

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2019

Marika Anttonen

OSALLISTAVA MEDIA Z- SUKUPOLVEN NÄKÖKULMASTA

Nuorten ajatuksia osallistamisesta tyttöjenlehti
Demissä

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-alan koulutus
Journalismi

2019 | 32 sivua, 7 liitesivua

Marika Anttonen

OSALLISTAVA MEDIA Z-SUKUPOLVEN NÄKÖKULMASTA

Nuorten ajatuksia osallistamisesta tyttöjenlehti Demissä

Tutkin opinnäytetyössäni tyttöjen mielipiteitä osallistavasta mediasta. Tutkimuksen toimeksiantaja on tyttöjenlehti Demi.

Tutkielman tavoitteena oli selvittää, mitä mieltä z-sukupolvi eli 1990-luvun ja 2000-luvun taitteessa syntyneet ovat osallistavasta mediasta. Tutkin opinnäytetyössä myös sitä, miten nuoret haluavat osallistua mediassa ja tunnistavatko he muiden lukijoiden tai seuraajien tekemän sisällön Demissä. Rajasin tutkimusanalyysin koskemaan Demin painettua lehteä ja Instagram-tiliä.

Käytin opinnäytetyöni tutkimusstrategiana tapaustutkimusta. Tiedonkeruumenetelminä käytin puolistrukturoituja haastatteluja. Toteutin kaksi ryhmähaastattelua, joihin osallistui yhteensä kahdeksan nuorta. Sen lisäksi haastattelin kolmea Demin lukijatoimituksen jäsentä ja Demin päätoimittajaa. Hyödynsin opinnäytetyössäni myös Internet-lähteitä ja kirjallisuutta.

Ryhmähaastatteluissa selvisi, että nuoret haluavat lukea ja katsella muiden saman ikäisten tuottamaa sisältöä, koska se on heidän mielestään samaistuttavaa. Nuoret ideoivat uusia osallistumismahdollisuuksia, joiden avulla he voisivat osallistua Demin printtilehden ja sosiaalisen median kanavien tekoon. Nuoret ehdottivat muun muassa uuden palstan perustamista painettuun Demi-lehteen. Palstalla lukijat saisivat kirjoittaa omin sanoin kokemuksistaan ja ajatuksistaan. Nuoret pitivät myös lukijatoimituksen tuottamasta Demi-lehdestä ja toivoivat sille jatkoa. Haastateltavien mielestä olisi hyvä, jos nuorten tuottamaa sisältöä olisi jokaisessa lehden numerossa.

Ryhmähaastatteluihin osallistuneet nuoret pitivät tärkeänä, että lukijoiden mielipiteet otetaan huomioon ja heitä kuunnellaan niin printtilehdessä kuin sosiaalisessa mediassa. Haastateltavat halusivat antaa mahdollisimman erilaisille nuorille mahdollisuuden osallistua ja päästä vaikuttamaan lehden ja sosiaalisen median kanavien kehittämiseen.

ASIASANAT:

osallistava media, osallistava journalismi, z-sukupolvi, aikakauslehti, tyttöjenlehti, Demi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of Film and Media

2019 | 32 pages, 7 pages of appendices

Marika Anttonen

PARTICIPATORY MEDIA FROM GENERATION Z'S POINT OF VIEW

Thoughts of the young about participatory journalism in the girls' magazine Demi

I studied in my thesis young girls' opinions about participatory journalism. The thesis' client is Finnish girls' magazine Demi.

The goal of this thesis was to examine what do generation z ergo people born between 1990s and 2000s think about participatory media. I studied in the thesis also how young people want to participate in the media and do they recognize content that other readers or followers have done for the Demi. I narrowed the study analysis to Demi's printed magazine and Instagram account.

I used a case study as a study strategy in this thesis. I used semi-structured interviews as a data collection method. I carried out two focus group interviews where participated altogether eight young people. In addition, I interviewed tree girl's who where part of the Demi's reader editors and Demi's editor in chief. I also benefited Internet-sources and literature in my thesis.

In group interviews it appeared that young want to read and watch content that are made by other same aged people because they think that it is relatable. Young came up with new ways to co create Demi's print magazine and on social media channels. Young people suggested amongst other things that should be found a new column in the Demi magazine. On the column readers could write about their experiences and thoughts. Young people liked the Demi's number that was done by the reader editors and they hoped that it will be done again. Interviewees thought that it would be nice to have content made by youngsters on all the numbers of the magazine.

Interviewees that participated on the focus group interviews thought that it is important to consider about readers opinions on print magazine and on social media channels. Interviewees would like to give different people a chance to co create the magazine and social media accounts.

KEYWORDS:

participatory media, participatory journalism, generation z, magazine, girls' magazine, Demi

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 KESKEISET KÄSITTEET JA AIKAISEMPI TUTKIMUSTIETO	8
2.1 Z-sukupolvi	8
2.2 Osallistava media	8
3 DEMI	12
3.1 Osallistamisen kanavat	12
3.2 Osallistamisen tavoitteet	15
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	17
5 NUORTEN HAASTATTELUT	21
5.1 Ryhmähaastattelut	21
5.1.1 Osallistamisen uudet keinot	22
5.1.2 Osallistumisen kriteerit	24
5.2 Juhlalehti ja lukijatoimitus	25
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	28
LÄHTEET	31

LIITTEET

- Liite 1. Lukijakyselyn Instagram-julkaisu.
- Liite 2. Haastattelukysymykset Demin päätoimittajalle.
- Liite 3. Haastattelukysymykset lukijatoimitukseen osallistuneille.
- Liite 4. Ryhmähaastattelujen teemat.

KUVIOT

Kuvio 1. Demin levikki 2010–2015 (MediaAuditFinland Oy 2010–2017).	13
Kuvio 2. Painetun lehden lukijamäärät (KMT 2010–2018).	14
Kuvio 3. Demin Instagram-seuraajien määrä 2013–2019 (Demin Instagram).	14

1 JOHDANTO

Digitalisaation myötä Internet on yhä tärkeämpi osa ihmisten elämää ja arkea. Suomalaiset käyttivät vuonna 2017 eri medioita lähes kahdeksan tuntia päivässä. Tästä ajasta noin 45 prosenttia vietettiin netissä. Tutkimukseen osallistuneet 15–74-vuotiaat käyttivät painettujen sanoma- ja aikakauslehtien lukemiseen yhteensä vain kahdeksan prosenttia kaikesta median parissa kuluttamastaan ajasta. (Kantar TNS Oy 2017.) Median kulutustapojen muuttuessa eri mediayhtiöiden on täytynytkin ottaa verkko haltuun ja tehdä muutoksia toimintatavoissaan selviytyäkseen tällä digitaalisella aikakaudella.

Yhtenä keinona houkutella lukijoita painetun median pariin on kokeiltu osallistavaa journalismia eli lukijoiden roolin lisäämistä. Lukijoita voidaan osallistaa niin painetussa lehdessä kuin Internetissä. Ihmiset voivat lehden nettisivuilla esimerkiksi keskustella artikkelin herättämistä tunteista, vastata kyselyihin tai kertoa juttuvinkkejä. Luvussa kaksi esitellään lisää erilaisia osallistamismahdollisuuksia ja määritellään tarkemmin termit osallistava media ja osallistava journalismi.

Osallistava media ei ole vielä kovin yleinen ilmiö Suomessa. Siihen liittyy haasteita, kuten kaikkiin uudistuksiin. Yhtenä haasteena on käsitys toimittajista portinvartijoina, jotka yksin päättävät mikä on uutisoinnin ja julkaisemisen arvoista. Ei-toimittajien mukaan ottaminen voi tuntua journalisteista uhkaavalta ja jopa loukata heidän ammatti-identiteettiä. Osallistaminen ei myöskään ole jotain sellaista, jota voidaan tehdä puolivillaisesti ja sivussa uhraamatta sille ajatustakaan. Osallistava journalismi vaatii muun muassa journalistien työpanosta juttujen valikoinnissa, editoinnissa ja siirtämisessä julkaisujärjestelmään. (Lehtisalo 2011, 50–51; Muhonen 2014, 9–11.)

Tyttöjenlehti Demissä Internet on alusta asti koettu ennemminkin mahdollisuutena kuin haasteena. Demiä pidetäänkin aikakauslehtialalla pioneerina, sillä esimerkiksi Demin nettisivut perustettiin jo vuonna 1999, aivan painetun lehden alkuaikoina. (Lehtisalo 2011, 9.) Painetun lehden lisäksi Demin brändiin kuuluu demi.fi –sivusto sekä Demin sosiaalisen median kanavat Instagram, YouTube ja Snapchat. Demi julkaisee vuosittain myös lukuvuosikalenteria. Demi osallistaa lukijoitaan ja sosiaalisen median seuraajiaan kaikissa edellä mainituissa kanavissa. Demin tärkeimmät kanavat ovat tätä opinnäytetyötä tehtäessä printtilehti ja Instagram-tili, joten tutkimusanalyysi on kohdennettu näihin kahteen kanavaan.

Teen opinnäytetyöni toimeksiantona Demille ja tutkin osallistavaa mediaa nuorten näkökulmasta. Selvitän, miten nuoret suhtautuvat Demin sisältöihin, joiden tekemiseen muut lukijat tai seuraajat ovat osallistuneet. Tunnistavatko he nämä sisällöt vai pitäisikö niitä korostaa enemmän? Tavoitteena on myös auttaa Demiä kehittämään toimintaansa entistä paremmaksi ja antaa toimitukselle uusia ideoita ja keinoja, joilla he voisivat osallistaa nuoria. Tutkimus on rajattu z-sukupolveen, koska he ovat Demin kohderyhmää.

Kiinnostuin Demistä ollessani siellä työharjoittelussa keväällä 2018. Kolme kuukautta kestäneen harjoittelun aikana opin valtavasti aikakauslehtien toimitustyöstä ja tutustuin inspiroiviin ihmisiin. Yllätyin siitä, kuinka arvostavasti, kiinnostuneesti ja sydämellisesti Demissä suhtaudutaan lehden lukijoihin. Lukijat eivät ole vain massaa, jolle yritetään myydä tuotteita, vaan tietoisia kuluttajia, joita halutaan tukea ja auttaa. Halusin jatkaa yhteistyötä lehden parissa ja opinnäytetyön tekeminen tuntui sopivalta vaihtoehdolta.

Opinnäytetyön aihe on merkittävä, sillä vastaavaa tutkimusta ei ole Demissä aiemmin tehty. Demin toimituksessa ei pystytä keräämään syvällistä ja laajempaa tutkimustietoa toimitustyön ohessa. Keskustellessani päätoimittaja Päivi Lehtomurron kanssa opinnäytetyön tekemisestä, hän ehdotti aiheeksi osallistamista, josta Demissä on jo jonkin aikaa kaivattu tarkempaa tutkimustietoa.

Tutkimuksen avulla nuoret saavat äänensä kuuluviin. Heidän toiveensa ja mielipiteensä tulevat näkyviksi, kun heiltä kysytään niitä suoraan. Nuorilla on myös mahdollisuus vaikuttaa siihen, millaiselta heidän kuluttamansa media jatkossa näyttää ja miten sisältöjä tuotetaan. Osallistava media on nykyaikaa ja tulee tulevaisuudessa todennäköisesti olemaan entistä isompi osa toimitusten arkea. On tärkeää, että lukijoiden mielipiteet ja ajatukset osallistamisesta otetaan huomioon, ettei vahingossa tehdä jotain, joka ei kiinnostakaan lukijoita. Muutkin aikakauslehdet voivat hyödyntää tutkimuksessa saatuja tuloksia omiin tarpeisiinsa.

Uskon, että ne mediat, jotka eivät yhtään ota huomioon niiden yleisöjä, niiden tulevaisuus ei varmaan ole hirveän valoisa. Tulevaisuudessa muutkin kuin z-sukupolvi odottaa sitä, että heidän mielipiteitä kuunnellaan ja he pääsevät tuottamaan sisältöä ja olemaan muutakin kuin se median kuluttaja. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018)

Opinnäytetyöni johdannon jälkeen määrittelen tutkimukseni kaksi keskeistä käsitettä, z-sukupolvi ja osallistava journalismi. Samassa luvussa esittelen myös opinnäytetyöni viitekehysten. Kolmannessa luvussa kerron tarkemmin opinnäytetyöni toimeksiantajasta ja perustelen, miksi he haluavat osallistaa nuoria. Toimeksiantajan esittelyn jälkeen

siirryn kertomaan tutkimuksen käytännön toteuttamisesta ja tutkimusstrategiastani. Viidennessä luvussa esittelen haastattemieni nuorten ajatuksia ja kokemuksia osallistavasta mediasta. Loppuluvussa pohdin tutkimuksen tuloksia ja teen niistä johtopäätöksiä. Lisäksi esitän loppuluvussa jatkotutkimusaiheita. Tutkimuksen liitteinä on tutkielmaa varten tehtyjen haastatteluiden haastattelukysymykset. Liitteenä on myös kuvat Instagram-julkaisusta, jonka avulla haettiin haastateltavia opinnäytetyön ryhmähaastatteluihin.

2 KESKEISET KÄSITTEET JA AIKAISEMPI TUTKIMUSTIETO

Tässä luvussa määrittelen opinnäytetyöni kaksi keskeistä käsitettä, z-sukupolvi ja osallistava media. Lisäksi esittelen opinnäytetyöni aiheeseen liittyviä aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia ja kerron, mitä hyötyä niistä on oman tutkimukseni kannalta.

2.1 Z-sukupolvi

Sukupolven määritelmä ei ole yksinkertainen tai yksiselitteinen. Sosiologiassa käsitettä sukupolvi käytetään karkeasti jaoteltuna kahdella eri tavalla. Yhden käytötavan mukaan sukupolvella tarkoitetaan jonkin rajatun ajanjakson sisällä syntyneitä ihmisiä, joita yhdistää samalla aikakaudella syntymisen lisäksi jokin yhteinen kokemus. (Purhonen 2007, 15–16.) Lähteestä riippuen Z-sukupolvella tarkoitetaan usein sukupolvea, joka on syntynyt joko 1990-luvun puolivälin jälkeen tai 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen aikana. Opinnäytetyössäni tarkoitan z-sukupolvella vuoden 1996 jälkeen syntyneitä nuoria, jotka ovat tätä opinnäytetyötä tehtäessä noin 8–20-vuotiaita. Z-sukupolven nuoria yhdistää syntymäajankohdan lisäksi se, että he ovat diginatiiveja eli he ovat eläneet koko elämänsä maailmassa, jossa teknologia on vahvasti osa arkea. Z-sukupolven nuorille on luonnollista olla yhteyksissä muihin netin välityksellä, luoda maailmalaajuisia verkostoja ja ottaa osaa kaikkeen mitä ympärillä tapahtuu. Z-sukupolven kasvua ja kehitystä ohjaavina teemoina voidaan pitää esimerkiksi talouskriisiä ja ympäristötietoisuutta. (Puttonen 2012; Slavin 2014.)

2.2 Osallistava media

Kuten Seppänen ja Väliverronen (2014) toteavat kirjassaan *Mediayhteiskunta*, sanan media määrittelemisen täsmällisesti on nykyään haastavaa, sillä mediasta puhuttaessa voidaan tarkoittaa hyvin erilaisia viestinnän tapoja. Yksinkertaisimmillaan sanalla media tarkoitetaan viestinnän kanavaa (Kotimaisten kielten keskus 2018). Kielitoimiston sanakirja (2018) määrittelee median tarkoittavan myös viestin välittäjää, viestintä ja ilmaisuvälinettä. Sanana media juontuu latinankielestä, jossa *medium* tarkoittaa keskikohtaa tai

välissä olevaa. Näin ollen media siis tarkoittaa kahden asian, esimerkiksi yrityksen ja yhteisön välistä viestintää. (Seppänen & Väliverronen 2014, 22.)

Nykyaikana erilaiset mediat sulautuvat yhteen. Nettisivuilla voi olla tekstiä, kuvia ja videoita. Tätä ilmiötä kutsutaan median konvergenssiksi. Sisältöjen yhteensulautumisen lisäksi median konvergenssi näkyy myös suurten mediatalojen kasvussa. Journalistit työskentelevät monimediallisissa toimituksissa, joissa samaa sisältöä julkaistaan niin verkossa kuin printissä. (Seppänen & Väliverronen 2014, 26.) Kolmanneksi konvergenssi näkyy myös kulttuurissa. Konvergenssin kulttuuri tarkoittaa, että raja median tuottajan ja kuluttajan välillä on häilyväisempi. (Jenkins 2006.) Median konvergenssin takia ei olekaan järkevää käyttää termejä median kuuntelija tai katselija, vaan ennemmin median kuluttaja tai käyttäjä. Osallistava media pyrkii ottamaan käyttäjät huomioon juuri median kokijoina ja palvelemaan heitä sitä kautta paremmin.

Osallistavan median yhteydessä puhutaan usein osallistavasta journalismista. Tällöin ajatellaan, että perinteinen journalismi ei ole osallistavaa. Osallistava journalismi on yksi journalismin suuntaus. Sillä tarkoitetaan toimitusmuotoa, jossa lukijat eli ei-journalistit pääsevät osallistumaan median tekemiseen ideoimalla ja jopa toteuttamalla artikkeleja. Osallistavan journalismin tarkoituksena on syventää lukijasuhdetta ja vastata paremmin lukijoiden tarpeisiin. (Ahva 2018.) Media voi osallistaa lukijoitaan ja seuraajiaan myös muilla tavoilla kuin ottamalla heidät mukaan varsinaiseen toimitusprosessiin. Demin lukijat voivat esimerkiksi vastata erilaisiin kyselyihin, joita käytetään lehden artikkelien pohjana. Sosiaalisessa mediassa seuraajia osallistetaan kehottamalla heitä kommentoimaan julkaisua tai täämään eli merkitsemään siihen kaverinsa.

Englanninkielen participatory media ja participatory journalism sanojen suomennoksina käytetään rinnakkain termejä osallistava ja osallistuva media tai journalismi. Tämä on ongelmallista, koska termit eivät täysin kuvaa sellaista yhteisöllistä ja avointa toimintaa, jota osallistava media pyrkii tuottamaan. Sanalla osallistaminen viitataan toimintaan, jossa joku ylempi taho osallistaa mukanaolijat. (P. Juppi, henkilökohtainen tiedonanto 2018.) Päädyin kuitenkin käyttämään tässä opinnäytetyössä termejä osallistava media ja osallistava journalismi, koska ne tuntuivat olevan yleisimmin käytössä olevat termit, joilla kyseistä ilmiötä kuvataan.

Osallistavaa mediaa on tutkittu jonkin verran. Laura Ahva (2010) tutki väitöskirjassaan osallistavaa mediaa sanomalehtien näkökulmasta. Väitöskirjassa tutkittiin, miten lukijoita osallistetaan sanomalehdissä ja miten tätä toimintaa voitaisiin kehittää. Tutkimuksessa

selvisi muun muassa, että suurin syy kokeilla ja lisätä osallistavan journalismin tekemistä olivat sanomalehtien taloudelliset paineet ja epävarmuus säilymisestä. Ahva on myös kirjoittanut osallistamisesta artikkeleja, esimerkiksi Osallistuvan journalismin ankkuroivat käytännöt (2018), jossa hän tarkastelee käytäntöjä, jotka mahdollistavat osallistuvan journalismin tekemisen. Tällaisia käytäntöjä ovat artikkelin mukaan muun muassa resurssien hallinta ja laadunvalvonta. Ahvan väitöskirja ja artikkeli auttoivat minua ymmärtämään osallistavaa mediaa ilmiönä ja antoivat omalle tutkimukselleni taustatietoa.

Sanomalehtialalla osallistavaa mediaa on tutkinut myös esimerkiksi Tuukka Muhonen. Muhosen (2014) opinnäytetyössä tutkittiin osallistavaa journalismia Metro-lehdessä. Osana tutkielman kehitystyötä syntyi ainutlaatuinen työkalu, jonka avulla lukijat pystyivät lähettämään kuvia ja juttuvinkkejä toimitukselle. Lukijat ottivat työkalun vastaan innokkaasti. Myös Joanna Lahti (2013) tutki pro gradu -tutkielmassaan osallistavaa journalismia sanomalehtien näkökulmasta. Tutkimuksessa seurattiin kevään ajan Sanoma Kaupunkilehtiä, joka pyrki lisäämään lukijoiden tuottaman sisällön määrää tuotteissaan. Tutkimuksessa huomattiin, että vaikeinta oli määritellä toimittajien ja lukijoiden rooli uudelleen. Toimittajat halusivat säilyttää tietyn tasoisen kontrollin työssään.

Aikakauslehtialalla aihetta on tutkinut esimerkiksi Anna Kurkela (2012) opinnäytetyössään, joka käsittelee aikakauslehden lukijoiden osallistamista verkossa. Tutkimuksessa tutkittiin keinoja, joilla aikakauslehti voi vahvistaa lukijasuhdettaan ja tavoittaa lukijat nettissä. Tutkimuksessa huomattiin muun muassa, että toimituksen on tärkeää olla sosiaalisen median kanavissa, joissa lukijatkin ovat. Tämä lisää yhteisöllisyyttä. Edellä mainitut tutkimukset herättivät minut miettimään, miten nuoret näkevät osallistamisen ja voitaisiinko tutkimuksissa kuvattuja osallistamistapoja hyödyntää Demissä. Tutkimukset auttoivat myös laatimaan haastattelukysymyksiä opinnäytetyötäni varten.

Anssi Paloposken (2011) opinnäytetyössä tutkittiin nuortenlehti Suosikin toteuttamaa lukijoita osallistavaa Sinun Suosikki -nimistä projektia. Projektissa lukijat toteuttivat sisällön yhteen Suosikin numeroon. Tutkimuksessa huomattiin, että Suosikissa olisi voitu hyödyntää vielä enemmän verkkoa. Demi toteutti viime vuonna vastaavanlaisen projektin, jossa Demin lukijoista koostunut lukijatoimitus toteutti kokonaan yhden lehden numeron. Paloposken opinnäytetyöstä sain vinkkejä, mitä kysyä Demin lukijatoimitukseen osallistuneilta nuorilta ja mitä asioita kannattaa ottaa huomioon esimerkiksi haastattellessa alaikäisiä. Hänen työnsä auttoi hahmottamaan, mitä nuoret ajattelivat muutama vuosi sitten osallistavan median projektista.

Anneli Lehtisalón (2011) tutkimuksessa tutkittiin tyttöjenlehti Demiä ja Miss Mixiä nuorten kohtaamispaikkoina. Tutkimuksessa tarkastellaan lehtien konsepteja ja miten nuoret kulltavat ja käyttävät lehtiä. Tutkimus antoi hyvää taustatietoa Demistä ja auttaa pohtimaan, miksi osallistaminen on tärkeää ja kannattavaa nuortenlehdille. Myös Ida Valpas (2010) on tutkinut opinnäytetyössään Demiä. Tutkimuksessa selvitettiin, miksi Demi-lehdestä luovutaan. Tutkimuksessa päädyttiin siihen, että lehti tuntuu vanhemmista lukijoista liian lapselliselta eivätkä jutut kiinnosta heitä enää. Valppaan tutkimus auttoi ymmärtämään Demin lukijoiden mielenmaailmaa ja toimi hyvänä taustatietona omalle tutkimukselleni.

3 DEMI

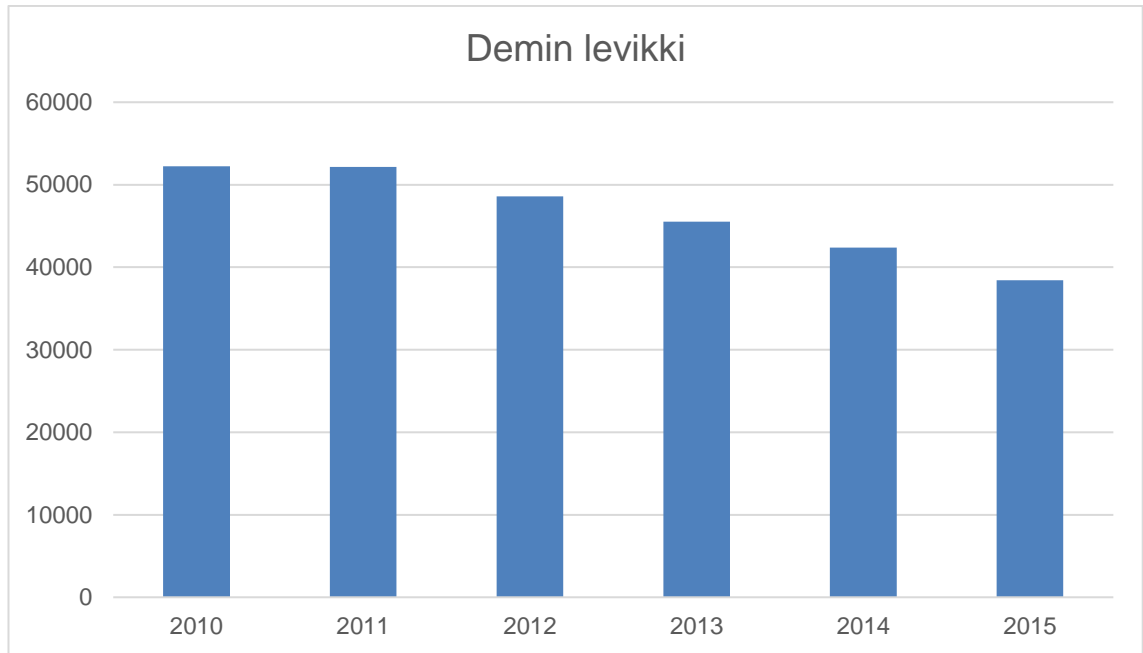
Vaikka Demi osallistaa lukijoitaan ja sosiaalisen median seuraajiaan kaikissa kanavissa, nykyään osallistamisen pääpiste on painetussa lehdessä ja Instagramissa. Opinnäytetyöni tutkimusanalyysi on siksi rajattu kahteen edellä mainittuun alustaan. Alla esitellään lyhyesti nämä kaksi julkaisualustaa. Sen lisäksi luvussa pohditaan, miksi Demissä ylipäätään halutaan osallistaa nuoria.

3.1 Osallistamisen kanavat

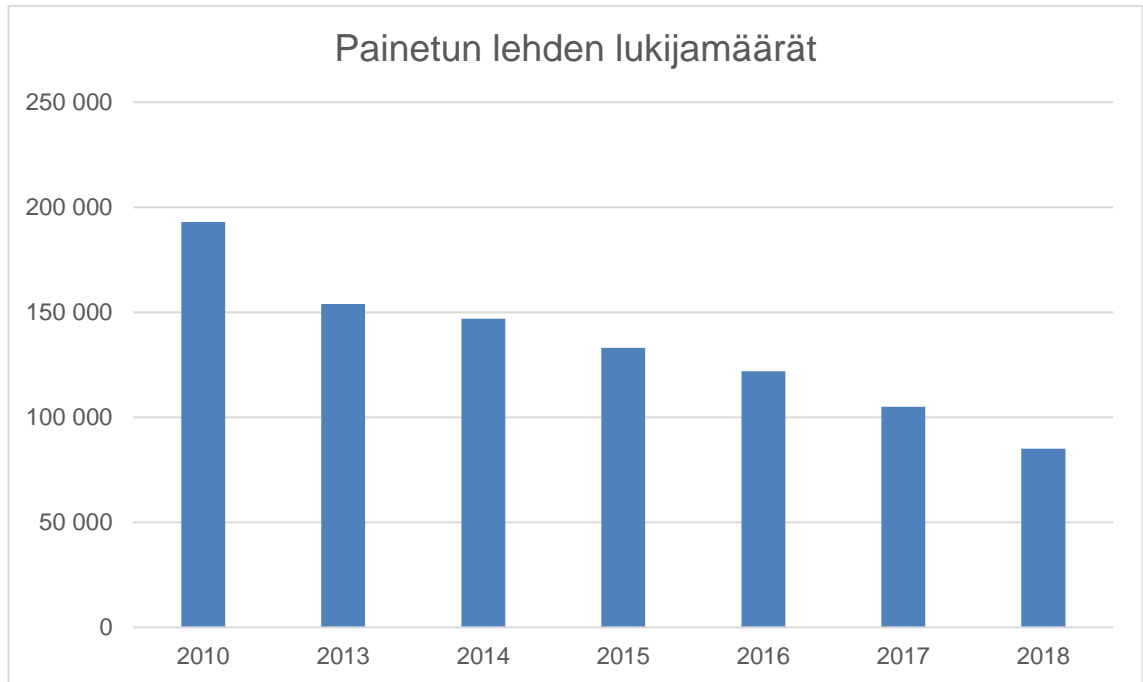
Demi-lehti on perustettu vuonna 1998 ja sitä julkaisee A-lehdet. Lehti ilmestyy noin 11 kertaa vuodessa. Vuonna 2018 lehti ilmestyi 11 kertaa, joista yksi numero oli tuplanumero. Lehdessä käsiteltäviä teemoja ovat muun muassa opiskelu, harrastukset, ihmissuhteet ja hyvinvointi. Lehden pääkohderyhmää ovat 12–18-vuotiaat tytöt. Paperisen lehden lukijamäärä on tätä opinnäytetyötä tehtäessä uusimman saatavilla olevan mittauksen mukaan 85 000 ja kokonaistavoittavuus 192 000 lukijaa. Demi tavoittaakin yli 50 prosenttia kohderyhmästään, vaikka lehden levikki on 2010-luvun alussa tehdyissä mitauksissa laskenut pikkuhiljaa. (KMT s2017/k2018.) Kuviossa 1 kuvataan tätä levikkimäärien muutosta vuosina 2010–2015. Kuviossa 2 taas esitetään Demin printtilehden lukijamäärien muutos tällä vuosikymmenellä. Lukijamäärä ilmaisee, kuinka monta tuhatta lukijaa lehden keskimääräisellä numerolla on. Lukijamäärät ovat osa Kansallista Mediatutkimusta (KMT), jonka toteuttaa Kantar TNS Oy. Tutkimuksen päätilaaja on MediaAuditFinland Oy. Tutkimuksen tiedot kerätään puhelinhaastatteluilla ja nettikyselyllä. (MediaFinlandAudit Oy 2014.) Luvut perustuvat kohderyhmään, joka oli aikaisemmin määritetty 12–19-vuotiaiksi.

Vuonna 2013 perustetulla Demin Instagram-tilillä on lähes 30 000 seuraaja (Demi Instagram 2019). Sosiaalisessa mediassa Demin pääkohderyhmää ovat 13–19-vuotiaat. Instagramissa esitellään lehden uusin numero, nostetaan kiinnostavia aiheita lehdestä, jaetaan kyselyjä ja tiedotetaan lukijoita kiinnostavista aiheista. Lähes jokaisessa julkaisussa on osallistamista: postauksissa kehoitetaan kommentoimaan esimerkiksi kaveri, joka tulee tekstilainauksesta mieleen tai lempiemoji. Postausten julkaisutahti on noin yksi julkaisu per päivä viikon jokaisena päivänä. Postausten aiheet päätetään viikoittain so-mepalavereissa ja julkaisuja tekevät useat Demin toimituksen jäsenet. Kuviossa 3

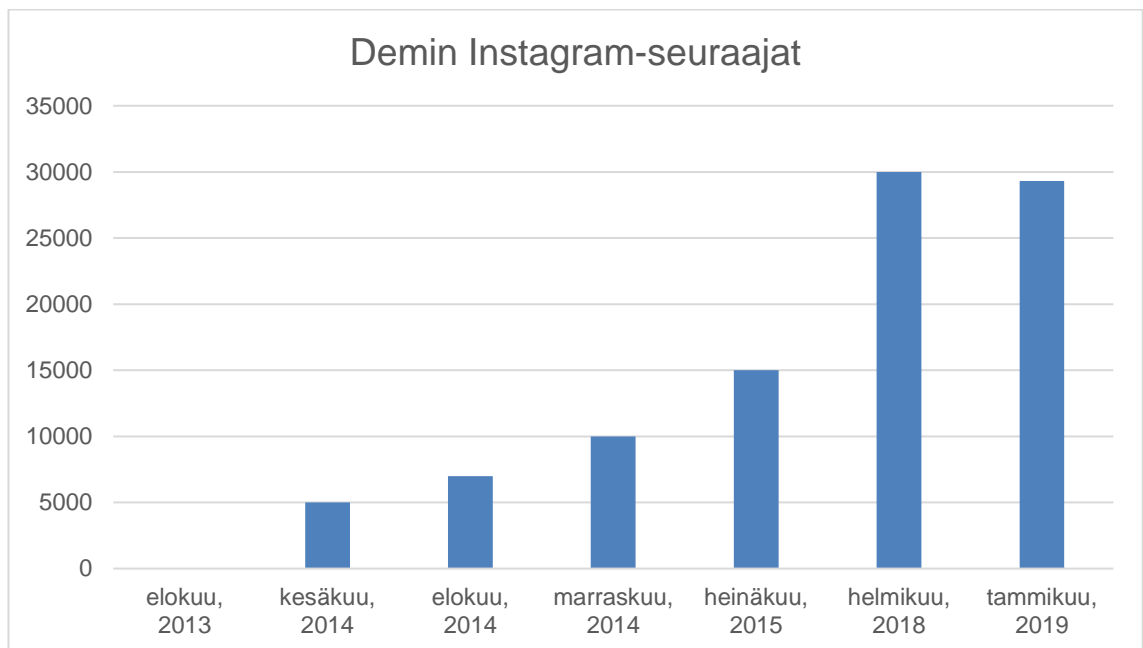
kuvataan Demin Instagram-seuraajien määrän muutosta. Kuviossa näkyvät ajankohdat, jolloin on ylitetty 5 000, 7 000, 15 000 ja 30 000 seuraajan rajapyykit. Kuviossa ei ole tietoja vuodelta 2016 ja 2017, koska niitä ei ole saatavilla. Kuvioista kuitenkin näkee, miten seuraajien määrä on muutamassa vuodessa noussut 30 000:een, jonka tuntu- maan se tuntuu pysähtyneen ainakin hetkellisesti.



Kuvio 1. Demin levikki 2010–2015 (MediaAuditFinland Oy 2010–2017).



Kuvio 2. Painetun lehden lukijamäärät (KMT 2010–2018).



Kuvio 3. Demin Instagram-seuraajien määrä 2013–2019 (Demin Instagram).

3.2 Osallistamisen tavoitteet

Demin päätoimittaja Päivi Lehtomurto (henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018) perustelee nuorten osallistamista sillä, että toimituksen väki ei ole itse enää teini-iässä. Jotta Demin tekijät pystyisivät tuottamaan sisältöä, joka oikeasti kiinnostaa nuoria, heidän pitää ottaa tytöt mukaan sisältöjen suunnitteluun ja toteutukseen ja kysyä heidän mielipiteitään. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018.)

Nuoret tuovat ainutlaatuisen panoksen esimerkiksi näkökulmaan (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 20.3.2019).

Toinen peruste nuorten osallistamiselle on heidän median käyttötapojen muuttuminen. Nuoret eivät tyydy olemaan vain passiivisia vastaanottajia vaan he ovat tottuneet muokkaamaan itse sisältöjä, joita kuluttavat. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018.)

Z-sukupolven mielestä olisi ehkä vähän omituista, jos olisi nuorten media, johon he eivät saisi yhtään osallistua. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018.)

Lehtomurron (henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018) mukaan paperisen lehden lisäksi Instagram on hyvä seuraajien osallistamiseen, koska Instagramin työkalut ovat sopivat tähän tarkoitukseen. Instagram on helposti käytettävissä suoraan puhelimelta ja siellä on nopeaa vastata äänestyksiin tai tykätä julkaisuista.

Päätoimittaja näkee osallistamisessa paljon mahdollisuuksia, mutta myös joitakin haasteita. Yksi haaste on Lehtomurron mielestä se, miten saadaan osallistumaan kaikenlaiset nuoret, eikä pelkästään etuoikeutetut ryhmät. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018.) Muun muassa sukupuoli ja perheen sosiaalinen asema vaikuttavat siihen, millaisia mahdollisuuksia nuorella on päästä käyttämään Internetiä ja osallistua sitä kautta eri medioissa (Livingstone & Helsper 2007).

Toinen haaste on saada osallistumaan tarpeeksi nopeasti tarpeeksi suuri määrä ihmisiä. Lisäksi Lehtomurto mainitsee, että voi olla haastavaa säilyttää lukijoiden mielenkiinto, jos Demillä on samaan aikaan käynnissä monia samantyyppisiä osallistavia konsepteja, esimerkiksi kyselyjä. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018.) Yhtenä osallistavan journalismin haasteena on pidetty toimittajien ja lukijoiden suhteen määrittelyä. Toimittajat voivat kokea työnsä uhatuksi. (Lehtisalo 2011, 50–51; Muhonen 2014,

9–11.) Lehtomurto ei näe journalistien portinvartijuutta ongelmana Demissä (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 20.3.2019).

Demissä olemme oivaltaneet, että yleisön osallistaminen onnistuu, kun käyttää sitä oikeissa aiheissa ja juttukonsepteissa. Nuoret ovat oman arkensa parhaita asiantuntijoita, mutta esimerkiksi asiantuntijahaastatteluissa ammattitoimittaja on usein paras valinta. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 20.3.2019.)

Journalistinen päätösvalta säilyy Demissä, koska toimitus valitsee haastateltavat, tekee faktantarkistuksen ja huolehtii, että journalistinen prosessi toteutuu, vaikka tekijät olisivatkin hieman kokemattomampia. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 20.3.2019.)

Inspiraatioita erilaisiin osallistamisen keinoihin otetaan Lehtomurron (henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018) mukaan monin eri tavoin. Esimerkiksi tubettajan tekemä video voi inspiroida muokkaamaan ideaa Demin tarkoituksiin sopivaksi.

Tämä [osallistaminen] on Demille ollut niin pitkän linjan tekemistä, me ei olla sitä keksitty mistään muualta. (P. Lehtomurto, henkilökohtainen tiedonanto 26.11.2018.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa keskitytään opinnäytetyöni konkreettiseen toteuttamiseen. Esittelen käyttämäni tutkimusstrategian sekä tiedonkeruumenetelmät. Lisäksi perustelen, miksi valitsin juuri nämä menetelmät ja miten otin tutkimuksen eettisyyden huomioon suunnitellakseni ja toteuttaessani tutkimustani.

Käytin opinnäytetyöni tutkimusstrategiana tapaustutkimusta eli case-tutkimusta. Tapaustutkimuksessa käytetään monenlaisia tieteellisiä tiedonhankintamenetelmiä, joilla tutkitaan rajattua kokonaisuutta. Tapaustutkimuksen etu onkin se, että sen käyttö ei rajoita tiedonkeruumenetelmiä. Menetelmän haasteena voi pitää sitä, että tapaustutkimuksesta ei voi suoraan tehdä yleistyksiä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Valitsin opinnäytetyön tutkimusstrategiaksi tapaustutkimuksen, koska tutkimukseni tavoitteena on ymmärtää syvällisesti nuorten mielipiteitä osallistamisesta. Tapaustutkimus on parhaimmillaan juuri tällaisissa syvällisissä tutkimuksissa.

Ensisijaisena tiedonkeruumenetelmänä käytin haastattelua. Pidin kaksi ryhmähaastattelua, joissa haastattelin Demin lukijoita ja Instagram-seuraajia. Ryhmähaastattelut olivat rakenteeltaan puolistrukturoituja teemahaastatteluja. Valitsin menetelmäksi teemahaastattelun, koska se on yleinen menetelmä, joka sopii monenlaisiin tilanteisiin. Teemahaastattelussa kysymykset liittyvät nimensä mukaisesti tiettyihin teemoihin. Kysymysten järjestystä voi kuitenkin vaihtaa haastattelun kuluessa eivätkä kysymykset välttämättä ole niin yksityiskohtaisia kuin muissa haastattelun lajeissa. Teemahaastattelussa tärkeintä ovat ihmisten tulkinnat asioista. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47-48.) Teemahaastattelu oli mielestäni sopivan rento tyyli haastatella nuoria, joilla ei välttämättä ole paljon kokemusta haastattelu- ja tutkimustilanteista. Pidin menetelmää hyvänä myös siksi, että teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit ovat kaikille haastateltaville samat, mutta pystyin muokkaamaan kysymyksiä erilaisiksi kahden eri haastattelukerran välillä. Teemahaastattelu auttoi luomaan keskustelevan ja rennon ilmapiirin haastattelutilanteisiin. Näin nuoret uskalsivat tuoda esiin omia ajatuksiaan. Teemahaastattelua oli käytetty menetelmänä myös Valppaan (2010) ja Paloposken (2011) opinnäytetöissä, jotka ovat hyvin samankaltaisia kuin oma työni. Tutustuessani kyseisiin tutkimuksiin koin teemahaastattelun hyväksi menetelmäksi.

Hain ryhmähaastatteluihin haastateltavia Demin Instagram- ja Snapchat-tilien kautta. Liitteessä 1 havainnollistetaan kuvin, millaisen julkaisun tein molempiin kanaviin.

Julkaisuissa oli linkki Webropol-kyselyyn, jossa kysyin tutkimuksen taustatiedoiksi haastateltavien syntymävuoden, seuraavatko he Demiä sosiaalisessa mediassa, ovatko he Demin kestotilaajia ja kumpana haastattelupäivänä he pääsisivät paikalle. Kyselyn lopussa vastaajat jättivät etunimensä ja puhelinnumeronsa haastattelujen sopimista varten. Etunimeä käytin vain erotellakseni haastateltavat toisistaan ottaessani heihin yhteyttä puhelimitse. Muita tunnistetietoja en tutkimukseni kannalta tarvinnut, ja noudatin Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2009) humanistisen, yhteiskuntatieteellisen ja käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettisistä periaatteista annettua ohjeistusta enkä niitä tarpeettomasti kerännyt. Samassa ohjeistuksessa neuvotaan myös haastateltavien yksityisyyden suojaamisesta. Yksityisyyden suojaamiseksi haastateltavat esiintyvät opinnäytetyössä anonyymisti. Haastattelutilanteissa en puhutellut haastateltavia nimeltä, mutta periaatteessa heidän äänensä voi tunnistaa haastattelunauhalla. Haastatteluja litteroimalla en kuitenkaan nimennyt haastateltavia, eli tallennetusta kirjoitetusta aineistosta haastateltavia ei voi erottaa toisistaan.

Ryhmähaastatteluihin osallistui yhteensä kahdeksan tyttöä, jotka olivat iältään 15–16-vuotiaita. Haastattelut pidettiin A-lehtien toimituksen tiloissa, Helsingin Kulosaarissa tammikuun 2019 puolivälissä. Haastattelemani nuoret olivat alaikäisiä, joten kiinnitin jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa erityistä huomiota tutkimuksen eettisyyteen. Huoltaja on lain mukaan vastuussa alaikäisestä lapsesta ja voi yleensä päättää, saako lapsi osallistua tutkimukseen. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2009) humanistisen, yhteiskuntatieteellisen ja käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettisten periaatteiden ohjeistuksessa käsitellään yksityisyyden suojaamisen lisäksi haastateltavien itsemääräämiskeuhetta. Ohjeistuksen mukaan tutkimukseen osallistuvan tulee tietää tarpeeksi tutkimuksesta, jotta hän voi päättää vapaaehtoisesti osallistumisestaan. Myös lapsella on perustuslaillinen oikeus määrätä häntä koskevista asioista. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2009.) Pyrin selittämään tutkimuksen tarkoituksen mahdollisimman selkeästi Webropol-kyselyn alussa ja kehoitin haastatteluista sopiessa nuoria kysymään rohkeasti lisätietoja, jos jokin asia tutkimuksessa mietitytti. Ohjeistin heitä myös haastattelun jälkeen olemaan yhteydessä, jos jokin jäi mietityttämään.

Alle 15-vuotiaisiin kohdistuva tutkimus voidaan toteuttaa ilman huoltajan erillistä suostumusta tai informointia, kun se on perusteltavissa 1) tutkittavien iän ja kehitystason, 2) tutkimuksen aihepiiriin ja toteutustavan tai 3) tavoiteltavan tietotarpeen näkökulmasta. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2009.)

Päädyin siihen, että tutkimus ei millään tavalla vahingoita lapsia ja heillä on riittävät tiedot tutkimuksesta, joten he ovat tässä tilanteessa kykeneviä itse päättämään tutkimukseen

osallistumisestaan. Ohjeistin kuitenkin Webropol-kyselyn alussa alle 15-vuotiaita kysymään vanhemmilta luvan osallistua haastatteluun, mutta en pyytänyt nähdä lupaa kirjallisena tai edes kuulla itse sitä suullisena. Loppujen lopuksi alle 15-vuotiaita haastateltavia ei osallistunut ollenkaan, joten eettisyyttä ei tarvinnut siltä osin pohtia enempää.

Alun perin ajattelin, että molempiin haastatteluihin tarvitaan 4–6 haastateltavaa. Haastateltavien hankkiminen oli kuitenkin yllättävän vaikeaa. Laitoin julkaisut Demin tileille viikkoa ennen haastatteluja. Kyselylinkkiä avattiin yli 200 kertaa, mutta vain muutama täytti kyselyn loppuun asti ja jätti yhteystietonsa. Kysyin kyselyyn vastanneilta, olisiko heillä kavereita, jotka pääsisivät mukaan haastatteluun. Muutama ilmoittikin kaverista, joka pääsisi paikalle. Julkaisin kyselylinkin uudelleen loppuviikosta Demin somekanavissa ja Demin päätoimittaja Päivi Lehtomurto jakoi linkkiä vielä eteenpäin omille yhteystiedoille.

Olin ajatellut, että taustakysymykset auttavat valitsemaan vapaaehtoisista haastatteluihin kutsuttavat. Kutsuin kuitenkin kaikki kyselyyn vastanneet haastatteluihin, koska heitä ei ollut niin paljon, että heistä olisi tarvinnut karsia. Olin varautunut siihen, että osa ihmisistä ei ilmestyisi paikalle sovittuna päivänä. Olin ajatellut kutsuvani paikalle varmuuden vuoksi useamman ihmisen kuin oikeasti tarvitsin. En pystynyt tekemään näin, koska haastatteluun ei ilmoittautunut tarpeeksi halukkaita. Sain kuitenkin lopulta tarpeeksi haastateltavia, vaikka pari ihmistä ei saapunutkaan paikalle sovittuna aikana.

Olin myös suunnitellut, että ottaisin haastattelupäivissä huomioon haastateltavien iät. Ensimmäisenä päivänä haastateltavat voisivat olla hieman nuorempia, toisena vanhempia. Ajattelin, että samanikäisten seura saattaisi rauhoittaa nuoria ryhmähaastattelutilanteessa. En kuitenkaan saanut 12–14 vuotiaita haastateltavia ollenkaan, joten en tehnyt suunnittelemaani ikäjaottelua.

Uskon, että haastatteluun osallistuneiden vähyyks johtui osittain siitä, että nuoret kokivat liian haastavaksi tulla konkreettisesti paikalle haastatteluun, jonka aihe ei ole kaikista helpoin tai yksinkertaisin. Osa nuorista ei varmastikaan kokenut saavansa tarpeeksi vastinetta osallistumisestaan. Haastatteluun ilmoittautumisen ja haastattelupäivän välillä ei myöskään ollut kovin paljon aikaa, joten aikataulu saattoi olla joillekin liian tiukka. Osa myös kritisoi somessa, että haastatteluun pääsisi osallistumaan vain pääkaupunkiseudulla asuvia. Tiedostin tämän itsekin, mutta halusin nimenomaan haastatella nuoria kasvokkain, että saisin heidät rentoutumaan ja kertomaan ajatuksiaan avoimesti. En kokenut, että puhelinhaastattelu tai kysely olisi ollut toimiva tapa kerätä vastauksia.

Ryhmähaastattelujen lisäksi haastattelin puhelimitse ja sähköpostin välityksellä kolmea Demin lukijatoimituksessa mukana ollutta nuorta. Lukijatoimitukseen haki noin 400 nuorta, joista Demin toimitus valitsi mukaan päässeet. Lukijatoimitus tuotti kokonaan Demin numeron 10/2018, joka oli samalla Demin 20-vuotisjuhlanumero. Lukijatoimitukseen osallistuneet nuoret muun muassa kirjoittivat ja kuvasivat kaikki lehden jutut. (Demi 2018.) Haastattelemani kolme tyttöä kirjoittivat kaikki lehteen artikkeleja. Näiden haastateltavien joukossa oli myös muualla kuin pääkaupunkiseudulla asuvia nuoria.

Haastattelumenetelmänä käytin myös näissä lukijatoimituksen haastatteluissa puolistrukturoitua haastattelua. Tein kaksi haastattelua puhelimitse ja nauhoitin ne nauhurillani. Kolmannen haastattelun tein sähköpostin välityksellä. Valitsin tämän haastattelulajin, koska se oli mielestäni sopivin lyhyeen ja nopeaan haastatteluun, jossa ei ollut tarkoitus perehtyä erityisen syvällisesti tutkittavaan aiheeseen. Minulla oli valmiita kysymyksiä mietittynä, jotka esitin melkein samassa järjestyksessä kaikille haastateltaville.

Haastattelin myös Demin päätoimittajaa Päivi Lehtomurtoa kasvokkain A-lehtien tiloissa marraskuussa 2018. Kyselin Lehtomurrolta taustakysymyksiä tutkimukselleni, esimerkiksi miksi Demissä osallistetaan nuoria ja millaisena hän näkee journalismin tulevaisuuden. Tässäkin haastattelussa käytin menetelmänä puolistrukturoitua haastattelua ja nauhoitin haastattelun nauhurillani. Lisäksi haastattelin Lehtomurtoa lyhyesti sähköpostitse keväällä 2019.

5 NUORTEN HAASTATTELUT

Tässä luvussa käsittelen ensin nuorten ryhmähaastatteluista saamani vastauksia. Luku on jaettu alalukuihin, joissa perehdytään uusiin konkreettisiin ideoihin osallistumismahdollisuuksista ja millaisia kriteerejä nuoret asettaisivat niille, jotka haluavat osallistua Demin tekemiseen. Sen jälkeen kerron Demin 20-vuotisjuhlalehdestä ja sen tekemiseen osallistuneiden lukijatoimituksen jäsenten ajatuksista.

Nuoret kertoivat ryhmähaastatteluissa lukevansa Demiä, koska heitä kiinnostavat ”muiden ihmisten kokemukset ja tarinat”. Demi on heidän mukaansa hyvää ajanvietettä, josta saa hyödyllisiä vinkkejä. Haastateltavat mainitsivat kiinnostavimmiksi aiheiksi kauneus- ja muotiaiheiset jutut. Myös julkisuuden henkilöitä ja muita pinnalla olevia asioita, kuten sarjoja käsittelevät jutut kiinnostavat heitä.

Tämä [Demi] on tosi samaistuttava, enkä kauheasti tiedä mitään muita tällaisia nuorten lehtiä.

Saamani vastaukset ovat yhdenmukaisia Ida Valppaan (2010, 9–10) opinnäytetyössä esitettyjen pohdintojen kanssa. Valppaan mukaan teini-ikäiset tarvitsevat lehdeltä samaistumisen kohteita ja tukea oman identiteetin rakentamiseen. Sosiaalisessa mediassa Demiä taas seurataan, koska sitä kautta saa nopeasti tiedon tärkeistä asioista, kuten esimerkiksi siitä milloin uusi lehti ilmestyy. Haastateltavia kiinnostavat myös kyselyt, joita somessa jaetaan ja muu Demin julkaisema sisältö, kuten karkkiarvostelut.

Minusta ne [päivitykset] on silleen aika kivasti kirjoitettu, ne ei ole liian vanhoille, mutta sit ei kuitenkaan mitään ihan pikkulasten juttuja.

5.1 Ryhmähaastattelut

Kaikki haastatteluihin osallistuneet nuoret olivat kiinnostuneita osallistamisesta ja mahdollisuudesta päästä vaikuttamaan lehden sisältöihin. Heidän mielestään on hyvä, että nuorten mielipiteitä otetaan entistä enemmän huomioon eri medioissa.

Nuoret toivat haastatteluissa esiin, että he toivoisivat lisää osallistumismahdollisuuksia paperiseen lehteen. Nuorten mielestä jokaisessa lehden numerossa pitäisi olla jonkinlaista osallistamista. Heidän mukaansa ”pienikin juttu riittää”. Perinteisten Rakkausstoorit, Megamokat, Salainen palvelu -palstojen ja kyselyiden lisäksi haastateltavat kaipasivat nuorten itsensä kirjoittamia tarinoita.

Kun täällä on näitä kaikkia klassikoita, joita tykkään lukea, esimerkiksi nämä rakkausstoorit ja tämmöset, niin ne on mun mielestä sellaset, mitkä pitää olla joka lehdessä. Mä aina nauran näille aivan täysiä.

Se voi olla jotain tosi pientä se lukijan juttu, kunhan sitä on silleen just, että ei kerran viides kuukaudessa, vaan vähän useammin.

Mun mielestä ois hyvä, että aina olis jotain, ettei oo kokonaan vaan toimitusjuttuu.

Nuoret olivat sitä mieltä, että lukijoiden osallistumista voisi lehdessä korostaa. Muutamien mielestä jutun alussa voisi vielä selvemmin lukea, että lukijat ovat päässeet vaikuttamaan jutun sisältöön. Osa myös toivoi, että jo heti lehden sisällysluettelosta kävisi ilmi, missä jutuissa nuoria on osallistettu. Esimerkiksi ”kysyimme teidän mielipidettä” -tekstillä voisi kertoa, milloin kyseessä on lukijoiden tekemää sisältöä. Haastateltavat kertoivat toisinaan etsivänsä varta vasten tällaista sisältöä ja siksi olisi tärkeää löytää tieto jo heti lehden alkusivuilta.

5.1.1 Osallistamisen uudet keinot

Ryhmähaastatteluissa syntyi runsaasti uusia ideoita, joilla nuoret voitaisiin ottaa mukaan Demin tekemiseen niin printtilehdessä kuin somessa. Printtilehden osallistamiskeinoista selvästi eniten innosti ajatus nuoren itse kirjoittamasta oman elämän tositarinasta. Tarinoiden toivottiin käsittelevän omia kokemuksia jostain itselle merkittävästä tapahtumasta tai kokemuksesta ja vaikeistakin aiheista, kuten sairauden läpikäymisestä. Varsinkin vanhimmat lukijat kaipasivat samanikäisten tarinoita. Nuoret kokivat tärkeänä sen, että tarinoissa olisi puhekielisyyttä ja murteita, jotka toisivat tekstiin lisää autenttisuutta.

Jos joku samanikäinen kertoo, että on kokenut jonkun asian, se on aika voimaannuttavaa.

Mä tykkään aina kun on tarinoita itsestä tai on käynyt jonkun jutun läpi tai on jotain kokenut, niin sit se on kiva, että se on jaettu myös täällä, koska jos itellä on jotain vastaavaa, niin sit voi ite miettii et ok, mä en oo ainoo. Mun mielestä jos joku julkkis on kokenut jotain, niin se tuntuu niin kaukaiselta.

Toive tavallisten lukijoiden tarinoista nousi esiin myös Valppaan (2010, 48) tutkimuksessa. Tarinoiden lisäksi haastateltavani kaipasivat nuorten omin sanoin kirjoittamia erilaisia arvosteluja, kuten kirja- ja sarja-arvostelu. Haastateltavat perustelivat arvostelujen kirjoittamista sillä, että nuorten kirjoittamina ne tuntuisivat vielä uskottavimmilta kuin aikuisten tekeminä.

Kun tietää, että joku muu suunnilleen samanikäinen on lukenut sen kirjan ja tykännyt siitä, niin voi itsekkin ajatella, että tämä on kiva. Mutta jos joku yli 40-vuotias sanoo, että mun mielestä tämä on kiva kirja, niin sitten itse ajattelee, että no onko-han tämä mun mielestä kiva kirja.

Nuoret kokivat, että lukijat voisivat tehdä lehteen myös kuvituksia ja puuhatehtäviä. Heidän mielestään olisi hyvä, että muitakin kuin kirjoitustaitoja pääsisi tuomaan esille. Haastateltavat nostivat myös esille omien reseptien lähettämisen. Heistä olisi mukava tietää mitä muut samanikäiset kokkailevat ja kokeilla helppoja reseptejä. Monien haastateltavien mielestä reseptejä on Demissä liian vähän ja liian harvoin.

Haastatteluissa nousi esiin myös idea puuhatehtävistä, jotka olisivat pitempien artikkelien jälkeen. Nuoret ehdottivat, että artikkelin jälkeen voisi tulla puuhatehtävä, joka jollain lailla liittyisi artikkelin aiheeseen tai teemaan. He kokivat, että he ikään kuin osallistuisivat juttuun enemmän ja tehtävä voisi katkaista sopivasti luku-urakan ja sen jälkeen jaksaisi paremmin lukea lehteä eteenpäin.

Jos olisi esimerkiksi juttu, jossa joku puhuu koko sen jutun läpi, että hänen lempiväri on punainen, niin sen jälkeen voisi olla testi ”Mikä väri olet?”.

Instagramissa nuoret haluaisivat nähdä konkreettisesti muiden samanikäisten arkea. Haastateltavat kokivat muiden nuorten elämien seuraamisen erittäin mielenkiintoiseksi, vaikka he tiedostivatkin, ettei päivän kulku välttämättä juurikaan edes eroaisi heidän omasta päivästä. Haastateltavat toivoivat, että Demin seuraaja voisi ”ottaa haltuunsa” Demin Instagramin päivän ajaksi. Tämä voisi kuitenkin olla liian suuri tietoturvariski Demille, joten esitän luvussa kuusi vaihtoehtoisia osallistamismahdollisuuksia, joita voitaisiin toteuttaa Instagramissa.

Nuoret toivoivat myös, että Instagramissa julkaisun kuva liittyisi aina olennaisesti julkaisun sisältöön ja kuvassa kerrottaisiin mistä julkaisussa on kyse. Haastateltavat kertoivat ohittavansa julkaisuja, joissa on sisältöön liittymätön niin sanottu kuvituskuva. Haastateltavien mielestä kuvassa voisi olla esimerkiksi muutaman sanan mittainen teksti, joka ohjaa aiheen pariin. Esimerkiksi haastateltavia etsittäessä julkaisun kuvassa voisi lukea ”Hae mukaan haastatteluun!” ja julkaisun tekstissä kerrottaisiin lisätiedot.

Nuoret toivoivat näkevänsä sekä lehdessä että sosiaalisessa mediassa toisten nuorten pukeutumistyyliä. He haluaisivat ottaa inspiraatioita tyyleistä ja ihastella niitä. Se, miten tyyliesittelyt toteutettaisiin, jäi vielä auki.

5.1.2 Osallistumisen kriteerit

Nuoret eivät halunneet asettaa liian tarkkoja kriteerejä sille, kuka voisi osallistua Demin tekemiseen. He kuitenkin totesivat, että alle 10-vuotias on vielä liian nuori kirjoittamaan omia tekstejä Demiin. Sopiva ikähaarukka osallistujalle olisi haastateltavien mielestä Demin kohderyhmän ikä eli 11–18 vuotta. Haastateltavat eivät esimerkiksi rajaisi osallistujia sen mukaan, kuka on Demin kestotilaaja. Haastatteluissa tuli ilmi, että kaikilla nuorilla ei ole mahdollisuutta olla kestotilaaja, mutta he silti lukevat Demiä aktiivisesti ja saattavat ostaa lähes jokaisen irtonumeron itselleen.

Haastateltavat olivat myös avoimia ottamaan muut sukupuolet mukaan Demin tekemiseen. Monen mielestä ajatus pelkästään tyttöjenlehdestä alkoi olla kulunut. Haastateltavat korostivat haluavansa kuulla mahdollisimman erilaisten nuorten mielipiteitä eivätkä halunneet sulkea pois mahdollisuutta, että esimerkiksi joku poika haluaisi kirjoittaa kokemuksistaan Demiin.

En mä ainakaan sulkisi sitä [poikien osallistumista] pois mitenkään, se voisi olla jopa kivaa vaihtelua.

Olisi tosi kiva tietää, mitä kaikki ajattelevat ja ylipäätään, että kaikkien mielipiteet tulee esiin. Voihan olla jotain poikiakin, jotka lukevat tätä lehteä.

Myös Lehtisalonen (2011, 116) tutkimuksessa tuodaan esiin, ettei pojille ole tarjolla samantyyppistä vertaistuen paikkaa kuin tyttöjenlehdet ovat tytöille. Lehtisalonen mukaan nuorille tulisi tarjota sukupuolineutraaleja tapoja rakentaa omaa identiteettiä.

Nuoret pohtivat haastatteluissa, voisiko vaikeammista asioista kirjoittaa lehdessä nimimerkillä. He eivät kokeneet, että nimimerkki heikentäisi jutun kiinnostavuutta ja luotettavuutta. Vaihtoehtona pohdittiin myös kirjoittamista pelkällä etunimellä. Haastateltavat perustelivat kantaansa esimerkiksi sillä, että joitain nuoria voi pelottaa ja hävettää, se että joku luokkakaveri näkisi hänen kirjoittamansa jutun. Vaikeista ja hävettävistä aiheista olisi silti tärkeä kertoa ja nuorella saattaisi olla halu kirjoittaa, mutta koko nimen laittaminen saattaisi olla liian suuri kynnys.

Jos mulla ois joku vähän henkilökohtaisempi [tarina] ja jonka kuitenkin haluu jakaa, ja se vois ehkä auttaa muita, en mä tiiä haluisinko mä sit välttämättä sen henkilökohtaisen jutun ja heti alle mun nimi.

Haastateltavien mielestä tekijöitä Demiin voisi ensisijaisesti hakea mukaan Demin Instagramissa. Nuorten mielestä se on heidän keskuudessaan eniten käytetty some, joka

on helposti saatavilla puhelimessa ja siellä vierailaan useasti päivässä. Toissijaisina paikkoina hakea nuoria mukaan mainittiin printtilehti ja demi.fi –sivusto.

Instagramissa, koska tosi moni lukee sitä. Jos se on vaan jossain siel nettisivuilla en mä ainakaan päivittäin käy siellä. Jos mä joskus käyn siellä, niin sit mä nään sen, mut just jos se on joku tollanen ni sit se on saattanu mennä jo ohi.

Osallistumisesta lehden tai sosiaalisen median tekoon ei odoteta palkkiota. Nuorten mukaan tekemiseen lähtisivät mukaan ne, joita oikeasti kiinnostaa tehdä juttuja Demiin.

Jos tykkää kirjottamisesta, niin en mä usko, että siitä odottaa mitään hirveitä palkkiota. Totta kai mä uskon, että kaikki tykkää jostain pienestä, esimerkiksi vaan joku suklaapatukantyyppinen asia, kai se iloiseksi tekee, mutta ei siitä mun mielestä rahaa pitäisi sinänsä saada.

Saman tulokseen tultiin osana Next Media -tutkimusohjelmaa tehdyssä haastattelututkimuksessa. Sanoma Kaupunkilehdistä saatujen yhteystietojen perusteella haastateltiin noin 40 ihmistä, jotka olivat vuoden 2010 aikana lähettäneet aktiivisesti kuvia Metro ja Vartti-lehtiin. Tärkeimpänä motiiveina osallistua lehtien toimitustyöhön oli saada oma kuva julkaistuksi. Rahapalkkio oli toissijaista. (Sirkkunen 2010.)

5.2 Juhlalehti ja lukijatoimitus

Demin lukijatoimituksessa oli mukana yhteensä 18 alle 20-vuotiasta nuorta (Demi 2018). Haastattelemani kolme tyttöä olivat iältään 16–20 vuotiaita. Toteutin haastattelut tammi-kuun 2019 alussa.

Kirjoittaminen on aina ollut kaikille kolmelle haastateltavalle tärkeä harrastus, josta he pitävät todella paljon. Kahdella haastateltavalla oli jo hieman kokemusta paikallislehden kirjoittamisesta. Kiinnostus kirjoittamista kohtaan oli suurin syy hakea mukaan Demin lukijatoimitukseen.

En muista enää, kuka löysi hakuilmoituksen Demin sivuilta, mutta kun näin sen, tuli heti sellainen olo, että tuonne on päästävä mukaan.

Vastaukset ovat samansuuntaisia Sinun Suosikki -projektissa mukana olleiden haastateltavien vastausten kanssa. Monilla projektiin osallistuneilla oli jo kokemusta media-alalta, vaikka sitä ei varsinaisesti vaadittu. (Paloposki 2011, 34.)

Haastateltavat olivat lukijatoimituksessa toimittajia. He kirjoittivat lehteen erilaisia juttuja, esimerkiksi kirjoista ja työttelystä. Juttuideoista keskusteltiin yhdessä Demin

työntekijöiden kanssa ja niistä hiottiin kaikille sopivat aiheet. Työskentely lukijatoimituksessa vastasi haastateltavien mukaan odotuksia, yhden odotukset jopa ylittyivät. Kukaan ei ollut tyytymätön, kuten ei Sinun suosikki -projektissakaan (Paloposki 2011, 34). Haastateltava, jonka odotukset olivat ylittyneet, oli ajatellut juhlalehden tekemisen olevan yksin puurtamista, mutta oli yllätynyt positiivisesti siitä, kuinka paljon ryhmäkokouksia oli. Toisen haastateltavan kokemukset poikkesivat edellisestä. Hän ei päässyt osallistumaan kaikkiin yhteisiin tapaamisiin välimatkan takia. Toisaalta haastateltava oli osannut odottaakin projektissa mukanaolon olevan yksin työskentelyä, joten hänkin oli lopputulokseen tyytyväinen.

Kokemukset siitä, mikä projektissa oli parasta, olivat hyvin subjektiivisia. Yhden haastateltavan mukaan mukavinta oli uusiin ihmisiin tutustuminen, toisen mielestä omien näkökulmien avartuminen ja kolmannen mukaan oman jutun kirjoittaminen. Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että projektissa ei ollut mitään huonoa. Haasteet liittyivät konkreettiseen työskentelyyn, eivät niinkään toimintatapoihin tai Demiin liittyviin asioihin. Haastateltavat kokivat haasteena saada kirjoittamastaan tekstistä sujuvaa, yhteydenottamisen eri tahoihin ja alkuun pääsemisen kirjoittamisessa.

Toimituskokoukset olivat tosi opettavaisia ja muutenkin niissä pääsi näkemään esimerkiksi lehden taittovaihetta. Kaikkina kertoina, kun kävin Kulosaaren toimituksessa, siellä ilmapiirikin oli tosi rento ja avoin. Loppujen lopuksi lehden ilmestyttyä en olisi voinut uskoa, että koko lehti oli oikeasti nuorten tekemä.

Kaikki lähtivät uudelleen mukaan vastaavaan projektiin ja suosittelisivat muillekin nuorille kokemusta. He suhtautuivat tämänkaltaiseen osallistamiseen positiivisesti ja pitivät hyvänä asiana sitä, että Demin tekijät ovat valmiita kokeilemaan rohkeasti uusia toimintamalleja.

Nuorten medioihin on virkistävää saada nuorten näkökulmaa. Laatu on kuitenkin myös tärkeää, joten ammattilaisia täytyy aina olla mukana, vähintään taustalla.

Mun mielestä on tosi hyvä juttu, että nuoria kuunnellaan ja annetaan itse toteuttaa, koska sitten ei ainakaan pääse nuoret sanomaan, että heidän mielipidettä ei oo kysytty, kun sitä tosiaan on kysytty.

Juhlalehti sai kiitosta myös ryhmähaastatteluihin osallistuneilta. Sen kehuttiin näyttävän samalta kuin muutkin Demin numerot eikä laatu ollut yhtään muita huonompi. Jutut tuntuivat nuorista olevan vielä kiinnostavampia kuin tavallisissa numeroissa. He pitivät lukijatoimituksen ideaa hyvänä ja toivoivatkin sille jatkoa.

Tällaisen mä haluaisin just lukee.

Vaikka siitä aina näkee, että eihän se oo minkään toimittajan kirjottama, mun mielestä se on just kiva, koska sitten pystyy ehkä vähän samaistumaan siihen ja miettii, että mitä mieltä mä oon tästä.

Jos oisin nopeesti kattonut, en ois ehkä arvannut, että tää on lukijoiden tekemä.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli selvittää, mitä mieltä nuoret ovat osallistavasta mediasta. Tapaustutkimuksen kohteena oli tyttöjenlehti Demi. Tutkimuksessa kävi ilmi, että nuoret suhtautuvat osallistamiseen positiivisesti ja he haluavat nähdä sitä lisää Demissä.

Käytin opinnäytetyöni tutkimusmateriaaleina haastatteluja ja hyödynsin lisäksi Internet-lähteitä ja kirjallisuutta. Järjestin kaksi ryhmähaastattelua, joissa haastattelin kasvokkain Demin lukijoita ja sosiaalisen median seuraajia. Ryhmähaastatteluun osallistuneita tyttöjä haettiin mukaan sosiaalisen median kautta. Kaikki halukkaat pääsivät mukaan haastatteluihin. Kaikki haastateltavat saapuivat pääkaupunkiseudulta, joten maantieteellisiä eroja näkemyksissä ei pystytty ottamaan huomioon. Näyte jäi hiukan vajavaiseksi myös iän kannalta, sillä kaikista nuorempien lukijoiden mielipide jäi puuttumaan kokonaan.

Tärkeitä tietoja antoivat myös Demin päätoimittajan Päivi Lehtomurron ja kolmen lukijatoimituksessa mukana olleen tytön haastattelut. Lukijatoimituksen jäsenten haastattelut antoivat näkökulmaa onnistuneesta isomman luokan osallistamisesta. Päätoimittajan haastattelu taas antoi Demin puolelta perustelut osallistamisen tärkeydelle ja hyödyllisyydelle.

Suoritin opintoihini kuuluvan kolmen kuukauden mittaisen työharjoittelun Demissä, Trendissä ja Lilyssä keväällä 2018. Käytin tutkimuksen tukena työharjoittelussa oppimiani asioita Demin arvoista ja toimituksen toimintatavoista. Tutkimusta tehdessä koin tärkeäksi sen, että ymmärsin syvällisesti millainen Demin brändi on, miten sitä tehdään ja miten lukijat tällä hetkellä otetaan huomioon. Tutkimusta oli helpompi lähteä toteuttamaan, kun minulla oli jo valmiiksi tarttumapintaa kyseiseen mediaan.

Tutkimuksen mukaan nuoret pitävät osallistamista hyvänä asiana. He haluavat lukea ja katsella muiden samanikäisten tuottamaa sisältöä, niin printti- kuin sosiaalisessa mediassa. Haastateltavat kokivat muiden nuorten tuottaman sisällön samaistuttavana ja erityyppäin kiinnostavana. Nuorten mielestä on hienoa, että he pääsevät vaikuttamaan ja heidän mielipiteitään kuunnellaan aidosti. Haastateltavat kertoivat toisinaan etsivänsä tällaista sisältöä varta vasten printtilehdestä. Heidän mielestään lukijoita osallistavaa sisältöä voisi korostaa ja tuoda esiin entistä enemmän.

Ehdotan, että Demin printtilehteen perustetaan oma palsta lukijoiden itsekirjoittamille tarinoille. Lukijat saisivat tuottaa tälle joka lehdessä olevalle palstalle omia lyhyitä tekstejä

ja kertomuksia omista kokemuksistaan. Lisäksi lukijoiden tuottamaa sisältöä voisi nostaa esiin lisäämällä suurempia ja paremmin erottuvia tekstejä, jotka kertovat jutun olevan lukijoilta. Lehden sisällysluetteloon voisi lisätä vinkkitekstin, jossa kerrotaan jutun olevan lukijoiden käsialaa tai lukijoiden saaneen vaikuttaa jutun sisältöön. Lukijoiden tuottamien lehtien tekemistä voitaisiin jatkaa aina kun mahdollista.

Ryhmähaastatteluihin osallistuneet nuoret toivoivat uusia osallistumismahdollisuuksia myös Demin sosiaalisen median kanaviin. Nuorten mielestä olisi hyvä idea, jos seuraajat voisivat ottaa Demin Instagram-tilin haltuun yhden päivän ajaksi ja päivittää kuulumisiinsa Tarinat-osioon. Ehdotuksen toteuttaminen sellaisenaan olisi kuitenkin liian suuri tietoturvariski. Lisäksi edellä kuvattu toiminta on Julkisen sanan neuvoston näkökulmasta vastoin Journalistin ohjeiden (2011) kohtaa 2, jossa kielletään luovuttamasta journalistista päätäntävaltaa toimituksen ulkopuolisille. Ehdotankin, että Demi voisi pyytää ja ohjeistaa nuoria julkaisemaan sisältöä omasta päivästäan nuorten omilla kanavilla. Nuoret voisivat merkata Demin julkaisuihinsa, jolloin julkaisu voidaan jakaa myös Demin tilillä. Demi voisi myös järjestää useammin haasteita, joissa nuoret lähettävät omia videoita toimitukselle ja videot julkaistaan Demin tilillä tietynä ajankohtana. Yksi toimiva ja nopea tapa osallistaa nuoria on myös jonkin tietyn hastagin eli aihetunnisteen käyttö, jolloin kaikki julkaisut, jotka on merkitty samalla tunnisteella, näkyvät samassa paikassa tunnisteiden alla. Ehdotan myös, että Instagram-julkaisuissa kehoitetaan jatkossakin seuraajia ”kommentoimaan tai tägäämään”. Nuoret pitivät tästä tavasta ja se tuntuu heidän keskuudessaan toimivan. Samoin toimivat erilaiset kyselyt ja arvostelut, esimerkiksi herkkuarvostelut, joita Demin kannattaa ehdottomasti jatkaa Instagramissa.

Jokainen ihminen kuluttaa nykyään mediaa, edes jollain tavalla (Matikainen ym. 2011, 15). Eri sukupolvet käyttävät mediaa eri tavalla. Nuoret viettävät entistä enemmän aikaa netissä ja siitä on tullut heidän eniten käyttämä media. Vuonna 2013 suurin osa nuorista ei vielä osallistunut netissä sisällöntuotantoon. (Rahja 2013.) Nuorten kiinnostus median sisällöntuotantoon näyttäisi olevan yhä suurempi. Opinnäytetyön tutkimushaastatteluihin lähti mukaan sellaisia nuoria, jotka nimenomaan haluavat olla median kuluttajia ja osallistua median tuottamiseen. Uskoisin, että he edustavat enemmistöä. Tutkimuksesta ei kuitenkaan voi tehdä koko Suomen nuorisoa koskevia yleistyksiä siitä, mitä nuoret ajattelevat osallistavasta mediasta. Tutkimuksessa otetaan huomioon vain yhden sukupuolen, naisten näkökulma. Tutkimusta voisikin syventää toteuttamalla laajemman tutkimuksen, jota ei ole sidottu koskemaan tiettyä mediaa tai sukupuolta.

Tutkimuksessa ei myöskään tutkittu tai eroteltu osallistumisen eri tasoja. Nuorilla voi olla erilaisia tilannekohtaisia rooleja mediassa. Kotilaisen ja Rantalan (2008) mukaan nuoret voivat olla esimerkiksi mediaa vastaanottavia kohteita tai tarpeita tyydyttäviä median käyttäjiä, jotka katsovat mitä haluavat ja tuottavat sellaista sisältöä, jota he tarvitsevat. Roolistaan riippuen nuori saattaa olla esimerkiksi aktiivinen osallistuja, joka kommentoi julkaisuja somessa tai hieman passiivisempi käyttäjä, joka satunnaisesti tykkää julkaisusta. Nuori saattaa myös haluta osallistua Demin toteuttamaan kyselyyn, mutta ei halua osallistua kirjoittamalla itse mitään lehteen. Tässä opinnäytetyössä osallistumista käsiteltiin yhtenä kokonaisuutena, joissa näitä rooleja ei huomioitu. Demin lukijoiden ja seuraajien eri rooleja voisi tutkia syvemmin uudella tutkimuksella.

Jatkotutkimuksena voisi toteuttaa myös vastaavanlaisen tutkimuksen muissa Pohjoismaissa ja vertailla tuloksia keskenään. Toisaalta vastaavanlaisen case-tutkimuksen kohteena voisi hyvin olla jokin toinen suomalainen aikakauslehti, koska osallistamista olisi kiinnostavaa tutkia myös vanhempien ihmisten näkökulmasta. Mitä mieltä vanhempi väestö on osallistamisesta? Entä miten sanomalehtipuolella nähdään osallistaminen?

Lisäksi olisi mielenkiintoista tutkia, tarttuvatko Demiä lukeneet nuoret aikuiset jatkossa muihin aikakauslehtiin. Kun lukijat ovat tottuneet vaikuttamaan kuluttamansa median sisältöihin, tuntuvatko muut aikakauslehdet liian suljetuilta ympäristöiltä. Tutkimuksessa voitaisiin selvittää, millaisia kompromisseja aikakauslehtien pitäisi tehdä sitouttaakseen uuden polven lukijoita, samalla säilyttäen kuitenkin myös vanhat lukijat.

LÄHTEET

Ahva, L. 2010. Making news with citizens. Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers. Academic dissertation. Department of Journalism and Mass Communication. Tampere: University of Tampere. Viitattu 4.2.2019 <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66684/978-951-44-8288-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ahva, L. 2018. Osallistavan journalismin ankkuroivat käytännöt. Media & viestintä 41 1/2018. Viitattu 4.2.2019 <https://doi.org/10.23983/mv.69955>

Demi Instagram @demilehti. Viitattu 15.3.2019 <https://www.instagram.com/demilehti/?hl=fi>

Demi 10/2018 Helsinki: A-lehdet

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Jenkins, H. 2006. Convergence culture. Where old and new media collide. New York and London: New York University press. Viitattu 1.2.2019 <https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/Henry%20Jenkins%20Convergence%20culture%20where%20old%20and%20new%20media%20collide%20%202006.pdf>

Julkisen sanan neuvosto. 2011. Journalistin ohjeet. Viitattu 6.4.2019 https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/

Juppi, P. 2018. Osallista/uvan median muodot ja käytännöt. Luentomateriaali.

Kantar TNS Oy. 2017. Suomalaisen mediapäivä jo lähes kahdeksan tuntia. Uutiskirje. Viitattu 3.2.2019 <https://www.kantar.fi/uutiskirje/2017/suomalaisen-mediapaiva>

Kansallinen mediatutkimus (KMT). 2018. Lukijamäärät ja kokonaistavoitavuudet syyskuu 2017/keuhäät 2018. Kantar TNS Oy. Viitattu 7.1.2019 http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/09/KMT_S17-K18_lukijamaarat.pdf

Kotilainen, S. & Rantala, L. 2008. Nuorten kansalaisidentiteetit ja mediakasvatus. Helsinki: Nuorisotutkimusseura, Nuorisotutkimusverkosto.

Kotimaisten kielten keskus 2018. Kielitoimiston sanakirja. Media. Viitattu 31.1.2019 <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80>

Lahti, J. 2013. Komeaa utopiaa? Osallistavan journalismin strategia paikallisessa sanomalehdessä. Pro gradu -tutkielma. Valtiotieteellinen tiedekunta, viestintä. Helsinki: Helsingin yliopisto. Viitattu 27.2.2019 https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/42236/Joanna%20Lahti_Pro%20Gradu.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Lehtisalo, A. 2011. "Tänne kaikki nyt moi": tyttöjenlehdet kohtaamisen ja vuorovaikutuksen tiloina. Journalismin tutkimusyksikön tutkimusjulkaisu. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Tampere: Tampereen yliopisto.

Lehtomurto, P. 2018. Haastattelu. Demin päätoimittajaa Päivi Lehtomurtoa haastatteli 26.11.2018 Marika Anttonen.

Lehtomurto, P. 2019. Sähköpostihaastattelu. Demin päätoimittajaa Päivi Lehtomurtoa haastatteli 20.3.2019 Marika Anttonen.

Livingstone, S & Helsper, E. 2007. Gradations in Digital Inclusion: Children, young people and the digital divide. New media & society 9:4 671–696. Viitattu 15.3.2019 <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.455.5111&rep=rep1&type=pdf>

Matikainen, J.; Matikainen, J.; Lintula, A.; Malmelin, N.; Jääskeläinen, A.; Kolari, E.; Rajalahti, H.; Hakala, H.; Väisänen, K.; Uskali, T.; Niiranen, V. & Nieminen, H. 2011. Muuttuvat mediat, haasteelliset sukupolvet: mediafoorumi. Helsinki: Infor.

MediaAuditFinland Oy 2014. Lukijamäärät. Viitattu 17.3.2019 <http://mediaauditfinland.fi/lukijamaarat/>

MediaAuditFinland Oy 2015. LT ja JT tarkastustilasto 2015. Viitattu 21.1.2019 <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2016/06/LTtilasto2015.pdf>

MediaAuditFinland Oy. Levikkihaku. Viitattu 4.2.2019 <http://mediaauditfinland.fi/levikit/tilastot/levikkitrendihaku/>

Muhonen, T. 2014. Metro-lehti ja Suomen suurin toimitus. Osallistava journalismi ja lukijoiden tuottama sisältö. Opinnäytetyö. Liiketalouden koulutusohjelma. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu. Viitattu 1.3.2019 <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/81062/OpinnaytetyoTuukkaMuhonen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Purhonen, S. 2007. Sukupolvien ongelma: Tutkielmia sukupolven käsitteestä, sukupolvitietoisuudesta ja suurista ikäluokista. Akateeminen väitöskirja. Helsingin yliopiston sosiologian laitoksen tutkimuksia nro 251. Helsinki: Helsingin yliopisto. Viitattu 11.12.2018 <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/23412/sukupolv.pdf?sequenc>

Puttonen, M. 2012. Uusin sukupolvi ei kasva kerskakulutukseen. Tiede 3/2012. Viitattu 17.3.2019 https://www.tiede.fi/artikkeli/jutut/artikkelit/z_luo_uudet_arvot

Rahja, R. 2013. Nuorten mediamaailma pähkinänkuoressa. Helsinki: Mediakasvatusseura ry. Viitattu 7.11.2018 http://mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2018/06/nuorten_mediamaailma_pahkinankuoressa1.pdf

Saaranen-Kauppinen, A & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 30.1.2019 <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>

Seppänen, J. & Välvirronen, E. 2014. Mediyhteiskunta. Kolmas, tarkistettu painos. Tallinna: Tallinna Raamattu- ja kirjallisuuskeskus.

Sirkkunen, E. 2010. "Että toisetki pääsee nauttiin siitä, jos se on musta ollut hyvä ja hauska kuva" Raportti kuvaajareporttereiden haastatteluista. Next Media WP3 Hyperlocal. Viitattu 6.3.2019 http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2010/D3.2.2.5%20Hyperlocal_kuvatoimittajien_haastatteluraportti.pdf

Slavin, A. 2014. Brand Strategy for a New Generation. Huffpost 26.11.2014. Viitattu 17.3.2019 https://www.huffingtonpost.com/amanda-slavin/brand-strategy-for-a-new-b_6222646.html?guccounter=1

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2009. Humanistisen, yhteiskuntatieteellisen ja käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettiset periaatteet ja ehdotus eettisen ennakkoarvioinnin järjestämiseksi. Helsinki. Viitattu 18.3.2019 <https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/eettisetperiaatteet.pdf>

Uusitalo, N.; Vehmas, S. & Kupiainen, R. 2011. Naamatusten verkossa, Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 2. Tampere: Journalismien tutkimuskeskus, Tampereen yliopisto. Viitattu 12.10.2018 http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65438/naamatusten_verkossa_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valpas, I. 2010. Liian vanha Demin lukijaksi? Demi-lehdestä luopumisen syyt ja seuraukset. Opinnäytetyö. Journalismien koulutusohjelma. Helsinki: Haaga-Helian ammattikorkeakoulu. Viitattu 4.2.2019 http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/26207/Valpas_Ida%20%282%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Lukijakyselyn Instagram-julkaisu



Kuva 1. Instagram-julkaisun ensimmäinen kuva.



Kuva 2. Instagram-julkaisun toinen kuva.



Kuva 3. Instagram-julkaisun kolmas kuva.



Kuva 4. Instagram-julkaisun neljäs kuva.



Kuva 5. Instagram-julkaisun viides kuva.



Kuva 6. Instagram-julkaisun kuudes kuva.



Kuva 7. Instagram-julkaisun seitsemäs kuva.

Haastattelukysymykset Demin päätoimittajalle

1. Miksi haluatte osallistaa nuoria?
2. Millaisia kokemuksia teillä on nuorten osallistamisesta?
3. Millaista palautetta olette saaneet osallistavista toimista lukijoilta?
4. Millaisia haasteita näet osallistamisessa?
5. Miksi olette valinneet osallistamisen välineiksi juuri printtilehden ja Instagramin?
6. Onko teillä esikuvia, jotka osallistavat nuoria?
7. Millaisena näet osallistavan journalismin tulevaisuuden?

Haastattelukysymykset lukijatoimitukseen osallistuneille

1. Miksi hait mukaan Demin lukijatoimitukseen?
2. Mitä kaikkea teit Demin 20-vuotis juhlalehteen?
3. Millaista työskentely oli?
4. Oletko aiemmin tehnyt mitään vastaavaa?
5. Vastasiko lukijatoimituksessa työskentely odotuksiasi?
6. Mikä oli parasta projektissa?
7. Mikä oli haastavaa?
8. Saitko mielestäsi riittävästi ohjausta?
9. Osallistuisitko vastaavaan projektiin uudelleen?
10. Suositteletko vastaavaa projektia muille nuorille?
11. Mitä mieltä olet yleisesti ottaen siitä, että nuoria halutaan mukaan eri medioiden tekemiseen? Voiko siinä olla jotakin huonoja puolia?

Ryhmähaastattelujen teemat

- Demi-lehti ja sen sosiaalisen median kanavat yleisesti
- Osallistamisen huomaaminen
- Osallistaminen Demi-lehdessä
- Demin juhlalehti
- Osallistaminen Demin Instagramissa
- Uudet keinot osallistaa
- Osallistujien kriteerit
- Osallistamisen ohjaus
- Osallistaminen muissa medioissa