

## Millenniaalien representaatio Helsingin Sanomissa

Anna-Maija Lippu



<b>Tekijä(t)</b> Anna-Maija Lippu	
<b>Koulutusohjelma</b> Journalismin koulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Millenniaalien representaatio Helsingin Sanomissa	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 37+9
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, kuinka Helsingin Sanomien artikkelit representoivat eli esittävät millenniaalit. Millenniaaleilla tarkoitetaan noin vuosien 1980–2000 välillä syntyneitä ihmisiä. Tutkimuksen tavoite on selvittää sisällönanalyysin avulla, millainen mielikuva millenniaaleista muodostuu Helsingin Sanomien artikkelien perusteella.</p> <p>Tutkimuskysymys on ”Miten Helsingin Sanomat esittää millenniaalit?” Tutkimusaineistona on Helsingin Sanomien verkkosivujen artikkelit, jotka kertovat millenniaaleista tai mainitsevat heidät kuvaavasti. Artikkelit ovat julkaistu aikavälillä tammikuu 2017–elokuu 2019. Vaikka millenniaaleja kutsutaan eri nimillä, kuten esimerkiksi Y-sukupolvi, tässä tutkimuksessa keskitytään ainoastaan sanan ”millenniaali” käyttöön.</p> <p>Raportin tietoperustassa esitellään tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet ja tutkimuksia millenniaaleista sekä kerrotaan, millaisia artikkeleita millenniaaleista on julkaistu muissa tunnetuissa suomalaismedioissa lähivuosina.</p> <p>Tutkimus on toteutettu erittelemällä jokaisesta artikkelista tietyt kohdat ja asettelemalla ne analyysitaulukkoon. Tutkimuksen tuloksia on tarkasteltu ennalta määrättyjen hypoteesien pohjalta. Tutkimus on tehty aikavälillä syyskuu–lokakuu 2019.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista voi päätellä, että Helsingin Sanomien representaatio millenniaaleista on melko monipuolista. Tietyt seikat toistuvat tuloksissa, mutta muuten aineisto kattaa laajan kirjon aiheita, asenteita ja lähteitä. Nopean selailun perusteella artikkelit saattavat jättää negatiivisen vaikutelman millenniaaleista, mutta tarkemman analyysin jälkeen aineistosta hahmottuu neutraaleja ja välillä positiivisiakin sävyjä.</p> <p>Raportin lopuksi pohditaan tutkimustulosten syitä ja merkityksiä. Millenniaali-sukupolven määritelmää tarkastellaan kriittisesti ja ehdotetaan siihen liittyviä jatkotutkimuksia. Ennalta esitettyjen hypoteesien valossa pohditaan muun muassa negatiivisen representaation syitä ja sen takana piileviä funktioita.</p>	
<b>Asiasanat</b> millenniaali, representaatio, sukupolvi, konteksti	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Tietoperusta .....	3
2.1	Keskeiset käsitteet .....	3
2.1.1	Millenniaali .....	3
2.1.2	Representaatio .....	5
2.1.3	Sukupolvi .....	6
2.1.4	Konteksti .....	8
2.2	Tutkimuksia millenniaaleista .....	9
2.2.1	Kansainvälisiä tutkimuksia .....	9
2.2.2	Kotimaisia tutkimuksia .....	11
2.3	Millenniaalit suomalaisessa mediassa – esimerkkejä .....	13
2.3.1	Me Naiset .....	13
2.3.2	Tekniikan Maailma .....	13
2.3.3	Aamulehti .....	14
2.3.4	Ylioppilaslehti .....	14
2.3.5	Yle .....	14
2.3.6	Talouselämä .....	15
2.3.7	Long Play .....	16
2.3.8	Koonti artikkeleista .....	17
3	Tutkimusmenetelmä .....	18
3.1	Sisällönanalyysi .....	18
3.2	Tutkimusaineisto .....	19
3.3	Analyyisin toteutus .....	20
4	Tutkimuksen tulokset .....	22
4.1	Artikkelien määrä .....	22
4.2	Millaisissa artikkeleissa millenniaalit esiintyvät: osiot, juttutyypit ja aiheet .....	22
4.3	Millenniaalien äänet artikkeleissa .....	23
4.3.1	Millenniaalit itse äänessä .....	23
4.3.2	Muut äänet .....	24
4.4	Aineistossa esiintyvät verbit .....	25
4.5	Aineistossa esiintyvät adjektiivit ja niiden sävyt .....	26
4.6	Tulosten analysointi hypoteesien pohjalta .....	27
5	Pohdinta .....	29
5.1	Tutkimustulosten pohdinta .....	29
5.2	Ehdotuksia jatkotutkimuksista .....	31
5.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi .....	32
5.4	Oman oppimisen arviointi .....	33

Lähteet .....	35
Liitteet.....	38

# 1 Johdanto

Tutkimuksen aihe on millenniaali-sukupolven representaatio Helsingin Sanomissa. Millenniaalit, noin vuosien 1980–2000 välillä syntynyt sukupolvi, on ollut runsaasti esillä mediassa viime lähivuosina.

Millenniaalit ovat iso sukupolvi. He ovat aikamme aikuiset, pian noin 20–40 vuotiaat. Heillä on merkittävä rooli yhteiskunnassa: Heitä on muun muassa opiskelemassa, työelämässä, virkamiehinä ja perustamassa perheitä. Aikuiselämä ja sen haasteet eivät ehkä ole uutinen itsessään, mutta millenniaalien tapa käsitellä ja puhua niistä on. Millenniaalit ovat varsin ajankohtainen sukupolvi.

Millenniaali on melko uusi termi ainakin Suomen kielessä, sillä sitä ei vielä tutkimuksen tekohelellä löydy esimerkiksi Kielitoimiston sanakirjasta. Sille on useita synonyymeja, kuten Y-sukupolvi tai nettisukupolvi. Termi millenniaali on peräisin Yhdysvalloista, ja se tarkoittikin aluksi vain yhdysvaltalaisista sukupolvea, mutta on sittemmin yleistynyt ja sen myötä hämärtynyt. Millenniaalin määritelmä vaihtelee eri lähteissä vilkkaasti, ja osassa lähteistä todetaankin, että määrittäminen on vielä kesken. En kuitenkaan halunnut takerua tarkkaan määritelmään, vaan tutkia, mitä millenniaaleista sanotaan.

Jo kauan ennen tutkimuksen aiheen keksimistä olin havainnut, että millenniaaleista muodostuu melko negatiivinen mielikuva mediasisältöjen perusteella. Päädyin pohtimaan tämän ilmiön syitä ja sitä, olenko kenties itse kiinnittänyt huomiota vain negatiiviseen sisältöön, vaikka positiivista tai neutraalia sisältöä on mahdollisesti olemassa.

Halusin tämän tutkimuksen avulla selvittää, millä tavalla Helsingin Sanomat esittää millenniaalit: yksitoikkoisesti vai monipuolisesti, negatiivisesti vai positiivisesti? Tarkoitukseni oli tutkia Helsingin Sanomien millenniaali-aiheista sisältöä objektiivisesti ja tarkastella, millainen mielikuva millenniaaleista sen perusteella muodostuu. Tavoitteeni oli tuottaa uutta tietoa kyseisen sukupolven representaatiosta osoittaakseni, onko se mahdollisesti liian negatiivista tai yksitoikkoista. Vahvasti suuntaan tai toiseen painottuva representaatio saattaa rajata yleisön käsityksiä millenniaaleista ja millenniaalien omaa identiteettiä, mikä taas voi heijastua yhteiskuntaan ikävällä tavalla.

Tutkimus on suunnattu sekä medialle että yleisölle. Objektiivinen representaatio eri sukupolvien, muiden ihmisryhmien ja ilmiöiden osalta on tärkeää journalismin uskottavuuden kannalta. Siihen pyrkiminen on myös merkittävää median ja yleisön itseymmärryksen kannalta.

Valitsin tutkimusaineistoksi Helsingin Sanomien verkkosivuilla julkaistuja artikkeleita, jotka kertovat millenniaaleista tai mainitsevat heidät jollain tapaa kuvaillen. Rajasin aineiston lehden verkkosivuilla julkaistuihin artikkeleihin aikaväliltä tammikuu 2017–elokuu 2019.

Tutkimuksen menetelmä oli sisällönanalyysi. Rakensin analyysia varten taulukon, johon listasin kaikki tutkimusaineistoon kuuluvat artikkelit ja analysoitavat kontekstit. Kontekstit olivat artikkelin aihe tai aiheet, millenniaaleista käytetyt verbit ja adjektiivit sekä äänet, eli keitä artikkelissa mahdollisesti haastatellaan tai mihin lähteisiin artikkeli viittaa. Analysoin konteksteja tekemällä niistä pieniä tilastoja, kuten mitkä millenniaaleihin liitetyt aiheet olivat yleisimpiä ja kuinka monessa artikkelissa kuului millenniaalin oma ääni.

Analysoin tutkimuksen tuloksia myös ennalta kehitettyjen hypoteesien pohjalta. Perustin hypoteesit aiemmin syntyneisiin mielikuvini. Hypoteesit olivat:

1. Millenniaaleista muodostuu artikkelien perusteella negatiivinen mielikuva.
2. Millenniaalit eivät pääse itse ääneen heistä kertovissa artikkeleissa.

3. Millenniaaleista tehdään lähinnä vain mielenterveyteen ja työelämään liittyviä artikkeleita.

Tutkimuksen avulla sain vastaukset kaikkiin näihin hypoteeseihin, ja Pohdinta-luvussa syvennyn niihin vielä tarkemmin.

Tietoperusta-luvussa kerron tutkimuksen keskeisistä käsitteistä sekä millenniaaleista tehdystä tutkimuksesta. Millenniaalini lisäksi esitellään käsitteet representaatio, sukupolvi ja konteksti, sekä kerrotaan, miten ne liittyvät tehtyyn tutkimukseen.

Olen syntynyt vuonna 1994, joten edustan millenniaali-sukupolvea. Tämä teki tutkimuksesta itselleni mielenkiintoista, ja hyödynsin siinä myös omia havaintojani hypoteesien myötä. Muuten pidin henkilökohtaiset kokemukseni ja näkemykseni aiheesta erillään tutkimuksesta, ja asetuin objektiiviseen tutkijan rooliin.

## 2 Tietoperusta

### 2.1 Keskeiset käsitteet

#### 2.1.1 Millenniaali

Millenniaali on noin vuosien 1980–2000 välillä syntyneen sukupolven edustaja. Sanalla on myös toinen suosittu kirjoitusasu, milleniaali yhdellä n-kirjaimella. Sana on suomen kielessä niin uusi, ettei sitä löydy tällä hetkellä Kielitoimiston sanakirjasta, joten toistaiseksi ei ole määritelty, kumpi on oikein. Itse valitsin käyttää millenniaalia, sillä sana on peräisin latinan kielen sanasta *millennium*, jossa on kaksi n-kirjainta. Millennium tarkoittaa vuosituhatta (Online Etymology Dictionary). Millenniaali-nimitys pohjaa siihen, että sukupolven vanhimmat edustajat ovat olleet aikuisiän kynnyksellä vuosituhannen vaihteen aikaan (Howe, Strauss 1991, 31).

Sana millenniaali on rantautunut suomen kieleen englannin kielen sanasta *millennial*. Yhdysvaltalaiset sukupolviin erikoistuneet teoreetikot Neil Howe ja William Strauss esittelivät käsitteen ensi kertaa vuonna 1991 kirjassaan *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069* (Forbes 2015) ja perehtyivät siihen myöhemmin vuonna 2000 julkaisussa kirjassa *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Generations-teos kertoo Yhdysvaltojen sukupolvista, eli alun perin millennial tarkoitti nimenomaan yhdysvaltaista kyseisen aikakauden sukupolvea (Howe & Strauss 1991, 335), mutta nykyään termi on kansainvälistynyt.

Samasta sukupolvesta käytetään myös nimitystä Y-sukupolvi. Tämä nimitys johtuu siitä, että edellistä sukupolvea kutsutaan X-sukupolveksi, ja latinalaisissa aakkosissa Y-kirjain on X-kirjaimesta seuraava. (Howe, Strauss 2000, 7.) Tässä tutkimuksessa keskitytään kuitenkin millenniaaliin, sillä koen sen olevan synonyymeista ajankohtaisempi. Omien havaintojeni mukaan se näkyy ja kuuluu tällä hetkellä otsikoissa ja mediasisällöissä enemmän kuin Y-sukupolvi.

Millenniaali-sukupolven ikähaarukka vaihtelee paljon eri lähteiden mukaan. Howe ja Strauss (1991, 32) määrittelevät oikeastaan vain sukupolven ensimmäisen syntymävuoden, 1982, mutta eivät viimeistä. Generations-kirjassa he ennustavat sen olevan 2003 (1991, 36), Millennials Rising -kirjassa taas 2002 (2000, 15).

Kanadalainen oikeustieteen tohtori ja kasvatustieteen maisteri Don Tapscott on tutkinut "nettisukupolvea", jolle hän mainitsee myös synonyymit millenniaalit ja Y-sukupolvi. Hän

määrittelee heidän syntyneen vuosien 1977–1997 välillä teoksessaan Syntynyt digiaikaan: sosiaalisen median kasvatit. (2010, 29.)

Suomalainen sosiologi ja tutkija Mikko Piispa rajaa aikavälin vain 1980-lukuun teoksessaan Yhdeksän sanaa Y-sukupolvesta. Piispa perustelee valintaansa sillä, että vaikka Y-sukupolvi joskus venytetään koskemaan myös 1990-luvulla syntyneitä, 1980-luvulla syntyneet ovat sukupolveen liittyvien analyysien ydinryhmä. (2018, 14.)

Vuosiluvut vaihtelevat hieman myös tämän tutkimuksen aineistossa, eli Helsingin Sanomien artikkeleissa, sillä niissä on käytetty eri lähteitä. Yleisimmät artikkeleissa mainitut aikavälit ovat vuodet 1980–1995 ja 1980–2000. Tässä tutkimuksessa keskitytään kuitenkin millenniaali-sanon käyttöön, eikä sen varsinaiseen määritelmään.

Howe ja Strauss sanovat Yhdysvaltojen millenniaali-sukupolven olevan historian kannalta merkittävä muun muassa siksi, että Yhdysvalloilla oli suuria tavoitteita yhteiskunnan kehittämiseksi vuoteen 2000 mennessä. Koulutuksen tasoa sekä high schoolista valmistuneiden määrää luvattiin nostaa, ja syrjäytyneitä lapsia luvattiin saada kaduilta koulun penkeille ennen vuosituhannen vaihdetta. Näin 1980-luvulla syntyneet astuisivat parempaan maailmaan, menestyisivät elämässä ja loistaisivat myös kansainvälisissä tilastovertailuissa. Uuden vuosituhannen alku toimi symbolina ja motivaationa paremmalle tulevaisuudelle. (1991, 335.)

Myös millenniaalien lapsuus on ja tulee olemaan heille armollisempi, Howe ja Strauss väittivät 1990-luvun alussa. Heidän mukaan edeltävän sukupolven lapsuus oli huomattavasti karumpi ja suorastaan julma, mutta 1980-luvulle tultaessa kovat arvot pehmenivät ja lapsia alettiin arvostaa ja varjella enemmän kuin koskaan. Mahdollisesti siksi, etteivät he päätyisi vaarallisiin, huumeiden ja seksin ympäröimiin olosuhteisiin kuten vanhempansa 1970-luvun nuoruudessaan. (1991, 98, 298.)

Vaikka kaiken tämän perusteella millenniaalien tulevaisuuden voisi olettaa suorastaan häikäisevän, Howe ja Strauss eivät enteilleet pelkkää noususuhdannetta heidän elämälleen. Vuosikymmenien ajan uudet sukupolvet ovat ohittaneet vanhempiensa elintason, amerikkalaisittain sanoen asuneet isommissa taloissa ja ajaneet hienompia autoja. Howen ja Straussin mukaan millenniaaleille tulisi käymään päinvastoin. (1991, 389, 410.)

Howe ja Strauss ennustivat millenniaalien muodostavan erityisen suhteen teknologiaan. Heidän mukaan millenniaalien opiskeluvuosien aikana koulut tulevat täyttymään tietoko-



neista, jotka muuttavat heidän tapaansa oppia. Edelliset sukupolvet saattoivat nähdä tietokoneet ihmisiä eriyttävänä tekijänä, millenniaalit taas yhdistävänä. Tämän myötä millenniaalinen nuorisokulttuurin uskottiin yhtenäistyvän. (1991, 419.)

### 2.1.2 Representaatio

Representaatio tarkoittaa filosofiassa ja psykologiassa mielikuvaa tai symbolia, joka edustaa mielen ulkopuolisessa todellisuudessa olevaa kohdetta ja todellisuudessa olevan kohteen ilmentymistä tajunnassa. Taiteessa representaatio on todellisuudessa esiintyvää kohdetta edustava symboli, hahmo, esitys tai muu ilmentymä. (Kielitoimiston sanakirja.) Jamaikalainen sosiologi ja kulttuurintutkija Stuart Hall määrittelee representaation lyhyesti merkitysten tuottamiseksi kielen avulla (1997, 2). Tässä tutkimuksessa tarkastellaan, kuinka millenniaaleja representoidaan Helsingin Sanomien verkkouutisissa.

Hall tarkentaa määritelmäänsä seuraavasti: Ihmisen mielessä muodostuvat mielikuvat auttavat luokittelemaan ja järjestämään maailmaa merkityksellisiin kategorioihin. Ihminen ei kuitenkaan voi kommunikoida merkityksiä ilman kieltä. Kieli muodostuu merkeistä, jotka ovat muodostuneet sosiaalisten konventioiden tuloksena. Kieli on kuin kulttuurin yhteinen kartta merkityksille, jonka ihminen sisäistää ja jota hän oppii käyttämään kasvaessaan osaksi tiettyä kulttuuria. (1997, 14.)

Termi *representaatio* on peräisin latinan sanasta *repraesentatio*, jonka kantasanalla *repraesentare* on kaksi päämerkitystä: kuvailla mielessään, asettaa silmien eteen, havainnollistaa tai kuvailla, ja tehdä heti tai toteuttaa (Knuutila & Lehtinen 2010, 10). Representaatioissa asia esitetään valmiiksi tulkittuna ja kehystettynä jostakin tietystä näkökulmasta (Nieminen & Pantti 2012, 119). Myös lehtiartikkeli, kuten mikä tahansa mediasisältö, on representaatio (Knuutila & Lehtinen 2010, 7).

Aineistolähtöisissä tutkimussuuntauksissa, esimerkiksi tekstejä tarkasteltaessa, representaatioiden tulkitaan viittaavan ”tässä ja nyt” kehkeytyviin identiteetteihin, sosiaalisiin suhteisiin ja sosiaaliseen järjestykseen (Törrönen, 2010, 281). Sosiologiaan erikoistunut valtiotieteiden tohtori Jukka Törrönen (2010, 285) suosittelee, että representaatioita tutkittaessa pohditaan, mihin representaation ulottuvuuteen keskitytään: tarkastellaanko representaatioita kohdetta määrittelevinä kuvauksina, kohdetta rajaavina näkökulmarakenteina vai yleisöä puhuttelevina kertovina ääninä. Tässä tutkimuksessa sivutaan jokaista näistä ulottuvuuksista.

Kohdetta määrittävinä kuvauksina representaatiot välittävät informaatiota todellisuuden tiloista, prosesseista ja niihin liittyvistä arvoista, eli tuovat läsnä oleviksi toimijoita, tapahtumia ja kokemuksia, jotka eivät ole "paikalla". Kun esimerkiksi iäkkäämpää asiantuntijaa haastatellaan millenniaaleista kertovaa artikkelia varten, silloin hän yksin representoi kyseistä sukupolvea. Kun representaatioita tarkastellaan kohdetta rajaavina näkökulmarakenteina, käy ilmi, että representaatioiden tarjoama informaatiota ei voida pitää universaalina eikä niiden kantamia arvoja kaikkien jakamina. (Törrönen 2010, 285, 293.)

Puhujat ja kertojat ovat tärkeitä tekstin merkitykselle ja vaikutukselle, sillä heidän välityksellä representaatioiden poissa olevaa todellisuutta läsnä olevaksi tekevä tieto kulkeutuu yleisön tai lukijoiden tulkittavaksi (Törrönen 2010, 295).

Tutkijat Nieminen ja Pantti havaitsivat haasteita esimerkiksi juuri nuorten ihmisten representaatiossa mediassa. Nieminen ja Pantti eivät määrittele, minkä ikäisiä nuoria he tarkoittavat, mutta heidän kuvaamansa ilmiötä voi mitä todennäköisimmin soveltaa millenniaaleihin, sillä teoksensa julkaisuvuonna 2012 noin kolmasosa millenniaaleista on ollut alle 20-vuotiaita. Nieminen ja Pantti toteavat, että nuorison representaatiot ovat yleensä aikuisten määrittelemiä ja tuottamia, eivätkä itse nuorten. Niemisen ja Pantin mukaan mediassa esiintyy kolme tyypillistä lähestymistapaa nuorisoon: nuoret esitetään "viallisina" ja uhkana yhteiskunnan järjestykselle ja turvallisuudelle, uhreina tai ihailtuina. Uutiset ja erilaiset ajankohtaistekstit käyttävät erityisesti kahta ensimmäistä tapaa. (2012, 119.)

### **2.1.3 Sukupolvi**

Kielitoimiston sanakirjan mukaan sukupolvi tarkoittaa samanikäisiä tai samaan aikaan eläviä tai eläneitä ihmisiä. Tilastokeskus määrittelee sukupolven väestötieteen näkökulmasta, tarkoittaen tietynä ajanjaksona syntyneiden henkilöiden määrää. Väestötieteessä sukupolven pituutena käytetään synnyttäneiden naisten keski-ikää. (Tilastokeskus.)

Tarkemmin ottaen sukupolvella on kaksi eri merkitystä: Sosiologi J.P. Roos käyttää termejä biologinen ja sosiaalinen sukupolvi. Biologinen sukupolvi tarkoittaa, että perheessä vanhemmat, lapset ja lapsenlapset ovat kaikki eri sukupolvea. Sukupolvien välillä on tässä tapauksessa niin monta vuotta, kuin minkä ikäisenä äiti on lapsensa synnyttänyt. Sosiaalinen sukupolvi tarkoittaa pieniä, toisiaan välittömästi seuraavia ikäryhmiä tai hyvinkin laajoja, kymmeniä vuosia kattavia ajanjaksoja. Roosin mukaan sukupolvia keksitään, rakennetaan ja myös puretaan (Roos 2005, 208).

Sosiologi Mikko Piispa puhuu suvun polvista ja yhteiskunnallisista sukupolvista, jolle hän mainitsee myös synonyymien sosiaalinen sukupolvi. Piispan ja Roosin määritelmät ovat kutaakin samat. Piispa tarkentaa vielä, että yhteiskunnallinen sukupolvi tarkoittaa suunnilleen samana aikana samassa paikassa kasvaneita, samanikäisiä ihmisiä, joiden uskotaan jakavan samankaltaisia kokemuksia. (2018, 12.)

Sekä Roos että Piispa viittaavat unkarilaisen sosiologi Karl Mannheimin kehittämään teoriaan, jonka mukaan yhteiskunnallinen sukupolvi muodostuu jostain jaetusta voimakkaasta kokemuksesta. Mannheimin mukaan ihminen on "herkässä iässä" noin 17-vuotiaana tai pian sen jälkeen. Jos suunnilleen tuossa iässä olevat ihmiset kokevat yhdessä esimerkiksi sodan, heitä yhdistää sukupolvikokemus, tehden heistä oman sukupolvensa. (Piispa 2018, 12.) Roos kritisoi hieman Mannheimin teoriaa sanoen, että se harventaa sukupolvia, sillä kaikilla ikäryhmillä ei välttämättä ole mitään merkittävää yhteistä kokemusta (Roos 2005, 209).

Piispa näkee ongelmakohtia ylipäättään koko sukupolvikäsitteessä ja sen käytössä. Hän toteaa, että vaikka sukupolvi on "helpon tuntuinen ja vetävän kuuloinen käsite, joka kutsuu romantisoiviin yleistyksiin, nostalgisiin muisteluihin ja taistelukutsuihin", se on "pohjimmiltaan hankala ja liukas, eikä siitä saa otetta vain yhdestä kulmasta" (2018, 10, 11). Sukupolvista tehdään usein yksinkertaistettuja ja epämääräisiä määrittelyjä: Esimerkiksi jos jokin pieni osa sukupolvea on jollain tapaa aktiivinen, se saattaa leimata koko sukupolven. Sukupolvimääreitä antavat usein myös niin sanotusti ulkopuoliset henkilöt, kuten tutkijat, kirjailijat tai taiteilijat – riippumatta siitä, tunnistaako sukupolvi niitä omakseen tai onko niille empiirisiä perusteita. (Piispa 2018, 14, 19, 20.)

Lopulta Piispa pohtiikin, onko sukupolvista järkeä puhua, varsinkin nykyään hyvin nopeasti muuttuvassa maailmassa. Hän tulee kuitenkin päätelmään, että sukupolven käsittely voi auttaa ihmisiä ymmärtämään aikaamme, sen muutoksia, keitä olemme, mistä tulemme ja mihin menemme. (2018, 16, 17.) Se toimii myös apuvälineenä muun muassa toimittajille, poliitikoille ja tukijoille yhteiskunnallisten muutosten ja elinolojen jäljittämässä (2018, 21).

Myös Howe ja Strauss, jotka luokittelevat ja luonnehtivat Yhdysvaltojen sukupolvia melko tarkasti, myöntävät, että joka sukupolven mahtuu erilaisia ihmisiä. He silti uskovat, että saman ikäisillä ihmisillä on aina jonkinlainen yhteinen ajattelutapa, joka vaikuttaa heihin riippumatta siitä, yhtyvätkö he siihen vai taistelevatko sitä vastaan. (1991, 9.)

#### 2.1.4 Konteksti

Konteksti on ilmauksen kielellinen ympäristö, käyttöyhteys, tilanneyhteys tai kulttuurinen tausta, joka vaikuttaa sen tulkintaan (Tieteen termipankki). Tässä tutkimuksessa kyseinen ilmaus on lehtiartikkelien tekstit. Kontekstin käsite on peräisin latinan sanasta *contextus*, joka tarkoittaa yhteen liittymistä (Online Etymology Dictionary).

Kullakin tekstillä on aina kontekstinsa. Tekstien merkityksiä on lopulta mahdotonta tutkia irrallaan konteksteistaan (Lehtonen 2000, 158). Mediatekstin tutkiminen kontekstissaan tarkoittaa sen sijoittamista osaksi viestinnän ja merkitysten muodostamisen prosessia. Konteksti on kuitenkin monitahoinen ja usein epämääräinen käsite (Väliverronen 1998, 33).

Konteksti vaikuttaa tekstin tulkintaan, ja sillä voidaan tarkoittaa montaa eri tekstiin vaikuttavaa tekijää: tekemisen ja tuottamisen kontekstia, tekstuaalista kontekstia ja vastaanoton kontekstia, ja näihin kaikkiin liittyviä yhteiskunnallisia, kulttuurisia ja historiallisia konteksteja. Kontekstissa on kyse tekstin suhteuttamisesta sen tekemiseen, tuottamiseen ja tulkintaan liittyviin kehystäviin tekijöihin. (Nieminen & Pantti 2012, 108, 109.)

Tekemisen konteksti liittyy reaalseen tilanteeseen, josta tekstin tekijä kertoo omasta näkökulmastaan. Tuotannon konteksti puolestaan määrittää, miten tekstiä julkisuudessa käytetään: millaisessa journalistisessa tuotteessa tai mediassa se julkaistaan. Tekstuaalinen konteksti tarkoittaa, millaisen journalistisen kokonaisuuden osana teksti esiintyy, miten se liittyy muuhun tekstimateriaaliin ja millaisia intertekstuaalisia eli eri tekstien välisiä viittauksia se sisältää. (Nieminen & Pantti 2012, 109.)

Vastaanoton konteksti syntyy lukijan kohdatessa tekstin. Lukijan tuomaa kontekstia luovat muun muassa ikä, sosiaalinen tausta, kasvatus, koulutus ja sukupuoli. Myös tulkintatilanne vaikuttaa: missä lukija kohtaa tekstin, onko hämärä, onko lukijalla kiire tai nälkä, luokeeko hän tärkeässä junassa vai kotinsa rauhassa. (Nieminen & Pantti 2012, 109.)

Perinteisessä kontekstikäsitelmässä lukijan osana on olla passiivinen vastaanottaja, mutta 1970-luvun lopulla tekstintutkimus alkoi siirtyä tekijöistä tekstien kautta lukijoihin. Lukija ei koskaan vain kohtaa lukemaansa tekstiä, vaan tekstin ja lukijan kanssakäymisessä on aina läsnä joukko muita tekstejä ja tekijöitä. (Lehtonen 2000, 159).

Kontekstit ovat läsnä sekä kirjoittamisessa että lukemisessa. Ne vaikuttavat aktiivisesti siihen, mitä konventioita kirjoittajilla on käytettävissään ja kuinka lukijat kohtaavat tekstit.

Kuitenkin teksteissä pyritään usein häivyttämään kontekstuaaliset tekijät lukijan näköpiiristä. Tämän on kulttuuriin syvälle juurtunut konventio. Siksi konteksti ymmärretään usein vain tekstin ulkopuoliseksi, historialliseksi tai yhteiskunnalliseksi taustaksi, mutta yksikään teksti ei ole ilman siihen jo liitettyä tai liittämäämme kontekstia (Lehtonen 2000, 160, 161).

Tämän tutkimuksen aineiston laajempia konteksteja ovat journalismi, Helsingin Sanomat ja sen julkaisemat tekstilajit. Tarkempia konteksteja ovat millenniaaleihin yhdistetyt aiheet sekä äänet, jotka pääsevät esiin artikkeleissa. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan, millaisissa konteksteissa millenniaalit esiintyvät.

## **2.2 Tutkimuksia millenniaaleista**

Millenniaaleista on tehty useita tutkimuksia sekä Suomessa että maailmalla. Toki millenniaalin ikäisiä ihmisiä on tutkittu muutenkin kuin varsinaisesti juuri millenniaaleina, mutta tähän lukuun on koottu tutkimuksia, joissa on käytetty termiä millenniaali tai sen synonyymeja, kuten Y-sukupolvi tai nettisukupolvi. Tutkimukset painottuvat usein työelämään. Millenniaaleja on tällä hetkellä paljon työelämässä ja heidän työskentelytapojen uskotaan eroavan merkittävästi aiemmista sukupolvista, joten todennäköisesti siksi aihe on kiinnostanut tutkijoita ja yrityksiä.

### **2.2.1 Kansainvälisiä tutkimuksia**

Henkilöstö- ja työvoimaratkaisujen kehittäjä ja tuottaja ManpowerGroup teetti kansainvälisen tutkimuksen millenniaalien työelämästä vuonna 2016. Tutkimukseen osallistui maailmanlaajuisesti 19 000 millenniaalia 25 eri maasta. Kyseisessä tutkimuksessa millenniaalit määriteltiin vuosien 1982–1996 välillä syntyneiksi, tuolloin 20–34-vuotiaiksi. Vuoteen 2020 mennessä millenniaalit tulevat muodostamaan 35 prosenttia maailman työvoimasta. Heidän tärkeimpiä kriteereitä työnhaussa ovat palkka, työn vakaus, vapaa-aika ja lomat, työyhteisö sekä työn joustavuus.

Tutkimuksessa tehtiin muun muassa seuraavia huomioita:

–Yli puolet millenniaaleista arvioi työskentelevänsä vielä yli 65-vuotiaana. 37 prosenttia uskoo työskentelevänsä yli 70-vuotiaaksi, ja 12 prosenttia elämänsä loppuun asti.

–84 prosenttia ennustaa pitävänsä uransa aikana yli neljän viikon tauon töistä. Naiset suunnittelevat työtauvoja huolehtiakseen muista, kuten perheestä. Omaan vapaa-aikaan liittyviä taukoja miehet ja naiset ottavat samassa suhteessa.

–He ovat valmiita uusiin työskentelytapoihin. Kolme neljäsosaa työelämässä olevista millenniaaleista on kokopäivätyössä. Yli puolet heistä on avoimia freelance- tai keikkatyölle,

jolloin toimeentulo ja ura muodostuvat useista työrupeamista. Maailmanlaajuisesti 34 prosenttia harkitsee yksityisyrittäjyyttä.

–93 prosenttia heistä on halukkaita käyttämään omaa aikaansa ja/tai rahaansa kouluttautukseen. Raportissa korostuu myönteinen korrelaatio uralla menestymisen ja oppimisen sekä oppimishalukkuuden välillä.

Yhdysvaltalaisista tutkimuksista millenniaaleista löytyy paljon, mikä on ymmärrettävää, sillä siellä on koko käsitteen juuret. Yhdysvaltalainen tutkimuskeskus Pew Research Center on tutkinut yhdysvaltalaisia millenniaaleja yli kymmenen vuoden ajan. Yhdessä tutkimuskeskuksen uusimmista artikkeleista on koottu heidän tilastojaan millenniaaleista vuodelta 2018 ja verrattu niitä aikaisempiin sukupolviin. Koonnista paljastuu muun muassa seuraavaa:

–Millenniaalit ovat paremmin koulutettuja kuin vanhemmat sukupolvet heidän iässään - naiset valmistuvat nykyään korkeakoulusta useammin kuin miehet, vielä 1980-luvulla oli päinvastoin.

–Millenniaalit ovat etnisesti monipuolisin sukupolvi Yhdysvaltojen historiassa.

–Millenniaalit menevät harvemmin ja myöhemmin naimisiin kuin edeltäjänsä. He asuvat myös pidempään vanhempiensa luona.

–Millenniaalit ovat toiseksi suurin sukupolvi äänestäjiä, mikä vaikuttaa nyt ja tulevaisuudessa Yhdysvaltojen politiikkaan, sillä suurin osa heistä kannattaa demokraattista puoluetta.

Tapscott kuvailee Syntynyt digiaikaan -teoksessaan nettisukupolvea kahdeksan normin avulla, jotka perustuvat hänen teettämäänsä tutkimukseen. Tutkimusta varten haastateltiin noin 6000 sukupolven edustajaa 12 maasta Pohjois-Amerikasta, Etelä-Amerikasta, Euroopasta ja Aasiasta. Tutkimus toteutettiin vuosina 2006–2008, ja se oli aikansa kattavin tutkimus kyseisestä sukupolvesta. (2010, 7, 18.)

Tutkimuksen pohjalta kootut normit ovat vapaus, räätälöinti, tutkiminen, eettisyys, yhteistyö, viihde, nopeus ja innovatiivisuus. Tapscott sanoo:

Nämä kahdeksan normia ovat syvällä nykypäivän nuorien kokemusmaailmassa ja etenkin heidän mediasuhteessaan. He ovat kasvaneet näyttelijöiksi, aloitteentekijöiksi, luoviksi ihmisiksi, pelaajiksi ja yhteistyön tekijöiksi. – – Internet on ollut hyväksi tälle sukupolvelle. Uskon myös, että jopa skeptikot tulevat huomaamaan, kuinka nämä digiaikaan syntyneet nuoret ovat meille hyväksi. (Tapscott 2010, 88.)

Tapscottin mukaan vapaus näkyy esimerkiksi nettisukupolven työelämässä: 27-vuotiaalla saattaa olla kokemusta viidestä eri työpaikasta, ja keskimäärin yhdessä työpaikassa pysy-

tään 2,6 vuotta. Internet on antanut valinnanvapautta elämään. Siksi nettisukupolvi odottaa saavansa valita työpaikkansa ja -aikansa. Yli puolet tutkimukseen osallistuneista pohjoisamerikkalaisista sanoi haluavansa työskennellä muualla kuin toimistossa. (2010, 89.)

Tutkimisen normi tarkoittaa kriittisyyttä ja taitavaa tiedonhankintaa, etenkin median suhteen. Valheellinen ja virheellinen informaatio on lisääntynyt maailmassa, ja sitä mukaa nettisukupolven skeptisyyskin. Toisaalta asioista on myös helpompi ottaa selvää internetin avulla. Tämä vaikuttaa myös heidän kulutustottumuksiinsa. Ennen ostopäätöksen tekoa internetistä luetaan useita tuote-arvosteluja ja vertaillaan hintoja. Kulutukseen liittyy myös neljäs normi, eettisyys. Eettisesti toimivia yrityksiä arvostetaan ja rehellisyys on tärkeää niin omassa kuin yritysten ja muiden instituutioiden toiminnassa. (2010, 94.)

### **2.2.2 Kotimaisia tutkimuksia**

Tilastokeskus julkaisi vuonna 2013 artikkelin, jossa Tampereen yliopiston Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikön sosiologian yliassistentti Pasi Pyöriä kertoo kollegoidensa kanssa tutkineensa suomalaisen Y-sukupolven työasenteita Tilastokeskuksen kokoamien työolotutkimusten pohjalta. Pyöriä luettelee Y-sukupolvesta eläviä käsityksiä: He eivät arvosta perinteistä palkkatyötä yhtä paljon kuin vanhempansa, he ovat kärsimättömiä ja heillä on keho työasenne sekä heikko työpaikkauskollisuus. (Tilastokeskus 2013.)

Tutkimuksessa vertailtiin muun muassa ansiotyön arvostusta 15–28-vuotiaiden palkansaajien joukossa vuosina 1984, 1997 ja 2008. Y-sukupolvi määriteltiin vuosina 1980–1993 syntyneisiin, eli heitä vastaava tilasto on vuodelta 2008, jolloin he ovat olleet 15–28 vuotiaita. Noin 50 prosenttia heistä piti ansiotyötä erittäin tärkeänä. Vastaava luku on ollut aiempina vuosina hieman yli 50 prosenttia, korkeintaan 60 prosenttia. Ero ei ole erityisen iso. (Tilastokeskus 2013.)

Y-sukupolven todettiin arvostavan vapaa-aikaa ja perhettä enemmän kuin työtä, mutta tutkimusryhmän tulkinta on, että eri elämänaalueet eivät varsinaisesti kilpaile keskenään, vaan täydentävät toisiaan (Tilastokeskus 2013).

Kärsimättömyys pätee Y-sukupolveen siihen nähden, että he ovat selvästi vanhempia kiinnostuneempia vaihtamaan työpaikkaa eri alalle. Asiassa ei kuitenkaan ole tapahtunut muutosta sitten 1980-luvun, minkä perusteella Pyöriä päättelee alan vaihdon olevan ylipäätään ominaista nuorille aikuisille, ei vain Y-sukupolvelle. Y-sukupolvi näyttää olevan varsin työpaikkauskollinen, kunhan oma ala löytyy. Pyöriö tiivistää, että kaiken kaikkiaan

Y-sukupolven työolot ovat kohdallaan ja työasenteet melko konservatiivisia. (Tilastokeskus 2013.)

Piispan teos Yhdeksän sanaa Y-sukupolvesta ei ole puhtaasti tietokirja, mutta pohjaa vahvasti sekä kotimaisiin että kansainvälisiin tutkimuksiin ja Piispan omaan työkokemukseen nuorisotutkimuksen alan hankkeissa. Hän on syntynyt vuonna 1983, joten hän on itse milleniaali, ja hyödyntää myös henkilökohtaista elämäkokemustaan aikalaisdiagnoosisaan. (2018, 11.)

Piispa kertoo heti kirjan alussa milleniaalien olevan yleinen nimitys kyseiselle sukupolvelle, mutta perustelee myöhemmin pitävänsä enemmän Y-sukupolvesta, sillä se ei merkityksettömyytensä vuoksi leimaa heitä mitenkään (2018, 9, 21). Hän rajaa sukupolven syntymävuodet kaikista tässä tutkimuksessa käytetyistä lähteistä tiukimmin, vain 1980-lukuun (2018, 14).

Piispa keskittyy suomalaisen Y-sukupolven kuvailuun. Kirjansa nimen mukaisesti hän on valinnut yhdeksän avainsanaa kuvaamaan heitä. Ne ovat yksilöllisyys, yltäkylläisyys, portfolio, kaupunki, kännykkä, 9/11, MM 95, kannabis ja tulevaisuus (2018, 16).

Piispa tarkentaa, ettei hän usko sanojen kuvaavan kirjaimellisesti Y-sukupolven elämää. Esimerkiksi yltäkylläisyydellä hän ei tarkoita, että kaikki 1980-luvun lapset elivät mukavasti, vaan se oli ajan yleinen henki. Jos silloin oli vähävarainen, se korostui uudella tavalla entiseen verrattuna. Samoin kannabiksen kohdalla: kaikki eivät ole sitä nuoruudessaan kokeilleet, mutta ovat tienneet, mitä se on, ja mahdollisesti muodostaneet siitä mielipiteen. (2018, 14.)

Sekä muiden suomalaisten että ulkomaalaisten sosiologiin tukeutuen, Piispa kokee yksilöllisyyden olevan Y-sukupolven elämän keskeisimpiä teemoja (2018, 36). Hän puhuu siitä selvästi eniten muihin avainsanoihin verrattuna.

Y-sukupolvi on kasvanut yksilöllisyyttä ihannoivassa ja vaativassa ajassa. 1980-luvun Suomen hyvinvointivaltio alkoi kukoistaa, ja yksilö vapautui yhä enemmän sosiaalisista siteistä ja perinteistä. Lama ja sen jälkeinen Nokia-vetoinen nousu uusliberaalien tuulten kanssa tuottivat yksilön vapautta, vastuuta ja valintoja korostavan ajan. Piispa viittaa myös 2000-luvun Nuorisobarometri-tutkimuksiin, joiden mukaan suurin osa nuorista näkee elämässä pärjäämisen olevan ensisijaisesti itsestä kiinni. Tämä aiheuttaa myös paineita, ikätoverien keskeistä kilpailua ja yksilön haavoittuvuutta. (2018, 36, 37, 38.)



Yksilöllisyyden aikakaudella elämästä on tullut myös elämysten keräilyä. Y-sukupolvi on miettinyt aiempia sukupolvia tarkemmin, missä vaiheessa elämää he ovat "valmiita" mihinkin. Tästä on seurannut niin sanottu nuoruuden pidentyminen, sillä mahdollisuuksien maailmassa on kokeiltava kaikenlaista. (2018, 47, 48.)

### **2.3 Millenniaalit suomalaisessa mediassa – esimerkkejä**

Millenniaalit ovat yleinen juttuaihe mediassa, ja heistä piirtyy tietynlaisia mielikuvia julkaisujen sisältöjen perusteella. Seuraavaksi esitellään muutamia esimerkkejä millenniaaleista kertovista artikkeleista, joita on julkaistu lähivuosina erilaisissa suomalaismedioissa. Artikkelit on valittu ajankohtaisuuden ja sen perusteella, että niissä on runsaasti selkeää kuvailua millenniaaleista.

#### **2.3.1 Me Naiset**

Me Naiset -lehden reportaasissa (Millenniaalit ovat ensimmäinen nuorisosukupolvi, jonka mielipiteistä maksetaan – mitä voimme oppia heiltä? 25.6.2017) vierailaan tapahtumassa, jossa millenniaalit ja yritysjohtajat keskustelevat työelämästä. Jutussa haastatellaan millenniaaleja, mutta sen lomassa luetellaan heistä vallitsevia käsityksiä: he ovat suvaitsevaisia ja kokeilunhaluisia maailmankansalaisia, netin ja sosiaalisen median aikakaudella kasvaneita diginatiiveja, he arvostavat vapautta, puhuvat tunteista ja töissä rahaa tärkeämpää on yhteiset arvot työnantajan kanssa. He haluavat suoraan koulunpenkiltä asiantuntijatehtäviin toteuttamaan omaa intohimoaan, välttelevät sitoutumista ja rutiinihommia ja lähtevät Baliin surffaamaan, kun asiat käyvät liian raskaiksi.

Vastapainoksi haastatellaan tapahtumaan osallistuvia millenniaaleja, mikä tuo juttuun positiivisen sävyn. Haastateltavat tosin ovat poikkeuksellisen ansioituneita ja menestyneitä. He kertovat muun muassa arvostavansa töissä vapautta, luottamusta, hyvää ilmapiiriä ja työn merkityksellisyyttä, vastaten siis osaa esitetyistä käsityksistä.

#### **2.3.2 Tekniikan Maailma**

Tekniikan maailma uutisoi (Epävaka elämä kostautuu: Millenniaalit ehkä ensimmäinen sukupolvi, jotka ovat edeltäjiään sairaampia keski-ikässä, 25.6.2018) brittiläisistä tutkimuksista, joiden mukaan nuoret aikuiset kärsivät terveysongelmista enemmän kuin aiemmat sukupolvet kasvavan stressin ja yksinäisyyden takia. Juttu on lähinnä käänös kahden ulkomaisen mediajulkaisun pohjalta. Mielenkiintoista on, että alkuperäisissä tutkimusraporteissa ei käytetä ilmaisua millenniaali, vaan nuori aikuinen. Kuitenkin ulkomaiset julkaisut

viljelevät sanaa artikkeleissaan, ja Tekniikan Maailma on seurannut perässä. Tutkimukseen osallistuneet ovat kyllä millenniaalien ikäisiä. Tästä voi päätellä, että millenniaali on mahdollisesti kiinnostavampi sana kuin nuori aikuinen, ja sen vuoksi mediat ovat valinneet käyttää sitä.

### **2.3.3 Aamulehti**

Aamulehden kolumnissa (Tuijotin tietokoneen ruutua epäuskoisena, kun korkeakouluopiskelijana yritin saada apua – millenniaali ei toivo edes lomaa, jos yksi asia saadaan kuntoon, 12.7.2019) toimittaja Elena Kurki, itse millenniaali, kertoo omakohtaisesta kokemuksestaan ruuhkautuneen opiskelijaterveydenhuollon jonossa. Hän viittaa Aamulehden aiemmin julkaisemaan uutiseen korkeakouluopiskelijoiden psyykkisten ongelmien yleistymisestä ja opetusministerin lupauksiin opiskelija- ja oppilashuollon rahoituksen lisäämisestä. Kolumni painottuu enemmän opiskelijan näkökulmaan, mutta Kurki mainitsee yleisen väsymyksen, uupumuksen ja näköalattomuuden olevan juuri “meille millenniaaleille” tyypillisiä.

### **2.3.4 Ylioppilaslehti**

Ylioppilaslehden essee (Kaikki ahdistaa, 8.2.2019) käsittelee ahdistusta, mutta yhdistää sen vahvasti juuri millenniaaleihin. Jutussa mainitaan, kuinka tutkimusten mukaan he ovat ensimmäinen sukupolvi, joka voi edeltäjiään huominkin ja työuupumus on yleistä jo alle 30-vuotiaana. Tekstissä kritisoidaan kapeita analyyseja, jotka väittävät ahdistuksen johtuvan elämänhallinnan puutteesta ja teknologian käytöstä sekä listataan millenniaaleista kuultuja oletuksia: He ovat itsekeskeisiä, ahdistuneita, masentuneita, laiskoja, uraorientoituneita, someaddikteja, haluttomia tekemään tylsää työtä, vastaamaan puhelimeen, laittamaan ruokaa, harrastamaan seksiä tai perustamaan perheitä.

Luettelon jälkeen muistutetaan, että nämä piirteet eivät ole synnynnäisiä, vaan nykyisen yhteiskuntajärjestelmän aiheuttamia. Tätä väitettä tukee ainakin millenniaali-ikäinen yhdysvaltalainen journalisti, joka on kirjoittanut aiheesta kirjan, johon teksti viittaa pariin otteeseen.

### **2.3.5 Yle**

Yle uutisoi (Nuoret aikuiset eivät tee töissä mitään siksi, että niin on ollut ennenkin tapana – Diginatiivi haluaa esimieheksi pomon sijasta valmentajan, 17.9.2018) millenniaalien työskentelytavoista ja heidän johtamisesta. Tekstissä mainitaan millenniaalinen ja Y-sukupolven tarkoittavan samaa asiaa, ja molempia nimityksiä vuorotellaan tiuhaan läpi koko

jutun. Jutussa haastatellaan yliopiston tutkijatohtoria, joka on tehnyt väitöskirjan Y-sukupolven odotuksista työelämästä ja johtajista sekä hotellialan henkilöstöpääällikköä. Tekstin lopussa mainitaan, että haastattelujen lisäksi taustamateriaalina on käytetty suomalaista Työelämän sukupolvet -kirjaa.

Millenniaaleista kerrotaan olevan seuraavia käsityksiä: he ovat diginatiiveja, jotka ovat koko ikänsä käyttäneet teknologiaa töissä ja muussa elämässä, ja siksi he kyseenalaistavat työtilanteita, joissa puhelin ei saisi olla mukana. He voivat olla vaikeasti johdettavia: He haluavat kehittyä jatkuvasti ja odottavat esimieheltä tukea, sparrausta, palautetta ja perusteluja työtehtäville ja -tavoille. He eivät välttämättä sitoudu työpaikkaan muutamaa vuotta pidemmäksi aikaa.

Jutun lopussa todetaan, että Y-sukupolven mahtuu erilaisia työntekijöitä, sillä ikähaarukka on laaja ja elämäntilanteet vaihtelevia. Tutkijatohtori tiedostaa tämän ja kommentoi, että tutkimusten kyselyissä osallistujien vastaukset voivat kummuta muustakin, kuin sukupolvesta: Esimerkiksi uravaihe, persoonallisuus ja mieliala voivat vaikuttaa annettuihin vastauksiin.

### **2.3.6 Talouselämä**

Talouselämän kolumni ottaa kantaa jo otsikollaan: “Ahdistuksestaan jauhavat millenniaalit ovat uusi normaali — ja tämän vuoksi se on hyvä asia” (2019). Millenniaali-ikäinen toimittaja ihailee, kuinka avoimesti hänen ikätoverinsa keskustelevat mielenterveysongelmistaan. Hän kuvailee heitä korkeasti koulutetuiksi, älykkäiksi ja ahdistuneiksi. Hän pohtii sukupolvensa ahdistusta, ja nimeää sen syiksi liiallisen valinnanvaran ja sitoutumispelon, joka taas johtuu työelämän epävarmuudesta.

Hän mainitsee, että millenniaaleja kutsutaan joskus lumihutaleiksi, viitaten siihen, että he uskovat olevansa erityisen ainutlaatuisia. Itse toimittaja käyttää pariin otteeseen nimitystä pehmosukupolvi, joskin hieman ironisesti. Ironia jatkuu tarkemmassa kuvailussa: Millenniaali “tuhoaa oman mielenterveytensä lisäksi kaiken”, viitaten yhdysvaltalaisen lehden artikkeliin, jossa luetellaan talouden aloja, jotka ovat kärsineet millenniaalien kulutustottumusten myötä. Hän muistuttaa myös, että Yhdysvalloissa millenniaalit ovat masentuneempia ja köyhempiä kuin edeltävä sukupolvi. Teksti loppuu kuitenkin positiivisesti, kun palataan mielenterveydestä puhuneisiin ikätovereihin: Ainakin millenniaalien kesken on helppo tunnustaa oma heikkoutensa, sillä se ei ole enää tabu.

### 2.3.7 Long Play

Long Playn artikkeli "Tarpeettomia ihmisiä" (2019) perehtyy millenniaalien paljon puhuttuun ahdistukseen. Laajassa artikkelissa viitataan moniin lähteisiin ja haastatellaan useita asiantuntijoita. Kerätyn tiedon valossa näyttää siltä, ettei ahdistus olekaan sellainen epidemia, miltä se esimerkiksi mediassa näyttää. Varsinkin yhdysvaltalaiset mediat nousevat esiin pahimpina pelottelijoina. Niissä vilisee termejä kuten "burn-out-sukupolvi" ja enteillään, että seuraava taantuma "tuhoaa millenniaalit". Yhdysvaltalainen psykologian professori kuvailee heitä suvaitsevaisiksi, itsevarmoiksi ja kunnianhimoisiksi, mutta ahdistuneiksi ja narsistisiksi.

Asiantuntijat uskovat ahdistuksen yleistymisen johtuvan mahdollisesti siitä, että se on sanana päätynyt puhekielessä hyvin vapaaseen käyttöön, ja tilastoissa sen nousu saattaa johtua lähinnä mielenterveysongelmien stigman häviämisestä.

Artikkelissa haastatellaan muutamaa suomalaista millenniaalia. Toimittaja, itse 28, jakaa myös omia ajatuksiaan: Hän sanoo, ettei tunnista itseään millenniaalina, jonka elämää värittävät kuulopuheiden mukaan stressi, kiire, ahdistus, näköalattomuus, pakkomieltainen suorittaminen ja loppuun palaminen.

Toimittaja kertoo elämänsä olevan varsin rentoa, vaikka hänellä omien sanojensa mukaan ei ole akateemista tutkintoa eikä korkeaa palkkaa, ja hänellä on todettu ahdistuneisuushäiriö. Myös kaksi haastateltavaa vaikuttavat ajatusmaailmaltaan varsin sukupolvensa stereotyyppien vastaisilta. Nainen, 28, on valmistunut psykologiksi ja on määräaikaissa työsuhteessa, eikä koe elämäänsä rankaksi. Hän luottaa, että työsuhde jatkuu, tai että löytää tarvittaessa muita töitä. Opinnoissa hänellä oli jonkin verran vaikeuksia ja valmistumisen jälkeen iski hetken epätoivo töiden löytymisestä. Muuten hän ei ole asettanut itselleen liikaa paineita, ja uskoo sen olleen mielenterveyden kannalta hyvä asenne.

Haastateltava mies, 29, on valtiotieteen kandidaatti pääaineenaan sosiologia, mutta tekee töitä vahtimestarina. Hän uskoo, että voisi työllistyä omalle alalleen, mutta se vaikuttaa hänestä tylsältä ja raskaalta, eikä sitoutumiselle saa vastinetta. Hän huomaa sen ystävisään: Liikaa työskentelevät voivat pahoin, ja vähemmän työskentelevät kokevat riittämättömyyttä. Miehellä on tulevaisuuden urahaaveita, mutta ei koe tarvetta toteuttaa niitä heti. Hän uskoo liiallisen itsetutkiskelun olevan turhaa.

Yksi haastateltavista, 21-vuotias nainen, samastuu ainakin yhteen millenniaali-stereotyyppiin: niin kovaan kilpailuun muiden valtiotieteen opiskelijoiden kanssa, että opinnoista ei

tunnu jäävän paljoka käteen. Tämä toisaalta johtuu yliopiston uudistuneesta käytännöstä, jossa parhailla arvosanoilla pääsee erikoistumaan haluamaansa alaan. Hän kertoo opiskelijoiden parissa olevan hajontaa: Osa on jo päättänyt tarkkaan, minne haluavat työllistyä, ja toiset pelkäävät jäävänsä työttömäksi. Itse hän ei työllistymisestä vielä huolehdi, sillä haluaa aidosti keskittyä opintoihin.

Toimittaja pohtii, että toisaalta uusia sukupolvia on ennekin parjattu ja heidän terveydestään on huolestuttu. Hän toteaa, että ehkä millenniaalit eivät olekaan niin erityisiä kuin he itse tai muut luulevat.

### **2.3.8 Koonti artikkeleista**

Edellä mainituista artikkeleista viisi kertoo terveydestä ja kaksi työelämästä. Millenniaalit esitetään artikkeleissa muun muassa vaativina työntekijöinä, ahdistuneina ja nuorina aikuisina, jotka ovat ihan tyytyväisiä elämäänsä. Terveysaiheiset artikkelit käsittelevät nimenomaan henkistä pahoinvointia kuten ahdistusta, stressiä ja masennusta. Työelämän osalta käsitellään muutosta, jota millenniaalit tuovat yrityksiin ja niiden toimintaan. Monessa artikkelissa nousee esiin sama sanoma: Millenniaalinen luullaan olevan hankalia ja pahoinvoivia, mutta todellisuus saattaa olla toinen. Aluksi luetellaan liuta negatiivisia käsitteitä, jotka lopulta todistetaan ainakin osittain vääriksi haastattelujen ja muiden havaintojen avulla. Esimerkiksi Talouselämän kolumni kääntää negatiivisen aiheen positiiviseksi: Vaikka millenniaalit kamppailevat mielenterveysongelmien kanssa, ainakin he uskaltavat puhua niistä keskenään avoimesti ja purkavat näin aiheeseen liittyvää stigmaa. Ainoat puhtaasti negatiiviset artikkelit ovat Aamulehden kolumni ja Tekniikan Maailman uutinen, jotka keskittyvät mielenterveysongelmien vaikeuksiin.

Jos tarkastelee pelkästään artikkelien otsikoita, ne maalavat useimmiten negatiivisemmän kuvan kuin varsinainen sisältö. On mahdollista, että negatiivisen seikan nostaminen otsikoon on tapa houkutella yleisöä lukemaan artikkeli.

Toki jokaisen artikkelin tulkinta riippuu lopulta kädessä lukijasta, joka tuo aina oman kontekstinsa. Esimerkiksi sen, että millenniaalilla on erilaisia työelämään liittyviä vaatimuksia, voi nähdä kahdella tavalla: Hemmoteltu ja mukavuudenhaluinen millenniaali haluaa työn olevan mahdollisimman helppoa, tai rohkea ja edistysellinen millenniaali nostaa esiin epäkohtia, jotta työyhteisö voisi paremmin. Samoin mielenterveysongelmista avoimesti puhuminen voi kuulostaa valittamiselta ja uhritumiselta tai raikkaan rehelliseltä.

### 3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus pyrki vastaamaan kysymykseen ”Miten Helsingin Sanomat esittää millenniaalit?” Tämä tutkimus oli laadullinen ja valittu tutkimusmenetelmä oli sisällönanalyysi. Tässä luvussa kerrotaan tutkimusmenetelmän taustoista, tutkimusaineiston valinnasta ja rajaamisesta sekä tutkimuksen toteutuksesta.

#### 3.1 Sisällönanalyysi

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Se voi olla yksittäinen metodi tai väljä teoreettinen kehys, joka liitetään erilaisiin analyysikokonaisuuksiin. (Tuomi, Sarajärvi, 2009, 91.) Sisällönanalyysi mahdollistaa dokumenttien, kuten esimerkiksi kirjojen, artikkelien tai haastattelujen systemaattisen ja objektiivisen analysoinnin (Tuomi, Sarajärvi, 2009, 103). Tässä tutkimuksessa dokumentteina toimivat Helsingin Sanomien verkkosivuilla julkaistut, millenniaaleja käsittelevät artikkelit.

Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, jossa etsitään tekstin merkityksiä. Analyysissa pyritään ymmärtämään todellisuutta inhimillisenä ajattelutapana eikä etsimään totuutta. (Tuomi, Sarajärvi, 2009, 104.) Tässä tutkimuksessa se tarkoittaa, että tarkastelen miten millenniaalit esitetään aineistossa, enkä sitä, ovatko kyseiset esitykset totuudenmukaisia.

Vaikka sisällönanalyysi on yleensä laadullista, myös määrällisellä analyysillä on funktionsa: Sen avulla voidaan luoda yleiskuva jostakin suhteellisen laajasta dokumenttiaineistosta. Sitä käytetään usein myös jonkin havainnon tai teoreettisesti perustellun väitteen ’tieteelliseen todistamiseen’. Tuekseen määrällinen sisällön erittely tarvitsee teoreettisia selitysmalleja ja laadullisia analyysimenetelmiä. (Väliverronen, 1998, 16, 17.) Sisällönanalyysi auttaa järjestelemään aineiston, jotta siitä voidaan tehdä johtopäätöksiä. Jos aineiston esittelee vain tuloksina ilman johtopäätöksiä, voi tutkimus jättää keskeneräisen vaikutelman. (Tuomi, Sarajärvi, 2009, 103.)

Tutkijan on rakennettava aineistonsa analyysi mahdollisimman vapaana erilaisista taustaoletuksista ja -teorioista. Tärkeintä on, että tutkija tuntee aineistonsa perin pohjin ja rakentaa tulkintansa aineistonsa ehdoilla eikä joistakin vahvoista teoreettisista oletuksista käsin. Toinen tapa on rakentaa tulkinta aineistosta tietoisesti jonkin teorian tai useampien erilaisten teoreettisten oletusten pohjalta. Lopulta puhdas aineistolähtöisyys on mahdotonta, sillä tutkimusta tehdessä on aina joitakin tiedostettuja lähtökohtia. Teorioiden välttely saattaa johtaa siihen, että tutkija tyytyy pelkkään aineistonsa kuvailuun. Teoriat tarjoavat myös

mahdollisuuden tulkita aineistoa osana jotakin laajempaa kontekstia. (Väliverronen, 1998, 33.)

Sisällönanalyysi oli tämän tutkimuksen laajempi menetelmä. Tarkempaan menetelmänä käytettiin kielellisten ilmausten analyysia ja sisällön erittelyä. Kun sisällönanalyysi pyrkii kuvaamaan dokumenttien sisältöä sanallisesti, sisällön erittely sen sijaan kuvaa sitä määrällisesti (Tuomi, Sarajärvi, 2009, 106). Sisällön erittely voi olla tiedon keräämistä sanallisina ilmaisuina tai määrällisessä muodossa, luokiteltuna ja tilastoituna (Pietilä 1973, 53).

Kyseiset menetelmät valittiin siksi, että ne mahdollistavat tutkimusaineiston tarkastelun perinpohjaisesti. Menetelmien avulla aineistosta pystyi keräämään ja kokoamaan niin laadullista kuin määrällistä informaatiota sekä tekemään johtopäätöksiä.

### **3.2 Tutkimusaineisto**

Tutkimusaineiston lähde on Helsingin Sanomat, joka on levikiltään Suomen suurin sanomalehti. Lehden kokonaislevikki eli painetun sekä digitaalisen lehden levikki yhteensä oli 332 717 vuonna 2018. Kokonaistavoittavuus eli painetun lehden keskimääräisen numeron lukijamäärä sekä keskimääräisen viikon aikana lehden eri digitaalisia versioita käyttäneiden nettomäärä yhteensä oli noin 1,5 miljoonaa vuonna 2018. (MediaAuditFinland 2018).

Helsingin Sanomat on merkittävä julkaisu Suomen mediakentässä, joten se sopii lähteeksi aineistolle. Helsingin Sanomat on käsitellyt millenniaaleja viime vuosien aikana monissa eri artikkeleissa, kuten uutisissa, kolumneissa ja pidemmissä ilmiöitä käsittelevissä juutuissa, eli niin sanotuissa feature-artikkeleissa. Tämän vuoksi aineisto on ajankohtainen ja monipuolinen.

Tutkimusaineisto on rajattu Helsingin Sanomien verkkosivuilla julkaistuihin artikkeleihin, jotka joko kertovat millenniaaleista tai mainitsevat millenniaalit jollain tapaa kuvailen. Aineistoon otettiin mukaan sekä ilmaiset että maksulliset artikkelit. Aineistosta on karsittu pois yleisönosaston mielipidekirjoitukset, konsertti-, levy-, kirja-, elokuva- ja televisiosarja-arvostelut sekä artikkelit, joissa millenniaalit mainitaan ilman minkäänlaista kuvailua tai rinnastusta. Näin aineisto vastaa mahdollisimman paljon juuri Helsingin Sanomien toimituksen tekemiä valintoja millenniaalien representaatiossa.

Jotta aineisto olisi tarpeeksi laaja, mutta mahdollisimman tuore, se on rajattu aikavälille tammikuu 2017–elokuu 2019. Analysoitavia artikkeleita on yhteensä 38 kappaletta. Artikkelit ovat peräisin lehden verkkosivuilta. Printtilehden sisällöt on jätetty aineistosta pois.

Tämä valinta on tehty siksi, että verkossa oli mahdollista tehdä laajempi ja tarkempi katsaus kaikista lähivuosien artikkeleista, joissa mainitaan millenniaalit. Verkkosisällön kirjo on myös monipuolisempi, sillä siihen mahtuu artikkeleita, joita ei ole julkaistu painetussa lehdessä. Otin aineistoon mukaan myös Nyt- ja Sunnuntai -liitteiden sekä Metro-lehden artikkelit, sillä ne ovat osa Helsingin Sanomien toimitusta ja niiden sisällöt esiintyvät muiden artikkelien lailla lehden verkkosivuilla.

Aineiston hakumenetelmänä käytettiin hs.fi-verkkosivuston hakutoimintoa kaikkien millenniaali-aiheisten sisältöjen löytämiseksi. On huomioitavaa, että sanalla on kaksi kirjoitusasua: millenniaali ja milleniaali. Haut tehtiin molemmilla kirjoitusasuilla. Samasta sukupuolvesta käytetään myös muita nimityksiä, kuten esimerkiksi y-sukupuoli, mutta tässä tutkimuksessa keskitytään sanan millenniaali käyttöön artikkeleissa, sillä se on ajankohtaisempi nimitys kyseiselle sukupolvelle.

### **3.3 Analyysin toteutus**

Sisällönanalyysia ja erittelyä varten luotiin taulukko (liite 2), johon koottiin kaikki aineistoon kuuluvien artikkelien otsikot. Taulukkoon tehtiin sarakkeet jokaiselle kohdalle, jotka artikkeleista eriteltiin. Jokaisesta aineiston 38 artikkelista eriteltiin seuraavat kohdat:

- Artikkelin juttutyyppe
- Artikkelin aihe tai aiheet
- Millenniaaleista käytetyt verbit
- Millenniaaleista käytetyt adjektiivit
- Käytettyjen adjektiivien sävy (positiivinen, negatiivinen tai neutraali)
- Artikkelissa esiintyvät, millenniaaleista puhuvat äänet

Juttutyypit määriteltiin journalismin perinteisen jaottelun mukaan: uutinen, henkilöhaastattelu, feature, kolumni, pääkirjoitus ja reportaasi. Hieman epätavallisempia juttuja olivat analyysit ja Helsingin Sanomien toteuttamista kyselyistä kertovat jutut.

Aihe määriteltiin artikkelin otsikon ja ingressin sisällön perusteella. Aihe voi olla esimerkiksi työelämä, hyvinvointi tai talous. Jos artikkelissa käsitellään tiettyä maata tai tietyn kansallisuuden millenniaaleja, kyseinen maa kirjattiin myös aiheeksi. Tämä valinta tehtiin, jotta voitiin vertailla, puhutaanko millenniaaleista yleisellä tasolla vai kansallisuuden mukaan. Muuten aiheet pyrittiin pitämään melko yleisinä eikä erityisen tarkkoina, jotta niitä ei tulisi liikaa ja niitä voisi vertailla keskenään paremmin.



Artikkeleista etsittiin kaikki lauseet, joissa käytetään nimenomaan sanaa millenniaali tai selkeästi heihin viittaavaa pronominia. Monissa artikkeleissa millenniaalien ohella puhutaan esimerkiksi nuorista aikuisista. Tällaiset lauseet suljettiin analyysistä pois, sillä ne ovat epämääräisiä eivätkä viittaa suoraan millenniaaleihin.

Taulukkoon kirjattiin kaikki verbit, joissa millenniaalit ovat joko subjektina tai objektina. Esimerkiksi lauseessa ”Millenniaalit muuttavat työelämää” he ovat subjektina eli tekijänä, ja lauseessa ”Millenniaalien odotetaan ohittavan suuret ikäluokat” he ovat objektina eli tekemisen kohteena.

Adjektiivit poimittiin artikkeleista samalla tavoin kuin verbit, eli kun ne viittasivat suoraan millenniaaleihin. Adjektiivien sävyt pyrittiin määrittelemään mahdollisimman objektiivisesti. Esimerkiksi ”hauras” määriteltiin negatiiviseksi, ”lojaali” positiiviseksi ja ”hengellinen” neutraaliksi.

Osassa artikkeleista esiintyi monia eri ääniä, mutta taulukkoon kirjattiin vain ne, jotka puhuvat millenniaaleista. Toimittajat tai haastateltavat saattavat olla millenniaaleja, mutta jos sitä ei artikkelissa tuoda esiin, näitä ei kirjattu taulukkoon. Jos äänessä on Helsingin Sanomien toimittaja, hänen nimensä perään merkittiin lyhenne HS.

Taulukon avulla laskettiin, missä juttutyypeissä ja minkä aiheisissa artikkeleissa millenniaalit esiintyvät eniten, mitä ovat yleisimmät heistä käytetyt adjektiivit ja verbit, ja kuinka moni adjektiiveista on positiivisia, negatiivisia tai neutraaleja. Lisäksi laskettiin, kuinka monessa artikkelissa millenniaalit pääsevät itse ääneen. Äänessä olevien millenniaalien kerrottuja taustoja tarkasteltiin ja selvitettiin, mitä eroja heidän välillään ilmenee. Taulukosta laskettiin myös, mitkä muut tahot puhuvat eniten millenniaalien puolesta.

Jotta analyysi ei olisi pelkkää aineiston kuvailua ja siitä voisi muodostaa selkeämpiä johtopäätöksiä, taulukon tuloksia analysoitiin kolmen hypoteesin kautta. Hypoteesit olivat seuraavat:

1. Millenniaaleista muodostuu artikkelien perusteella negatiivinen mielikuva
2. Millenniaalit eivät pääse itse ääneen artikkeleissa
3. Millenniaaleista tehdään lähinnä vain mielenterveyteen ja työelämään liittyviä artikkeleita

Hypoteesit on muodostettu tutkimusta edeltäneiden havaintojen pohjalta. Havainnot perustuvat arjen tavanomaiseen mediaseurantaan noin viimeisen vuoden ajalta.

## 4 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen merkittävimmät tulokset. Kaikki tulokset löytyvät liitteenä olevasta analyysitaulukosta (liite 2).

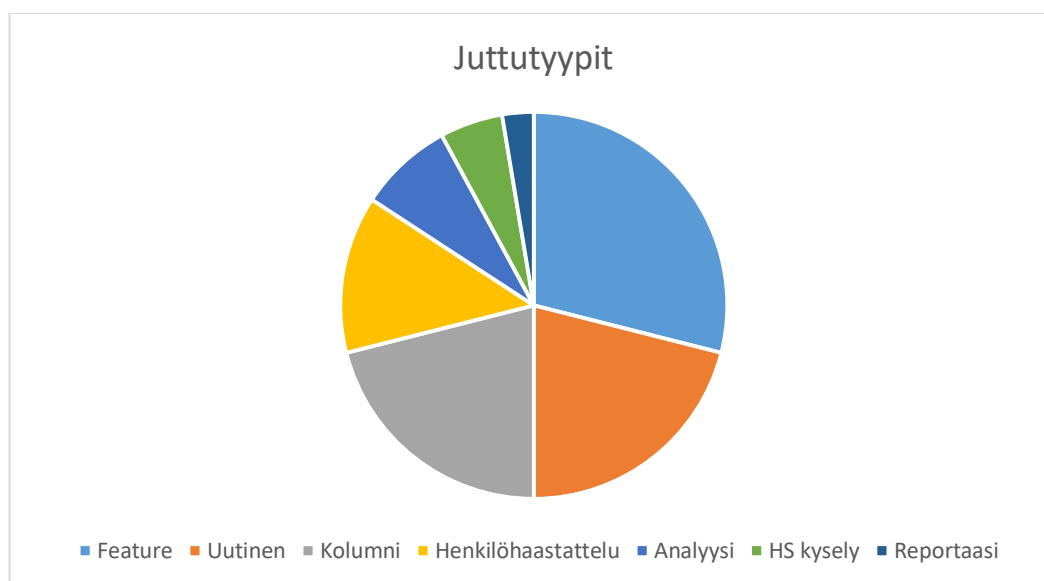
### 4.1 Artikkelien määrä

Tutkimusaineisto kerättiin aikaväliltä tammikuu 2017–elokuu 2019, ja artikkeleita oli yhteensä 38 kappaletta. Vuodelta 2017 oli 10 artikkelia, vuodelta 2018 oli 16 artikkelia ja vuodelta 2019 elokuun loppuun mennessä 12 artikkelia. Elokuun 2019 jälkeen Helsingin Sanomien verkkosivuilla on julkaistu lokakuun loppuun mennessä kolme (3) millenniaaleja kuvailevaa artikkelia, eli luku saattaa vuoden loppuun mennessä tasoittaa tai ylittää vuoden 2018 määrän.

### 4.2 Millaisissa artikkeleissa millenniaalit esiintyvät: osiot, juttutyypit ja aiheet

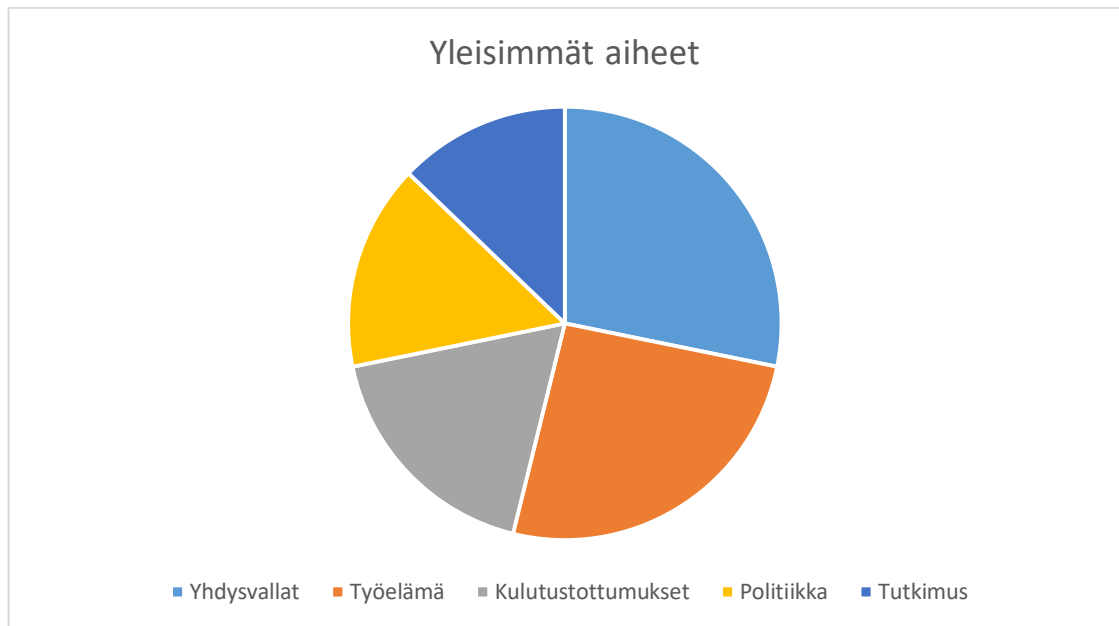
Millenniaalit olivat eniten esillä Helsingin Sanomien Ulkomaat-, Kolumni-, Elämä-, Ura- ja Talous -osioissa. Muita osioita olivat Tiede, Kulttuuri ja Hyvinvointi. Nyt- ja Sunnuntai-liitteen artikkeleille ei ole nimetty muuta tarkempaa kategoriaa. Nyt-liitteen artikkeleita oli kolme (3) kappaletta ja Sunnuntai-liitteen artikkeleita kaksi (2).

Juttutyypeittäin laskettuna pidempiä, ilmiöistä kertovia erikoisartikkeleita eli feature-juttuja oli eniten, 11 kappaletta. Uutisia ja kolumneja oli toiseksi eniten, molempia kahdeksan (8) kappaletta. Henkilöhaastatteluja oli viisi (5), analyyseja kolme (3), Helsingin Sanomien toteuttamia kyselyitä kaksi (2) ja reportaaseja yksi (1) kappale.



Kuvio 1. Millenniaaleja käsittelevien juttutyyppien jakauma

Yleisimpiä artikkelien aiheita olivat Yhdysvallat (11 artikkelia), työelämä (10), kulutustottumukset (7), politiikka (6) ja tutkimus (5). Kolmesta neljään (3–4) kertaan esiintyneitä aiheita olivat talous, kulttuuri, uskonnollisuus ja hyvinvointi. Yhteen tai kahteen (1–2) kertaan esiintyivät seuraavat aiheet: vaalit, matkailu, monikulttuurisuus, seksi, parisuhteet, mielenterveys, Englanti, Britannia, Kanada, Saksa, Japani, Singapore, Hongkong, Kiina, opiskelu, opiskelijat, elintavat, suomen kieli, historia, popkulttuuri, kehon terveys, alkoholi, liikunta, elämykset, kansantalous, astrologia, yrittäjyys, huumori, viihde, televisio, nuorisokulttuuri, muslimit, pukeutuminen, kasvit, kukat.



Kuvio 2. Yleisimpien millenniaaleihin liitettyjen aiheiden jakauma (yli 4 artikkelia)

### 4.3 Millenniaalien äänet artikkeleissa

#### 4.3.1 Millenniaalit itse äänessä

Artikkeleita, joissa haastatellaan millenniaaleja, oli aineistossa seitsemän (7) kappaletta, eli yhden desimaalin tarkkuudella 18,4 prosenttia koko aineistosta. Jos mukaan lasketaan ulkopuolisesta lähteestä siteeratut henkilöt, Helsingin Sanomien kyselyihin vastanneet ja kolumnistit, jotka kertovat olevansa millenniaaleja, millenniaalit pääsevät ääneen yhteensä 13 artikkelissa, mikä on 34,2 prosenttia koko aineistosta.

Jokaisen äänessä olevan millenniaalin tarkka ikä ei tule esille aineistossa, mutta ilmoitettujen ikien perusteella heidän ikävälinsä on noin 20–32, joka kattaa noin kaksi kolmasosaa koko sukupolven ikähaarukasta. Heidän keski-ikänsä on 27 vuotta.

Tiettävästi nuorimmat millenniaalit ovat Sunnuntai-liitteen feature-artikkelissa (2018) esiintyvät kaksi suomalaista somalitaustaista musliminaista, jotka ovat 20-vuotiaita. Vanhin millenniaali-ääni on suomalainen tv-sarjan käsikirjoittaja, jonka kerrotaan artikkelissa syntyneen vuonna 1987.

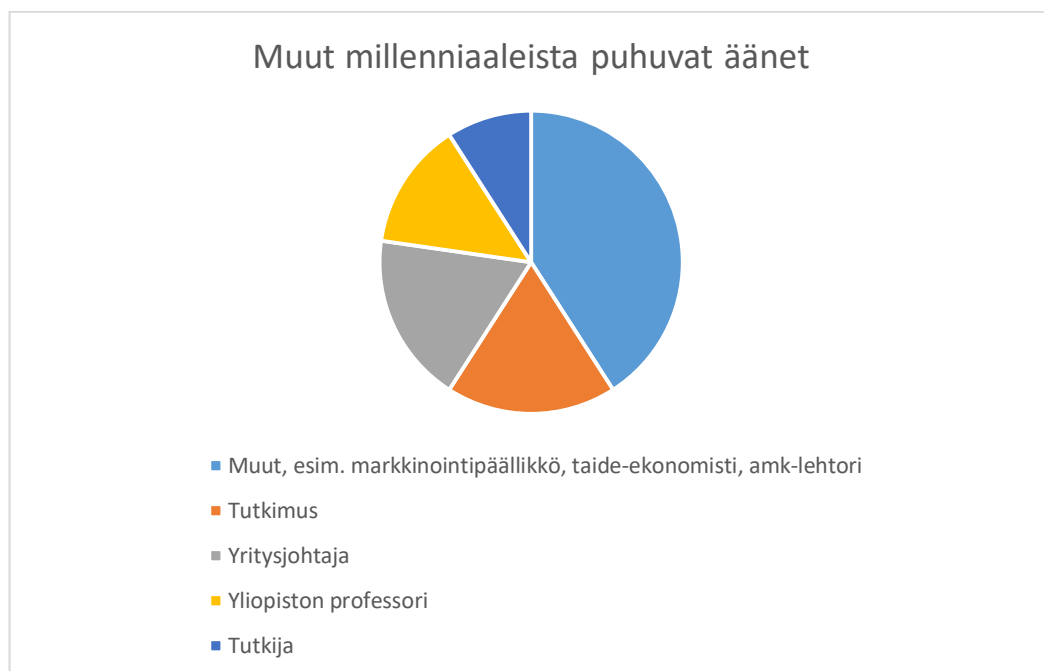
Artikkeleissa on esillä millenniaaleja eri puolilta maailmaa. Kaikkien kansallisuus ei tule selväksi, mutta ääneen pääsee sukupolven edustajia ainakin Suomesta, Britanniaista, Yhdysvalloista ja Kiinasta. Tarkempia mainittuja synnyin- ja asuinpaikkoja ovat Helsinki, Vantaa, Jyväskylän Korpilahti, Lontoo ja Tennessee.

Välillisesti ääneen pääsevät millenniaalit, jotka ovat osallistuneet tutkimuksiin, joihin artikkeleissa viitataan. Heitä on seuraavista maista: Suomi, Ruotsi, Norja, Tanska, Yhdysvallat, Kanada, Britannia, Saksa, Japani, Singapore ja Hongkong.

Ammatteja tai muita statuksia, joita äänessä olevilla millenniaaleilla ilmoitetaan, ovat opiskelija, sosiaalisen median vaikuttaja, käsikirjoittaja, vaatekaupan myyjä, graafikko, raittiuskerhon perustaja ja konsultti.

#### 4.3.2 Muut äänet

Muut henkilöt ja tahot, jotka puhuvat millenniaalien puolesta, olivat enimmäkseen tutkimukset (4 artikkelia), yritysten toimitusjohtajat (4), yliopistojen professorit (3) ja tutkijat (2). Yksittäisiä ääniä, jotka tulevat esiin, olivat muun muassa pankin markkinointipäällikkö, yhdysvaltalainen taide-ekonomisti ja suomalaisen ammattikorkeakoulun lehtori.

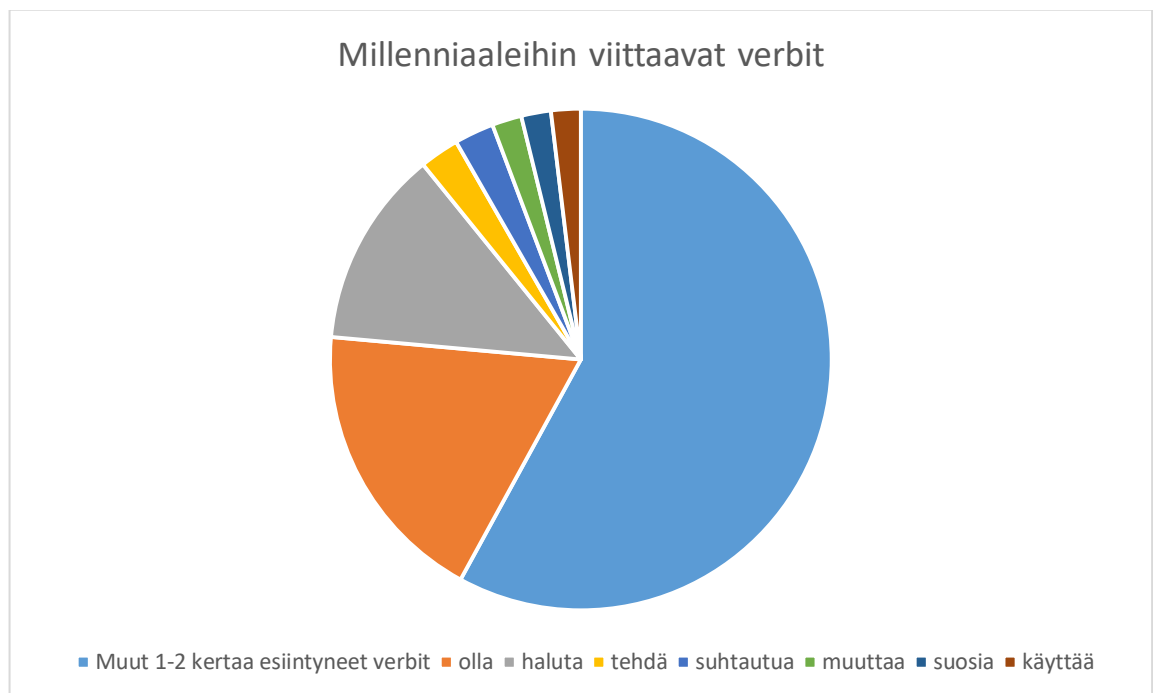


Kuvio 3. Muiden millenniaaleista puhuvien äänien jakauma

Kolumneissa toimittaja tai kirjoittaja puhuu oletetusti omalla äänellään. Kolumnisteja ovat Helsingin Sanomien toimittajien lisäksi lehden toimituspäällikkö ja uutispäällikkö, Kuukausiliitteen toimittaja, liikuntalääketieteen erikoislääkäri sekä vapaita toimittajia.

#### 4.4 Aineistossa esiintyvät verbit

Millenniaaleihin viittaavia verbejä esiintyi koko aineistossa yhteensä 157 kertaa. Yleisimmät verbit olivat olla (29 kertaa), haluta (20), tehdä (4), suhtautua (4), muuttaa (3), suosia (3) ja käyttää (3). Muita verbejä esiintyi aineistossa yksi tai kaksi kertaa.



Kuvio 4. Yleisimpien millenniaaleista käytettyjen verbien jakauma

Kaksi kertaa esiintyneitä verbejä olivat: määritellä, samastua, odottaa, oppia, arvostaa, osata, syödä, elää, rakastaa, innostua, perustaa, vaikuttaa (objekti), ostaa, toivoa, uskoa.

Kuten saattoi olettaa, millenniaalit olivat eniten verbien subjekteina eli tekijöinä. Objekteina eli tekemisen kohteina he olivat kuusi (6) kertaa.

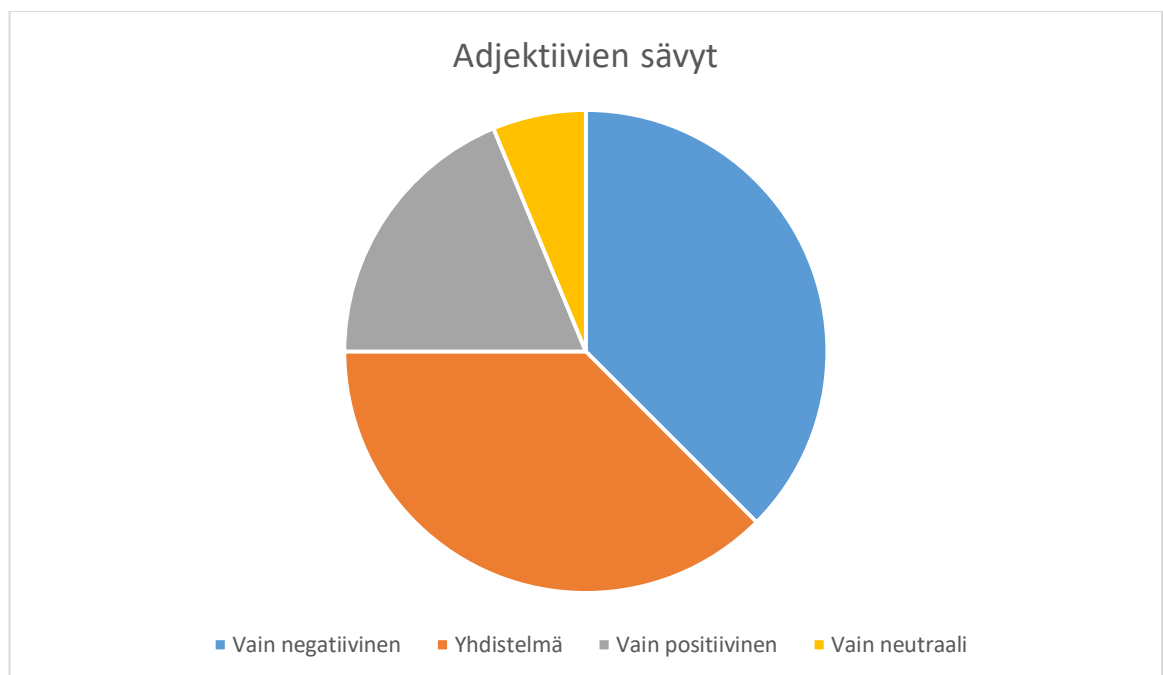
Yleisimmin esiintyneet verbit ovat abstrakteja, eli eivät itsessään ilmaise mitään selkeää tekemistä. Kerran tai kaksi esiintyneiden verbien joukossa oli muutama konkreettinen ilmaisu, kuten syödä ja ostaa.

#### 4.5 Aineistossa esiintyvät adjektiivit ja niiden sävyt

Millenniaaleihin viittaavia adjektiiveja esiintyi aineistossa yhteensä 40 kertaa. Adjektiivien kirjo oli hyvin hajanainen: Ainoat adjektiivit, jotka esiintyivät enemmän kuin kerran, olivat kärsimätön, diginatiivi ja lihava. Kaikki nämä esiintyivät kahteen kertaan.

Adjektiivit määriteltiin sävyiltään joko negatiivisiksi, positiivisiksi tai neutraaleiksi. Monessa artikkelissa oli useampia sävyjä, yhdessä jopa kaikkia kolmea, kuten haluton (negatiivinen), lojaali (positiivinen) ja konservatiivinen (neutraali).

Positiivisia adjektiiveja esiintyi yhteensä 15 kappaletta kahdeksassa (8) artikkelissa. Negatiivisia adjektiiveja esiintyi 13 kappaletta kahdeksassa (8) artikkelissa ja neutraaleja adjektiiveja 12 kappaletta seitsemässä (7) artikkelissa. Taulukosta laskettiin myös vain tietyn sävyisiä adjektiiveja sisältävät artikkelit (kuvio 5). Vain negatiivisia adjektiiveja oli kuudessa (6) artikkelissa, vain positiivisia adjektiiveja oli kolmessa (3) ja vain neutraaleja yhdessä (1). Yhdistelmiä useammasta sävystä oli kuudessa (6) artikkelissa. Lopuissa artikkeleista ei esiintynyt adjektiiveja.



Kuvio 5. Artikkeleissa esiintyneiden adjektiivien sävyjen jakauma

Koska adjektiivien kirjo oli laaja, annetaan esimerkkejä adjektiiveista kuvion 5 luokittelun mukaan:

–Vain negatiivisia adjektiiveja sisältävien artikkelien adjektiivit olivat: epävarma, hauras, lihavin, vaarallisen lihava, työkelvoton, laiska, nirso, häilyvä, apaattinen, päättämätön.

–Vain positiivisia adjektiiveja sisältävien artikkelien adjektiivit olivat: innokkain, tarkka, joustava, muuntautumiskykyinen.

–Ainoa vain neutraaleja adjektiiveja sisältäneen artikkelin adjektiivi oli hengellinen.

On otettava huomioon, että analyysiin ei sisällytetty artikkelien yleisiä sävyjä, jotka rakentuvat laajemmasta kontekstista. Vaikka millenniaaleista sanotut asiat olivat positiivisia, artikkeli saattoi muun kontekstin huomioon ottaen olla neutraali tai negatiivinen ja päin vastoin. Hyvä esimerkki tästä on kolumni Milleniaalit, lopettakaa ruikutus! Työtä on entistä enemmän tarjolla (2019). Tekstissä kerrotaan, että työllisyystilanne on Suomessa pelättyä parempi, mikä on positiivista. Samalla kuitenkin millenniaalien sanotaan ruikuttavan ja ammentavan elämänsisältönsä traumaista ja uhriutumuksesta, mikä on negatiivinen kommentti. Analyysissä keskityttiin vain millenniaaleista käytettyihin ilmauksiin, eikä tehty tulkintoja tekstien muista konteksteista.

#### **4.6 Tulosten analysointi hypoteesien pohjalta**

Hypoteesi 1. Millenniaaleista muodostuu artikkelien perusteella negatiivinen mielikuva.

Kyseisen hypoteesin todenmukaisuutta voi tulkita monella tavalla. Jos katsotaan adjektiivien sävyjen tilastoja, kyseinen hypoteesi osoittautui jotakuinkin vääräksi. Jakauma on hyvin tasainen: Positiivisia adjektiiveja on kaksi kappaletta enemmän kuin negatiivisia, ja neutraalejakin melkein yhtä paljon. Myös positiivisia ja negatiivisia adjektiiveja sisältävien artikkeleiden määrä on sama.

Jos katsotaan vain tietyn sävyisiä adjektiiveja sisältävien artikkeleiden määrää, negatiivista on kaksinkertainen määrä positiiviseen verrattuna. Tästä voi päätellä, että kun artikkelissa esiintyy negatiivisuutta, sitä on usein kerralla enemmän. Positiiviset adjektiivit taas esiintyvät hajanaisemmin, eikä niitä kasaannu usein yhteen artikkeliin. Toisaalta kaksi kolmesta yleisimmistä adjektiiveista, kärsimätön ja lihava, ovat negatiivisia. Näin katsottuna millenniaaleista muodostuu negatiivisempi tulkinta.

Hypoteesi 2. Millenniaalit eivät pääse itse ääneen heistä kertovissa artikkeleissa.

Tämä hypoteesi oli melko todenmukainen. Millenniaaleja haastateltiin alle viidesosassa koko ainestoa. Jos laskettiin yhteen haastateltavat ja muilla tavoin ääneen päässeet millenniaalit, heidän osuutensa nousi 34,2 prosenttiin.

Useissa artikkeleissa äänessä on asiantuntijoita, joilla ainakin päälipuolisen tarkastelun perusteella vaikuttaa olevan varteenotettavaa tietoa aiheesta, josta he puhuvat. Aineistossa oli myös useita artikkeleita, joissa millenniaalit mainittiin tekstissä vain ohimennen, eikä artikkeli keskittynyt heihin.

Vaikka millenniaalit pääsivät harvemmin ääneen, heitä kuultiin kuitenkin melko tasapuolisesti eri aiheiden, kuten kulttuurin, työelämän, mielenterveyden ja politiikan osalta. Helsingin Sanomien osioita tarkasteltaessa näkyi, että Tiede- ja Talous -artikkeleissa millenniaaleja ei kuultu kertaakaan henkilökohtaisesti. Toisaalta puolet Talous-osion artikkeleista ja kaikki Tiede-osion artikkelit pohjaavat heistä tehtyihin tutkimuksiin.

Hypoteesi 3. Millenniaaleista tehdään lähinnä vain mielenterveyteen ja työelämään liittyviä artikkeleita.

Tämä hypoteesi paljastui osittain paikkansa pitäväksi. Työelämä oli Yhdysvaltojen jälkeen yleisin millenniaaleihin liitetty aihe. Kymmenen (10) artikkelin osuus koko aineistosta oli reilu neljäsosa (26,3 prosenttia). Mielenterveys taas oli oletettua harvinaisempi aihe: Se esiintyi aineistossa vain kaksi kertaa (5,3 prosenttia aineistosta). Yhdessä työelämä ja Yhdysvallat muodostavat hieman yli puolet aiheista, ja kulutustottumukset ja politiikka olivat myös lähes tasoissa toistensa kanssa. Näiden mutta jälkeen jako oli melko monipuolinen.



## 5 Pohdinta

### 5.1 Tutkimustulosten pohdinta

#### 5.1.1 Miksi millenniaaleista tehdään juttuja?

Jos tarkastellaan, kuinka monta artikkelia aineistossa oli jokaiselta vuodelta, millenniaalit näyttävät olevan yleistynyt aihe ja käsite Helsingin Sanomien sisällöissä. Tämä saattaa johtua kielen muutoksesta: Millenniaali vaikuttaa tehneen tuloaan suomen kieleen vasta lähivuosina, kun ennen on käytetty termiä Y-sukupolvi. Ainakin Helsingin Sanomien verkkosivuilta hakiessa jälkimmäistä nimitystä näkyy enemmän vanhemmissa artikkeleissa.

Millenniaalit ovat tutkimuksen tekohetkellä määritelmästä hieman riippuen noin 20–40 -vuotiaita. Tämän ikäisiä on nyt opiskelemassa, työelämässä, virkamiehinä ja perheen perustajina. He ovat merkittävä ikäryhmä yhteiskunnassa ja heihin kohdistuu paljon odotuksia. Uskon, että tämä tekee heistä kiinnostavia ja siksi he valikoituvat myös mediasisältöjen aiheiksi.

On kuitenkin mahdollista, että millenniaalipuhe on ohimenevä trendi, ja lähivuosina he kaatoavat otsikoista. Seuraava sukupolvi, jota tällä hetkellä kutsutaan nimellä Z, saattaa pian syrjäyttää millenniaalit kiinnostavampana juttuaiheena. Varsinkin tulevaisuuden näkymiä käsitellessä katseet kohdistuvat usein nuorimpaan sukupolveen, jotka ovat vielä koulussa ja vasta aikuisuuden kynnyksellä.

#### 5.1.2 Miksi millenniaaleihin liitetään tiettyjä aiheita?

Yleisimmät aiheet, joihin millenniaalit liitettiin, olivat Yhdysvallat, työelämä, kulutustottumukset ja politiikka. Yhdysvallat oli yleinen aihe todennäköisesti siksi, että maan poliittinen ilmasto on median keskiössä. Artikkelien määrään saattoi vaikuttaa myös vuoden 2018 kongressivaalit, joista kertovia artikkeleita oli kolme. Tämä saattoi vaikuttaa myös siihen, että politiikka oli aineiston yleisimpiä aiheita. Vaalien yhteydessä millenniaaleista käytiin vilkasta keskustelua, sillä heidän äänen uskottiin olevan ratkaiseva. Lisäksi termi millenniaali on peräisin Yhdysvalloista, joten on luonnollista, että sitä käytetään Yhdysvaltoja käsiteltäessä. Kahdessa vuonna 2018 julkaistussa artikkelissa enteiltiin, että millenniaalit nousevat vuonna 2019 Yhdysvaltojen suurimmaksi väestöryhmäksi, joten kyseisellä sukupolvella on maalle vielä erityisempi merkitys.

Työelämän liittäminen millenniaaleihin on loogista, sillä moni heistä on tällä hetkellä työelämässä ja heillä on havaittu olevan edellisistä sukupolvista eroavia työskentelytapoja ja -tottumuksia. Myös työelämän tahti, epävarmuus ja työuupumus ovat olleet yleisiä puheenaiheita, joten niihin liitetään myös töissä käyvät sukupolvet.

Myös kulutustottumusten osalta sukupolvien välillä vaikuttaa tapahtuneen muutosta, mikä saattaa lisätä aiheen yleisyyttä. Millenniaalit ovat valikoivia kuluttajia: He haluavat tehdä persoonallisia hankintoja ja panostaa elämyksiin sekä arjen luksukseen, kuten hienompaan kuntosaliin ja kukkiin. Kulutus kiinnostaa tietysti myös yritysmaailmaa, ja usea aiheetta käsittelevä artikkeli viittaakin joko johonkin yritykseen tai yrityksen teettämään tutkimukseen.

### **5.1.3 Keitä millenniaalit todella ovat?**

Vaikka millenniaalit eivät päässeet aineistossa kovin usein ääneen, ei se varsinaisesti syö kaikkien niiden artikkelien uskottavuutta, joissa millenniaaleja ei kuulla. Aina ei välttämättä ole tarkoituksenmukaista, että millenniaaleja kuultaisiin henkilökohtaisesti, kuten uutisessa, joka kertoo heistä tehdystä tutkimuksesta. Valtaosassa artikkeleita viitattiin lähteisiin tai haastateltiin asiantuntijoita, jotka vaikuttavat luotettavilta.

Haastateltavien millenniaalien kirjo oli lopulta melko kapea: Heidän keski-ikänsä oli alle 30 vuotta, mikä osoittaa, että vanhempia millenniaaleja kuullaan vähän. Heidän ammattinsa sijoittuvat enimmäkseen media-alalle. Koska työelämä oli niin yleinen millenniaaleihin liitetty aihe, sen vastapainoksi olisi ollut mielenkiintoista kuulla useampien alojen ja myös työttömien millenniaalien näkökulmaa. Toki on mahdollista, että millenniaalien ikäisistä työttömistä on tehty artikkeleita, mutta niissä ei vain käytetä kyseistä nimitystä.

Sekä lähdekirjallisuutta, tutkimusaineistoa että muuta taustamateriaalia lukiessa kävi ilmi, että millenniaalilin tarkka määritelmä on epäselvä. Useissa mediasisällöissä sitä ei sanota, mutta millenniaalilla viitataan useimmiten nimenomaan länsimaiseen, hyvinvointivaltiossa kasvaneeseen henkilöön. Niin sanotun kolmannen maailman eli kehitysmaiden ”millenniaaleja” ei mainita oikein missään, todennäköisesti siksi, että heitä ei termin alle lueta. Tämä on toki perusteltua, sillä elintaso ja kulttuurit ovat hyvinvointivaltioiden ja kehitysmaiden välillä niin isoja, että ainakaan sukupolvitutkimuksen näkökulmasta aivan kaikkia vuosien 1980–2000 aikana syntyneitä ei kannata laskea yhdeksi sukupolveksi.

Selkeyden vuoksi tämä ero voitaisiin kuitenkin ilmaista useammin, varsinkin kun millenniaali-termin käyttö vaikuttaa kansainvälistyvän ja yleistyvän yhä. Onko eriävyys niin itses-  
tään selvä, ettei sitä olla viitsitty mainita, vai onko kolmas maailma vain täysin unohdettu,  
kuten se länsimaisessa mediassa usein on? Varsinkin kun puhutaan millenniaalien varalli-  
suudesta, teknologiaosaamisesta, naimisiinmenosta tai lasten hankkimisesta, on muistet-  
tava, että kyse on maailman mittakaavassa lopulta melko pienestä joukosta etuoikeutet-  
tuja ihmisiä, joiden otolliset lähtökohdat ovat mahdollistaneet heidän elämän polkujensa  
muotoilun.

#### **5.1.4 Tulosten pohdinta hypoteesien pohjalta**

Helsingin Sanomien representaatiota millenniaaleista voi tulosten perusteella sanoa  
melko reiluksi ja monipuoliseksi. Ennalta esitetyt hypoteesit osoittautuivat enimmäkseen  
vääriksi, mikä on mielenkiintoista sekä positiivista. Hypoteesit perustuivat havaintoihin,  
jotka oli tehty tavanomaisen mediaseurannan lomassa. Ne johtuivat mahdollisesti siitä,  
että huomio on kiinnittynyt negatiivisiin seikkoihin ja tietynlaisiin sisältöihin. On yleistä, että  
esimerkiksi juuri mediasisällöissä negatiiviset aiheet kiinnostavat ja jäävät mieleen useam-  
min kuin positiiviset tai neutraalit aiheet.

Medialla on myös tapana nostaa esiin enemmän yhteiskunnan epäkohtia kuin asioita,  
jotka ovat niin sanotusti hyvin. Tällöin ongelmia tulee suuremman yleisön tietoisuuteen, ja  
parhaimmillaan tämän seurauksena niihin saatetaan lähteä hakemaan ratkaisuja. Vaikka  
uutisointi esimerkiksi millenniaalien fyysisestä ja henkisestä pahoinvoinnista luo heistä ne-  
gatiivista mielikuvaa, olisi ehkä pahempi, jos aihetta ei käsiteltäisi mediassa ollenkaan.  
Räikeintä negatiivista kuvailua esiintyi kolumneissa, joissa ei aina viitata lähteisiin, mutta  
juttutyyppeissä jossain määrin sallii tällaisen menettelyn. Jos lukija on medialukutaitoinen, hän  
osaa suhtautua eri sisältöihin tietyllä tavalla, eikä harhakäsityksiä synny.

## **5.2 Ehdotuksia jatkotutkimuksista**

Kolmannen maailman millenniaali-ikäisten sivuuttaminen viittaa siihen, että tutkimus hei-  
dän representaatiostaan – tai sen puutteesta – voisi olla tarpeellista. Samanlaista tutki-  
musta voisi kohdistaa myös itään: Millaisia ovat aasialaiset millenniaalit? Jotkin Aasian  
maat olivat pariin otteeseen esillä aineistossa, mutta muuten painotus oli vahvasti länsi-  
mainen. Vaikka talouden ja koulutuksen osalta jotkin Aasian maat ovat samalla tai jopa  
korkeammalla tasolla kuin länsimaat, lännen ja idän kulttuureissa on suuria eroja. Ne  
saattaisivat johtaa hyvinkin erilaisiin representaatioihin. Jos millenniaalin määriteltäisiin  
olevan vain länsimainen henkilö, ehdotus olisi turha, mutta epäselvän määritelmän vuoksi

aiheeseen voisi perehtyä. Helsingin Sanomat raotti millenniaalien monikulttuurisuutta onnistuneesti artikkelissa M (2018), joka kertoi millenniaalimuslimeista, joille on kehitetty oma nimi: M-sukupolvi.

Myös vanhempien ja uudempien sukupolvien representaatiota mediassa voisi tutkia. Z-sukupolven nuorimmat edustajat ovat pian jo 20-vuotiaita, ja he ovat kasvaneet vielä vahvemmin digitalisoituneessa ja sosiaalisen median värittämässä yhteiskunnassa kuin millenniaalit. Edeltävä sukupolvi X taas on seurannut teknologian murrosta jo pidemmän aikaa, ja näkee suuren kontrastin menneen ja nykyisen ajan välillä. Jokainen sukupolvi on omalla tavallaan kiinnostava. Helsingin Sanomien toimituspäällikkö Anu Ubaud muistuttaa kolumnissaan (2018), että työelämässä keskitytään jo niin intensiivisesti millenniaaleihin ja Z-sukupolveen, että viisikymppiset ja vanhemmat työntekijät unohdetaan. On mahdollista, että mediassa käy samalla tavalla.

### **5.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi**

Opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa tutkimussuunnitelma muutti jonkin verran muotoaan. Tutkimuskysymys, -aineisto ja -menetelmä rajautuivat tarpeeksi selkeiksi, että tutkimuksen pystyi toteuttamaan annetun ajanjakson puitteissa. Alustava tutkimuskysymys oli ”Miten media esittää millenniaalit?” ja tarkoitus oli hakea aineistoa useasta eri suomalaisesta mediasta. Rajasin aineiston kuitenkin lopulta vain Helsingin Sanomiin, sillä kiinnostuin siitä, millaisia valintoja saman julkaisun toimitus on tehnyt tietystä aiheesta vuosien varrella. Aineiston rajaaminen vain verkkouutisiin ja reiluun kahteen vuoteen tuntui sopivalta: Se oli ajankohtainen ja riittävän laaja.

Olen melko tyytyväinen valitsemaani tutkimusmenetelmään ja sen toteutukseen. Luokitteilin aineiston useaan kertaan eri tavoin, mikä auttoi hahmottamaan sitä kokonaisuutena. Käytännön osalta haastavaa oli analyysitaulukon teko, minkä suunniteluun en ymmärtänyt käyttää enempää aikaa.

Koen, että aineiston aiheiden, verbien, adjektiivien ja äänien erittely oli selkeää ja siitä sai tehtyä monipuolisia ja kiinnostavia havaintoja. Ainoa kohta analyysissa, mikä tuotti vaikeuksia, oli artikkelien määrittely negatiiviseksi, positiiviseksi tai neutraaliksi. Alkuperäinen tarkoitukseni oli määrittää jokaisen artikkelin ”sävy”, mutta tekstien moniulotteisuuden havaituessa totesin, että omat tulkintani olisivat suhteellisia ja häilyviä. Niinpä keskityin määrittelemään ainoastaan verbien ja adjektiivien sävyt, mikä teki analyysistä hieman virtaviihaisemmän.

Aineistoa olisi ollut kiinnostavaa tarkastella myös kronologisessa järjestyksessä ja selvittää, muuttuiko millenniaalien käsittely millään tapaa vanhimmista artikkeleista uusimpiin. Koin kuitenkin, että se johtaisi sivuraiteille muusta tutkimuksesta.

Koen, että ennalta esitetyt hypoteesit tutkimuksen tuloksista toivat näkökulmaa niiden analysointiin. Ne antavat myös raportin lukijalle tarttumapintaa. Tuloksista on mahdollista muodostaa omia tulkintojaan, ja lopuksi niitä voi peilata esitettyihin hypoteeseihin. Tutkimuksen tulokset olivat lopulta niin moninaisia, että niiden selkeä raportointi tuotti haasteita. Jotta raportointi ei venyisi ylipitkäksi, päätin keskittyä tuloksiin, jotka koin keskeisimmiksi. Tulokset antavat katsauksen yhden tämän hetken merkittävimmän sukupolven representaatioon yhden Suomen merkittävimmän median lävitse. Tuloksia voi tarvittaessa hyödyntää vertailuun muiden suomalaisten tai kansainvälisten medioiden kanssa. Ne kertovat myös, millaisia näkökulmia ja konteksteja tiettyjen aiheiden ympärille rakentuu sekä muistuttavat monipuolisen representaation tärkeydestä muidenkin ihmisryhmien ja aiheiden käsittelyssä.

#### **5.4 Oman oppimisen arviointi**

Opinnäytetyöprosessin aikana opin paljon akateemisesta opiskelusta ja kirjoittamisesta. Ammattikorkeakoulussa opiskelleena minulla oli lähinnä käytännön kokemusta journalismista. Opinnäytetyön ja valitsemani tutkimuksen myötä oli keskityttävä teoriaan, ja opin syventymään vaativiinkin teksteihin. Myös arvostukseni eri alan tutkijoita ja ammattilaisia kohtaan nousi, sillä työskentelyn myötä ymmärsin, millaista paneutumista laadukkaan informaation tuottaminen vaatii. Ymmärsin, että tutkimuksen teossa ei ole oikopolkuja: Mitään vastaan tullutta tietoa tai epäkohtaa ei voi ohittaa, vaan aina on pyrittävä äärimmäiseen selkeyteen ja läpinäkyvyyteen, sekä perustelemaan tutkimuksessa tehdyt valinnat.

Valitsemani aiheen puolesta opin tietysti uutta sukupolvista ja niiden tutkimuksesta. Erilaisiin sukupolvianalyysiin ja -teorioihin perehtyminen oli avartavaa, ja antoi uutta näkökulmaa eri ihmisryhmien tarkasteluun. Representaatio ja konteksti olivat molemmat käsitteinä paljon laajempia, kuin osasin kuvitella. Olen tyytyväinen, että valitsin ne osaksi tutkimuksen tietoperustaa, koska ne saivat minut tulkitsemaan tutkimusaineistoa ja muitakin mediasisältöjä uusin silmin. Koen myös harjoittuneeni medialukutaidossani ja -kriittisyydessäni prosessin myötä. Sisällönanalyysin tekeminen oli oiva muistutus tarkastella mediasisältöjä mahdollisimman objektiivisesti.

Lähdekirjallisuuden etsiminen ja siihen perehtyminen oli minulle uudenlainen sukellus tietokirjallisuuteen, tutkimusten tulkintaan ja kokonaisuuksien hahmottamiseen. Eri faktojen

alkulähteitä etsiessä ja teorioita vertaillen hämmennyin: Mikä tieto pitää todella paikkaansa, mikä lähde on "paras"? Lopulta tulin päätelmään, joka on vaivannut ja kiehtonut minua myös journalismin opiskelussa: Yksinkertaisia totuuksia ei ole olemassa. Kaikki informaatio on tavalla tai toisella suhteellista, eikä ikinä absoluuttista. Niin turhauttava kuin ajatus uteliaalle ihmiselle onkin, se pitää mielen avoimena: Aina on oltava valmis kyseenalaistamaan olemassa olevaa tietoa ja omaksumaan uutta. Vain niin voi edetä ja kehittyä, vaikka ei ikinä pääsisikään perille totuuden ytimeen.

## Lähteet

Aamulehti 2019. Tuijotin tietokoneen ruutua epäuskoisena, kun korkeakouluopiskelijana yritin saada apua – milleniaali ei toivo edes lomaa, jos yksi asia saadaan kuntoon. Luettavissa: <https://www.aamulehti.fi/a/71909e28-82a3-45e5-9078-1c1f2d15e5be>. Luettu: 9.9.2019

Hall, Stuart. 1997. Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage Publications. Lontoo. Ensimmäinen luku luettavissa: [https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/66880\\_The\\_Work\\_of\\_Representation.pdf](https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/66880_The_Work_of_Representation.pdf). Luettu: 14.10.2019.

Howe, L. & Strauss, W. 1991. Generations: The History Of America's Future, 1584 To 2069. William Morrow and Company. New York. Luettavissa: [https://archive.org/stream/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStrauss-NeilHowe/Generations+The+History+of+America%27s+Future%2C+1584+to+2069+by+William+Strauss+%26+Neil+Howe\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStrauss-NeilHowe/Generations+The+History+of+America%27s+Future%2C+1584+to+2069+by+William+Strauss+%26+Neil+Howe_djvu.txt). Luettu: 14.10.2019.

Howe, L. & Strauss, W. 2000. Millennials Rising: The Next Great Generation. Vintage Books. New York. Esikatselu luettavissa: [https://books.google.fi/books?id=To\\_Eu9HCN-qIC&printsec=frontcover&dq=millennials+rising&redir\\_esc=y&hl=en#v=onepage&q=millennials%20rising&f=false](https://books.google.fi/books?id=To_Eu9HCN-qIC&printsec=frontcover&dq=millennials+rising&redir_esc=y&hl=en#v=onepage&q=millennials%20rising&f=false). Luettu: 14.10.2019.

Kielitoimiston sanakirja. Luettavissa: <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80> Luettu: 21.10.2019.

Knuuttila, T. & Lehtinen, A.P. (toim.) 2010. Representaatio: Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Gaudeamus. Helsinki.

Lehtonen, M. 2000. Merkitysten maailma. Vastapaino. Tampere.

Long Play 2019. Tarpeettomia ihmisiä. Luettavissa: <https://www.longplay.fi/jutut/tarpeettomia-ihmisia>. Luettu: 9.10.2019.

ManpowerGroup. Tutkimus millenniaalien työelämästä. Raportti. Luettavissa: [https://www.manpowergroup.com/wps/wcm/connect/660ebf65-144c-489e-975c-9f838294c237/MillennialsPaper1\\_2020Vision\\_lo.pdf?MOD=AJPERES](https://www.manpowergroup.com/wps/wcm/connect/660ebf65-144c-489e-975c-9f838294c237/MillennialsPaper1_2020Vision_lo.pdf?MOD=AJPERES). Luettu: 21.10.2019.

ManpowerGroup. Tutkimus millenniaalien työelämästä. Tiivistelmä. Luettavissa: <https://www.manpower.fi/tyonantajat/tyonantajan-tietopankki/tutkimukset/y-sukupolvi-rynistaa-uramaratonille-treenia-ja-tankkausta-lapi-suorituksen>. Luettu: 21.10.2019.

Me Naiset 2017. Milleniaalit ovat ensimmäinen nuorisosukupolvi, jonka mielipiteistä maksetaan – mitä voimme oppia heiltä? Luettavissa: <https://www.menaiset.fi/artikkeli/ihmiset-ja-ilmiot/milleniaalit-ovat-ensimmainen-nuorisosukupolvi-jonka-mielipiteista>. Luettu: 9.9.2019.

MediaAuditFinland 2019. KMT (Kansallisen Mediatutkimus). Lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet 2018. Luettavissa: <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2019/06/KMT-2018-lukijam%C3%A4%C3%A4r%C3%A4t.pdf>. Luettu: 7.10.2019

MediaAuditFinland 2019. LT ja JT Tarkastustilasto 2018. Päivitetty 13.6.2019. Luettavissa: <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2019/06/LT-tilasto-2018.pdf>. Luettu: 7.10.2019.

MediaAuditFinland. Levikkitrendihaku. Luettavissa: <http://mediaauditfinland.fi/2018-levikki-jakauma/>. Luettu: 7.10.2019.

Nieminen, H. & Pantti, M. 2012. Media markkinoilla: Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.

Online Etymology Dictionary. Context. Luettavissa: <https://www.etymonline.com/search?q=context>. Luettu: 28.10.2019.

Online Etymology Dictionary. Millennium. Luettavissa: <https://www.etymonline.com/search?q=millennium>. Luettu: 21.10.2019.

Pew Research Center 2019. Tutkimuksia Yhdysvaltojen millenniaali-sukupolvesta. Luettavissa: <https://www.pewsocialtrends.org/essay/millennial-life-how-young-adulthood-today-compares-with-prior-generations/>. Luettu: 28.10.2019.

Pietilä, V. 1973. Sisällön erittely. Gaudeamus. Helsinki.

Piispa, M. 2018. Yhdeksän sanaa Y-sukupolvesta. Teos. Helsinki.

Roos, J.P. 2005. Laajat ja suppeat sukupolvet: Sukupolviliikkeet suurten ikäluokkien ympärillä. Teoksessa Karisto, A. (toim.) Suuret ikäluokat, s. 208–221. Vastapaino. Tampere.

Talouselämä 2019. Ahdistuksestaan jauhavat millenniaalit ovat uusi normaali — ja tämän vuoksi se on hyvä asia. Luettavissa: <https://www.talouselama.fi/uutiset/ahdistuksestaan-jauhavat-millenniaalit-ovat-uusi-normaali-ja-taman-vuoksi-se-on-hyva-asia/ab6eb312-c8b3-4dcf-bd71-9074ceb208b4>. Luettu: 9.9.2019.

Tapscott, D. 2010. Syntynyt digiaikaan: sosiaalisen median kasvatit (suomentanut Timo Hautala). WSOYpro. Jyväskylä.

Tekniikan maailma 2018. Epävaka elämä kohoaa: Millenniaalit ehkä ensimmäinen sukupolvi, jotka ovat edeltäjiään sairaampia keski-ikässä. Luettavissa: <https://tekniikanmaailma.fi/epavakaa-elama-kostautuu-millenniaalit-ehka-ensimmainen-sukupolvi-jotka-ovat-edeltajiaan-sairaampia-keski-iaassa/>. Luettu: 9.9.2019.

Tieteen termipankki. Konteksti. Luettavissa: <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kieli-tiede:konteksti>. Luettu: 28.10.2019.

Tilastokeskus 2013. Y-sukupolven työasenteita luonnehtii konservatiivisuus. Luettavissa: <http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2013/y-sukupolven-tyoasenteita-luonnehtii-konservatiivisuus/>. Luettu: 22.10.2019.

Tilastokeskus. Tilastokoulu; Väestötieteen perusteet. Luettavissa: [https://tilastokoulu.stat.fi/verkkokoulu\\_v2.xql?course\\_id=tkoulu\\_vaesto&lesson\\_id=9&subject\\_id=5&page\\_type=sisalto](https://tilastokoulu.stat.fi/verkkokoulu_v2.xql?course_id=tkoulu_vaesto&lesson_id=9&subject_id=5&page_type=sisalto). Luettu: 22.10.2019.

Tuomi J., Sarajärvi A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki

Törrönen, J. 2010. Kuvaus, näkökulma, ääni: Representaatioiden analyysi empiirisessä sosiaalitutkimuksessa. Teoksessa Knuuttila, T. & Lehtinen, A.P. (toim.). Representaatio: Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi, s. 276–304. Gaudeamus. Helsinki.

Väliverronen, E. 1999. Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa Kantola, A., Moring, I., Väliverronen, E. (toim.). Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan. s.13–39. Tammer-Paino. Tampere.



Yle 2018. Nuoret aikuiset eivät tee töissä mitään siksi, että niin on ollut ennenkin tapana – Diginatiivi haluaa esimieheksi pomon sijasta valmentajan. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10376257>. Luettu: 9.9.2019

Ylioppilaslehti 2019. Kaikki ahdistaa. Luettavissa: [https://ylioppilaslehti.fi/2019/02/kaikki-ahdistaa/?fbclid=IwAR3iz5DDuJYXqk\\_ql2kfX8-VvolXb7Hs-3IP0CNC6McRzVHEewKZ6C0RRk4](https://ylioppilaslehti.fi/2019/02/kaikki-ahdistaa/?fbclid=IwAR3iz5DDuJYXqk_ql2kfX8-VvolXb7Hs-3IP0CNC6McRzVHEewKZ6C0RRk4). Luettu: 9.9.2019

## Liitteet

### Liite 1. Tutkimusaineisto vanhimmasta artikkelista uusimpaan

Nuoret aikuiset ovat pettyneitä yrityksiin – työnantajien pitäisi tehdä enemmän yhteiskunnan hyväksi, paljastaa kysely (Talous 7.2.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000005077922.html>. Luettu 9.10.2019

Haluja on, mutta seksiä yhä vähemmän – Mistä se johtuu? (Tiede 22.2.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/tiede/art-2000005098201.html>. Luettu 9.10.2019

Olen ysärin lapsi ja yrittäjä, ja niin on pian meistä moni muukin – mutta Suomi ei ole meihin valmis (Nyt 12.4.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000005167576.html>. Luettu: 9.10.2019

Kun työtuttava kertoi kahdesta kumppanistaan, tajusin nuorten arvomaailman muuttuneen (Kolumni 29.5.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005230518.html>. Luettu: 9.10.2019

Parisuhde tuntuu puuduttavalta nykymaailman helppouden keskellä – Pitkästä liitosta on rakastuminen kaukana (Kolumni 28.6.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000005269958.html>. Luettu: 9.10.2019

Nuoret kiinalaiset matkailijat haluavat Suomesta mustikkapiirakkaa ja prinsessa Leian koruja – ”He ostivat 42 000 euron edestä kelloja ja koruja (Talous 20.9.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000005374833.html>. Luettu: 9.10.2019

Yhdysvaltojen vasemmiston suututtanut professori HS:n haastattelussa: Trump voitti, koska kansa pitää Kaljakori-Joesta enemmän kuin Joogamatto-Jessicasta (Ulkomaat 2.10.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005390857.html>. Luettu: 9.10.2019

Näin milleniaalit muuttavat työelämää: He ovat kärsimättömiä, konservatiivisia ja kyseenalaistavia, mutta ”hyvinkin lojaaleja jos työnantaja tekee oikeat asiat” (Ura 9.11.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ura/art-2000005453604.html>. Luettu: 9.10.2019

Raportti: Nuorilla aikuisilla on vaikeuksia yltää rikkaammiksi kuin vanhempansa – Maailman varallisuus keskittyy harvojen käsiin (Talous 14.11.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000005449227.html>. Luettu: 9.10.2019

Mirjami Enckell, 28, pukeutuu, sisustaa ja meikkaa 50-luvun tyyliin: ”Naisellisuuden korostaminen ei sulje pois sitä, etteikö voisi olla feministi” (Elämä 16.12.2017). Luettavissa: <https://www.hs.fi/elama/art-2000005492215.html>. Luettu: 9.10.2019

Tutkimus: Nuoret aikuiset tuntevat jatkuvasti enemmän painetta täydellisyyteen (Tiede, 6.1.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/tiede/art-2000005515388.html>. Luettu: 9.10.2019

"Haettiin toimistotyöntekijää, mutta työ osoittautuikin fyysisesti raskaaksi varastotyöksi" – Näin yritysten työpaikkailmoitukset ovat johtaneet HS:n lukijoita harhaan (Elämä 11.1.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/elama/art-2000005520838.html>. Luettu: 9.10.2019

Oikeisto ei luota enää Jumalaan vaan Luciferiin (Kolumni, 21.1.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000005532699.html>. Luettu: 10.10.2019

26-vuotias korkeakoulutettu paloi loppuun työssä, eikä stressi hellittänyt edes sairauslomalla – Tutkija: "Olen huolissani siitä, millaiseen kulttuuriin nuori sukupolvemme on työelämässä opetettu" (Elämä 23.2.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/elama/art-2000005579114.html>. Luettu: 10.10.2019

Millenniaaleista voi tulla Britannian kautta aikojen lihavin sukupolvi – Suomalaistenkin lihomisessa muutos huonompaan (Tiede, 27.2.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/tiede/art-2000005584674.html>. Luettu: 10.10.2019

Ensin insinööristä tuli myyntimies, ja nyt Kristian Keskitalo, 30, on perustanut oman lakitoimiston – Asiantuntija kertoo vinkit uranvaihtoa miettivälle (Ura 8.4.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ura/art-2000005631981.html>. Luettu: 10.10.2019

"Miksi?" kysyi Ulla Donner romahdettuaan – Miksi parikymppisten sukupolvi uupuu ja masentuu kohtuuttomiin odotuksiin ja onnen tavoitteluun? (Elämä 20.6.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/elama/art-2000005726060.html>. Luettu: 10.10.2019

Millenniaalit villiintyivät Kiinan Twitterissä "henkisestä suomalaisuudesta" – eli mistä? Soitimme ilmiön tietämättään aloittaneelle sarjakuvapiirtäjälle (Nyt 12.7.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000005753167.html>. Luettu: 10.10.2019

Valmistaudumme z-sukupolveen, mutta tiedämmekö, mitä viisikymppinen haluaa työelämästä? Ainakin merkityksellisyyttä (Kolumni 1.9.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000005811294.html>. Luettu: 10.10.2019

Mainoskampanja vei Niken arvosta miljardeja, ja nyt sen tennareita poltetaan – Koituuko "monikulttuurinen kasvustrategia" kuitenkin yhtiön voitoksi? (Talous 5.9.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000005816114.html>. Luettu: 10.10.2019

Kivitalon kokoinen karisma pyöritti yhden miehen show'ta, ja se oli myös Obaman taakka – Tänäpäin Suomeen saapuva ex-presidentti petasi oman perintönsä tuhon, kirjoittaa Saska

Saarikoski (Ulkomaat 27.9.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005842684.html>. Luettu: 10.10.2019

Sukupuolvi M (Sunnuntai-liite 30.9.2018). Luettavissa: [https://dynamic.hs.fi/2018/sukupuolvi-m/index.html?\\_ga=2.42052449.532518557.1569577053-1019267613.1569577053](https://dynamic.hs.fi/2018/sukupuolvi-m/index.html?_ga=2.42052449.532518557.1569577053-1019267613.1569577053). Luettu: 10.10.2019

USA:n demokraattien aseet tiistain kongressivaaleissa ovat naiset, nuoret ja Donald Trump (Ulkomaat 4.11.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005887738.html>. Luettu: 10.10.2019

Karra Fender vihaa politiikkaa eikä yleensä äänestä, mutta nyt oli tehtävä poikkeus – Tennesseeessä äänestyspäätökseen vaikuttavat abortti, Jeesus, pakolaiset ja tietenkin presidentti (Ulkomaat 6.11.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005890370.html>. Luettu: 10.10.2019

USA:n kongressin kaikkien aikojen nuorimman naisedustajan ura alkaa kohun keskellä – Hän kertoi, ettei pysty maksamaan vuokraansa Washingtonissa ennen ensimmäistä palkkaa (Ulkomaat 10.11.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005895227.html>. Luettu: 10.10.2019

”Dinnerille öbaut kasilta?” – Anglismien tunkeutumista suomen kieleen ei voi estää, mutta ne ylittävät monen ärsytyskynnyksen, selviää HS:n kyselystä (Ulkomaat 16.11.2018). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005901215.html>. Luettu: 10.10.2019

Ei autoa, vaan taidetta: varakkaat milleniaalit ostavat innokkaasti taidetta, kertoo tuore kansainvälinen selvitys (Kulttuuri 8.3.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006028152.html>. Luettu: 10.10.2019

Nuoret suomalaiset maallistuvat ja moni on luopunut jumalauksesta, kertoo tuore tutkimus (Elämä 13.3.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/elama/art-2000006033223.html>. Luettu: 11.10.2019

”Naiseksi syntymistä pahempi epäonnistuminen on vain vanheneminen” – Ylen uusi komediasarja on naisten ohjaama ja ideoima, ja tätä se kertoo ajastamme (Nyt 19.3.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000006040343.html>. Luettu: 11.10.2019

Työelämän valtasi villitys, jonka jokainen pitkään töitä tehnyt osaa – sen pohja on hyväntahtoisuudessa (Ura 22.3.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ura/art-2000006043766.html>. Luettu: 11.10.2019

Värikäs vallankumous (Sunnuntai-liite 24.3.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000006044710.html>. Luettu: 11.10.2019

Shoppailletko humalassa? Olet osa kasvavaa joukkoa (Kolumni 15.4.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/mielipide/art-200006070892.html>. Luettu: 11.10.2019

Milleniaalit, lopettakaa ruikutus! Työtä on entistä enemmän tarjolla (Kolumni 28.5.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/metro/kolumnit/art-200006123325.html>. Luettu: 11.10.2019

Nyt nousee uusi suomalainen luksus, ja se näkyy myös treenaamisessa (Hyvinvointi 29.5.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-200006123583.html>. Luettu: 11.10.2019

HS-analyysi: Normandian maihinnoususta on tullut popkulttuurimyytti, joka vääristää käsitystämme historiasta (Ulkomaat 5.6.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-200006132487.html>. Luettu: 11.10.2019

Krapula-ahdistukseen kyllästyneet nuoret julistavat sanomaansa sosiaalisessa mediassa: Perinteinen raittiusliike sai haastajan ”kokeilevasta alkoholittomuudesta” (Ulkomaat 4.8.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-200006194013.html>. Luettu: 11.10.2019

Kaikki nuoret tuntuvat yhtäkkiä innostuneen astrologiasta, ja siihen on syynsä (Nyt 13.8.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/nyt/art-200006202909.html>. Luettu: 11.10.2019

Ammattina asuminen (Ura 19.8.2019). Luettavissa: <https://www.hs.fi/ura/art-200006206695.html>. Luettu: 11.10.2019

## **Liite 2. Analyysitaulukko**

HS:n osio, artikkelin otsikko Ura	Juttutyyppi	Aihe	Verbit	Adjektiivit	Adjektiivin sävy	Kuka äänessä
Näin milleniaalit muuttavat työelämää. He ovat kärsimättömiä, konservatiivisia ja kyseenalaisia, mutta "hyvinikin lojalle jos työnantaja tekee oikeat asiat" Ensini insinööriä tuli myyntimies, ja nyt Kristian Keskitalo. 30. on perustanut oman lakitoimiston – Asiantuntija kertoo vinkit uravaihtoa miettivälle	Feature	työelämä	muuttaa olla suunnitella toivoo vaihtaa odottaa ei kunnioita hallita x3 pelittää viesitellä lukea ei pääse irautua edeta oppia tietää uudistaa tasapainottaa	kärsimätön konservatiivinen kyseenalاستارا hyvinikin lojalla avoin rehellinen haluton	neg/pos/neut	Josh Bersin, 61, henkilöstöasioihin erikoistunut amerikkalaisanalytikko, työskennellyt parikymmentä vuotta rekrytoinnin, koulutuksen ja valmennuksen parissa Aller Median pitkäaikainen toimitusjohtaja, media-alan moniosaaja ja nyt myös Turun yliopiston työelämäprofessori Pauli Aalto-Seitälä, 53
Työelämän valkasi villitys, jonka jokainen pitkäaikainen toila tehnyt osaa – sen poltja on hyväntahtoisuudessa	Feature	työelämä	näyttää/ya osata hallia	epävarama hauras	neg	Suomen Mentorit ry:n toiminnanjohtaja Laura Ihamuotila, 49
Ammattina asuminen <b>Talous</b>	Henkilöhaastattelu	työelämä	hallita	-	-	Jose Riikonen HS Joonas Pesonen 31, somevaikuttaja MILLENNIAALI HAASTATTELAVANA
Nuoret aikuiset ovat pettyneitä yrityksiin – työnantajien pitäisi tehdä enemmän yhteiskunnan hyväksi, paljastaa kysely	Uutinen	tutkimus talous työelämä	haluta tehdä toivoo odottaa uskoa suosia x2	-	-	konsulttiyhdistys Deloitteen toteuttama laaja milleniaalikysely, johtaja Eva Tuominen Suomen Deloitteistä
Nuoret kiinalaiset matkailijat haluavat Suomesta mustikkapiirakkaa ja prinsessa Leian koruja – He ostivat 42 000 euron edestä kelloja ja koruja	Uutinen	matkailu kulutusottumukset	-	kielitoiminen keskiuokkaistunut kansainvälinen voimakkaasti kasvava individuaalinen	pos/neut	Vist Finlandin toimitusjohtaja Paavo Virkkunen

HS:n osio, artikkelin otsikko	Juttutyyppi	Aihe	Verbit	Adjektiivit	Adjektiivin sävy	Kuka äänessä
Ura						
Hyvinvointi						
Nyt nousee uusi suomalainen luksusNyt nousee uusi suomalainen luksus, ja se näkyy myös treenaamisessa	Feature	hyvinvointi liikunta kultustoitumukset elämykset	hakea olla x2 käyttää	tarkka	pos	Jari Karlsson, Helsingin Trib3-salin perustaja Haeqa-Heilan lehtori Mia Tarhainen, joka on perehtynyt matkailuun ja palveluihin
Nyt-lifte:						
Olen ysäriin lapsi ja yrittäjä, ja niin on pian meistä moni muukin – mutta Suomi ei ole mälhin valmis	Kolumni	työelämä yrittäjyys kansantalous Suomi	toteuttaa perustaa olla x3	joustava muuntautumiskykyinen	pos	Ronja Salmi, kolumnisti MILLENNIAALI ITSE
Kaikki nuoret tuntuivat yhtäkkiä innostuneen astrologiasta, ja siihen on syynsä	Kolumni	astrologia uskonnollisuus maailmankatsomus	vaikuttaa (milenniaaleihin) suhteuttaa määrillä x2 villimtyä olla innostua pitää itseään jrk:n jakaa samaa kusaantua tunnistaa	hengellinen	neut	Hilla Korokko HS MILLENNIAALI ITSE
Milenniaalit villiintyivät Kiinan Twitterissä "henkisesti suomalaisuudesta" – eli mistä? Solimme ilmiön tietämättään aloittaneelle saajakuvapiirijälle	Henkilöhaastattelu	kulttuuri Kiina huumori	olla innostua pitää itseään jrk:n jakaa samaa kusaantua tunnistaa	-	-	Kimalainen verkkomedia Sixth Tönen haastattelema milenniaali MILLENNIAALI ITSE
"Naisiksi syntymistä parempi epäonnistuminen on vain vanheneminen" – Ylen uusi komediasarja on naisten ohjajama ja luoja. Ja tätä se kertoo ajastamme	Henkilöhaastattelu	naiset kulttuuri viitide televisio	kipuilla olla tehda olla	paattamaton	neg	Anna Brottin, tv-sarjan käsikirjoittaja MILLENNIAALI HAASTATELTAJANA
Sunnuntai-ilte:						
Sukupolvi M (Kuvia Suomesta osa 35)	Feature	nuorisokulttuuri musiikit uskonnollisuus pukeutuminen	puhua (M-sukupolvesta, muslimimilenniaaleista) uskoo olla x3 suhteuttaa ostaa	innokas vaativa onniskas	neut/pos	Sahra Abokor, 20. Vantaa, harrastaa skeiffausta Saima Jama, 20. Helsinki, toissa vaateilijässä Generation M -kirjan vuonna 2016 kirjoittanut Selma Jammohamed MILLENNIAALI HAASTATELTAJANA
Värikäs vallankumous	Feature	kultustoitumukset estetiikka kasvit kuukat	ostaa sopia (milenniaaleille) vahentaa haluta syoda	-	-	Venla Rossi HS

HS:n osio, artikkelin otsikko	Juttutyyppi	Aihe	Verbit	Adjektiivit	Adjektiivin savy	Kuka äänessä
Ura			juhlisaa suhtautua olla hallita x2 viettaa perustaa näyttää juhla			
Krapula-ahdistukseen kyllästyneet nuoret julistavat sanomaansa sosiaalisessa mediassa: Perinteinen raittiusliike sai haastajan ”kokeilevasta alkoholittomuudesta”	Feature	elintavat alkoholi Britannia Yhdysvallat				lontoolainen Millie Gooch, 27, Sober Girl Society:n eli Raittien tyttöjen kerhon perustaja MILLENNAALI HAASTATELTAVANA
Elämä			olla x6 elää vaikuttaa (milleniaaleihin) romantisoida osata hankkia kultustottumukset pukeutuminen nostalgia			
Mirjami Erckell, 28, pukeutuu, sisustaa ja meikkaa 50-luvun tyyliin: ”Naisellisuuden korostaminen ei sulje pois sitä, etteikö voisi olla feministi”	Feature	elämäntapa kultustottumukset pukeutuminen nostalgia		vastuullinen diginatiivi sosiaalinen	neut/pos	kauppareiden tohtori Anne Kastarinen Tampereen yliopistosta, tutkinut isovanhempien kuluttamista
”Haettiin toimistoyönäkijää, mutta työ osoittautuikin fyysisesti raskaaksi varastotyöksi” – Näin yritysten työpaikkainmököt ovat johtaneet HS:n lukijoita harhaan	Kysely	työelämä	hallita arvostaa hallita hallita saada oppia	karsimaton nuorin	neg/neut	henkilöstöasioihin erikoistunut amerikkalaisanalytikko Josh Bersin
26-vuotias korkeakoulutettu paloi loppuun työssä, eikä stressi heittänyt edes sairauslomalla – Tutkija: ”Olen huolissani siitä, millaiseen kulttuuriin nuori sukupolvemme on työelämässä opaehtu”	Feature	työelämä uupumus	arvostaa hallita hallita saada oppia			”Kansainväliset tutkimukset” (ei viittausta), Annina Väimö HS
”Miksi?” kysyi Ulla Donner romanhittuaan – Miksi parikymppisten sukupolvi uupuu ja masentuu kohtuuttomien odotuksien ja onnen javoittelun?	Henkilöhaastattelu	mielenterveys hyvinvointi opiskelu uupumus	uupua muuttaa ilmoittaa luopua			Kuvittaja, graafikko Ulla Donner, 29 Tutkijat (ei viittausta) MILLENNAALI HAASTATELTAVANA
Nuoret suomalaiset maallistuvat ja monet on luopunut jumalauksesta, kertoo tuore tutkimus	Uutinen	tutkimus uskonnollisuus Suomi	ostaa olla käyttää x2 muodostaa edustaa auttaa piristää ei omista			tutkija Kimmo Ketola, Kirkon tutkimuskeskus
Kulttuuri						
Ei autoa, vaan taidetta: varakkaat milleniaalit ostavat innokkaasti taidetta, kertoo tuore kansainvälinen selvitys	Uutinen	tutkimus kulttuuri kulustottumukset Britannia Saksa Japani Singapore Hongkong	ostaa olla käyttää x2 muodostaa edustaa auttaa piristää ei omista	varakas suvaitseväinen kokeilunhaluinen maailmankansalainen diginatiivi	neut/pos	UBS-investointipankin ja Art Basel -messujen julkaisema raportti Taidde-ekonomisti Claire McAndrew UBS-ryhmän markkinointipäällikkö Johan Jervee



HS:n osio, artikkelin otsikko	Juttutyyppi	Aihe	Verbit	Adjektiivit	Adjektiivin sävy	Kuka äänessä
Ura Kun työtutava kertoi kahdesta kumppanistaan, tajusin nuorten arvomaailman muuttuneen	Paikinjoulu	arvomaailma	taistella	-	-	Aino Milkkulainen, HS, MILLENNIAALI ITSE
Metro Milleniaalit, lopettaa rullakutsu!	Kolumni	työelämä	rullakutsua keksii tehdä annettua	-	-	kolumnisti Henri Salomaa, vapaa toimittaja
Ulkomaat Yhdysvaltojen vasemmiston suuttanut professori HS:n haastattelussa: Trump voitti, koska kansa pitää Kaljatori-Joesta enemmän kuin Joogamatto-Jessicasta	Henkilohaastattelu	politiikka Yhdysvallat	uhriutua	-	-	Columbian yliopiston filosofian professori Mark Lilla
Kivitalon kokoinen karisma pyröitti yhden miehen show'ia, ja se oli myös Obaman taakka – Tänään Suomen saapuva ex-presidentti petasi oman perintönsä tuhon, kirjoittaa Saska Saarikoski	Analyyysi	politiikka Yhdysvallat	rakastaa ohittaa olla	-	-	Saska Saarikoski HS
USA:n demokraattien aseet tiistain kongressivaaleissa ovat naiset, nuoret ja Donald Trump	Analyyysi	politiikka Yhdysvallat vaalit	lainsä nirso ei lämpene halvautua	neg	neg	Saska Saarikoski HS
Karra Fender vihaa politiikkaa eikä vieensä äänestä, mutta nyt oli tehtävä poikkeus – Tennesseeä äänestyspaatukseen vaikuttavat abortit. Jeesus, pakolaiset ja tietenkin presidentti	Reportaasi	politiikka Yhdysvallat vaalit	(milleniaalinen) odotetaan rakastaa samastua ei ole varaa maksaa lannistua	apaattinen	neg	Aueta McLaughlin, 31. äänestä kongressivaaleissa Tennesseea MILLENNIAALI HAASTATTELIJANA
USA:n kongressin kaikkien aikojen nuorimman naisedustajan ura alkaa kohun keskellä – Hän kertoi, ettei pysty maksamaan vuokraansa Washingtonissa ennen ensimmäistä palkkaa	Uutinen	politiikka Yhdysvallat	kuulostaa (milleniaalille) kirjoittaa	-	-	Twitter-käyttäjä nimimerkillä Will Dawson
"Dinnerille öbäut kasitit?" – Englantilainen tunkeutumista suomen kieleen ei voi estää, mutta ne yrittävät monen ärsytskymyksen, selvaa HS:n kyseistä	Kysely	suomen kieli pohkekieli anglismit historia	olla x2 tappaa kaatua	-	-	Linda Savolius, kyselyyn vastannut lukija MILLENNIAALI ITSE
HS-analyysi: Normandian maihinnoususta on tullut popkulttuurimyytti, joka väärinää käsitystämme historiaa	Analyyysi	sota popkulttuuri Yhdysvallat	-	-	-	Tuukka Tervonen HS MILLENNIAALI ITSE

HS:n osio, artikkelin otsikko	Juttutyyppi	Aihe	Verbit	Adjektiivit	Adjektiivin savy	Kuka äänessä
Ura						
Raportti: Nuorilla aikuisilla on vaikeuksia yltää rikkaammiksi kuin vanhempansa – Maailman varallisuus keskittyy harvojen käsiin	Uutinen	talous	olla x3 koulututtaa työskennellä	-	-	svetsiläispankki Credit Suisseen Global Wealth -raportti
Mainoskampanja vei Niken arvosta miljardeja, ja nyt sen temareita poljetaan – Koltuuko monikulttuurisuus Yhdysvalloissa?	Feature	talous kultustottumukset monikulttuurisuus Yhdysvallat	olla x2 suhtautua haluta	-	-	Washington Postin kolumnisti Sally Jenkins
Tiede						
Haluja on, mutta seksiä yhä vähemmän – Mistä se johtuu?	Feature	seksi parisuhteet Yhdysvallat	erottua ei harrasta seksiä ei opiskele	-	-	San Diegon osavaltionyliopiston psykologian professori Jean Twengen toteuttama tutkimus
Tutkimus: Nuoret aikuiset tuntevat jatkuvasti enemmän painetta työelämänsä suhteen	Uutinen	tutkimus mielenveys hyvinvointi opiskelijat Yhdysvallat Englanti Kanada	pommistella saavuttaa reagoi	-	-	Tutkija Thomas Curran englantilaisesta Bathin yliopistosta
Millenniaaleista voi tulla Britannian kautta aikojen ilhavin sukupolvi – Suomalaisienkin lihomisessa muutos huonompaan	Uutinen	kehon terveys Britannia tutkimus	voida tulla ilhota syödä	ilhavin vaarallisen ilhava	neg	Yhdistyneen kuningaskunnan syöväntutkimusjärjestö, syöväen ehkäisemiseen erikoistunut professori Linda Bauld
Kolumni						
Parisuhteiden puuduttavalta nykymaailman helppouden keskellä – Pitkäästi liitosta on rakastuminen kaukana	Kolumni	parisuhteet	elää	-	-	Kolumnisti Pippa Laukka, liikuntalääketieteen erikoislääkäri
Oikeisto ei luota enää Jumalaan vaan Luciferiin	Kolumni	politiikka Yhdysvallat	ei tajua olla	työkelvoton	neg	erikoistunut kolumnisti Kurt Schlichter, HS:n Saska Saarikoski siteeraa
Vaimistaudimme z-sukupolveen, mutta tiedämme, mitä visikymppinen haluaa työelämältä? Ainakin merkityksellisyyttä	Kolumni	työelämä	olla tehdä muuttaa ei ole aikaa pelata todeta pyyhäillä	-	-	Intoalokauslitti, intoalokauslittossa työskentelevä millennial, Anu Ubaud HS, MILLENNIAALI HAASTATELJAVANA
Shoppailleiko humalassa? Olet osa kasvavaa juttua	Kolumni	kulutustottumukset elintavat	juoda shoppailla olla	innokkain	pos	Jaakko Kangasluoma HS