



Uutisarki murroksessa?

NUORET PÄIVITTÄISMEDIAN KÄYTTÄJINÄ

Uutis- ja ajankohtaistarjonnan seuraaminen mielletään ”kunnan kansalaisen” velvollisuudeksi. Uutisten käyttäjäluvut kertovat tämän tehtävän toteutuneen hyvin Suomessa. Vaikka uutis- ja ajankohtaisaineistot kuuluvatkin television ja sanomalehtien seuratuimpiin aineistoihin, uutis- ja ajankohtaismaailma on muutosten myllerryksessä, jonka ajatellaan näkyvän myös uutismedian käytössä.

Yhtäältä muutoksissa on kyse tarjonnan kasvusta: lukuisia uusia kanavia ja uutisvälineitä on syntynyt Suomeen viimeisten vuosikymmenien aikana. Radio vä-

Artikkelissa tarkastellaan laajan kyselytutkimuksen pohjalta, miten suomalaisten nuorten tavat käyttää uutismediaa ovat mahdollisesti muuttumassa. Keskeisiä kysymyksiä ovat, kuinka ahkerasti ja miten nuoret seuraavat televisiouutisia sekä lukevat painettuja ja sähköisiä sanomalehtiä. Huomio kiinnittyy myös siihen, millä tavoin nuoret tarttuvat niiden yleisöille tarjoamiin tapoihin osallistua median toimintaan, esimerkiksi äänestämällä gallupissa tai lähettämällä toimitukseen juttupalautetta. Tulokset eivät tue uuteen teknologiaan nojaavaa ja mediakäyttäjyyden muutoksia korostavaa puhetta. Perinteisillä uutisvälineillä, televisiouutisilla ja sanomalehdillä, on vahva asema nuorten arjessa, kun taas harvemmat ovat toistaiseksi lukeneet uutisia lehtitalojen tai televisiouutisten Internet-sivustoilta tai osallistuneet median toimintaan. Mediakäyttäjyyden murroksien sijaan onkin syytä puhua muutoksista, jotka näkyvät nuorten uutismedian aiempaa vakiintumattomampana ja epäsystematisempänä käyttönä.

littää uutisia tasatunnein, television puolella katsojalle on tavallisena arki-ilтана tarjolla yli kymmenen suomenkielistä uutislähetystä. Sanomalehtien tarjonnan kasvusta kertoo, että Sanomalehtien liiton Internet-sivuilta on linkki yli sadan kotimaisen sanomalehden verkkosivuille. Näiden lisäksi innokkaimmat uutisten seuraajat voivat halutessaan tilata viimeisimmät uutiset vaikkapa sähköpostiinsa tai kännykkäänsä. Tarjonnan lisääntymisen kääntöpuolena on kilpailun kiristyminen: taistelu yleisöistä ja mainosmarkoista on koventunut. Samanaikaisesti yhtiöittämiset ja irtisanomiset ovat kasvattaneet huolta journalististen sisältöjen viihteellistymisestä sekä yksipuolisuudesta.

Edelliset esimerkit paljastavat, että uutis- ja ajankohtaistarjonnan muutokset eivät kitydy vain tarjonnan kasvuun. Kyse on myös teknologisista muutoksista, joiden on nähty muuttavan paitsi mediatilojen ja toimittajien työtapoja myös uutisten käyttämistä. Tästä näkökulmasta on ajateltu esimerkiksi, että tarjonnan kasvu lisää uutisten seuraamista ja että erilaiset yhteydenotto-, palaute-, keskustelu- ja osallistumiskanavat kannustavat katsojia ja lukijoita osallistumaan median toimintaan.

Tässä artikkelissa tarkastelemme, miten suomalaisten uutisarki on tässä tilanteessa mahdollisesti muuttumassa. Jäljitämme mahdollisia muutoksia selvittämällä, millainen on nuorten uutisarki ja näkyvätkö tarjonnan ja teknologian muutokset nuorten uutis- ja ajankohtaisjournalismin käytössä. Etsimme vastauksia ky-

symyksiimme tutkimalla, missä päin uutis- ja ajankohtaismaailmaa nuoret samoilivat sekä millaiset sisällöt ja muodot heidät pysäyttävät. Lisäksi selvittelemme, missä määrin nuoret ovat sisällön tekijöitä luomalla silmäyksiä siihen, kuinka innokkaasti nuoret tarttuvat uudentyypisiin osallistumistapoihin ja -muotoihin.

Nuoret nähdään usein eturivin mediakuluttajina, hanakoina tarttumaan uusiin mediatuotteisiin ja pelottomina käyttämään niitä (vrt. Drotner 2000, 153). Siksi usein myös ajatellaan, että nimenomaan nuoret auttavat ennakoimaan ja piirtämään tulevaisuuden kehityssuuntia. Tässä mielessä nuoret tarjoavat hedelmällisen näkökulman mediakäytäjyyden tutkimiseen ja mahdollisten muutosten selvittämiseen.

Tarkastelumme pohjaa nuorten mediakäyttöä monesta eri näkökulmasta kartoittavaan kyselytutkimukseen (ks. tutkimustulokset nuorten uutisten ja tv-uutisten käytöstä Pietikäinen 2001; sanoma- ja verkkosanomalehtien käytöstä Hujanen 2001a, 2001b; nuorten osallistumisesta median toimintaan Hujanen & Pietikäinen 2001). Teoreettisen tarkastelun sijaan tarjoammekin laajaan aineistoon pohjautuvia tutkimustuloksia nuorten päivittäismedian käytöstä.

Kyselytutkimus toteutettiin loppuvuodesta 1999 ja siihen vastasi 698 satunnaisotannalla valittua nuorta.¹ Vastanneet olivat tutkimusajankohtana 13-, 15-, 17- ja 19-vuotiaita tyttöjä ja poikia, enimmäkseen koululaisia tai opiskelijoita. Vastajat olivat sekä kaupunkilais- että maalaisnuoria, ja suurin osa heistä asui Keski-Suomessa. Tutkittujen nuorten mediamaisemassa tämä näkyi siten, että kotona heidän saatavillaan olivat useimmiten valtakunnalliset ja alueen omat televisio- ja radiokanavat, päivittäisistä sanomalehdistä alueen ykköslehti eli maakuntalehti Keski-suomalainen, sekä asuinkunnasta riippuen paikallis- ja/tai ilmaisjakelulehti.²

Ajankohtaismedian käytön muutoksia ei ole välttämättä helppo havaita. Vaikka aikaisemmat tutkimukset nuorten sanomalehtien lukemisesta ja television katselusta yleensä tarjoavat meille vertailuaineistoa, nuorten mediakäyttöjen tarkastelussa on harvoin syvennytty uutis- ja ajankohtaismediaan, eikä tutkimuksia nuorten osallistumisesta mediatilojen uutisjournalismin tekemiseen ole tarjolla. Toisaalta vaikka aiemmat tutkimukset antavat osviittaa mahdollisista mediakäytön muutoksista, niitä on erilaisten aineistonhankinnan kriteerien (esimerkiksi nuorten ikä) ja analyysitapojen vuoksi pulmallista verrata.

Artikkelin aluksi tarkastelemme uutis- ja ajankohtaismedian asemaa nuorten media-arjessa sekä silmäämme, millaiset mediasisällöt nuoria kiinnostavat ja miten nuoret seuraavat televisiuutisia sekä lukevat sanomalehtiä ja verkkosanomalehtiä. Seuraavaksi pohdimme käytäjyyden ja tekijyyden kysymyksiä: näyttäytyykö mediakäytäjyys vastaanottamisen ohella median toimintaan osal-

listumisena. Päättänessä pohdimme, tukevatko tutkimustuloksemme usein teknologiapainotteisia ja muutoskeskeisiä väitteitä mediakäyttäjäyyden murroksesta – perusluonteisista käyttäjäyyden muutoksista.

Fakta vetää viihteen keskellä

Nuorten kiinnostus viihteelliseen mediatarjontaan, erityisesti ulkomaisiin televisio-sarjoihin, on tullut esiin useissa selvityksissä (esim. Drotner 2000; Saanilahti 1999). Vaikka nuoret ovatkin mediaviihteen suurkuluttajia, heitä vetää myös median asiatarjonta. Kun nuorten ehdoton ykkösuosikki, *Salatut elämät*, keräsi 200 000 - 232 000 nuorta (10-24 -vuotiasta) katsojaa vuoden 2000 jälkimmäisellä puoliskolla, samaan aikaan uutiset keräsivät 120 000 - 145 000 nuorta yleisökseen (Finnpanel 2001).

Myös tutkimiemme nuorten media-arjessa uutisten asema on vahva, sillä kyselyyn osallistuneista nuorista 85 % ilmoitti seuraavansa uutisia. Nuoret seurasiivat uutisia siis verrattain tiiviisti. Juurtuminen uutisten seuraamiseen tapahtuu nimenomaan nuorena: peruskouluikäisistä 80 % seurasi uutisia ja lukioikäisistä näin teki jo 91 % (tarkemmin Pietikäinen 2001). Nuoret muodostavat vakiintuneen osan uutisten yleisöstä. Katkosta uutisten seuraamisessa ei näytä tapahtuneen nuoremman katsojapolven kohdalla, vaan nuoret seuraavat uutisia ajan-kohtaisen tiedon saamiseksi.

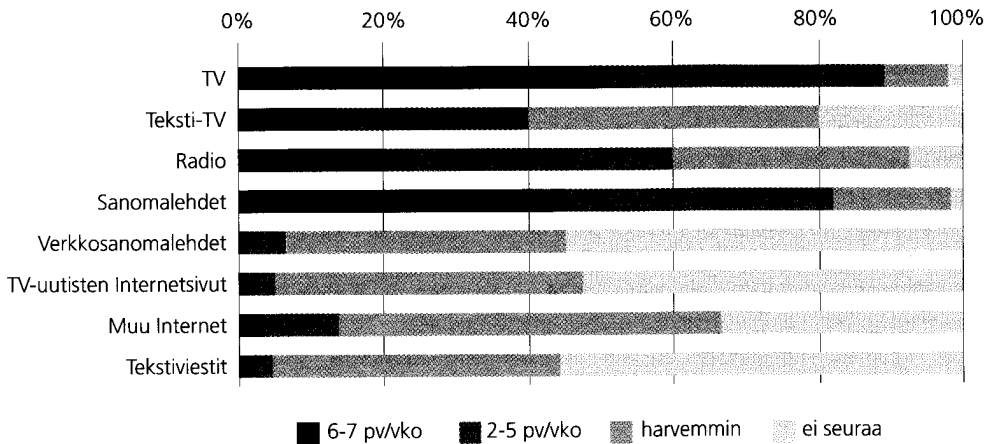
Nuoret ovat monin tavoin aikuisväestön kaltaisia uutisten seuraajia (esim. Ridell 1998). Kiinnostus maailman tapahtumiin oli nuorille ensisijainen syy seurata uutisia samoin kuin myös hyöty työssä ja opiskelussa. Vähäisempiä syitä olivat yleiseen keskusteluun osallistuminen, tapa tai se, että muu perhe seuraa uutisia. Nuoria kiinnostavat myös perinteiset uutisaiheet. Urheilu-uutiset vetivät nuoria eniten puoleensa, mutta monia nuoria kiinnostivat myös paikallisuutiset sekä valtakunnan ja ulkomaan uutiset. Sen sijaan politiikka, talous ja kulttuuri kiinnostivat vain harvoja.

Nuoret samoilevat tutuilla uutispoluilla

Paikallistaaksemme missä päin uutis- ja ajankohtaismaailmaa nuoret liikkuvat, kysyimme uutisia seuraavilta nuorilta³ minkä välineiden kautta he seurasivat uutisia ja kuinka usein. Mukana olivat niin perinteiset uutisvälineet kuin uusmedian tarjoamat uutisväylät, kuten verkkosanomalehdet, tekstiviestiuutiset ja Internetin uutispalvelut. Kuvio 1 havainnollistaa nuorten uutis- ja ajankohtaismedian käyttöä.

Uusmedia ei ole tuonut suurta muutosta nuorten uutisten käyttöön. Uusmedian välittämä uutistarjonta ei nimittäin erityisemmin vetoa nuoriin, sillä he seurasivat uutisia kaikkein eniten television ja sanomalehtien kautta: puolet uutisia seuraavista nuorista katsoi televisiouutisia päivittäin, ja melkein puolet luki päivittäin sanomalehti uutisia. Radiouutisia kuunteli päivittäin joka viides nuori ja tekstitelevision tarjoamia uutisia luki reilu kymmenes nuorista.

Internet, kännykkä ja verkkosanomalehdet olivat harvemmin käytettyjä uutisvälineitä, vaikka kolmella neljästä kyselyyn osallistuneista nuorista oli pääsy Internetiin kotoaan ja kahdella kolmesta oma kännykkä taskussa. Esimerkiksi 65 % uutisia seuraavista nuorista oli käyttänyt Internetiä uutisten seuraamiseen ainakin joskus, mutta päivittäin tätä kanavaa käytti vain muutama nuori. Alle puolet uutisia seuraavista nuorista etsi ajankohtaisia tapahtumia verkkosanomalehdistä



Kuvio 1. Uutisia seuraavien nuorten (n=592) uutismedioiden käyttö.

edes joskus, ja vain reilu kymmenesosa kertoi lukevansa verkkolehti uutisia vähintään kerran viikossa. Päivittäiskäyttäjäksi ilmoittautui vain kaksi nuorta. Tekstiviestiuutiset oli tässä kyselyssä kaikkein harvinaisin tapa seurata uutisia. 41 % uutisia seuraavista nuorista kertoi käyttävänsä tekstiviestejä uutisten seuraamiseen ainakin joskus ja 7 % vähintään kerran viikossa. Yhdeksän nuorta kertoi saavansa kännykkänsä näyttöön uutiset päivittäin.

Kun nuorten uutismediakäyttöä hahmottelee iän ja sukupuolen kautta, tulokset kertovat uusmedian tuomasta muutoksesta peruskouluikäisten poikien mediakäytössä. Pojat olivat nimittäin tyttöjä innokkaampia käyttämään uusmediaa uutisten seuraamiseen, ja toisaalta taas peruskouluikäiset vaeltavat lukioikäisiä useammin uusien välineiden uutismaailmoissa. Peruskouluikäiset pojat eroavat jossain määrin muista uutisten käyttäjistä, sillä keskimäärin puolet heistä käytti uusmediaa uutisten seuraamiseen ainakin joskus. Sen sijaan samanikäisistä tytöistä ja vanhemmista pojista näin teki reilu 40 % ja vanhemmista tytöistä vähän alle 40 % (tarkemmin Pietikäinen 2001).

MTV3 nuorten mieluisin uutiskanava

Television uutistoiminta on muutoksen kourissa: esimerkiksi tiukentunut kilpailutilanne, lisääntynyt tarjonta, uudet ja usein kansainväliset omistajajärjestelyt, mediatalojen fuusioituminen sekä digi-television tuleminen ovat saaneet televisioyhtiöt yhä kiivaammin etsimään profilleitaan, katsojiaan ja mainostajiaan. Yksi konkreettinen esimerkki uudesta tilanteesta oli MTV3:n uutis- ja ajankohtaistoinnin supistaminen ja toimittajien irtisanominen maaliskuussa 2001. Onpa jopa ollut puhetta journalismin kuolemasta mainoskanavilla (esim. Ajankohtainen kakkonen 27.3.2001).

Muutokset näkyvät myös television uutisyleisön pirstaloitumisena. YLE:llä on vahva maine suomalaisten uutiskanavana ja puoli yhdeksän uutisilla kansaa kokoavana ja yhdistävänä lähetyksenä (esim. Ridell 1998). Kasvanut tarjonta on kuitenkin murtautunut YLE:n asemaa ykkösuutiskanavana. MTV3:n uutislähetykset ovat saaneet vankan ja koko ajan kasvavan katsojajoukon, ja Nelosen uutiset ovat tar-

jonneet kolmannen vaihtoehdon uutiskanavien valinnalle (Finnpanel 2001; Salste 2000).

Nuoret näyttävät edustavan muutoksen etujoukkoa, sillä MTV3 oli selvästi heidän suosikkiuutiskanavansa. Uutisia seuraavista nuorista 89 % kertoi seuraavansa MTV3:n uutisia; 38 % katsoi näitä uutisia päivittäin. Sen sijaan YLE:n uutislähetystä katsoi 76 % nuorista, joista 14 % katsoi näitä uutisia päivittäin. Nelosen uutisia vastaavasti seurasi 80 % nuorista ja heistä 9 % päivittäin. Nelosen uutisia katsoi siis suurempi joukko nuoria kuin YLE:n uutisia, mutta viimeksi mainitulla oli enemmän päivittäiskatsojia. Näin MTV3:n asema Suomen suosituimpana kanavana ja erityisen haluttuna 12-24 -vuotiaiden ja yli 65-vuotiaiden keskuudessa (Finnpanel 2001) vahvistuu myös uutisten osalta.

YLE:n puoli yhdeksän uutiset "kansallisena rituaalina" (Ridell 1998) tai "iltahartautena" (Salste 2000) eivät toteudu nuoren katsojapolven kohdalla. Vaikka katsojaluvuilla mitattuna (esim. Finnpanel 2001) puoli yhdeksän uutiset yleensä kerää laajimman yleisön muihin uutislähetysiin verrattuna, nuoriin tämä ei enää päde.

Kyselyn perusteella nuoriin vetoaa uutislähetysistä eniten Kymmenen uutiset. Reilulle kolmannekselle (36 %) televisiouutisia seuraavista nuorista ne olivat ykkösuutislähetys. Kymmenen uutisten suosion salaisuutta voi pohtia; käyvätkö kymmeneltä lähetettävät uutiset paremmin nuorten iltarytmiin, menevätkö ne vähiten nuorten suosikkiohjelmien kanssa päällekkäin vai vetoavatko Kymmenen uutiset nopealla tempolla ja viihteellisyyden leimallaan nuoriin?

Moni nuori (15 %) mainitsi myös MTV3:n iltaseitsemän uutiset ykkösuutislähetyskseen. YLE:n uutislähetysistä eniten mainintoja sai puoli yhdeksän uutiset, jotka olivat 13 %:lle uutisia seuraavista nuorista ykkösuutislähetys. Nelosen uutislähetysistä eniten mainintoja sai iltakahdeksan uutiset, jotka olivat tosin vain muutamalle nuorelle pääuutislähetys.

Tiivistäen voi todeta, että nuoria televisiouutisten katsojina luonnehtii paitsi mieltymys MTV3:n uutislähetysiin myös pirstaloituneisuus. Vain Kymmenen uutiset keräävät isomman joukon nuoria katsojiksi, kun taas muiden televisiouutislähetysten osalta nuoret vaeltavat kanavalta ja lähetyksestä toiseen.

Jos nuorten valintoja television uutiskanavien suhteen hahmotellaan iän ja sukupuolen mukaan, näyttävät MTV3:n uutislähetykset olevan erityisesti tyttöjen mieleen. Puolet 17-19 -vuotiaista ja 44 % peruskouluikäisistä tytöistä katsoi näitä uutisia päivittäin. Sen sijaan pojat suosivat YLE:n uutisia. Kun lukioikäisistä pojista joka neljäs (25 %) katsoi YLE:n uutisia päivittäin ja peruskouluikäisistä joka viides (20 %), vanhemmista tytöistä näitä uutisia seurasi vain joka kymmenes (9 %) samoin kuin nuoremmista tytöistä (11 %). Nelosen uutisilla ei vaikuta olevan selkeää nuorta katsojaryhmää iän tai sukupuolen mukaan.

Ty-yhtiöiden Internet-sivustot harvojen uutiskanavia

Samalla kun lehtitalot ovat lisänneet uutistarjontaa verkon puolelle, myös televisioyhtiöiden Internet-palvelut ovat ajankohtaisjournalismin kasvava ala. Yhtiöt tuottavat ja päivittävät uutisiaan omille sivustoilleen sekä tarjoavat uutisten taustoja. Näille uutisille on myös markkinoita ainakin erityistilanteissa, kuten esimerkiksi doping-jupakka talvella 2001 antoi viitteitä. Verkossa olevat uutiset tarjoavat myös uudentyypistä käyttäjyyttä: uutisia voisi seurata oman aikataulun ja kiinnostuksen mukaan.

Nämä mahdollisuudet eivät näytä houkuttelevan nuoria. Harva nuori seurasi aktiivisesti televisiouutisten Internet-sivuille tuottamia uutisia. Kuten Kuvio 1 ha-

vainnollistaa, alle puolet uutisia seuraavista nuorista seurasi näitä uutisia edes joskus. Päivittäin näitä sivuja seurasi vain neljä nuorta ja useasti viikossa 28 nuorta. Niinpä vaikka MTV3:n uutiset olivat nuorten makuun ja samaisen yhtiön Internet-sivusto ylipäättään yksi suosituimmista, tämän kanavan Internet-uutisia käyttivät harvat nuoret. 36 % nuorista seurasi MTV3:n Internet-uutisia edes joskus, vastaavasti 29 % YLE:n ja 28 % Nelosen Internet-uutisia.

Sukupuolen ja iän valossa näyttää siltä, että pojat ovat tyttöjä innokkaampia katsastamaan televisioyhtiöiden Internet-uutisia. Yli puolet (54 %) uutisia seuraavista pojista ylipäättään seurasi näitä uutisia, kun taas tytöistä alle puolet (42 %). Etsiessään uutisia peruskouluikäiset tarttuivat hiireen lukioikäisiä useammin: kun yli puolet nuoremista ylipäättään seurasi (51 %) näitä uutisia, vanhemmista näin teki alle puolet (45 %). Lukioikäiset tytöt seurasivat televisiouutisten Internet-uutisia erityisen laiskasti: 64 % 17-19 -vuotiaista tytöistä ei seurannut lainkaan näitä uutisia, kun vastaavasti vain 45 % samanikäisistä pojista ei seurannut. Harvat päivittäiskäyttäjät olivat 13-15 -vuotiaita poikia. Tämä tulos vahvistaa tulkin-
taa siitä, että peruskouluikäiset pojat ovat mahdollisen muutoksen airuita uuden median tarjoaman journalismin käyttämisessä.

Internetistä vai paperilta: nuoret sanomalehtien lukijoina

Verkkosanomalehdet lisäsivät 1990-luvulla suomalaisen uutis- ja ajankohtaisjournalismin tarjonnan moninkertaiseksi. Painettuihin sanomalehtiin verrattuna ne ovat merkinneet niin tuotteisiin kuin käyttöönkin liittyviä muutoksia: lukijoiden on esimerkiksi mahdollista äänestää gallupeissa, heille on tarjolla palautekanavia sekä linkkejä varsinaisen verkkosanomalehden ulkopuolelle. Vaikka Internetissä ilmestyvillä sanomalehdillä oli nuorten uutisarjessa paikkansa, olennaisia muutoksia sanomalehtijournalismin käyttäjyyteen ne eivät olleet kuitenkaan tuoneet. Kyselyn perusteella nuoret nimittäin lukevat yhä sanomalehtiä ahkerasti: lähes kaikki (96 %) tutkimukseen vastanneet 13-19 -vuotiaat kertoivat lukevansa sanomalehtiä. Vain 4 % ilmoitti, että he eivät lue lainkaan sanoma- tai iltapäivälehtiä (tarkemmin Hujanen 2001a). Luvut ovat kansainvälisesti korkeita. Esimerkiksi Ruotsissa, jossa nuoret myös lukevat sanomalehtiä ahkerasti, 83 % 16-vuotiaista nuorista luki vuonna 1998 sanomalehtiä (Johnsson-Smaragdi & Jönsson 2001).

Internetissä ilmestyvillä verkkosanomalehdillä oli sitä vastoin vuoden 1999 lopulla huomattavasti pienempi asema kyselyyn vastanneiden nuorten arjessa: valtaosa (81 %) nuorista ilmoitti, ettei lue ollenkaan sanomalehtien Internetissä ilmestyviä verkkoversioita. Viidennes (19 %) vastanneista kertoi lukevansa verkkosanomalehtiä, mutta ani harva luki niitä päivittäin (tarkemmin Hujanen 2001b). Pääsy Internetiin tai sen käyttäminen eivät siten tarkoita, että nuori luki myös verkkosanomalehtiä.

Paperisen sanomalehden mieluisuudesta ja vankasta asemasta nuorten media-arjessa kertoo myös se, että valtaosa (kahdeksan nuorta kymmenestä) niistäkin nuorista, jotka kertoivat lukevansa myös verkkosanomalehtiä, tarttui kuitenkin mieluummin paperiseen sanomalehteen. Lähes 700 nuoresta verkkosanomalehteä luki mieluummin vain kaksi. Yhtä hyvin paperinen ja sähköinen sanomalehti kelpasivat viidennekselle verkkosanomalehtiä lukevista.

Jos paperisten sanomalehtien asema onkin vankka nuorten media-arjessa, tulokset kertovat myös joistakin muutoksista niiden roolissa. Kun vuonna 1997 lähes kaikki (99 %) 15-vuotiaat kertoivat lukevansa sanomalehtiä (Saaniolahti 1999, 11), kaksi vuotta myöhemmin reilu yksi kymmenestä (93 %) 13-15 -vuotiaasta luki sanomalehtiä (ks. Hujanen 2001a). Kiinnostavaa on myös, että sanomalehden "käyt-

täjiksi” ilmoittautui nyt enemmän nuoria kuin ”lukijoiksi”. Kun kysymyslomakkeessa tiedusteltiin sanomalehden käyttöä, 99 % nuorista kertoi ”käyttävänsä”.

Jos käytön ymmärtää tavanomaista lukemista mekaanisemmaksi ja ehkä pin-tapuoisemmaksi tavaksi selailta paperista sanomalehteä tai silmäillen liikkua sanomalehden sivustoilla Internetissä, osalle nuorista uutis- ja ajankohtaisjournalismi lienee pikemminkin osa yltäkylläistä uutis- ja juttuvirtaa kuin aineistoa, johon he syventyisivät ja jota he lukisivat keskittyneesti ja säännöllisesti. Sanomalehden selaaminen pikemminkin kuin siihen syventyminen näkyy myös siinä, että lähes kolmella neljästä lehden parissa vierähtää enintään varttitunti: noin puolet (51 %) 13-19 -vuotiaista lehtien lukijoista kertoi lukevansa sanomalehtiä 5-15 minuuttia. Tätäkin pikaisemmin, alle viidessä minuutissa, lehden käänteli läpi lähes viidennes (18 %) nuorista.⁴ Toisaalta koska neljännes (26 %) luki sanomalehteä viidestätoista minuutista puoleen tuntiin, kaikille lehti ei ole nopeasti selattava kääro vaan lukupaketti, johon rauhassa syvennytään (vrt. Nuoret aikuiset ja sanomalehti 2000, 8).

Toisaalta tulokset kertovat myös nuorten uutismaailman ja mediakäytön ”hetkellisyydestä” sekä uutisjournalismin lukemisen vakiintumattomuudesta. Sanomalehtien lukeminen on epäsäännöllistä – läheskään kaikki (50 %) eivät tartu lehteen päivittäin. Koska verkkosanomalehdet olivat 1999 melko uusia tulokkaita, niiden lukemisen epäsäännöllisyys ei ole yllättävää. On kuitenkin kiinnostavaa, että vain 16 nuorta 698:sta luki tutkimusalueen eli Keski-Suomen valta-lehden, Keski-suomalaisen, verkkoversiota Internetistä viikoittain ja vain kaksi päivittäin. Uutis- ja ajankohtaistarjonnan vakiintumattomasta asemasta nuorten media-arjessa kertoo sekin, että ”vain” puolet kaikista vastanneista kertoi lukevansa sanomalehteä päivittäin. Loput sen sijaan tarttui sanomalehteen 1-5 kertaa viikossa: vajaa viidennes (17 %) kertoi lukevansa 4-5 päivänä viikossa, reilu kymmenesosa (14 %) parina-kolmena päivänä ja noin joka kymmenes (11 %) kerran viikossa (tarkemmin Hujanen 2001a).

Onko puolet 13-19 -vuotiaista nuorista sanomalehden lukijoina paljon vai vähän, on kiinni katsantokannasta. Parinkymmenen vuoden takaiseen tilanteeseen nähden selvä muutos on tapahtunut. Kun Nuorison mediakäyttötutkimuksen (1999, 6) mukaan vuonna 1985 lähes kolme neljästä (74 %) nuorista luki sanomalehteä joka päivä, vuonna 1992 alle kaksi kolmesta (62 %) ja vuonna 1999 ”enää” alle puolet (41 %).⁵

Jos sanomalehden lukemista tarkastellaan nuorten elämänvaiheiden kautta, yksi merkittävä taitekohta on tämän tutkimuksen mukaan muutto pois vanhempien luota: kun vanhempien luona asuvista keskisuomalaisista nuorista yli puolet (56 %) kertoi, että kotiin tulee yksi lehti ja runsas kolmannes nuorista ilmoitti, että kotiin oli tilattu kaksi lehteä tai useampia, itsenäisesti asuvista nuorista alle puolet (45 %) oli tilannut sanomalehden.⁶ Ei ole kovin yllättävää, että monet nuoret jättävät sanomalehden tilaamatta. Yli tuhannen markan vuositilaus on monelle nuorelle opiskelijalle tai työttömälle helposti liian kallis.

Näyttää kuitenkin siltä, että taloudelliset syyt eivät kokonaan selitä, miksi lehdeettömien nuorten talouksien osuus kasvoi useita kymmeniä prosentteja 1990-luvun alusta vuosituhannen loppuun (Nuorison mediakäyttötutkimus 1999). Sanomalehtien lukija- ja ei-lukijahaastatteluissa on tullut esiin, miten arjen kiire näkyy mediakäytöissä: ihmiset kokevat, että sanomalehtiä ei ole aikaa lukea. Toiseksi lapsuudenkodissa opitut mediakäyttötavat seuraavat myöhemmin: jos lehteä ei ole oppinut lukemaan, sitä ei osaa kaivatakaan. Kolmanneksi haastatteluissa on ilmennyt, että sanomalehtien merkitystä uutislähteenä saattaa vähentää yltäkylläisen runsas mediatarjonta, erityisesti Internetissä ”ilmaiseksi” tarjolla olevat uutiset. (ks. E. Hujanen 2000; vrt. Nuoret aikuiset ja sanomalehti 2000) Tulkinta ei

ole kuitenkin yksiselitteinen. Tutkimustulokset kertovat toisaalta, että Internetiä keskimääräistä enemmän käyttävät lukevat keskimääräistä enemmän myös painettuja sanomalehtiä (vrt. Internetin käytön vaikutus sanomalehtien lukemiseen nuorten keskuudessa 1999).

Jos edellistä kehitystä arvioi sanomalehtiyriyten kannalta, huolestumisen merkkejä on helppo ymmärtää.⁷ Kun lehtitalot ovat verkkosanomalehdillään ehkä tahtomattaan totuttaneet nuoria "ilmaisen uutisjournalismin illuusion" ja kun sähköinen media ja ilmaisjakelulehdet ovat kasvattaneet uutistarjontaa, sanomalehden tilaaminen ja käyttöjyys ovat ehkä muuttumassa vahvemmin kun lukemista koskevat luvut kertovat. Näkökantaa tukee, että sanomalehti on nuorelle todennäköisemmin päivittäinen media silloin, kun se tulee tilattuna kotiin. Nuorison mediakäyttötutkimuksen mukaan vain viidennes (19 %) niistä nuorista, joiden kotiin ei tule tilattua sanomalehteä, lukee sitä päivittäin.

Sanomalehtivalinnoissaan nuoret ovat tutkimuksen mukaan perinteisiä. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että he suosivat alueellisia sanomalehtiä. Keski-suomalaisen levikkialueella syntyneet ja valtaosaksi siellä myös edelleen asuvat nuoret tarttuivat useimmin maakuntalehteen: lehtien lukijoista lähes puolet (49 %) kertoi tutkailevansa Keski-suomalaisista lähes päivittäin. Alueellisen median asemaa vahvistavat paikallislehdet, joita sanomalehtien lukijanuorista 41 % luki kerran viikossa tai useammin. Maan suurimman päivälehdessä, Helsingin Sanomien, asema keski-suomalaisnuorten arjessa oli selvästi vähäisempi: vain 5 % nuorista luki sitä lähes päivittäin, kerran viikossa lehteä tutkaili joka kymmenes (10 %) ja 2-5 kertaa viikossa lähes yhtä moni (9 %).

Internetin yhteydessä korostetaan usein, miten sanomalehti irtaantuu paikasta: lehteä voi lukea mistä kolkasta maailmaa tahansa. Mielenkiintoista on, että sanomalehtimaiseman alueellinen väritys tulee esiin kuitenkin myös verkkosanomalehtien lukemiskäytännöissä. Helsingin Sanomien Verkkoillettä vain 11 keski-suomalaisnuorta luki vähintään kerran viikossa. Tutkimusalueen suurinta paikallislehteä, Jämsässä ilmestyvää Koillis-Hämettä, luki yhtä usein Internetistä myös kymmenkunta nuorta. Luvut perustelevat siis ennemminkin sitä, että mediakäyttö heijastelee (yhä) asuinpaikkaa – paikasta irtaantumisen mahdollisuus ei siten ole muuttanut sanomalehtien lukemista.⁸

Tuloksissa on kiinnostavaa edelleen, että maakunnassa (erityisesti Jämsässä ja Jämsänkoskella) ilmaisjakelulehden viikoittaisia nuoria lukijoita oli huomattavasti enemmän kuin Jyväskeskuudella: maakunnassa ilmaisjakelulehteä luki viikoittain peräti 64 % nuorista, kun taas Suur-Jyväskylän alueella asuvista vain kolmannes (34 %).⁹ Tämä nimittäin kertoo tärkeällä tavalla, että sanomalehtikäytöt eivät ole "itsestään selviä" tai muuttumattomia, vaan heijastelevat mediatarjontaa.

Kyselyn perusteella ei ole mahdollista väittää, että nuorten suosima sanomalehtijournalismi olisi "keventynyt". Se voidaan kuitenkin sanoa, että iltapäivälehdillä on vetoa nuoriin. Vaikka harvat (3 %) lehtienlukijoista tarttuvat Iltta-Sanomiin tai Iltalehteen lähes päivittäin, noin viidennes (21 %) kertoi lukevansa Iltalehteä kerran viikossa, yli kymmenesosa (13 %) parina-kolmena päivänä viikossa ja 6 % neljä-viisi kertaa viikossa. Kun nämä ja päivittäin iltapäivälehtiä lukevat lasketaan yhteen, vähintään kerran viikossa Iltalehden selasi sanomalehtiä lukvista nuorista 42 %. Iltta-Sanomien veti nuoria puoleensa yhtä lailla: kerran viikossa tai useammin lehteä luki lähes puolet (46 %). Sen sijaan sellaiset nuoret, jotka eivät lukeneet iltapäivälehtiä lainkaan, olivat vähemmistö: vain 15 % ei lukenut lainkaan Iltalehteä ja 13 % ei lainkaan Iltta-Sanomia.¹⁰

Iltapäivälehtijournalismin suosiosta kertoo myös se, että Internetissä ilmestyvistä lehdistä nuoret lukivat innokkaimmin niitä. Verkkosanomalehtien lukijoista reilu kolmannes tutkaili niitä vähintään kerran viikossa. Se, että nuoret lukivat

Internetistä mieluusti juuri iltapäivälehtiä on huomionarvoista siksikin, että sen perusteella verkkojournalismi ainakin toistaiseksi on pikemminkin täydentänyt kotona tarjolla olevaa tilattua sanomalehtitarjontaa kuin korvannut sitä (vrt. E. Hujanen 2000).

Käyttäjistä tekijäksi?

Käyttäjäyden ja tekijyyden mahdolliseen muuttumiseen liittyy usko nuorista innokkaina uusien yhteydenotto- ja osallistumiskanavien kokeilijoina sekä käsitys siitä, että uudentyypiset yhteydenotto-, palaute-, keskustelu- ja osallistumiskanavat alentavat kynnystä osallistua uutismedian toimintaan. Seuraavaksi tarkastelemme nuorten osallistumista television, sanomalehden ja verkkosanomalehden toimintaan. Ymmärrämme tässä osallistumisella tapoja, joilla käyttäminen laajenee mediatekstien ”pelkästä” vastaanottamisesta niiden ainakin osittaiseksi tekemiseksi. Käytännössä tarkoitamme tekemisellä esimerkiksi juttujen kommentointia, omien tekstien kirjoittamista ja kilpailuihin osallistumista. Erityisen kiinnostuneita olemme journalistisiin teksteihin liittyvistä tekemisistä ja yhteydenotoista.

Tutkimustulosten perusteella käyttäjäyden rinnalla ei ollut vahvaa tekijyyttä, sillä nuorilla ei ollut suurta intoa osallistua uutismedian toimintaan. Kyselyyn osallistuneista 698 nuoresta 123 eli alle viidennes kertoi ottaneensa yhteyttä uutistaloihin. Kaikkiaan nämä nuoret olivat ottaneet yhteyttä 345 kertaa. Koska samat nuoret ottivat yhteyttä useita kertoja, tämä viittaa siihen, että alkuun päästyään nuorten yhteydenpito jatkui. Eniten nuoret olivat lähestyneet sanomalehtiä, kun taas televisio ja verkkolehti jäivät vähemmälle: yhteydenotoista puolet oli sanomalehden toimintaan osallistumista, neljännes (27 %) television ja viidennes (23 %) verkkosanomalehden (tarkemmin Hujanen & Pietikäinen 2001).

Selvitimme myös osallistumisen tapoja kysymällä, missä merkeissä nuoret olivat ottaneet yhteyttä uutistaloihin. Osallistumistapojen kautta pyrimme hahmottelemaan nuorten osallistumisen mieltymyksiä ja tarkoituksia: onko osallistuminen kilpailamista ja vastaamista kyselyihin, omien tekstien kirjoittamista, toimittajien juttujen kommentointia vai yhteiseen keskusteluun osallistumista.

Tulosten perusteella vastaaminen kilpailuihin, kyselyihin tai gallupeihin oli uutismediaa lähestyneiden nuorten yleisin tapa osallistua. Kaikista yhteydenotoista ne muodostivat 37 % ja olivat yleisin osallistumistapa jokaiseen väliineseen. Televisioon yhteyttä ottaneesta 85 nuoresta yli puolet (49) vastasi osallistuneensa kilpailuihin, kyselyihin tai gallupeihin. Myös sanomalehteen ja verkkolehteen yhteyttä ottaneista suurin osa tunsu vetoa niihin: esimerkiksi sanomalehteen yhteyttä ottaneesta 90 nuoresta noin puolet (48) oli vastannut niihin. Nuoria voi tämän tuloksen perusteella luonnehtia yhtäältä kilpailijoiksi, jotka reagoivat median markkinahenkisiin kutsuihin. Toisaalta osallistumalla gallupeihin ja kyselyihin he ilmoittavat mielipiteensä ja tällä tavalla osallistuvat ajankohtaisten asioiden käsittelyyn.

Jonkin verran (22 %) nuoret osallistuivat median toimintaan antamalla palautetta jutuista sekä lähettämällä juttuvinkkejä ja kysymyksiä toimitukseen. Näissä merkeissä nuoret olivat yhteydessä sanomalehteen televisiota ja verkkolehteä useammin. Jokin verran nuoret tekivät myös omia kirjoituksia: reilu viidennes yhteydenotoista (23 %) oli omia tekstejä nuorten- tai yleisönosastoon. Keskustelemisen väylä oli vähiten käytetty: vain alle kymmenesosa (7 %) yhteydenotoista oli osallistumista uutissivujen nettikeskusteluihin. Vaikuttaa siis siltä, että lehtitalojen ja televisio uutisten sähköiset keskustelupalstat eivät vetoa nuoriin.

Nuorten mieltymys kilpailuihin ja kyselyihin sekä omien tekstien ja kommenttien postittaminen toimituksiin selittää myös, miksi sähköisen ja perinteisen postin lähettäminen oli suosituin yhteydenottotapa; kolmannes yhteydenotoista tapahtui sähköpostin avulla ja toinen kolmannes lähettämällä kirje tai kortti. Sähköposti on siis tuonut nuorille uuden yhteydenoton väylän, jota he käyttävät varsin tottuneesti. Se ei silti ollut syrjäyttänyt perinteistä postia. Sen sijaan muita yhteydenottotapoja nuoret eivät juuri käyttäneet: harvat lähettivät tekstiviestejä, soittivat, faksasivat tai menivät paikan päälle. Vain 6 % kännykkäsukupolven yhteydenotoista mediatiloihin oli tekstiviestejä.

Käyttäjäys tarjonnan ja teknologian taitteissa

Uusteknologiavirittyneen puheen useat väitteet – nuoret ovat uusmedian ahkeria käyttäjiä sekä innokkaita osallistumaan median toimintaan – eivät tutkimustulostemme perusteella toteudu kovin usein nuorten uutisarjessa. Nuoret näyttävät varsin perinteisiltä päivittäismedian käyttäjiltä: he seuraavat televisiuutisia ja lukevat painettuja sanomalehtiä. Nuorten syyt ja tavat suunnistaa uutis- ja ajankohtaismaailmassa ovat niin ikään tuttuja: kiinnostus maailman tapahtumiin tuo heidät päivittäismedian äärelle, ja eniten heitä kiinnostavat urheilujutut sekä kotimaan ja ulkomaan uutiset.

Nuorten uutis- ja ajankohtaismaailma näyttää perinteiseltä myös siten, että Internetissä tarjolla oleva uutistarjonta ei ole syrjäyttänyt perinteisempiä uutisvälineitä. Valtaosa nuorista seurasi televisiuutisia, mutta vain muutamat televisiuutisten Internet-sivustoja. Lähes kaikki nuoret lukivat paperista sanomalehteä, kun taas Internetissä ilmestyvät verkkosanomalehdet tavoittivat vähemmistön nuorista. Vain peruskouluikäisten poikien uutismediakäytöissä uusmedia on noussut perinteisen median rinnalle; he seurasivat päiväkohtaisia tapahtumia aktiivisemmin uusmediasta.

Myöskään sanomalehtien alueellisuus ei ole joutunut koetukselle – pikemminkin nuoret suosivat sanomalehtiä perinteisen alueellisesti. Keskisuomalaisen levikkialueella syntyneet ja valtaosaksi siellä myös edelleen asuvat nuoret lukivat ahkerimmin sitä.

Jos nuorten mediakäytöt siis yhtäältä näyttävät perinteisiltä, joitakin muutoksia mediakäyttäjäydessä on tapahtunut. Selkein muutos nuorten uutisarjessa nivoutuu pikemminkin kilpailun ja tarjonnan lisääntymiseen kuin teknologian tuomiin muutoksiin. Televisiuutisten puolella tarjonnan kasvamisen seurauksista ja uutiskäyttäjäyden muuttumisesta voi lukea ennen muuta siitä, että koko kansan kokoavaa uutislähetystä ei nuorten näkökulmasta ole. Aikuisväestöstä poiketen nuoret ovat ottaneet MTV3:n uutiskanavakseen ja sen Kymmenen uutiset pääuutislähetyksekseen.

Sanomalehtien käytössä muutos näyttäytyy aiempaa vakiintumattomampana ja epäsäännöllisempänä käyttäjäytenä. Tästä kertoo, että yli puolelle nuorista sanomalehti on pikemminkin viikoittainen kuin päivittäinen media ja että osa nuorista pikemminkin ajattelee selaavansa tai vilkaisevansa sanomalehden kuin keskittyvänsä siihen. Sekin, että lähes kolme neljästä lukee sanomalehteä korkeintaan vartin, viittaa enemmän lehden selaamiseen kuin siihen syventymiseen.

Sanomalehtien lukemiskäytäntöjen muutosta voi selittää ainakin osaksi muun uutistarjonnan kasvulla. Samalla kun nuorten sanomalehtien lukeminen on muuttunut vakiintumattommaksi, lehdettömien nuorten talouksien määrä, ilmaisjakelulehtitarjonta sekä Internetissä "ilmaiseksi" saatavilla oleva sanomaleh-

tijournalismi ovat kasvaneet. Esimerkiksi ilmaisjakelulehtien lukemisprosenttien vaihtelut asuinseudun mukaan osoittavat, kuinka sanomalehtien lukeminen on sidoksissa mediatarjontaan eikä siten ole itsestään selvää tai muuttumatonta.

Muutosta mediankäyttäjistä tekijäksi ei ainakaan laajemmassa määrin ole tapahtunut; selvä vähemmistö nuorista oli osallistunut median toimintaan. Kun nuori oli ottanut yhteyttä mediaan, kyse oli useimmiten kilpailuihin, kyselyihin ja gallupeihin osallistumisesta, kun taas omien tekstien lähettäminen tai journalististen sisältöjen tuottamiseen osallistuminen oli harvinaisempaa. Osallistuvan mediakäyttäjyyden näkökulmasta huomionarvoista onkin, että kilpailut, gallupit ja kyselyt olivat suosituin tapa osallistua kaikkien uutisvälineiden toimintaan. Tulosta voi tulkita siten, että ainakin osa nuorista oli kiinnostunut paitsi osallistumaan leikkimielisiin kilpailuihin myös ilmoittamaan kantansa ajankohtaisiin kysymyksiin. Harvalla nuorella oli kuitenkin halua osallistua uutismedian areenalla käytävään yhteiseen keskusteluun tai pyrkiä vaikuttamaan toimittajien tekemisiin.

Kuten on tullut esiin, nuoret ja media yhdistetään usein muutoksen metaforalla (Drotner 2000, 150). Tämän tutkimuksen tulokset eivät kerro perustavista murroksista nuorten uutismediakäytössä: vuosituhanen taitteessa uutisilla on selkeä paikkansa nuorten media-arjessa, uusmedia ei ole syrjäyttänyt perinteistä päivittäismediaa eikä mediakäyttäjyyden rinnalle ole tullut vahvasti osallistuminen uutisvälineiden toimintaan ja niiden tuotteiden tekemiseen uusista mahdollisuuksista huolimatta. Tulokset eivät siis tue väitteitä suurista murroksista nuorten päivittäismedian käytössä liittyivätpä ne uusmediaan, osallistumiseen tai uutisten kiinnostavuuteen. Sen sijaan tulosten perusteella voidaan puhua nuorten uutiskäyttäjyyden muutoksista, jotka näkyvät päivittäismedian käytön vakiintumattomuuden, hetkellisyden ja sitoutumattomuuden lisääntymisenä.

Viitteet

- 1 Kyselytutkimus on osa Suomen Akatemian mediakulttuurin tutkimusohjelmaan kuuluvaa monitieteistä hanketta "Murrostuva suomalainen mediakulttuuri. Tekijän, tekstin ja nuoren kohtaamisia." Kyselytutkimuksen pohjalta on ilmestynyt kvantitatiivinen raportti *Mediat nuorten arjessa. 13-19-vuotiaiden nuorten medioiden käyttö* (Luukka, Hujanen, Lokka, Modinos, Pietikäinen & Suoninen 2001).
- 2 Tutkimukseen vastanneet nuoret olivat kirjoilla Jyväskylässä, Jyväskylän maalaiskunnassa, Muuramessa, Jämsässä, Jämsänkoskella, Korpilahdella ja Petäjävedellä. Kaupunkilais- ja maalaisnuoret kattavana heidän voi ajatella edustavan suomalaisia nuoria yleensä ja tutkimuksen näin "Mini-Suomea" pääkaupunkiseutua ja Suomen pohjoisimpia osia lukuunottamatta.
- 3 Kyselyyn vastanneista nuorista (n=698) 592 vastasi seuraavansa uutisia. Näihin nuoriin viitataan tekstissä, kun puhutaan uutisia seuraavista nuorista.
- 4 Nuorison mediakäyttötutkimuksen (1999) tulokset ovat samansuuntaiset: nuoret lukivat arkipäivisin lehteä keskimäärin vartin (16 minuuttia) ja viikonloppuisin viittisen minuuttia kauemmin (lauantaina 20 ja sunnuntai- na 21 minuuttia). Lehtien lukemiseen käytetty aika ei ole olennaisesti muuttunut viime vuosina.
- 5 Vastaava ilmiö näkyi, kun lomakkeessa kysyttiin, kuinka kauan sanomalehtiä luki päivittäin: luokiteltuja kyllä- vastauksia kertyi nyt 62 vähemmän (n=606) kuin sanomalehtien lukemisen yhteydessä. Myös tämän perusteella voi ajatella, että kaikki sanomalehtiä selailevat nuoret eivät miellä sitä varsinaisesti lukemiseksi.
- 6 Tutkimustulos poikkeaa hieman Nuorison mediakäyttötutkimuksesta (1999), jonka mukaan mukaan vain reilulle kolmannekselle (38 %) muualla kuin vanhempien luona asuvista 18-20-vuotiaista tuli tilattu sanomalehti.
- 7 Nuorten mediakäyttötutkimuksen mukaan (1999) lehdetömiä talouksia oli 1980-90-luvun taitteessa hieman alle joka kymmenes (7 %).

- 8 Jämsässä ilmestyvä Koillis-Häme ilmestyy paperisena neljä kertaa viikossa. Vuonna 1999 se ylsi 7193 levikkiin (LT-99).
- 9 Jämsänseudulla ilmestyvä ja itseään uuden ajan kaupunkilehtenä mainostava Vekkarin ilmestyy kerran viikossa. Jyväseudulla postiluukusta tipahtaa viikoittain Suur-Jyväskylän Lehti.
- 10 Nuorison mediakäyttötutkimuksen (1999, 3) mukaan yli puoleen (58 %) 12-20-vuotiaiden nuorten kodeista ostettiin sanomalehtien irtonumeroita. Useimmin irtonumeroina ostettiin iltapäivälehtiä eli Iltta-Sanomia (47 %) tai Iltalehteä (37 %). Niihin talouksiin, joiden päähenkilö on opiskelija tai työtön, ostetaan irtonumeroita muita koteja useammin.

Kirjallisuus

- Drotner, Kirsten (2000)
Differences and Diversity. Trends in Young Dane's Media Uses. Media, Culture & Society vol. 22, 149-166.
- Hujanen, Erkki (2000)
Lukijakunnan rajamailla. Maakuntalehden ei-tilajaan mediakäyttäytyminen ja suhde sanomalehtijournalismiin. Jyväskylän yliopisto: Journalistiikan lisensiaatintyö. (julkaisematon).
- Hujanen, Jaana (2001a)
Sanomalehdet mediamaisemassa. Teoksessa Luukka, Hujanen, Lokka, Modinos, Pietikäinen & Suoninen: Mediat nuorten arjessa. 13-19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituhaten vaihteessa. Jyväskylän yliopisto: Solki.
- Hujanen, Jaana (2001b)
Päivälehti online. Teoksessa Luukka, Hujanen, Lokka, Modinos, Pietikäinen & Suoninen: Mediat nuorten arjessa. 13-19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituhaten vaihteessa. Jyväskylän yliopisto: Solki.
- Hujanen, Jaana & Sari Pietikäinen (2001)
Osallistujaa etsimässä. Teoksessa Luukka, Hujanen, Lokka, Modinos, Pietikäinen & Suoninen: Mediat nuorten arjessa. 13-19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituhaten vaihteessa. Jyväskylän yliopisto: Solki.
- Internetin käytön vaikutus sanomalehtien lukemiseen nuorten keskuudessa (1999)
Kesäkuu 1999. Helsinki: Sanomalehtien liitto.
- Johnsson-Smaragdi, Ulla & Annelis Jönsson (2001)
From a Homogenous to Heterogenous Media World. Access and Use of Media Among Teenagers Over Three Decades. Växjö: Växjö Universitet Institutionen för samhällsvetenskap.
- Nuoret aikuiset ja sanomalehti (2000)
Helsinki: Sanomalehtien liitto.
- Nuorison mediakäyttötutkimus (1999)
Kuudes valtakunnallinen nuorison mediakäyttötutkimus, syyskuu-lokakuu 1999. Helsinki: Sanomalehtien liitto.
- Pietikäinen, Sari (2001)
Nuoret uutisvirrassa. Teoksessa Luukka, Hujanen, Lokka, Modinos, Pietikäinen & Suoninen: Mediat nuorten arjessa. 13-19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituhaten vaihteessa. Jyväskylän yliopisto: Solki.
- Ridell, Seija (1998)
Tolkullistamisen politiikkaa. Tampereen yliopisto: Acta Universitatis Tamperensis 617.
- Saanilahti, Marja (1999)
Lasten ja nuorten muuttuva mediakulttuuri. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin laitos, Julkaisuja B 42.
- Salste, Elisa (2000)
TV-uutisten profiloituminen kilpailutilanteessa. TV1:n, MTV3:n ja Nelosen pääuutislähetysten tarkastelua. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin laitos, julkaisuja A 96.

Muut lähteet

Finnpanel (2001) tutkimustuloksia. <http://www.finnpanel.fi/>