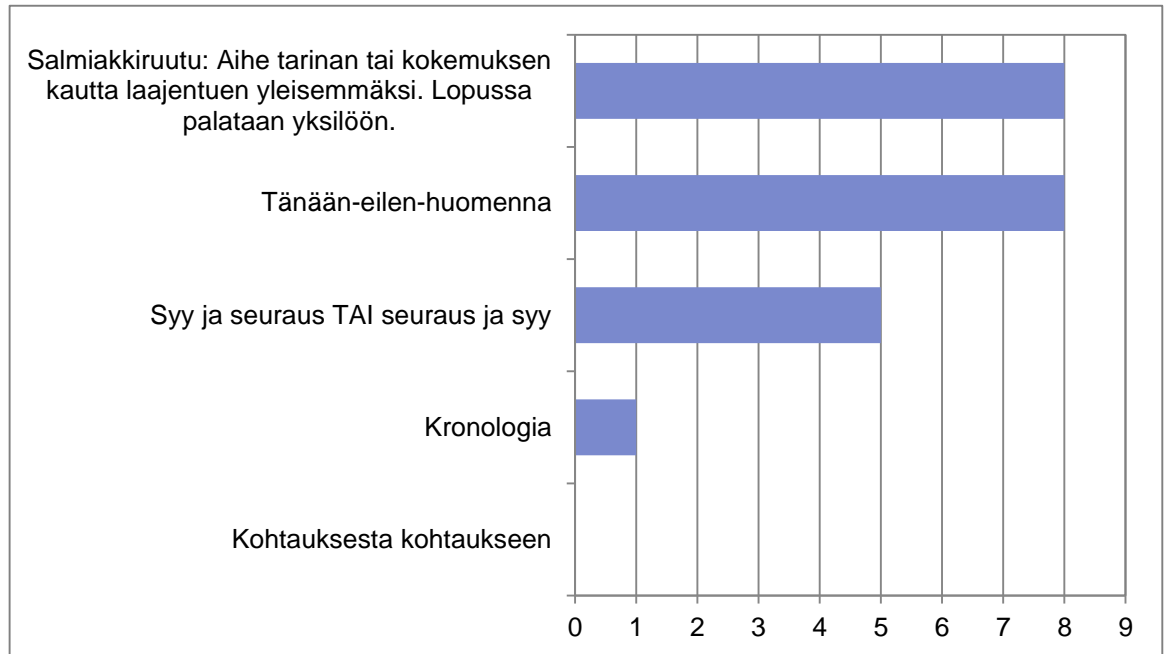
Kukaan vastaajista ei valinnut uratarinoinhin tärkeäksi tekijäksi pelkkää kerrontaa tai aistihavaintoja.

Yksi avoimen vastauksen antaja halusi ilmeisesti korostaa, että markkinointiviestintä on epäuskottavaa, joten uratarina ”ei saa olla markkinointitekstimäinen, menee uskottavuus.”

#### 4.11 Parhaiten palveleva rakenne uratarinoissa

Kysymys 11. Mikä rakenne palvelisi parhaiten tällaisissa uratarinoissa? Valitse yksi tai useampi.

Vastaajien määrä: 16



KUVIO 6. Lukijaa parhaiten palveleva rakenne uratarinoissa

Tässä kysymyksessä vastaajat saivat valita yhden tai useamman vaihtoehdon. Vastaajat halusivat tehdäkin useampia valintoja. Valintojen lukumäärä oli yhteensä 22.

Eniten kannatusta lukijaa palvelevissa uran kuvailujen rakenteissa saivat tänään-eilen-huomenna- ja niin sanottu salmiakkiruutu- rakenne. Salmiakkiruutu-rakenteessa aihe laajentuu tarinan tai kokemuksen kautta yleisemmäksi ja lopussa palataan yksilöön.

Myös ”syy ja seuraus TAI seuraus ja syy”- rakennne sai kannatusta. Kronologia eli aikajärjestyksen mukainen rakenne sai vain yhden valinnan. Kukaan vastaajista ei pitänyt uratarinoissa kohtauksesta kohtaukseen- rakennetta lukijaa palvelevana.

#### 4.12 Miten eri rakenteet palvelevat verkossa julkaistavassa uratarinassa

Kysymys 12. Valitse miten seuraavat rakenteet palvelisivat verkossa julkaistavassa uratarinassa?

Vastaajien määrä: 16

	Hyvin	Melko hyvin	Jossain määrin	Vain vähän	Ei lainkaan	En osaa sanoa	Yhteensä
Tarina, lisäten esimerkiksi linkkejä tai kommentointimahdollisuutta	4	7	3	2	0	0	16
Kerroksellinen juttu	1	3	4	3	1	2	14
Palasteltu juttu	2	4	4	1	0	3	14
Uutispyramidi	1	0	8	2	2	1	14
Temaattinen eli aiheenmukainen, teemaa tai teemoja koskeva,	2	5	6	1	0	0	14
Havainnollistavia esimerkkejä	6	7	0	2	0	0	15
Vaihe vaiheelta eteneminen, listat yms. keinot	3	3	1	6	1	0	14
Leipätekstiä, tiivistelmiä ja tietoiskuja	2	5	3	3	0	1	14
Kysymys-vastaus-rakenne	3	3	3	2	3	0	14
Yhteensä	24	37	32	22	7	7	129

#### TAULUKKO 4. Miten eri rakenteet palvelevat verkossa julkaistavassa uratarinassa

Vastaajien enemmistö oli sitä mieltä, että verkossa julkaistavasta uratarinasta kiinnostunut lukijaa palvelisi melkoisen hyvin tarina, jossa lisättäisiin esimerkiksi linkkejä tai kommentointimahdollisuutta.

Vastaajat antoivat myös verkon kerrokselliselle jutulle kannatuksensa. Vain yksi vastaajista oli sitä mieltä, että kerroksellinen juttu ei palvelisi uratarinan lukijaa lainkaan.

Suurin osa vastaajista piti palasteltua juttua toimivana rakenteena verkon uratarinassa. Kolme vastaajaa ei osannut sanoa, heitä mahdollisesti hämmensi ”palasteltu” -juttu eli kertominen pienemmissä osissa.

Puolet vastaajista koki uutispyramidi- rakenteen jossain määrin sopivan verkon uratarinoinhin.

Vastaajat antoivat vahvemman kannatuksen kuin edellisessä, temaattiselle eli aiheenmukaiselle, teemaa tai teemoja koskevalle, kehittelevälle rakenteelle.

Mielipiteen antajat olivat ylivoimaisesti eniten sellaisen rakenteen kannalla, jossa olisi havainnollistavia esimerkkejä palvelemissa uratarinan lukijaa.



Vastaajista toinen puoli uskoi vain vähän ”vaihe vaiheelta eteneminen, listat yms. keinot” -rakenteiden palvelevan lukijaa ja toinen samankokoinen ryhmä uskoi sen palvelevan hyvin tai melko hyvin.

Vastaajilla oli enimmäkseen myönteinen suhtautuminen perinteisiä lukijaa palvelevia rakenteita eli leipätekstiä, tiivistelmiä ja tietoisuuksia kohtaan. He kokivat niiden palvelevan lukijaa hyvin tai melko hyvin myös verkossa julkaistavassa uratarinassa.

Vastaajien mielipiteet jakautuivat tasaisesti ”kysymys-vastaus-rakenteen” kohdalla. Koska vastaukset hajaantuivat, oletettavasti he kokivat, että kysymys-vastaus-rakenne voi jossain tilanteissa palvella lukijaa hyvin, melko hyvin, jossain määrin tai ei lainkaan. Joidenkin mielestä se palveli lukijaa ”vain vähän.”

Edellä oleviin huomautan, että vastausprosentti oli niin alhainen, ettei tuloksista voi vetää johtopäätelmiä, mutta ehkä ne antavat suuntaa tässäkin kysymyksessä.

#### 4.13 Motivoiko uratarina

Kysymys 13. Miten kuvailisit, motivoiko? Hyppää yli, jos et lukenut uratarinaa.

Vastaajien määrä: 9

	Erittäin hyvin	Hyvin	Kohtuullisesti	Melko huonosti	Huonosti	En osaa sanoa	Yht.
Motivoiko lukemasi uratarina tai -tarinat kiinnostumaan Haaga-Heliasta?	1	2	5	1	0	0	9
Sopiiko käytetty taitto tarinoihin journalistiselta kannalta ajateltuna?	0	3	2	3	1	0	9
Yhteensä	1	5	7	4	1	0	18

#### TAULUKKO 5. Uratarinoiden mahdollinen motivointi

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että lukemansa uratarina tai -tarinat motivoivat kohtuullisesti tai hyvin kiinnostumaan Haaga-Heliasta,

Vastaajien mielipiteet hajosivat enemmän, kun kysyttiin taiton sopivuudesta journalistiselta kannalta. Vastaajien mielestä käytetty taitto sopi tarinoihin journalistiselta kannalta ajateltuna hyvin, kohtuullisesti, melko huonosti tai huonosti, mutta ei kenenkään mielestä erittäin hyvin.

#### 4.14 Työllistymis-, yrittäjyys- ja palkkatietojen tärkeys uratarinoissa

Kysymys 14. Miten tärkeänä pidät seuraavia sisältöjä uratarinoissa?

Vastaajien määrä: 16

	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Ei tärkeä tai vähemmän tärkeä	Melko tärkeä	Ei lainkaan tärkeä	En osaa sanoa	Yht.
Tietoja opiskelijoiden sijoittumisesta työelämään	11	5	0	0	0	0	16
Tietoja opiskelijoiden ryhtymisestä yrittäjiksi	8	2	6	0	0	0	16
Tietoja valmistuneiden saamista palkoista	7	4	2	0	3	0	16
Yhteensä	26	11	8	0	3	0	48

TAULUKKO 6. Työllistymis-, yrittäjyys- ja palkkatietojen tärkeys uratarinoissa

Enemmistö piti erittäin tärkeänä tai tärkeänä tietoja opiskelijoiden sijoittumisesta työelämään. Vastaajat pitivät sitä tärkeämpänä kuin tietoja valmistuneiden saamista palkoista tai tietoja opiskelijoiden ryhtymisestä yrittäjiksi.

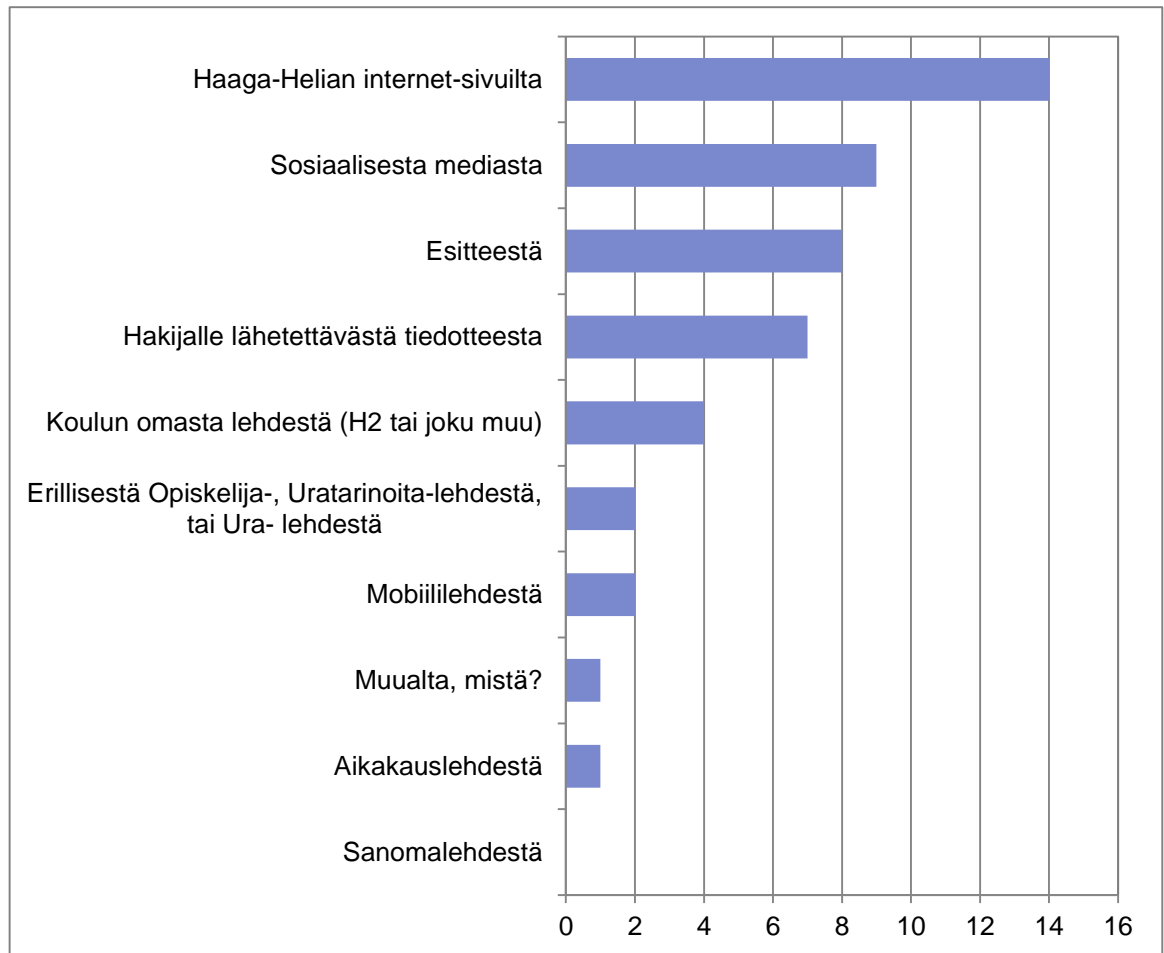
”Tietoja ryhtymisestä yrittäjiksi” -kohdassa oli eri tietojen tärkeysvertailussa eniten ”ei tärkeä tai vähemmän tärkeä” vastauksia. Ehkä yrittäjyys ei vastaajaryhmänä olleita journalistin opiskelijoita kiinnosta laajemminkaan, mutta koska tämän kyselyn vastausprosentti oli alhainen, tästä kyselystä ei varmaa päätelmää voi tehdä.

Kolme vastaajaa ei pitänyt lainkaan tärkeänä lukea uratarinoista valmistuneiden saamista palkoista. Se olikin ainoa kohta, missä ”ei lainkaan tärkeä” -vaihtoehto sai ääniä.

#### 4.15 Haaga-Helien uratarinoiden mieluisin julkaisukanava

Kysymys 15. Mistä lukisit Haaga-Helien uratarinoita mieluiten? Voit valita useammankin.

Vastaajien määrä: 16



KUVIO 7. Haaga-Helien uratarinoiden mieluisin julkaisukanava

Avoimet vastaukset

Muualta, mistä?

- Onko mahdollista saada videona tai audiona?

Tässä kysymyksessä sai valita useammankin julkaisukanavan. Vastaajat halusivat valita useampia, joten valintoja tehtiin yhteensä 48 eli he ovat valmiita lukemaan uratarinoita useammasta julkaisukanavasta.

Suurin osa vastaajista lukisi Haaga-Helien uratarinoita mieluiten Haaga-Helien internet-sivuilta. Kolme seuraavaa uratarinoiden lukukanavaa olivat kannatuksen mukaisessa järjestyksessä: sosiaalinen media, esite ja hakijalle lähetettävä tiedote. Kukaan vastaajista ei

halunnut lukea uratarinoita sanomalehdestä. Muiden vaihtoehtojen suhteellinen kannatus näkyy taulukosta.

Yksi vastaaja toivoi mahdollisuutta tutustua uratarinoihin videon tai audion välityksellä.

#### **4.16 Perusteluja vastaajan tekemiin valintoihin ja kehitysehdotuksia uratarinoihin**

Kysymys 16. Halutessasi voit perustella tekemiäsi valintoja tai antaa lisäkommentteja

Esimerkiksi: Mainitse tärkeimmät journalistiset keinot, joita käyttäisit opiskelijatarinoissa? Minkälaisia tarinoita lukisit mieluiten? Millainen olisi hyvä päähenkilö ja hänen tärkeimmät ominaisuutensa? Miksi? Mitä hän edustaisi? Tarvitaanko muita henkilöitä ja missä roolis-  
sa – tukisivatko vai haastaisivatko tarinaa? Miten tarina parhaiten voisi rakentua ja minkä-  
laiset elementit toimisivat parhaiten? Miten opiskelijatarinoita voisi parhaiten kehittää?

Eräs vastaaja halusi uratarinoiden olevan uutismaisen neutraaleja. Hän halusi myös huip-  
puyksilöiden ohella niin sanottuja ”jokamiehen” koulukokemuksia. Vastaajat halusivat  
myös erilaisia uratarinoita. Uratarinan lukija nosti esiin sen, että journalismin koulutusoh-  
jelmastakin pitäisi olla uratarina muiden joukossa. Vertailun mahdollistamiseksi ilmeisesti  
kaikki opiskelijoiden uratarinat olisi hyvä olla löydettävissä kootusti myös yhdestä paikas-  
ta. Esimerkiksi journalismikoulutusohjelman kuvauksen yhteydessä oli linkki erilliseen  
journalismin alumnin uratarinaan, mutta tarina olisi hyvä löytyä myös Haaga-Helian inter-  
net-sivujen hakijalle tarkoitetuilta sivuilta, mistä löytyivät ja pyörivät tässä tutkimuksessa-  
kin kyselyn kohteena olleet muut opiskelijoiden uratarinat.

- Journalismin koulutusohjelmasta myös uratarina!
- Uutismainen neutraalius, kaikki muu haisee markkinointiviestinnältä eli ei-uskottavalta. Mieluiten lukisin huipputyypin tarinoiden lisäksi ihan tavistyyppien kokemuksia, ja mielui-  
ten koulukokemuksia, ei itsemainostusta. Everyman/woman on hyvä hahmo, ja riittävän  
taitava kirjoittaja tekee hänestäkin staran.

Osa vastaajista antoi toivomuksia sisältöön liittyen. He halusivat, että uratarinoissa myös annettaisiin ohjeita eli ne olisivat samalla eräänlainen neuvokki.

- Niiden pitäisi myös olla hyvin kontekstoituja suhteessa opiskelijoiksi pyrkivien huoliin: jos henkilö tulee maalta, miten koulu auttaa asunnon hankinnassa? Auttaako haussa, jos henkilö käy kurssin tai pari avoimessa? Mitä motivaatikirjeeseen kirjoitetaan? Mistä töitä, kun valmistuu? Miten koulu suhtautuu vammaani?

- Uratarinan pitäisi ratkaista se käsillä oleva kysymys siitä, että minne opiskelemaan ja miksi juuri tänne. Siihen vaaditaan, että lukija pystyy samastumaan haastateltavaan..

Vastaajat eivät ilmeisesti jaksakaan lukea liian pitkää uratarinaa. Sen on oltava lyhyt.

- Opiskelijatarinoita olisi hyvä olla paljon erilaisia, ja niiden pitäisi olla kohtuullisen lyhyitä.
- Aloitin lukemaan yhtä tarinaa, bloggaajasta kertovaa, mutta kun näin jutun pituuden, jätin sen väliin. Jos jutun aihe olisi ollut juuri minua kiinnostava, olisin varmasti lukenut pidemmällekin.

Vastaaja kaipasi juttujen välille linkkejä muiden juttujen lukemista helpottamaan.

- Olisin kaivannut yhdestä jutusta linkkejä muihin uratarinoin, ettei lukijan tarvitse mennä takaisin edelliselle sivulle. Olisin varmaan lukenut muutoin enemmänkin tarinoita.

Vastaajat pitivät tarinoiden kuvista ja otsikoista tai sitten ne eivät soveltuneet juttuun.

- Kuvien ja otsikoiden perusteella tarinat vaikuttivat ihan kiinnostavilta.
- Kuvia oli ainakin lukemassani jutussa heikosti, ja ne eivät oikein linkittyneet aiheeseen. Ei muuta kyllä kiinnosta mitä nämä henkilöt harrastavat (sikäli kun se ei liity kouluun tai uraan).

Yksi vastaaja halusi lukea mieluummin keskittyneesti jostain painotuotteesta.

- Painettuja, ei netin kautta luettavia. Tällöin jaksaa keskittyä paremmin.

Muistutuskirjeiden lähettämisen jälkeen vastaajamäärä ei lisääntynyt merkittävästi. Lyhensin siis varsinaiset tutkimuskysymykset vain kolmeen avoimeen kysymykseen. Peruskysymyksinä oli sukupuoli- ja ikäkysymykset, kuten pidemmässä kysymyssarjassakin ja ne on laskettu mukaan koko tutkimuksen sukupuoli- ja ikäjakaumaan. Seuraavassa esittelen myös nämä kolme muuta varsinaista kysymystä, jotta tutkimuskyselystä saisi kokonais kuvan.

#### 4.17 Tyytyväisyys uratarinaan

Kysymys: Kuinka tyytyväinen olit uratarinaan?

Vastaajien määrä: 8

	Erittäin tyytyväinen	Tyytyväinen	Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Tyytymätön	Erittäin tyytymätön	En osaa sanoa	Yht.
Tyytyväisyys uratarinaan	1	5	1	1	0	0	8

#### TAULUKKO 7. Tyytyväisyys uratarinaan

Vastaajien enemmistö oli tyytyväinen uratarinaan.

#### 4.18 Paras asia uratarinassa tai -tarinoissa

Kysymys: Mikä on parasta uratarinassa tai -tarinoissa?

Vastaajista osa oli sitä mieltä, että parasta oli erilaiset tarinat, myötäeläminen, inspiroituminen ja jatkuvuus. Eräs vastaaja esimerkiksi piti parhaana antina uratarinassa tietoa siitä, kuinka koulun opit oli sovellettu suoraan käytäntöön.

- Rohkaisevaa lukea, kuinka koulun opit saattoi soveltaa niin suoraan käytäntöön oman yrityksen perustamisvaiheessa. Oli hyvä, että ainakin tässä tarinassa oli myös "follow up". Oli mielenkiintoista kuulla, miten 4 vuodessa asiat olivat muuttuneet.
- En tiedä onko mikään uratarinoissa omasta mielestäni "parasta", mutta oletan että jonkun toisen mielestä niissä pääsee myötäelämään itselleen tuntemattoman ihmisen onnistumista jossain.
- Samaistuminen, erilaisten tarinoiden lukeminen ja kenties jopa inspiroituminen.

Vastaajat pitivät tärkeänä haastateltavan kiinnostavuutta. Vastaajat arvostivat toimivia juttuja joissa kerrotaan urasta, mutta vähän muustakin. Vastaajat arvostivat myös opiskelun liittämistä henkilön tarinaan, jotta voi paremmin samaistua. Mielenkiintoista antaneet pitivät parhaina puolina uratarinoissa myös henkilökohtaisuutta, suunnitelmien kertomista ja käytännön neuvojen antamista.

- Jenni Räikkösen tarinassa onnistunutta oli kiinnostavan haastateltavan valinta. Jennin muusikkotausta ja opiskelumotivaatio petasivat inspiroivan pohjan kiinnostavalle jutulle. Myös otsikko oli nokkela ja toimiva.
- Kiinnostava henkilö. Kerrottu myös muuta kuin vain uratarina.

- Henkilökohtaisuus, urasuunnitelmista kertominen ja se, että haastateltavat antavat käytännön vinkkejä lukijoille.
- Opiskelun kytkeytyminen henkilöihin, parempi samaistuttavuus.

#### 4.19 Opiskelijoiden uratarinoiden kehitysideat

Kysymys: Kerro vapaasti omin sanoin miten opiskelijoiden uratarinoita voisi kehittää?

Vastaajat kuulisivat mielellään uratarinan päähenkilön taustoista. He myös halusivat erilaisia uratarinoita ja eri-ikäisiä haastateltavia.

- Olisi hyvä kuulla myös opiskelijoiden taustoista. Mahdollisimman laaja kattaus eri näköisiä uratarinoita, niin ettei kuvasta tule liian yksipuolinen. Olisi mielenkiintoista lukea enemmän henkilöistä, jotka yhdistävät koulun ja työn. Mielestäni uratarinoin ei tarvita "lisähenkilöitä" haastatteluun.
- Koska uratarinoiden tavoite on todennäköisesti innostaa nuoria opiskelemaan, on tärkeää löytää juuri sopivat ja kiinnostavat haastateltavat. Lukisin mielelläni tarinoita persoonallisista tyypeistä, joiden uravalinnat yhdistettynä henkilökohtaiseen historiaan olisivat yllättäviä. Joukossa voisi olla enemmän myös aikuisopiskelijoita ja ikähaitari voisi olla kattavampi. Koska uratarina on napakka tarina, en koe tarpeelliseksi muiden henkilöiden esittelyä osana juttua. Tärkeintä on tarttumapinta yhteen kiinnostavaan haastateltavaan.
- Minusta tärkeintä olisi tehdä uratarinoita lähtökohdasta "jokaisen tarina on kiinnostava". On hieman epäaitoa etsimällä etsiä kiinnostavia tyyppejä, sillä jokaisen tarina yllättää kuulijan. Jokaisella on jotain omakohtaista kerrottavaa, joka on varmasti kiinnostavaa. Ja toimittajan tehtävähän on löytää aina jokaisesta se kiinnostavin puoli. ;)

Vastaajat halusivat parantaa uratarinoiden -saavutettavuutta ja -määrää.

- Luulen, että lukisin mielelläni journalismin opiskelijoiden tarinoita, jos niihin vain törmäisi. En tiedä, jaetaanko tarinoita esim. Haaga Helian Facebook-sivuilla tms.
- Summa summarum: enemmän tarinoita. Ja ne tarinat paremmin saavutettavaksi. Esim. someen jakoon, HH:n etusivulle omaan palkkiinsa (kiinnostaisivat varmasti myös niitä, jotka vasta etsivät omaa opiskelupaikkaansa, johon hakea!).

Vastaajat toivoivat, että tarinoissa käytetään selkeitä, luettavuutta parantavia rakenteita ja erilaisia teknisiäkin esitysmuotoja. Eräs vastaaja kannatti kysymys ja vastaus - haastattelua. Vastaaja, joka piti videota kiinnostavana, ajatteli ehkä ajan riittävän paremmin sen katseluun kuin lukemiseen.

- Ensimmäisenä tulee mieleen, että perinteinen kysymys ja vastaus -mallinen haastattelu toimii tällaisissa. On helppoa ainakin seurata, mitä esimerkiksi eri ihmiset ovat vastanneet samaan kysymykseen, jos lukee useamman tarinan.
- Tärkeää on myös keskittyä jutun luettavuuteen, jota helpottaa selkeä ja jouhevasti etenevä rakenne. Lyhyessä jutussa tärkeintä on ytimekkyys ja selkeys, ei rakenteella kikkailu. Uratarinan ohessa oleva video oli kiinnostava, ja mielestäni video yksinään riittäisi uratarinaksi.

Osa vastaajista kaipasi pientä tragediaa ja draamaa uratarinoihin. Vastaajat toivoivat myös tarinoita, jotka ovat lähempänä tavallisen opiskelijan arkea.

- Itse lukisin mieluiten edes joskus uratarinan, joka kertoo siitä miten kouluttautuminen ei ratkaissutkaan yhtään mitään koska töitä löytynytään. Mutta on täysin ymmärrettävää, että ammattikorkeakoulun brändimarkkinoinnissa ei puhuta niistä alumneista, jotka ovat jääneet työttömäksi valmistumisesta huolimatta.
- Enemmän draaman kaarta, haasteita ja epäonnistumisesta voittoon -juonia. Värikkäämpää otetta kerrontaan. Nyt tarinat ovat aika tyypillisiä markkinointijuttuja ja hiukan tylsiä.
- Tuollainen huippu-urheilija ja yrittäjä on harvinaisuus ja kaukana monen tavallisen opiskelijan elämästä. Nostaa ehkä opiskelusta haaveilevan riman niin korkealle, ettei edes uskalla hakea koulutukseen.  
Minun oli vaikea valita, minkä uratarinan luen, sillä en saanut tarttumapintaa mihinkään. Kaikki poseeraavat kuvissa ja lyhyt mainoslause on kaukana arjesta. Yliampuvia siis.

Vastaajat kaipasivat myös jonkinlaista selviytymis- tai kasvutarinaa.

- Varmaan olen väärää kohderyhmää, mutta kaipaisin enemmän rosoisuutta, ehkä mukana voisi olla myös selviytymistarina, jossa opiskelija ponnistaa heikoista lähtökohdista eteenpäin. Vai ovatko opiskelijat jo tullessaan tuollaisia duracel-pupuja? Vai halutaanko kouluun vain menestyneitä nuoria ja kauniita ihmisiä?

Osa vastaajista halusi lukea sellaista menestystarinaa, jossa päästään parempiin tavoitteisiin vaikeampien aikojen jälkeen.

- Päähenkilön on hyvä olla kunnianhimoinen, opiskelut tosissaan ottanut ja urallaan tavoitteitaan saavuttanut henkilö. Uran ei ole tarvinnut edetä suoraviivaisesti. Mutkia on voinut olla matkassa, mutta kuitenkin selkeästi pitäisi näkyä yhteys Haaga-Heliassa opiskelun ja kiinnostavien työtehtävien välillä.



## 5 Johtopäätökset

Seuraavassa on tämän tutkimuksen vastauksista koottuja laadullisia näytteenomaisia mielipiteitä. Ne voisivat olla mahdollisesti mielipiteinä otoksen määritelmän toteutuessa laajemmassakin vastaajamäärässä. Tuloksista ei voi vetää laajempia päätelmiä. Ne toimivat neuvoa antavina vastausnäytteinä ja laadullisina kommentteina kysymykseen, miten Haa-ga-Helian verkkosivuilla julkaistuja uratarinoita voisi kehittää.

Vastaajien enemmistö oli tyytyväinen lukemaansa uratarinaan.

### 5.1 Avoimien vastausten johtopäätökset

Avoimissa vastauksissa vastaajat toivoivat uratarinoilta uutismaista neutraaliutta, ”jokamiehen” koulukokemuksia. Toisaalta he halusivat myös enemmän erilaisia tarinoita ja erikäisiltä. Myös päähenkilön tausta kiinnostaa. Vastaajat halusivat uratarinat kootusti yhteen paikkaan. He toivoivat, että uratarinoissa myös annettaisiin ohjeita eli ne olisivat samalla eräänlainen neuvokki. Lisäksi vastaajat lukivat mielellään lyhyitä uratarinoita. He kaipasivat juttujenvälille linkkejä lukemista helpottamaan. Vastaajat pitivät tarinoiden kuvista ja otsikoista tai sitten ne eivät soveltuneet juttuun. Yksi vastaaja halusi lukea mieluummin keskittyneesti painotuotteesta.

Vastaajista osa oli sitä mieltä, että parasta olivat erilaiset tarinat, myötäeläminen, inspiroituminen ja jatkuvuus. Eräs vastaaja esimerkiksi piti parhaana antina uratarinassa tietoa siitä, kuinka koulun opit oli sovellettu suoraan käytäntöön.

Vastaajat pitivät tärkeänä haastateltavan kiinnostavuutta. Vastaajat arvostivat toimivia juttuja joissa kerrotaan urasta, mutta vähän muustakin. Vastaajat arvostivat myös opiskelun liittämistä henkilön tarinaan, jotta voi paremmin samaistua. Mielipiteitä antaneet pitivät parhaina puolina uratarinoissa myös henkilökohtaisuutta, suunnitelmien kertomista ja käytännön neuvojen antamista.

Vastaajat toivoivat, että tarinoissa käytetään selkeitä, luettavuutta parantavia rakenteita ja erilaisia teknisiäkin esitysmuotoja. Eräs vastaaja kannatti kysymys ja vastaus - haastattelua. Vastaaja, joka piti videota kiinnostavana, ajatteli ehkä ajan riittävän paremmin sen katseluun kuin lukemiseen.

Osa vastaajista kaipasi pientä tragediaa ja draamaa uratarinoihin. Vastaajat toivoivat myös tarinoita, jotka ovat lähempänä tavallisen opiskelijan arkea.

Vastaajat kaipasivat myös jonkinlaista selviytymis- tai kasvutarinaa.

Osa vastaajista halusi lukea sellaista menestystarinaa, jossa päästään parempiin tavoitteisiin vaikeampien aikojen jälkeen.

## 5.2 Muut johtopäätökset

Uratarinoita oli myös luettu kokonaan tai lähes kokonaan, kuitenkin suurin osa vastanneista ei ollut lukenut tai selaillut uratarinoita juuri lainkaan, mutta antoivat mielipiteensä tarinoista yleisesti niihin kysymyksiin, missä se oli mahdollista.

Vastaajien luetuimpia uratarinoita olivat sinnikkyyttä ja yritteliäisyyttä esiin tuovat tarinat. Vastaajat ilmoittivat lukeneensa myös itsenäiseen toimintaan ja yrittäjyyteen liittyviä uratarinoita, ilmeisesti heitä myös kiinnostivat niissä tarinansa kertoneet tunnetut julkisuuden henkilöt.

Vastaajien mielestä kiinnostavin otsikko oli: ”Koodinautti – Tom Himanen luotsaa robotti-projektia kohti Kansainvälistä avaruusasemaa” (7 valintaa). Tätä uratarinaa ei kukaan vastaajista kuitenkaan ilmoittanut lukeneensa. Journalismin opiskelijoita kiinnosti seuraavaksi eniten kirjoittamiseen viittaava otsikko: ”Bloggaava ikiliikkuja – Oona Tolppasen eväät hyvinvointiin” (6 valintaa). Tämänkin tarinan otsikko kiinnosti, mutta vain kaksi ilmoitti lukeneensa sen.

Nämä otsikot olivat vastaajien mielestä seuraavaksi mielenkiintoisimpia. Ne saivat neljä valintaa kukin:

”Panimoyrittäjä Jari Leinonen – bisnestä oman maun mukaan”

”5 heviä syytä opiskella Haaga-Heliassa – Jenni Räikkönen luotsaa bändiään maailmalle”

”Ajankäytön mestari – Top Chefistä tutulla Joseph Youssefilla on monta rautaa tulossa”

Vastaajien suosiossa olivat myös nämä otsikot:

”Lakeuksilta huipulle – Andreas Romar yhdistää opiskelun ja huippu-urheilun”

”Onnellistaja – Kalle Ruuskanen ja vieraanvaraisuusbisneksen digitaalinen vallankumous”

”Huimapäinen Porridgebro – Miki Puikkonen kulkee omaa reittiään”

Vastaajat olivat pitäneet monia otsikoita mielenkiintoisina, mutta niitä uratarinoita ei kuitenkaan oltu luettu. Panimoyrittäjän tarinan otsikosta he pitivät ja kaksi henkilöä oli sen

myös lukenut. Toisaalta vastaajia miellytti vieraanvaraisuusbisneksen digitaalisuus otsikossa, vaikka sitä ei kukaan ilmoittanut lukeneensa.

Koska vastausprosentti oli alhainen ja vastaajat saivat valita niin monta mieleistään otsikkoa, kuin halusivat, tämä tulos kuvastaa tämän joukon runsaslukuisia mieltymyksiä. Voi kuvitella, että Haaga-Helian verkkosivuilla laajemminkin kiinnostaa myös sinnikkyyttä ja yritteliäisyyttä esiin tuovat- sekä itsenäiseen toimintaan ja yrittäjyyteen liittyvät- uratarinat.

Vastaajien mielestä tarinoiden houkuttelevin nosto oli: ”En tiedä ketään, joka on valmistunut Haaga-Heliasta ja jäänyt työttömäksi” (13 valintaa). Tähän nostoon sisältyvä väitteen kätkeyty mielipide ymmärrettävästi herätti kiinnostusta monen jäädessä työttömäksi näinä aikoina.

Kiinnostusta herättivät myös seuraavat nostot: ”Blogissa yli kaksi miljoonaa kävijää vuodessa” (7 valintaa). Kun vastaajina oli journalismin opiskelijoita, heitä kiinnosti nosto, jossa blogissa ilmoitetaan olleen kävijöitä – ehkä lukijoitakin.

Vastaajia miellyttivät myös omatoimisuuteen ja tunnelmaan viittaavat nostot. He kannattivat englanninkielistäkin nostoa, kun on kyse koulun maineesta: ”Haaga-Helia has the best reputation in this study field, that’s why I chose it.” Lukijoita kiinnostivat vauhdikkaat ja tarinaa eteenpäin vievät myönteiset nostot.

Vastaajien huomion saivat myös nostot, joissa mainittiin yrittäminen, työmahdollisuudet, työharjoittelupaikat, yhteisöllisyys ja yhteistyö yhdistäen ne haagahelialaisuuteen. Tällaisia uratarinoiden tekstiosien nostoja kannattaa suosia jatkossakin.

Vastaajat pitivät uratarinan sisältöä luettavuudeltaan hyvänä tai erittäin hyvänä. Puolet vastaajista piti sisältöä mielenkiintoisena. Tästä pienestäkin vastaajajoukosta voi laadullisesti päätellä, että uratarinat pitää jatkossakin kirjoittaa sisällöltään helppolukuisiksi ja mielenkiintoisiksi..

Vastausten perusteella tarinan sisällön pitää olla kohtuullisen ajankohtaista ja asiantuntevaa. Lisäksi uratarinoiden lukukokemuksen ensivaikutelma oli yleisesti tyydyttävän hyvä. Siihen pitää kiinnittää jatkossakin huomiota.

Vastaajien mielestä luettu uratarina lisää kiinnostusta Haaga-Heliaan hakemista kohtaan. Lisäksi vastaajien mielipiteenä oli, että uratarinoilla on myönteisiä vaikutuksia me-hengen

nostamisessa Haaga-Heliassa. Me-henki kannattanee pitää mielessä Haaga-Helian uratarinoita kirjoittaessa.

Vastaajien mielestä Haaga-Helian Uratarina ei saa olla liian yksityinen, eikä myöskään liian yleinen, koska silloin se ei aiheuta kiinnostusta Haaga-Heliasta kohtaan.

Vastausten perusteella osa halusi lukea uratarinan loppuun, jos se oli aloitettu. Vastaajat lukivat uratarinoita satunnaisesti. Kuitenkin vastaajien enemmistö piti lukemansa uratarinan sisältöä persoonallisena. He olivat sitä mieltä, että tarinan jännitteen pitää säilyä loppuun asti. Kannattaa siis myös pitää nämä uratarinat persoonallisina ja herättää kiinnostusta näitä tarinoita kohtaan.

Vastausten perusteella luettujen uratarinoiden kärjet eli ingressit koettiin kiinnostavana. Uratarinoiden kärjet pitää olla jatkossakin kiinnostavia. Tarinan aloitus on tärkeä, koska se koettiin sekä mukaansa tempaavana, että ei niin mukaansa tempaavana.

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että kuva tai kuvat tukivat heidän lukemaansa tarinaa, jos kuva oli hyvä. Kuvan täytyy sopia tiettyyn uratarinaan eli siihen kannattaa kiinnittää huomiota.

Vastaajat pitivät kappaleita lyhyinä ja virkkeitä selkeinä. On järkevää pitääkin kappaleet lyhyenä ja virkkeet selkeänä, koska uratarinat julkaistaan internet-sivuilla.

Valtaosa löysi Haaga-Helian opiskelijoiden uratarinat helposti. Uratarinoiden tavoitettavuus on tärkeää jatkossakin.

Vastausten perusteella tarinan yhteydessä voi olla linkkejä, esimerkiksi mahdollisuus kommentointiin. Vastaajat eivät olleet täysin tyytyväisiä verkon tehokeinojen käyttöön (lihavointi, listat ynnä muut sellaiset). Niitä verkon tehokeinoja voi ainakin enemmän kokeilla.

Suurin osa vastaajista piti käytettyä kieltä selkeänä ja ytimekkäänä. Se on hyvä tavoite jatkossakin.

Vastausten perusteella näissä uratarinoissa voi olla suhde lukijaan tasavertainen kuten joissakin blogeissa. Lisäksi vastaajat toivoivat linkkejä ja viittauksia blogeihin ja muuallekin verkkoon. Osa vastaajista koki toimivana vuorovaikutukseen kutsuvan blogimaisen uratarinan.

Vastaajat halusivat myös luovia aiheita ja kuvia, myös eläviä kuvia.

Yli puolet vastaajista toivoi kirjoittajan läsnäolon tuntuakin, mutta jopa kolmasosa oli melko eri mieltä tästä. Vastustajien mielestä ilmeisesti uratarinan kirjoittajan on keskityttävä uratarinaan, eikä siihen mitä tarinan tapahtumien jälkeen alalla tai ulkopuolella tapahtuu.

Vastaajien mielestä uratarinoissa pitää olla tärkeimpinä asioina olla kokemuksia ja faktaa. Lisäksi vastaajat kaipasivat selkeän yksinkertaista ja helppolukuista tarinaa sekä omia mielipiteitä ja perusteluita. He pitivät tärkeinä myös repliikkejä eli suoria lainauksia.

Vastaajat pitivät tärkeinä myös viihdyttävyyttä, neuvoja, vinkkejä ja toimintaohjeita.

Yksi avoimen vastauksen antaja halusi ilmeisesti korostaa, että markkinointiviestintä on epäuskottavaa, joten uratarina ”ei saa olla markkinointitekstimäinen, menee uskottavuus.”

Vastausten perusteella lukijaa palvelevia uran kuvailujen rakenteita ovat tänään-eilen-huomenna- ja niin sanottu salmiakkiruutu- rakenne. Salmiakkiruutu-rakenteessa aihe laajentuu tarinan tai kokemuksen kautta yleisemmäksi ja lopussa palataan yksilöön. Lisäksi koettiin ”syy ja seuraus TAI seuraus ja syy”- rakenteen palvelevan lukijaa.

Vastausten perusteella verkossa julkaistavasta uratarinasta kiinnostunut lukija kokisi palvelevana tarinan, jossa olisi lisättynä esimerkiksi linkkejä tai kommentointimahdollisuus.

Myös verkon kerrokselliselle jutulle oli kannatusta. Lisäksi koettiin palasteltu juttu eli kertominen pienemmissä osissa suhteellisen toimivana rakenteena verkon uratarinassa. Toisaalta myös uutispyramidi- rakenne koettiin jossain määrin sopivan verkon uratarinoin.

Vahva kannatus oli temaattiselle eli aiheenmukaiselle, teemaa tai teemoja koskevalle, kehittäväälle rakenteelle. Suurin kannatus oli sellaisella rakenteella, jossa olisi havainnollistavia esimerkkejä palvelemassa uratarinan lukijaa.

Vastaajilla oli enimmäkseen myönteinen suhtautuminen perinteisiä lukijaa palvelevia rakenteita eli leipätekstiä, tiivistelmiä ja tietoisuuksia kohtaan verkon uratarinoissa. Niitä kannattaa edelleen käyttää.

Vastausten perusteella luetut uratarinat motivoivat kiinnostumaan Haaga-Heliasta. Kannattaa siis suosia motivoivia uratarinoita. Vastanneiden mielestä myös uratarinoiden taittoa Haaga-Helian verkkosivuilla pitää parantaa.

Vastaajat pitivät uratarinassa tärkeänä tietoa opiskelijoiden sijoittumisesta työelämään. Se oli tärkeämpää kuin tiedot valmistuneiden saamista palkoista tai tiedot opiskelijoiden ryhtymisestä yrittäjiksi.

Vastaajat olivat valmiita lukemaan uratarinoita useammasta julkaisukanavasta. He lukivat Haaga-Helian uratarinoita mieluiten Haaga-Helian internet-sivuilta. Ehkä ne jatkossakin kannattaa julkaista verkkosivuilla. Seuraavaksi eniten he kannattivat julkaisukanavana sosiaalista mediaa, esitettä ja hakijalle lähetettävää tiedotetta. Kukaan vastaajista ei halunnut lukea uratarinoita sanomalehdestä. Yksi vastaaja toivoi mahdollisuutta tutustua uratarinoihin videon tai audion välityksellä. Toisaalta avoimessa vastauksessa eräs vastaaja halusi lukea keskittyneesti painotuotteesta.

## Pohdinta

Kysely lähetettiin Haaga-Helia ammattikorkeakoulun 250 journalismin opiskelijoille. Kokonaisuudessaan tutkimukseen vastanneiden Haaga-Helia ammattikorkeakoulun journalismin opiskelijoiden vastausprosentti jäi alhaiseksi. Vastaaajia oli yhteensä 24 henkilöä eli vastausprosentti oli 9,6.

Otoksesta voi tehdä perusjoukosta päätelmiä (Taanila 2014, 28). Tässä tutkimuksessa vastausprosentti jäi niin alhaiseksi, että kyseessä on näyte.

Taanilan (2014, 28) mukaan ”Jos poimitaan tutkimukseen ne perusjoukon alkio, jotka sattuvat olemaan saatavilla, niin kyseessä on näyte eikä otos.”

Perusjoukosta eli Haaga-Helian journalismin opiskelijoiden uratarinoista antamista mielipiteistä oli tarkoitus saada otos, mutta vastauksia ei saatu riittävästi määrällisen tutkimuksen otosta varten. Toisaalta tutkimuksessa oli kyse laadullisen analyysimenetelmistä. Tässä siis pyrittiin kvalitatiivisin (esimerkiksi avoimilla kysymyksillä) ja kvantitatiivisin (esimerkiksi strukturoiduilla kysymyksillä) menetelmin saada kuvaa aiheesta.

Kun vastausprosentti oli niin alhainen, voidaan tuloksia arvioida laadullisesti ja pitää näytteenä journalismin opiskelijoiden huomioista ja mielipiteistä siitä miten uratarinoita voisi kehittää. Tarpeeksi suurta joukkoa ei saatu vastaamaan, joten tavoiteltu otos ja kattavuus ei toteutunut. Eli kato oli suurta. Kuitenkin tutkimusta voidaan pitää validina eli on tutkittu juuri sitä, mitä oli tarkoitus tutkia. Pieni vastausprosentti näinä taloudellisen laskukauden aikoina voi olla merkki siitä, että muiden uratarinoihin liittyvät journalistisetkään kyselyt eivät jaksaa kiinnostaa, kun oma ura on monilla opiskelijoillakin myllerryksessä. Se on vain yksi selitys, mutta seuraavassa lisää.

Ensimmäinen saate Webropol-kysely linkkeineen toimitettiin vastaanottajille Haaga-Helian tietohallinnon sähköpostilähetyksenä toukokuussa, siten, että vastausaikaa oli 26.5. asti. Toukokuu ei ole paras mahdollinen kuukausi saada mahdollisimman paljon vastauksia. Monet ovat jo suunnanneet ajatukset viimeisiin opintosuorituksiin ennen kesää ja eivät keskity ylimääräisiin kyselyihin. Myös ajan heikko taloudellinen suhdanne vaikuttaa opiskelijoidenkin ajan käyttöön. Kiinnostus vastata muiden uratarinoita koskeviin kysymyksiin oli luultavasti vähissä.

Sähköpostimuistutuksessa kyselyyn annettiin vastausaikaa toukokuun viimeiseen päivään asti. Koska kesän kynnyksellä lähetetty kysely tuotti niin vähän vastauksia, lähetettiin syk-

syllä vielä uusi muistutus, jossa vastausaikaa oli 20.9. asti. Vastausten määrä ei kuitenkaan merkittävästi lisääntynyt.

Haaga-Helian Toimittajaopiskelijat-Facebook-sivulla julkaistiin kyselystä myös muistutus. Ei auttaneet journalismin koulutusohjelmajohtaja, tutkimuksen toimeksiantaja Anne Lepäjärven Facebook-vetoomukset vastaamisesta journalismin opiskelijoille.

Kysymyslomakkeessa oli monivalintakysymyksiä ja avoin kysymys, yhteensä 16 kysymystä. Lopulta tuli selväksi, että kysymyksiä oli liikaa. Kysely oli avattu lähettämättä vastausta noin 30 kertaa. Vastaanottajille lähetettiin uusi saate, jossa oli linkki vain kolmen varsinaisen saman aiheen tutkimuskysymyksen kyselyyn. Sukupuolen ja iän lisäksi kysyttiin vain yksi monivalintakysymys ja kaksi vapaasti vastattavaa kysymystä. Vastausaikaa annettiin 18.11. asti.

Vaikka viimeisessä vaiheessa kysymyksiä oli karsittu rajusti, lisävastauksia tuli vain kahdeksalta henkilöltä. Tämä vain kolmen varsinaisen saman aiheen tutkimuskysymyksen kysely oli avattu lähettämättä vastausta noin 20 kertaa.

Voi olla, että myös journalismi ja markkinointi synnyttivät kielteisiä mielikuvia joillekin journalismin opiskelijoille. Tutkimuksessa kuitenkin tarkoitettiin sisältömarkkinoinnin journalistisilla keinoilla niitä keinoja, joilla tekstin journalistinen sisältö on kiinnostavaa ja hyödyntää samalla markkinointia ja saa kiinnostumaan Haaga-Heliasta. Tässä ei siis tarkoitettu sisältömarkkinoinnin journalistisilla keinoilla tekstin sisäistä mainontaa. Tutkimuksessahan käytettiin sisältömarkkinoinnin tapausesimerkkinä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun verkkosivujen uratarinoita.

Mielestäni opinnäytetyöni onnistui tutkimaan aihettaan ja tietoni tutkimuksen tekemisestä lisääntyi. Tuloksia voi saada lisää erilaisilla menetelmillä.

Toimeksiantaja, journalismin koulutusohjelma voisi sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista jatkossa kysellä lyhyellä kyselyllä. Silloin kysyttäisiin vain kolmella avoimella kysymyksellä ja parempana ajankohtana. Toinen hyvä vaihtoehto voisi olla valikoitu ryhmähaastattelu, jossa olisi vähemmän osanottajia, mutta ehkä laadukkaita vastauksia.



## Lähteet

Alasilta, A. 2002. Verkkokirjoittajan käsikirja. Inforviestintä Oy.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2015. Hakijalle. Luettavissa:  
<http://www.haaga-helia.fi/fi/hakijalle-2015?userLang=fi> Luettu 28.4.2016

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2016. Journalismikoulutus, medianomi (AMK) tutkinto-  
kuvaus. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus/amk-tutkinto/journalismikoulutus>  
Luettu 28.4.2016.

Hakola, I. & Hiila, I. 2012. Strateginen ote verkkoon. Sanoma Pro Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos.  
Tammi. Helsinki.

IAB Finland ry, Natiivimainonnan työryhmä 2015. Natiivimainonnan opas. Luettavissa:  
<http://www.iab.fi/media/natiivimainonnan-opas-iab-finland.pdf>. Luettu: 3.4.2016.

Jaakkola, M. 2013. Hyvä journalismi. Käytännön opas kirjoittajalle. Kansanvalistusseura.  
Helsinki.

Jääskeläinen, M. 2011. Verkkokirjoittaminen ja verkkojulkaiseminen kurssimateriaali.  
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas: Miten kirjoitan  
kehittämistutkimuksen vaihe vaiheelta. Jyväskylä: jyvaskylän amk:n julkaisuja.

Kortesuo, K. 2012. Tekstiä ruudulla. Opas tehokkaaseen verkkokirjoittamiseen. Manage-  
ment Institute of Finland MIF Oy. Helsinki.

Kuutti, H. 2012. Mediasanasto. Bookwell Oy. Jyväskylä.

Marttila, L. 2015. Ura kerronnallisena työnä: ammattikorkeakoulun opettajat kertojina.  
Tampere University Press. Tampere.

Nevalainen, A. 26.6.2014. Viestintäpäällikkö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Sähkö-  
posti.

Saranpää, M. 2009. Osaamisen tunnistaminen: työkirja ammattikorkeakouluille. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Siukosaari, A. 1999. Yhteisöviestinnän opas. Hakapaino. Helsinki.

Taanila, A. 2014. Määrällisen aineiston kerääminen. Luettavissa: <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf>. Luettu: 3.4.2016

Töyry, M. 2008. Editointi aikakauslehdessä. Taideteollinen korkeakoulu. Helsinki.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Oy Finn Lectura Ab. Helsinki.

Vehkoo, J. 2011. Painokoneet seis. Kertomuksia uuden journalismin ajasta. 2. painos. Bookwell Oy. Vaajakoski.

## **Liitteet**

### **Liite 1. ja 2. Kyselylomakeet**

## Journalistiset keinot Haaga-Helian verkkosivujen uratarinoissa

Valitse parhaimmalta tuntuva vaihtoehto tai vaihtoehdot sen mukaan miten pyydetään valitsemaan. Anna mielipiteitä sen mukaan miten tutustuit uratarinoihin. Jos et lukenut uratarinoita, silloin hyppäät tiettyjen kysymysten yli. Lopuksi voit halutessasi antaa lisäkommentteja. Kaikkien mielipiteiden mukaan saaminen on tärkeää ja arvokasta kattavuuden toteutumiseksi. Kiitos paljon jo etukäteen.

### 1. Ilmoita sukupuolesi

- Mies  Nainen

### 2. Ilmoita ikäsi

- alle 20  20-25  26-30  31-35  36-40  yli 40

### 3. Kerro, kuinka tarkkaan luit?

- Luin uratarinan kokonaan tai lähes kokonaan  
 Luin kiinnostavimmat uratarinat  
 Silmäilin uratarinat läpi  
 En lukenut tai selaillut uratarinoita juuri lainkaan

### 4. Minkä uratarinan luit? Hyppää kysymyksen yli, jos et lukenut tarinaa.

- Bloggaava ikiliikkuja – Oona Tolppasen eväät hyvinvointiin  
 Johdon kesyttäjä – Nonna Babitzin tukee tulevaisuuden johtajien kasvua  
 Huimapäinen Porridgebro – Miki Puikkonen kulkee omaa reittiään  
 Ajankäytön mestari – Top Chefistä tutulla Joseph Youssefilla on monta rautaa tulessa  
 World Citizen – Sky Sone Embodies Haaga-Helia's International Spirit  
 Onnellistaja – Kalle Ruuskanen ja vieraanvaraisuusbisneksen digitaalinen vallankumous  
 5 heviä syytä opiskella Haaga-Heliassa – Jenni Räikkönen luotsaa bändiään maailmalle kansainvälisen kaupan opein  
 Koodinautti – Tom Himanen luotsaa robottiprojektia kohti Kansainvälistä avaruusasemaa

- Panimoyrittäjä Jari Leinonen – bisnestä oman maun mukaan
- Pintaa syvemältä – Mikko Siikavesi tuntee kansainvälisen liikematkailun vedet
- Elämä rullaamaan – Arttu Melos osaa tasapainottaa työn ja vapaa-ajan
- Business on Ice – Liikuntayrittäjä Eveliina Pöllänen tuo uutta energiaa urheilubisnekseen
- It's party time! – Entrepreneur Evon Söderlund makes events her business
- HANAA! – Oskari Kantonen pistää vauhtia liiketalouden rattaisiin
- Lakeuksilta huipulle – Andreas Romar yhdistää opiskelun ja huippu-urheilun

#### 5. Valitse kiinnostavimmat otsikot

- Bloggaava ikiliikkuja – Oona Tolppasen eväät hyvinvointiin
- Johdon kesyttäjä – Nonna Babitzin tukee tulevaisuuden johtajien kasvua
- Huimapäinen Porridgebro – Miki Puikkonen kulkee omaa reittiään
- Ajankäytön mestari – Top Chefistä tutulla Joseph Youssefilla on monta rautaa tulessa
- World Citizen – Sky Sone Embodies Haaga-Helia's International Spirit
- Onnellistaja – Kalle Ruuskanen ja vieraanvaraisuusbisneksen digitaalinen vallankumous
- 5 heviä syytä opiskella Haaga-Heliassa – Jenni Räikkönen luotsaa bändiään maailmalle kansainvälisen kaupan opein
- Koodinautti – Tom Himanen luotsaa robottiprojektia kohti Kansainvälistä avaruusasemaa
- Panimoyrittäjä Jari Leinonen – bisnestä oman maun mukaan
- Pintaa syvemältä – Mikko Siikavesi tuntee kansainvälisen liikematkailun vedet
- Elämä rullaamaan – Arttu Melos osaa tasapainottaa työn ja vapaa-ajan
- Business on Ice – Liikuntayrittäjä Eveliina Pöllänen tuo uutta energiaa urheilubisnekseen
- It's party time! – Entrepreneur Evon Söderlund makes events her business
- HANAA! – Oskari Kantonen pistää vauhtia liiketalouden rattaisiin
- Lakeuksilta huipulle – Andreas Romar yhdistää opiskelun ja huippu-urheilun

#### 6. Valitse kiinnostavimmat nostot

- Blogissa yli kaksi miljoonaa kävijää vuodessa.
- StartUp School on yksi isoimpia plussia koulussa.
- Työharjoittelupaikkoja oli haagahelialaiselle useita.
- Haaga-Heliassa saa löytää oman tapansa tehdä asioita.
- Huimapäiset geenit ovat siirtyneet isältä pojalle.

- ”En tiedä ketään, joka on valmistunut Haaga-Heliasta ja jäänyt työttömäksi.”
- Haaga-Helia has a positive atmosphere.
- Hanke ei olisi varmasti onnistunut ilman Haaga-Helian kanssa tehtyä yhteistyötä.
- Haaga-Heliasta oli hyvä mielikuva ja innovaatiopuoli kuulosti mielenkiintoiselta.
- Kouluaikana Jari rakensi panimon päähänsä ja paperille kurssi kurssilta.
- ”Haaga-Helia on avannut Mikolle jo nyt monia työmahdollisuuksia.”
- Yhteisöllisyys parasta Haaga-Heliassa.
- Arttu sai harjoittelupaikkansa koulun kautta.
- Haaga-Helia has the best reputation in this study field, that’s why I chose it.
- Haaga-Helialla on hyvä maine ja hyvä fiilis.
- Oman kiehtovuutensa lajiin Andreakselle tuo myös korkeanpaikankammo.
- Opiskelu tukee oman yrityksen pyörittämistä.

**7. Arvioi lukemaasi ensivaikutelmana seuraavien asioiden suhteen. Hyppää yli, jos et lukenut uratarinaa.**

	5 = Erittäin hyvä	4 = Hyvä	3 = Tyydyttävä	2 = Välttävä	1 = Huono	En osaa sanoa
Sisällön mielenkiintoisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisällön hyödyllisyys minulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisällön ajankohtaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiantuntevuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kokonaisarviosi lukemastasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**8. Huomioita tai vaikutuksia ensivaikutelmana uratarinasta. Hyppää yli, jos et lukenut tarinaa.**

	5 = Samaa mieltä	4 = Melko samaa mieltä	3 = Ei samaa eikä eri mieltä	2 = melko eri mieltä	1 = Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Lisää kiinnostusta Haaga-Heliaan hakemista harkitsevaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nostaa me-henkeä Haaga-Heliassa jo opiskelevien keskuudessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarina oli liian yksityinen tai yleinen, ei aiheuta kiinnostusta Haaga-Heliana kohtaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Halusin lukea tarinan loppuun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisältö persoonallinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jännite säilyi loppuun asti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarinan kärki on kiinnostava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aloitukset olivat mukavia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuva tai kuvat tukivat tarinaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Väliotsikot toimivat hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyhyet kappaleet ja selkeät virkkeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Löysin Haaga-Helian opiskelijoiden uratarinat helposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarinan yhteydessä pitäisi olla linkkejä, esimerkiksi kommentointimahdollisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkon tehokeinoja (lihavointi, listat yms.) käytetty hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytetty kieli on selkeä ja ytimekäs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilkesanoja ja epätarkkuutta tai sanoja heikentäviä ilmaisuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Pitäisikö uratarinoissa olla blogimaisia piirteitä eli toivoisitko seuraavia asioita

	5 = Samaa mieltä	4 = Melko samaa mieltä	3 = Ei samaa eikä eri mieltä	2 = melko eri mieltä	1 = Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Suhde lukijaan tasavertainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjoittajan läsnäolon tuntua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vuorovaikutukseen kutsuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luovia aiheita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Linkkejä ja viittauksia blogeihin ja muuallekin verkkoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvia, myös eläviä kuvia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Mitkä seuraavista ovat viisi (5) tärkeintä asiaa, joita pitäisi olla uratarinoissa?

- faktaa
- kokemuksia

- omia mielipiteitä ja perusteluita
- asiantuntijätietoa
- ajatuksia
- aistihavaintoja
- läsnäolon tunnelmaa
- selkeä, yksinkertainen ja helppolukuinen tarina
- sisältää kohtauksia
- neuvoja, vinkkejä, toimintaohjeita
- palvelevaa hyödyllistä tietoa
- viihdyttävä
- selkeä
- havainnollinen muoto taitossakin
- ristiriitoja tai konflikteja
- monipuolinen käsittely
- hyödyntää kerronnan keinoja, tarinallisuus, elämyksellisyys, tunteisiin vetoaminen
- ei tiukasti sidottu tiettyyn ajankohtaan
- kerrontaa
- henkilökuvausta
- repliikkejä (suora lainaaminen)
- joku muu, mikä?
- \_\_\_\_\_

**11.** Mikä rakenne palvelisi parhaiten tällaisissa uratarinoissa? Valitse yksi tai useampi.

- Tänään-eilen-huomenna
- Kohtauksesta kohtaukseen
- Syy ja seuraus TAI seuraus ja syy
- Salmiakkiruutu: Aihe tarinan tai kokemuksen kautta laajentuen yleisemmäksi. Lopussa palataan yksilöön.
- Kronologia

**12.** Valitse miten seuraavat rakenteet palvelisivat verkossa julkaistavassa uratarinassa?

	5 = hyvin hyvin	4 = melko hyvin	3 = jossain määrin	2 = vain vähän	1 = ei lain- kaan	En osaa sanoa
Tarina, lisäten esimerkiksi linkkejä tai kommentointimahdollisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kerroksellinen juttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palasteltu juttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutispyramidi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Temaattinen eli aiheenmukainen, teemaa tai teemoja koskeva, kehittävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Havainnollistavia esimerkkejä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaihe vaiheelta eteneminen, listat yms. keinot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leipätekstiä, tiivistelmiä ja tietoisukuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymys-vastaus-rakenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Miten kuvailisit, motivoiko? Hyppää yli, jos et lukenut uratarinaa.**

	5 = Erittäin hyvin	4 = Hyvin	3 = Kohtuullisesti	2 = Melko huonosti	1 = Huonosti	En osaa sanoa
Motivoiko lukemasi uratarina tai -tarinat kiinnostumaan Haaga-Heliasta?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sopiiko käytetty taitto tarinoihin journalistiselta kannalta ajateltuna?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. Miten tärkeänä pidät seuraavia sisältöjä uratarinoissa?**

	5 = Erittäin tärkeä	4 = Tärkeä	3 = Ei tärkeä tai vähemmän tärkeä	2 = Melko tärkeä	1 = Ei lainkaan tärkeä	En osaa sanoa
Tietoja opiskelijoiden sijoittumisesta työelämään	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietoja opiskelijoiden ryhtymisestä yrittäjiksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietoja valmistuneiden saamista palkoista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**15.** Mistä lukisit Haaga-Helian uratarinoita mieluiten? Voit valita useammankin.

- Haaga-Helian internet-sivuilta
- mobiililehdestä
- sosiaalisesta mediasta
- sanomalehdestä
- aikakauslehdestä
- koulun omasta lehdestä (H2 tai joku muu)
- esitteestä
- erillisestä Opiskelija-, Uratarinoita-lehdestä, tai Ura- lehdestä
- hakijalle lähetettävästä tiedotteesta

Muualta, mistä?

---

**16.** Halutessasi voit perustella tekemiäsi valintoja tai antaa lisäkommentteja

Esimerkiksi: Mainitse tärkeimmät journalistiset keinot, joita käyttäisit opiskelijatarinoissa? Minkälaisia tarinoita lukisit mieluiten? Millainen olisi hyvä päähenkilö ja hänen tärkeimmät ominaisuutensa? Miksi? Mitä hän edustaisi? Tarvitaanko muita henkilöitä ja missä roolissa – tukisivatko vai haastaisivatko tarinaa? Miten tarina parhaiten voisi rakentua ja minkälaiset elementit toimisivat parhaiten? Miten opiskelijatarinoita voisi parhaiten kehittää?

---

---

---

## Journalistiset keinot Haaga-Helian verkkosivujen uratarinoissa

Valitse parhaimmalta tuntuva vaihtoehto ja anna mielipiteitä sen mukaan miten tutustuit uratarinoihin. Jos et lukenut uratarinoita, silloin hyppäät tyytyväisyys uratarinaan kysymyksen yli. Lopuksi vastaa lyhyesti kysymykseen uratarinoiden kehitysideoista tai anna lisäkommentteja. Kaikkien mielipiteiden mukaan saaminen on tärkeää ja arvokasta. Yhteistyöterveisin ja kiitos paljon jo etukäteen.

Ilmoita sukupuolesi:

Mies  Nainen

Ilmoita ikäsi:

alle 20  20-25  26-30  31-35  36-40  yli 40

Kuinka tyytyväinen olit uratarinaan?

Hyppää yli, jos et lukenut tarinaa.

	erittäin tyytyväinen	tyytyväinen	ei tyytyväinen eikä tyytymätön	tyytymätön	erittäin tyytymätön	en osaa sanoa
Tyytyväisyys uratarinaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mikä on parasta uratarinassa tai -tarinoissa?

---

---

---

Kerro vapaasti omin sanoin miten opiskelijoiden uratarinoita voisi kehittää?

Esimerkiksi: Mainitse tärkeimmät journalistiset keinot, joita käyttäisit opiskelijatarinoissa? Minkälaisia tarinoita lukisit mieluiten? Millainen olisi hyvä päähenkilö ja hänen tärkeimmät ominaisuutensa? Miksi? Mitä hän edustaisi? Tarvitaanko muita henkilöitä ja missä roolissa – tukisivatko vai haastaisivatko tarinaa? Miten tarina parhaiten voisi rakentua ja minkälaiset elementit toimisivat parhaiten? Miten opiskelijatarinoita voisi parhaiten kehittää?

---

### Liite 3. Ensimmäinen saate

Kutsu journalismin koulutusohjelman kyselytutkimukseen

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on koota ja analysoida tulevien journalismin ammattilaisten mielipiteitä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista hakumarkkinoinnissa. Kysely koskee Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistujen uratarinoiden journalistisia keinoja.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Haaga-Helian ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelma. Kysely on kohdistettu Haaga-Helian journalismiopiskelijoille.

Haaga-Helia tilaa vuosittain Taloustutkimukselta koulun brändi-arvoa ja haluttavuutta sekä tunnettuutta mittaavan tutkimuksen. T-Media tekee lukiolaistutkimuksen. Näitä tutkimuksia seurataan useamman vuoden ajan. Verkkomedioissa on normaalia seurantaa ja verkkosivuja analysoidaan Google Analyticken avulla. Tämän journalismin koulutusohjelman opinnäytetyöni tarkoitus on kerätä syvällisempiä tietoja myös journalismin opiskelijoiden mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista kehitysideoista liittyen sisältömarkkinoinnin journalistisiin keinoihin, joita on käytetty uratarinoissa.

Linkistä pääset Haaga-Helian verkkosivulle ”Liity joukkoomme ja avaa ovet työelämään”, jossa vierittämällä hieman alaspäin on otsikko: ”Lue opiskelijoidemme menestystarinat ja löydä sinua kiinnostava koulutus.” Valitse ja klikkaa yksi tiivis opiskelijan uratarina auki ja tutustu siihen:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/hakijalle-2015?userLang=fi>

Tutustuttuasi uratarinaan vastaa kyselyyn tästä linkistä (tai kopioimalla linkki selaimen osoiteriville):

<https://www.webpolsurveys.com/S/337A7F4746AF4DB3.par>

Monivalintakysymyksiin vastaat nopeasti, joten kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Voit antaa mielipiteitä, vaikka et ehtisi tutustua uratarinaan, silloin hyppäät tiettyjen kysymysten yli. Tutkimuksessa yksittäisiä vastaajia ei pystytä tunnistamaan.

Kyselyyn valittujen määrä on suhteellisen pieni, joten toivoisin mahdollisimman monen vastaavan kyselyyn. Vastaa tutkimukseen ti 26.5. mennessä!

Yhteistyöterveisin ja kiitos paljon jo etukäteen,

Lisätietoja:

Markku Korhonen  
Journalismien opiskelija  
Haaga-Helia  
markku.korhonen@myy.haaga-helia.fi  
Puhelin +358 xx xxx xxxx

## Liite 4. Toinen saate eli muistutus

Muistutus, vielä ehdit mukaan journalismin koulutusohjelman kyselytutkimukseen

Lähetin sinulle jokin aika sitten ”Kutsun journalismin koulutusohjelman kyselytutkimukseen.”  
Toivoisin vastaustasi mahdollisimman pian. Jos olet jo palauttanut vastaukset, on tämä muistutus aiheeton.

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on koota ja analysoida tulevien journalismin ammattilaisten mielipiteitä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista hakumarkkinoinnissa. Kysely koskee Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistujen uratarinoiden journalistisia keinoja.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Haaga-Helian ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelma. Kysely on kohdistettu Haaga-Helian journalismiopiskelijoille.

Haaga-Helia tilaa vuosittain Taloustutkimukselta koulun brändi-arvoa ja haluttavuutta sekä tunnettuutta mittaavan tutkimuksen. T-Media tekee lukiolaistutkimuksen. Näitä tutkimuksia seurataan useamman vuoden ajan. Verkkomedioissa on normaalia seurantaa ja verkkosivuja analysoidaan Google Analyticken avulla. Tämän journalismin koulutusohjelman opinnäytetyöni tarkoitus on kerätä syvällisempiä tietoja myös journalismin opiskelijoiden mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista kehitysideoista liittyen sisältömarkkinoinnin journalistisiin keinoihin, joita on käytetty uratarinoissa.

Linkistä pääset Haaga-Helian verkkosivulle ”Liity joukkoomme ja avaa ovet työelämään”, jossa vierittämällä hieman alaspäin on otsikko: ”Lue opiskelijoidemme menestystarinat ja löydä sinua kiinnostava koulutus.”  
Valitse ja klikkaa yksi tiivis opiskelijan uratarina auki ja tutustu siihen:  
<http://www.haaga-helia.fi/fi/hakijalle-2015?userLang=fi>

Tutustuttuasi uratarinaan vastaa kyselyyn tästä linkistä (tai kopioimalla linkki selaimen osoiteriville):  
<https://www.webpolsurveys.com/S/337A7F4746AF4DB3.par>

Monivalintakysymyksiin vastaat nopeasti, joten kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Voit antaa mielipiteitä, vaikka et olisi tutustunut uratarinaan, silloin hyppäät tiettyjen kysymysten yli. Tutkimuksessa yksittäisiä vastaajia ei pystytä tunnistamaan.

Kyselyyn valittujen määrä on suhteellisen pieni, joten toivoisin mahdollisimman monen vastaavan kyselyyn. Kaikkien journalismin opiskelijoiden mielipiteiden mukaan saaminen sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista on tärkeää ja arvokasta kattavuuden toteutumiseksi. Vastaa tutkimukseen su 31.5. mennessä!

Yhteistyöterveisin ja kiitos paljon jo etukäteen,

Lisätietoja:

Markku Korhonen  
Journalismien opiskelija  
Haaga-Helia  
markku.korhonen@myy.haaga-helia.fi  
Puhelin +358 xx xxx xxxx

## Liite 5. Kolmas saate eli muistutus

Muistutus, toivotaan lisää vastauksia journalismin koulutusohjelman kyselytutkimukseen

Lähetin sinulle kesän kynnyksellä kutsun kyselyyn. Toivoisin vastaustasi mahdollisimman pian, myös uusilta opiskelijoilta. Jos olet jo vastannut, on tämä muistutus aiheeton.

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on koota ja analysoida tulevien journalismin ammattilaisten mielipiteitä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista hakumarkkinoinnissa. Kysely koskee Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistujen uratarinoiden journalistisia keinoja.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Haaga-Helian ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelma. Kysely on kohdistettu Haaga-Helian journalismiopiskelijoille.

Haaga-Helia tilaa vuosittain Taloustutkimukselta koulun brändi-arvoa ja haluttavuutta sekä tunnettuutta mittaavan tutkimuksen. T-Media tekee lukiolaistutkimuksen. Näitä tutkimuksia seurataan useamman vuoden ajan. Verkkomedioissa on normaalia seurantaa ja verkkosivuja analysoidaan Google Analyticksin avulla. Tämän journalismin koulutusohjelman opinnäytetyöni tarkoitus on kerätä syvällisempiä tietoja myös journalismin opiskelijoiden mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista kehitysideoista liittyen sisältömarkkinoinnin journalistisiin keinoihin, joita on käytetty uratarinoissa.

Linkistä pääset Haaga-Helian verkkosivulle ”Liity joukkoomme ja avaa ovet työelämään”, jossa vierittämällä hieman alaspäin on otsikko: ”Lue opiskelijoidemme menestystarinat ja löydä sinua kiinnostava koulutus.” Valitse ja klikkaa yksi tiivis opiskelijan uratarina auki ja tutustu siihen:  
<http://www.haaga-helia.fi/fi/hakijalle-2015?userLang=fi>

Tutustuttuasi uratarinaan vastaa kyselyyn tästä linkistä (tai kopioimalla linkki selaimen osoiteriville):  
<https://www.webropol-surveys.com/S/337A7F4746AF4DB3.par>

Monivalintakysymyksiin vastaat nopeasti, joten kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Voit antaa mielipiteitä, vaikka et olisi tutustunut uratarinaan, silloin hyppäät tiettyjen kysymysten yli. Tutkimuksessa yksittäisiä vastaajia ei pystytä tunnistamaan.

Kyselyyn valittujen määrä on suhteellisen pieni, joten toivoisin mahdollisimman monen vastaavan kyselyyn. Mielipiteiden esiin saamiseksi kaikkien journalismin opiskelijoiden mukaan saaminen on tärkeää ja arvokasta. Vastaa tutkimukseen su 20.9. mennessä!

Yhteistyöterveisin ja kiitos paljon jo etukäteen,

Lisätietoja:

Markku Korhonen

Journalismin opiskelija

Haaga-Helia

markku.korhonen@myy.haaga-helia.fi

Puhelin +358 xx xxx xxxx

## Liite 6. Neljäs saate kolmen kysymyksen kyselyyn

Hyvä journalismin opiskelija, vastaa **kolmeen kysymykseen** journalismin koulutusohjelman tutkimuksessa!

Kyselyssä pyydetään vastausta kolmeen lyhyeen kysymykseen, joihin voinet vaivattomasti vastata. Toivoisin vastaustasi mahdollisimman pian. Jos olet jo palauttanut aiemmat vastaukset, on tämä viesti aiheeton.

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on koota ja analysoida tulevien journalismin ammattilaisten mielipiteitä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun sisältömarkkinoinnin journalistisista keinoista hakumarkkinoinnissa.

**Kysely koskee Haaga-Helian verkkosivuilla julkaistujen uratarinoiden journalistisia keinoja.**

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Haaga-Helian ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelma. Kysely on kohdistettu Haaga-Helian journalismiopiskelijoille.

Haaga-Helia tilaa vuosittain Taloustutkimukselta koulun brändi-arvoa ja haluttavuutta sekä tunnettuutta mittaavan tutkimuksen. T-Media tekee lukiolaistutkimuksen. Näitä tutkimuksia seurataan useamman vuoden ajan. Verkkomedioissa on normaalia seurantaa ja verkkosivuja analysoidaan Google Analyticken avulla. Tämän journalismin koulutusohjelman opinnäytetyöni tarkoitus on kerätä syvällisempiä tietoja myös journalismin opiskelijoiden mielipiteistä, huomioista ja mahdollisista kehitysideoista liittyen sisältömarkkinoinnin journalistisiin keinoihin, joita on käytetty uratarinoissa.

Linkistä pääset Haaga-Helian verkkosivulle ”Liity joukkoomme ja avaa ovet työelämään”, jossa vierittämällä hieman alaspäin on otsikko: ”Lue opiskelijoidemme menestystarinat ja löydä sinua kiinnostava koulutus.”

Valitse ja klikkaa yksi tiivis opiskelijan uratarina auki ja tutustu siihen:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/hakijalle-2015?userLang=fi>

Tutustuttuasi uratarinaan vastaa kolmeen kysymykseen tästä linkistä (tai kopioimalla linkki osoiteriville):

<https://www.webpolsurveys.com/S/1E5A9713C11F89C1.par>

Kolmeen lyhyeen kysymykseen vastaat nopeasti, joten kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Voit antaa mielipiteitä, vaikka et olisi tutustunut uratarinaan, silloin vastaat vain kahteen kysymykseen. Tutkimuksessa yksittäisiä vastaajia ei pystytä tunnistamaan.

Kyselyyn on valittu vain journalismin opiskelijat, joten toivoisin mahdollisimman monen vastaavan kyselyyn. Jokainen journalismin opiskelija on tärkeä tutkimuksen onnistumiselle ja mielipiteiden esiin saamiselle. Vastaa tutkimukseen ke 18.11. mennessä!

Yhteistyöterveisin ja kiitos paljon jo etukäteen,

Lisätietoja:

Markku Korhonen

Journalismin opiskelija, Haaga-Helia

markku.korhonen@myy.haaga-helia.fi

Puhelin +358 xx xxx xxxx