

Poliittisen sisällön kohtaaminen sosiaalisen median alustoilla

Laadullinen haastattelututkimus kuudesluokkalaisten kokemuksista

Kasvatustiede, Opettajankoulutuslaitos
Kandidaatin tutkielma

Emma Lehmusvirta
Otto Mäntyniemi

12.4.2024
Turku

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu
Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

Kandidaatin tutkielma

Oppiaine: Kasvatustiede / Opettajankoulutuslaitos

Tekijät: Emma Lehmusvirta ja Otto Mäntyniemi

Otsikko: Poliittisen sisällön kohtaaminen sosiaalisen median alustoilla – Laadullinen haastattelututkimus kuudesluokkalaisten kokemuksia

Ohjaaja: Yliopistonlehtori Satu Laitinen

Sivumäärä: 30 sivua, 3 liitesivua

Päivämäärä: 12.4.2024

Tiivistelmä

Aiempien tutkimusten perusteella nuorten sosiaalisen median käyttö lisääntyy jatkuvasti. Samaan aikaan sosiaalista mediaa käytetään entistä enemmän politiikan välineenä. Nuoret näkevät poliittista sisältöä mediasta, mutta asiasta ei ole mainintoja Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa, eikä asiaa käsitellä kouluissa. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka paljon ja minkälaista poliittista sisältöä kuudesluokkalaisten näkevät mediassa. Opettajien on tärkeää pystyä vastaamaan oppilaiden kysymyksiin ja ajatuksiin poliittiseen sisältöön liittyen, mikäli oppilaat altistuvat poliittiselle sisällölle sosiaalisessa mediassa. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja tutkimusaineisto kerättiin puolistrukturoituna teemahaastatteluna. Haastattelut toteutettiin parihaastatteluina ja apuna käytettiin virikkeitä. Tutkimukseen osallistui 14 kuudesluokkalaista oppilasta. Tulosten perusteella monet oppilaat eivät osanneet määritellä politiikkaa käsitteenä. Sanna Marin oli selkeästi tunnistetuin poliitikko. Presidenttiehdokkuudella huomattiin olevan merkittävä yhteys tunnistettavuuteen, kun taas sosiaalisen median seuraajamäärällä ei ollut. Haastateltavat sanoivat näkevänsä poliittista sisältöä TikTokissa, YouTubessa ja Lasten uutisissa. Haastateltavat oppilaat eivät nähneet paljon poliittista sisältöä, vaikka presidentinvaalien takia sisältöä oli näkyvillä normaalia enemmän. Nähty poliittinen sisältö jää kuudesluokkalaisilla pintapuoliseksi, eikä sitä juurikaan sisäistetä.

Avainsanat: *Politiikka, sosiaalinen media, lähdekriittisyys, poliittinen sosialisatio, perusopetus, perusopetuksen opetussuunnitelma, kasvatustiede, koulutus*

Sisällysluettelo

Sisällysluettelo	3
1 Johdanto	4
2 Poliitiikka ja sosiaalinen media.....	6
2.1 Poliitiikka koulutuksessa	6
2.2 Sosiaalinen media.....	7
2.3 Sosiaalinen media politiikan välineenä	8
2.4 Nuoret sosiaalisessa mediassa	9
3 Tutkimuskysymykset	12
4 Menetelmä.....	13
4.1 Osallistujat	13
4.2 Tutkimuksen toteutus.....	13
4.3 Aineiston käsittely	15
4.4 Tutkimusetiikka.....	16
5 Tulokset.....	18
5.1 Kuudesluokkalaisten poliittinen tietämys.....	18
5.2 Poliitikkojen medianäkyvyyden yhteys tunnistettavuuteen.....	19
5.3 Kuudesluokkalaisten sosiaalisessa mediassa näkemä poliittinen sisältö	21
6 Pohdinta	23
6.1 Johtopäätökset tuloksista.....	23
6.1.1 Poliitiikka kuudesluokkalaisten silmin.....	23
6.1.2 Medianäkyvyys	24
6.1.3 Kuudesluokkalaisten sosiaalisessa mediassa näkemä poliittinen sisältö	25
6.2 Tutkimuksen luotettavuus.....	25
6.3 Jatkotutkimus	26
7 Lähteet.....	28
8 Liitteet.....	31
Liite 1. Kysymysrunko.....	31
Liite 2. Tietosuojalomake	31
Taulukko 1	33

1 Johdanto

Politiikka on osa jokaisen ihmisen elämää. Poliittiset ideologiat ja päätökset määrittävät kaikkia ihmisiä koskevia elintärkeitä kysymyksiä, kuten sotaa ja rauhaa. Yhteiskunnalliset rakenteet, kuten laki ja järjestys, taloudelliset liiketoimet ja yhteiskunnan arvot, ovat täynnä politiikkaa. (Axford ym., 2005, 1.) Poliitiikan tutkimuksessa kohdataan usein vastakkaisia ajatuksia ja argumentteja erilaisista poliittisista ilmiöistä. Vastaukset poliittisiin kysymyksiin voivat helposti olla epäjohdonmukaisia ja ristiriitaisia. Poliittinen tutkimus on elintärkeää maailman ymmärtämisen kannalta. (Halperin & Health, 2020, 1.) Yhteiskunnallisena ilmiönä politiikka on ilmiö, joka on jatkuvasti muutoksessa. Sen tarkoituksena on mitata ja arvioida ihmisten toimintaa. Poliitiikan tutkiminen ei kuitenkaan ikinä voi olla täydellistä, sillä lukuisista havainnoista huolimatta, ihmisten toimintaa ei voi ikinä tietää varmaksi. Lähes ainoa muuttumaton tekijä politiikan tutkimuksen alalla on se, että suurin osa ihmisistä haluaa vaikuttaa ympäristöönsä. (Jokinen 2018, 74.) Tämä vaikuttaminen nähdään kuitenkin usein ainoastaan aikuisia koskettavana asiana.

Politiikka on sitovien päätösten tekemistä, ristiriitaisten näkemysten kohtaamista sekä asioihin vaikuttamista. Politiikka käsitteenä ei liity pelkästään poliitikoihin ja instituutioihin, vaan politiikka on yhteydessä moniin eri yhteiskuntaelämän alueisiin. Koulut ovat osa yhteiskuntaa, joten politiikan ilmeneminen yhteiskunnassa vaikuttaa vahvasti myös koulun tapahtumiin. Poliitiikan määrittelyn tulisi jollakin tapaa ilmetä opetussuunnitelmissa vähintään perustasolla, sillä politiikan ymmärtäminen vaikuttaa siihen, miten oppilaan tulisi toimia yhteiskunnassa. (Rokka 2011, 47–48.) Koulutus on yhteiskunnallista toimintaa, joka tuottaa tietoa ja taitoja yhteiskunnassa pärjäämistä varten. Toisaalta koulutus on jossain määrin aina poliittista ja ideologista, sillä se on taloudellisesti ja poliittisesti säädeltyä. (Rokka 2011, 54.)

Politiikan on aiemmin ajateltu olevan vain aikuisia koskeva ilmiö, eikä lapsia ole otettu mukaan yhteiskunnalliseen keskusteluun. Viime vuosina lapsia on alettu osallistamaan enemmän yhteiskunnallisiin asioihin. Lasten yhteiskuntataitojen kehittymistä on alettu tukemaan. Muutosta on tapahtunut, kun lasten oikeuksiin ja huoliin on alettu kiinnittää enemmän huomiota. Lasten omaehtoinen poliittinen ja yhteiskunnallinen kiinnostus on jopa yllättävän suurta. (Salo 2010 410–431.) Pelkästään lasten osallistuminen aikuisten politiikkaan ei riitä. Aikuisten pitäisi haluta osallistua myös lasten politiikkaan, jotta lapsetkin nähtäisiin poliittisina toimijoina. (Kallio 2006, 181.) Nykyään poliitikot tuottavat yhä

enemmän lapsille suunnattua sisältöä lasten suosimissa sosiaalisen median palveluissa. Tämän takia on tärkeää, että politiikkaa käsitellään kouluissa ja opetussuunnitelmissa, jotta lapsilla on mahdollisuus saada tietoa politiikasta luotettavista ja objektiivisista lähteistä.

Perusopetuksen opetussuunnitelmassa (2014) ei mainita politiikkaa käsitteenä, mutta poliitikkojen lisääntyneen sosiaalisen median käytön ja nuorten aktiivisen median seuraamisen myötä voidaan ajatella, että poliittiset henkilöt ja teemat ovat osa nuorten arkipäivää, vaikka aiheita ei käsitelläkään koulussa. Jotta opettajat pystyvät tarvittaessa avaamaan poliittisia teemoja ja vastata oppilaiden kysymyksiin poliittisista aiheista, on tärkeää selvittää, näkevätkö nuoret poliittista sisältöä sosiaalisessa mediassa ja vaikuttaako mahdollisesti nähty sisältö heidän käsityksiinsä politiikasta. Jotta opettaja pystyy ohjaamaan oppilaita kohti luotettavaa sisältöä, niin poliittisten kuin muiden oppilaita kiinnostavien teemojen suhteen, on tärkeää tietää, miten hyvin nuoret erottavat luotettavan sisällön ja luotettavat lähteet epäluotettavista, sekä tunnistavatko he poliittisen sisällön muusta sisällöstä.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten paljon ja minkälaista poliittista sisältöä nuoret näkevät sosiaalisessa mediassa. Koska Tiktok ja Instagram ovat nuorten keskuudessa suosituimpia sosiaalisen median kanavia (Auxier & Anderson 2021, 4), tässä tutkimuksessa keskityttiin juuri näissä kanavissa paljon esillä oleviin poliitikkoihin. Sosiaalisen median palveluita käytetään nuorten keskuudessa myös tiedonetsintään ja itseä kiinnostavan sisällön kommentoimiseen. Opetussuunnitelma ohjaa median monipuoliseen käyttöön ja luotettavien tietolähteiden tunnistamiseen. Tässä tutkimuksessa pyrittiin myös selvittämään, näkevätkö, jakavatko ja kommentoivatko nuoret politiikkaan liittyvää sisältöä ja tunnistavatko he luotettavan sisällön ja tietolähteet.

2 Poliitikka ja sosiaalinen media

Tässä luvussa käsitellään tämän tutkimuksen kannalta merkityksellistä teoreettista viitekehystä. Aluksi tarkastellaan politiikan roolia Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa sekä poliittista sosialisatiota. Sen jälkeen määritetään sosiaalinen media käsitteenä. Seuraava alaluku keskittyy siihen, miten sosiaalista mediaa käytetään poliittisen sisällön jakamiseen, ja miten poliitikot hyötyvät sosiaalisen median käytöstä. Lopuksi tarkastellaan nuorten roolia ja käyttäytymistä sosiaalisessa mediassa, sekä esitellään kaksi erityisesti nuorten keskuudessa keskeistä sosiaalisen median palvelua.

2.1 Poliitikka koulutuksessa

Perusopetuksen opetussuunnitelman laaja-alaisen osaamisen tavoitteissa todetaan, että “Yhteiskunnalliseen toimintaan osallistuminen on demokratian toimivuuden perusedellytys “. Perusopetuksen tehtävänä on siis luoda osaamisperusta oppilaiden kasvulle demokraattisia oikeuksia ja vapauksia vastuullisesti käyttäviksi, aktiivisiksi kansalaisiksi. Kouluyhteisö tarjoaa turvalliset puitteet osallistumisen ja vaikuttamisen taitojen harjoittelulle. Osallisuuden vahvistaminen on koulun tehtävä. (POPS 2014, 22.) Nuorisopolitiikassa herättää usein keskustelua se, miten paljon oppiminen tapahtuu formaalisti koulutusjärjestelmässä ja kuinka paljon asioita opitaan non-formaalisti koulun ulkopuolella. Kouluissa vietetään nuoruusiästä merkittävä osuus, jonka takia usein ajatellaan oppimisen sijoittuvan nimenomaan koulutusjärjestelmän sisäiseen toimintaan. (Kiilakoski 2015; Salasuo & Homi 2021, 60.) Koulujen tulee vastata muuttuvan yhteiskunnan haasteisiin, sillä ne ovat tiivis osa yhteiskuntaa, eikä irrallinen toimija (Salo & Kajamies 2024, 1). Koulu on yhteiskunnallinen toimija, minkä takia kouluissa tulisi käsitellä yhteiskunnan kannalta oleellisia sisältöjä, kuten politiikkaa.

Nuorten poliittisuuden kehittymistä voidaan selittää poliittisella sosialisatiolla. Poliittinen sosialisatio tarkoittaa vuorovaikutuksellista ilmiötä, jossa nuoret hakevat paikkaansa yhteiskunnassa ja yrittävät löytää vastauksia heitä kiinnostaviin kysymyksiin. Tärkeä tekijä tässä ilmiössä on se, että nuoret pyrkivät omaksumisen lisäksi haastamaan vanhempien sukupolvien tapoja ja ajatuksia yhteiskunnassa. Haastaessaan edellisten sukupolvien toimintatapoja, nuoret vaativat perustelua näille ajatuksille. (Elo 2011, 7.) Toisaalta nuoret yrittävät sopeutua ympäröivään yhteiskuntaan tuoden siihen mukaan omat ajatuksensa ja

toimintatapansa. Vanhempien vaikutus nuorten käsityksiin politiikasta ja yhteiskunnasta on edelleen suurin vaikuttava tekijä, mutta lisääntynyt median käyttö vaikuttaa käsityksiin yhä vahvemmin. Internetin myötä nopeutunut tiedonvälitys on yksi selittävä tekijä sille, miksi vanhempien vaikutus nuorten poliittisiin asenteisiin on heikentynyt. (Elo 2011, 6.)

Salokosken ja Mustosen tutkimuskatsauksessa (2007) todetaan, että mediasta otetaan paljon vaikutteita, esikuvia, tunne-elämyksiä ja ideoita. Vaikka lasten kasvatus ja sen myötä asenteet ja arvot tulevat ensisijaisesti lasten vanhemmilta ja lähiympäristöstä, median merkitys lapsen asenteisiin, ajatteluun ja käyttäytymiseen kasvaa lapsen vanhetessa. Mitä vanhemmaksi lapsi kasvaa ja mitä enemmän hän kuluttaa aikaansa median parissa, sitä enemmän media vaikuttaa lapsen asenteisiin ja sitä kautta myös hänen ajatteluunsa ja käyttäytymiseensä. (Salokoski & Mustonen 2007, 35).

Perusopetuksen opetussuunnitelman (2014) laaja-alaisen osaamisen osallistumista ja vaikuttamista koskevissa tavoitteissa mainitaan tavoitteena, että oppilaat oppivat arvioimaan median vaikutuksia ja käyttämään median mahdollisuuksia. Median käyttö on lisääntynyt nuorten keskuudessa niin vapaa-ajalla kuin myös koulussa. Opetussuunnitelmassa (2014) todetaankin: “Arvokasvatuksen merkitys korostuu maailmassa, jossa monimediainen tiedonvälitys, globaalit tietoverkot, sosiaalinen media ja vertaissuhteet muokkaavat lasten ja nuorten arvomaailmaa”.

Median käytön lisääntymisen myötä opetuksessa on huomioitava turvallinen internetin käyttö ja luotettavien lähteiden tunnistaminen. Lähdekriittisyys ja tiedonhankintataidot mainitaan Suomen kielen ja kirjallisuuden tavoitteissa. Kuudennen luokan päättöarvioinnissa hyvän arvosanan kriteerit ovat seuraavat: “Oppilas käyttää tiedonhankinnassaan mediaa ja eri tekstiympäristöjä sekä tilanteeseen sopivia strategioita ja osaa jossain määrin arvioida tietolähteiden luotettavuutta.” Opettajan on siis tiedostettava jatkuvasti muuttuva media ja sen eri muodot, sekä ohjattava oppilasta käyttämään luotettavia lähteitä ja arvioimaan kaiken mediasta löytyvän tiedon luotettavuutta.

2.2 Sosiaalinen media

Sosiaalisella medially viitataan palveluihin, joissa käyttäjät itse tuottavat, jakavat ja muokkaavat verkkosisältöjä muiden käyttäjien kanssa. Sosiaalisella medially voidaan

arkikielessä viitata myös verkkoyhteisöpalveluihin, joita käyttää lähes 90 % suomalaisista 16–34-vuotiaista. (Tanner ym. 2020, 11.) Lietsala ja Sirkkunen (2008) esittävät, että sosiaalinen media voidaan määritellä yläkäsitteeksi, johon lukeutuu useita eri palveluja, jotka voidaan jakaa niiden käyttötapojen mukaan kuuteen eri lajiin: sisällön tuottaminen ja julkaiseminen, sisällön jakaminen, verkkoyhteisöpalvelut, yhteistyötuotannot, virtuaaliset maailmat sekä lisäohjelmat (Lietsala & Sirkkunen 2008, 26). Tannerin ym. mukaan sosiaalisen median määritelmä ei ole tarkkarajainen ja se muuttuu jatkuvasti teknologian kehittymisen mukana (Tanner ym. 2020, 14).

2.3 Sosiaalinen media politiikan välineenä

Sosiaalisen median käyttö politiikan välineenä on lisääntynyt poliitikkojen keskuudessa (Larsson & Kalsnes 2014, 2). Sosiaalisen median integroituminen kampanjointiin ja poliitikkojen arkipäivään on saanut poliitikot ja kansalaiset aiempaa lähemmäs toisiaan (Gainous & Wagner 2014, 158). Asiakeskeisen politiikan rinnalle on kehittynyt ilmiö, jossa poliitikot haluavat jakaa heidän yksityiselämänsä ja viihteellistä puoltaan mediaan, jotta äänestäjät voisivat samaistua heihin helpommin. Poliitikot ovat joutuneet opettelemaan median käyttöä saavuttaakseen positiivista mediajulkisuutta (Mäkelä 2018, 83–86).

Nykyään politiikan seuraaminen kohdistuu erityisesti politiikan johtohenkilöihin. Hallituspuolueiden edustajien lisäksi mediassa näkyvyyttä saavat radikaaleja mielipiteitä esittävät poliitikot. (Mäkelä 2018, 76). Kansalaiset seuraavat usein juuri niitä poliitikkoja, joiden kanssa he omaavat samankaltaiset ajatukset ja arvot (Gainous & Wagner 2014, 48). Ne poliitikot, jotka ovat aktiivisia myös verkon ulkopuolella, keräävät usein eniten seuraajia sosiaalisessa mediassa (Hermansin & Vergeerin 2012).

Suomessa, monien muiden maiden tapaan, sanomalehtien ja television rinnalle vaaliviestinnän ja vaalimainonnan kanavaksi on noussut internet. Sosiaalisen median käytön yleistyminen ja sovellusten kehittyminen ovat mahdollistaneet poliittisen sisällön leviämisen sosiaalisen median kautta. Toisaalta internetin vaikutusta politiikkaan on lisännyt merkittävästi 1990-luvun loppupuolella yleistyneet vaalikoneet, jotka tuovat politiikkaa, ja siitä kiinnostuneita ihmisiä internettiin. (Borg, Kestilä-Kekkonen & Wass 2020, 103–104.) Suomessa vuoden 2019 eduskuntavaaleissa sosiaalista mediaa hyödyntäneitä ehdokkaita oli erittäin paljon.

Internetiä ja sosiaalista mediaa hyödyntämällä on onnistuttu osallistamaan valitsijoita, jotka eivät muuten olisi osallistuneet vaaleihin. (Borg, ym., 2020, 117–118.)

Suosio mediassa kohdistuu erityisesti kiinnostaviin ja hyvin viestiviin poliitikkoihin (Mäkelä 2018, 76). Tutkimusten mukaan poliitikot käyttävät sosiaalisen median kanavia aktiivisemmin vaalien aikana kuin niiden ulkopuolella (Larsson & Kalsnes 2014). Ehdokkaat, jotka käyttävät sosiaalista mediaa kampanjoinnissa pystyvät myös itse kontrolloimaan seuraajilleen jakamaa tietoa ja sen myötä saavuttamaan parempia tuloksia vaaleissa (Gainous & Wagner 2014, 148). Suurin osa kansalaisten saamista käsityksistä tuleekin juuri mediassa käydyn keskustelun perusteella (Mäkelä 2018, 85).

2.4 Nuoret sosiaalisessa mediassa

Lapset käyttävät kasvavissa määrin aikaa ruutujen ääressä. Jyväskylän yliopiston LIITU-tutkimuksen perusteella yli puolilla peruskoululaisilla vastaajilla kului arkisin neljä ja puoli tuntia internetissä. Viikonloppuisin lukema oli keskimäärin kuusi tuntia. (Koskimaa ym., 2022, 122.) Lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimuksen mukaan 43 % lapsista ja nuorista kokee jonkin median käyttämisen määrittäväksi osaksi heidän vapaa-aikaansa. Mediaa käytetään lasten ja nuorten keskuudessa todella paljon, mutta yli viidesosa vastaajista oli sitä mieltä, että he käyttävät mediaa sopivissa määrin. Lapset ja nuoret, jotka arvioivat käyttävänsä mediaa monipuolisesti, käyttävät sitä esimerkiksi ajankohtaisten asioiden ja uutisten seuraamiseen sekä sisällön jakamiseen että tuottamiseen. (Merikivi, Myllyniemi & Salasuo 2016, 33–37.)

Internetissä ja sosiaalisessa mediassa vietettyjen tuntimäärien perusteella on todennäköistä, että lapset ja nuoret altistuvat poliittiselle sisällölle. Nuoret kokevat sosiaalisen median erittäin olennaiseksi tietolähteeksi esimerkiksi äänestysvalinnoilleen (Borg, ym., 2020, 116). Tämä kertoo siitä, että poliittista sisältöä on nuorten nähtävillä sekä siitä että tulevaisuudessa sosiaalista mediaa tullaan hyödyntämään entistä enemmän vaalikampanjoinnissa.

Sosiaalisen median seuraaminen on yksi suosituimmista internetin käyttötavoista. Sosiaalisen median käyttäjiä on maailmanlaajuisesti jo yli 2 miljardia (Tanner ym., 2020, 11). Nuorten sosiaalisen median käyttö on runsasta. Ebrand Group Oy toteutti keväällä 2022 yhteistyössä Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluissa koko Suomen kattavan kyselyn suomalaisten nuorten ja nuorten aikuisten sosiaalisen median käytöstä. Kyselyyn vastasi 13–

29-vuotiaat Suomessa asuvat ihmiset. Kyselyn perusteella 22 % 13–17 –vuotiaista käyttää sosiaalisessa mediassa 15–20 tuntia viikossa. Kyselyn mukaan sosiaalisen median palveluita vain 0–10 tuntia viikossa käyttäneiden määrä on vähentynyt huomattavasti kuuden vuoden aikana. Kyselyn pohjalta tehdyn katsauksen mukaan suosituimmat sosiaalisen median palvelut (poissulkien pääasiassa pikaviestintään käytettävät palvelut, kuten WhatsApp ja Snapchat) olivat YouTube, Instagram, Spotify ja Tiktok. (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2022.) Youtube ja Facebook ovat suosituimpia sovelluksia kaikkien käyttäjien kesken, mutta erityisesti Instagram ja Tiktok ovat suosittuja juuri nuorten keskuudessa. (Auxier & Anderson 2021, 4). Instagram löytyy monien puhelimesta ja sen parissa käytetään verraten paljon aikaa. Uutissovelluksia sen sijaan ei löydy nuorilta lähes ollenkaan, minkä takia monet nuoret saavat tiedon ajankohtaisista asioista Instagramin tai muiden sosiaalisen median palveluiden kautta. (Galan ym., 2019, 21.) Tästä syystä tämän tutkimuksen haastattelujen virikeosioon valittiin poliitikkoja, joilla on paljon seuraajia Instagramissa ja Tiktokissa.

Tiktok on mobiilivideoiden luomiseen ja jakamiseen tarkoitettu sovellus, joka kerää suosiota nuorten keskuudessa ympäri maailmaa (Bresnick 2019, 1). Se perustettiin vuonna 2018 ja jo vuonna 2019 Tiktok oli maailmanlaajuisesti toiseksi ladatuin sovellus Android-käyttäjien joukossa sekä Apple Storen viidenneksi ladatuin sovellus. Sovellusta ladattiin vuonna 2019 yhteensä yli 176 miljoonaa kertaa. (Anderson 2020, 7.) Tiktok esittää sisältöä yksi video kerrallaan, ja käyttäjän täytyy pyyhkäistä ylöspäin nähdäkseen seuraavan videon. Näkyvissä oleva video toistuu, kunnes käyttäjä pyyhkäisee ylös tai napauttaa näyttöä keskeyttääkseen videon katsomisen. (Anderson 2020, 8.)

Instagram on vuonna 2010 julkaistu sosiaalisen median kanava. Instagramia käyttää arviolta 500 miljoonaa ihmistä päivittäin. Instagramia on tutkittu monesta eri lähtökohdasta, koska sen käyttäjiä ovat yritykset, myyjät ja organisaatiot. Sovellus pitää sisällään materiaalia esimerkiksi turismista, ruuasta ja terveydenhuollosta. Instagramia käyttävät myös yksityishenkilöt vuorovaikutukseen ja kuvien ja videoiden jakamiseen. Tästä syystä sovellus sisältää paljon yksilöitä koskettavaa materiaalia, kuten sisältöä yksinäisyydestä, onnellisuudesta, ahdistuksesta, riippuvuuksista ja paljon muusta. Instagramin algoritmit altistavat käyttäjiä myös sellaiselle sisällölle, jota he eivät valitse nähdä. (Rejeb ym. 2022.) Suomessa vuoden 2019 eduskuntavaaleissa Instagramia vaalimainontaan käytti yli 40 %

ehdokkaista, ja sosiaalisen median kautta nähty sisältö vetosi nuoriin, vaikka he eivät ole yleensä poliittisesti erityisen aktiivisia. (Borg, ym., 2020, 109; 118).

3 Tutkimuskysymykset

Sosiaalisen median käyttö politiikan välineenä on kasvattanut suosiotaan. Poliittista sisältöä on sosiaalisessa mediassa kaikkien helposti saavutettavissa. Koska aiempien tutkimusten mukaan nuoret viettävät sosiaalisen median eri palveluissa paljon aikaa, tutkimuksessa pyritään selvittämään, minkälaista poliittista sisältöä päätyy juuri nuorten nähtävälle ja vaikuttaako nähty sisältö heidän käsityksiinsä politiikasta. Sosiaalisessa mediassa aktiiviset ja suositut poliitikot saavuttavat hyviä tuloksia vaaleissa, joten tutkimuksessa pyritään selvittämään myös sitä, miten hyvin kuudesluokkalaiset tunnistavat mediassa paljon esillä olevia poliitikkoja. Tämän tutkimuksen tutkimuskysymykset määrittyivät seuraavasti:

1. Minkälaisia käsityksiä kuudesluokkalaisilla on politiikasta ja mistä he saavat tietoa politiikasta?
2. Minkälaista poliittista sisältöä kuudesluokkalaiset näkevät sosiaalisessa mediassa?
3. Minkälainen yhteys poliitikkojen medianäkyvyydellä on tunnistettavuuteen?

Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä halutaan selvittää sitä, mitä kuudesluokkalaiset tietävät politiikasta entuudestaan. Tarkoituksena on saada selville osaavatko he määritellä politiikkaa käsitteenä ja osaavatko he nimetä suomalaisia puolueita ja poliitikkoja. Sen lisäksi halutaan tietää mistä eri kanavista kuudesluokkalaiset saavat tietoa politiikasta ja siihen liittyvistä ilmiöistä. Toisen tutkimuskysymyksen tarkoituksena on selvittää mahdollisesti nähdyn poliittisen sisällön laatua ja tyyliä. Poliittikka ilmenee niin monissa eri muodoissa, että on mielekästä selvittää, minkälaisen sisällön kuudesluokkalaiset tunnistavat poliittiseksi. Kolmas tutkimuskysymys tarkentuu sosiaaliseen mediaan politiikan välineenä, sillä sen tarkoituksena on selvittää, onko tunnettujen poliitikkojen sosiaalisen median seuraajamäärillä yhteyttä siihen, miten hyvin kuudesluokkalaiset tunnistavat heitä. Medianäkyvyydellä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa lähinnä korkeita seuraajamääriä tai ehdokkuutta presidentinvaaleissa 2024.

4 Menetelmä

Tässä osiossa esitellään tutkimuksen toteuttamisen kannalta merkittävät tekijät. Osio alkaa osallistujien käsittelyllä, jonka tarkoituksena on kertoa tutkimukseen valituista osallistujista ja perustella valintoja. Sen jälkeen tutkimuksen toteuttamista käsitellään yksityiskohtaisesti. Tutkimuksen vaiheet kuvataan tarkasti, jotta tutkimus olisi luotettava ja helposti toistettavissa. Sen jälkeen kerrotaan kerätyn aineiston käsittelystä, eli äänityksestä, litteroinnista ja teemoittelusta. Osion lopussa nostetaan esille tutkimuksen eettisiin periaatteisiin liittyviä asioita.

4.1 Osallistujat

Tutkimuksen perusjoukkona oli peruskoulun kuudennen luokan oppilaat. Tutkimuksen otoksen valinnassa käytettiin mukavuusotantaa. Mukavuusotanta on osa ei-satunnaisia otantamenetelmiä. Otoksena käytettiin tutkijoille helpoiten saavutettavissa olevaa luokkaa, jonka oppilaista kaikki vapaaehtoiset ja huoltajan luvan saaneet haastateltiin. Mukavuusotannan tarkoitus on, että tutkija valitsee hänelle helpoiten saatavilla olevia haastateltavia, kunnes otoskoko on tarpeeksi suuri (Cohen, Manion & Morrison 2018, 218; Metsämuuronen 2006, 45). Luokan oppilaita ja huoltajia lähestyttiin sähköisesti luokanopettajan toimesta, kun koulun rehtorilta oli saatu tarvittavat luvat. Tietosuojalomake (Liite2) lähetettiin koulun rehtorille ja haastateltavien vanhemmille. Tutkimuksen otoksena oli erään uusimaalaisen koulun kuudennen luokan 14 oppilasta. Tutkimuksen aiheen kannalta haastateltavien henkilökohtaisilla ominaisuuksilla, kuten sukupuolella tai etnisellä taustalla ei ollut merkitystä. Tutkimukseen osallistui kaikki huoltajilta luvan saaneet oppilaat, jotka halusivat itse osallistua haastatteluun. Oppilaat saivat itse valita parinsa haastatteluun.

4.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, koska tarkoituksena oli saada syvällistä ymmärrystä tutkimuksen käsittelemästä ilmiöstä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2012, 161). Tutkimuksessa haluttiin selvittää oppilaiden henkilökohtaisia kokemuksia ja kartoittaa nähtyä poliittista sisältöä. Siksi laadullinen lähestymistapa oli tähän tutkimukseen sopivin vaihtoehto.

Aineisto kerättiin haastattelemalla, sillä laadullisessa tutkimuksessa aineiston määrää tärkeämpää on tutkittavien käsitykset ja kokemus tutkimuksen aiheesta (Puusa & Juuti 2020; Tuomi & Sarajärvi 2018, 73). Haastattelut äänitettiin oppilaiden luvalla litterointia varten. Tämä antoi haastattelijoille mahdollisuuden keskittyä haastateltaviin, eikä muistiinpanojen kirjoittaminen vienyt huomiota muualle.

Tutkimus toteutettiin lukuvuoden 2023–2024 aikana. Haastattelut kerättiin tammikuussa 2024. Kaikki haastattelut toteutettiin samana päivänä haastateltavien koululla. Molemmat haastattelijat saivat käyttöönsä rauhallisen ja hiljaisen tilan. Ajoitus haastatteluille oli otollinen, sillä käynnissä olevien presidentinvaalien vuoksi haastateltavilla oli suurempi mahdollisuus kohdata poliittista sisältöä mediassa. Poliitikot käyttävät sosiaalista mediaa vaalimainontaan, jonka takia sitä oli haastattelujen toteuttamisen aikaan paljon näkyvillä (Borg, ym., 2020, 117–118).

Ennen haastattelujen toteuttamista suunniteltiin kysymysrunko (Liite1), joka esitettiin kolmella kuudesluokkalaisella lapsella. Esitestauksissa ei käynyt ilmi muokkausta vaativia kohtia, joten haastattelut pidettiin alkuperäisen kysymysrunгон pohjalta.

Haastattelumenetelmänä oli puolistrukturoitu avoin parihaastattelu. Puolistrukturoidussa haastattelussa on valmiit teemat, joita kysymysrunko (Liite2) noudattaa. Kysymysrungossa oli tarkkoja kysymyksiä, jotka kysyttiin kaikilta haastateltavilta. Puolistrukturoitu haastattelu asettuu avoimuutensa puolesta lomakehaastattelun ja teemahaastattelun välille.

Puolistrukturoitu haastattelu on toimiva vaihtoehto silloin, kun halutaan tietoa jostakin tietystä aiheesta, eikä haastateltavilla tarvitse olla paljoa vapauksia haastattelutilanteessa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Parihaastattelun etuna on se, että sen avulla saa enemmän vastauksia samassa ajassa. Parin jäsenet voivat auttaa toisiaan muistamaan asioita, joita he eivät yksin välttämättä muistaisi. Tuttu pari voi auttaa haastateltavaa olemaan ja puhumaan rennommin vieraan haastattelijan kanssa. Ryhmä- ja parihaastattelujen on huomattu toimivan parhaiten lasten ja vanhusten kanssa. Parihaastatteluissa on myös haasteensa. Haastateltavat eivät välttämättä uskalla kertoa ryhmässä kaikkea, mitä yksin voisi sanoa, minkä takia haastattelijan pitää osata osallistaa molempia haastateltavia. Nauhoittaminen voi tuottaa myös ongelmia, jos vastaajat puhuvat paljon toistensa päälle. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Haastattelussa käytettiin apuna myös virikkeitä, eli valokuvia tunnetuista suomalaisista poliitikoista tai politiikan alalla paljon esillä olevista henkilöistä. Koska haastattelut pidettiin

presidentinvaalien aikaan, jolloin ehdokkaat olivat paljon esillä suomalaisessa mediassa, haastateltaville näytettiin kuvat kaikista presidenttiehdokkaista. Presidenttiehdokkaiden lisäksi virikeosioon valittiin poliitikkoja, joilla on paljon sosiaalisen median seuraajia, tai he ovat muuten paljon esillä sosiaalisessa mediassa. Virikkeiden käyttäminen haastattelutilanteessa voi olla hyödyllistä ja muistuttaa haastateltavia asioista, joita he eivät välttämättä ilman virikkeen näkemistä muistaisi. Virikkeitä käytettäessä haastattelutilanne toimii haastattelijan, haastateltavan ja virikkeiden välisenä vuoropuheluna. (Hyvärinen, Nikander & Ruusuvoori 2017.) Virikkeet ovat toimiva osio haastattelussa, eikä koko haastattelun tarvitse pohjautua virikkeille (Hyvärinen ym., 2017).

Kysymyksiä tai vastausvuoroja ei määritelty pareille valmiiksi. Haastateltavat saivat puhua vapaasti ja täydentää toisiaan. Vain virikeosiossa, henkilöitä tunnistaessa ja nimettäessä haastateltavia pyydettiin vastaamaan yksi kerrallaan vastausvuoroilla, jotta saatiin selkeää dataa siitä, kuinka moni tunnisti ja osasi nimetä poliitikkoja. Tunnistustehtävässä haastateltavia pyydettiin ensin tunnistamaan henkilö ja sitten nimeämään henkilö. Vastaukset koottiin Taulukkoon 1. Litterointi suoritettiin pian haastattelujen jälkeen, jotta vastaukset olivat vielä tuoreessa muistissa.

4.3 Aineiston käsittely

Haastattelut äänitettiin tutkittavien luvalla ja äänitykset siirrettiin suoraan tietoturvaliseen Seafile-palveluun, jonka jälkeen nauhoitteet hävitettiin äänityslaitteesta. Haastattelujen äänitykset eivät ole missään vaiheessa olleet kenenkään muun kuin tutkimuksen tekijöiden kuultavana. Jokainen haastattelu litteroitiin sanatarkasti. Litterointi tarkoittaa puheen ja toiminnan muuttamista kirjalliseksi. Litteraatio kuvaa sitä, mitä haastattelutilanteessa on tapahtunut. Litteroinnin tarkoituksena on, että aineisto on ymmärrettävä, eikä puheen takeltelu tai tauot ole merkityksellisiä. (Kallio 2021.) Haastattelujen litteroinnit numeroitiin ja parihaastattelujen vastaajat erotettiin toisistaan numero- ja kirjainkoodeilla. Vastaajat merkittiin koodeilla, joilla vastaukset erottuvat toisistaan. Koodit muodostuvat haastattelujen järjestysnumeroista 1–7. Jokaisessa haastattelussa oli kaksi vastaajaa, jotka on koodattu kirjaimin A ja B, joten haastateltavien koodit ovat 1A, 1B, 2A, 2B, jne. Litteroinneista on poistettu kaikki haastateltavan tunnistettavat tiedot. Myös litteroidut aineistot siirrettiin tietoturvaliseen Seafile-palveluun. Haastattelujen litteraattien perusteella saadut vastaukset

teemoiteltiin. Teemoittelun tarkoituksena on löytää tutkimusongelmiin vastaavat aiheet eli teemat haastatteluaineistosta. Aineistosta on tarkoitus eritellä tärkeitä asiakokonaisuuksia ja yhdistäviä piirteitä. (Juhila 2021.) Seitsemän eri haastattelun vastauksista kerättiin yhteisiä aihealueita, joiden perusteella tehtiin teemoittelu ja aineiston analysointi. Jokainen kysymys käytiin yksitellen läpi ja vastaukset koottiin yhteen. Tämän jälkeen saatiin laajempi kokonaiskuvan oppilaiden vastauksista, ja oli mahdollista eritellä niistä teemoja.

Haastattelujen virikeosiossa oppilaita pyydettiin tunnistamaan kuvista presidenttiehdokkaita ja muita poliitikkoja. Kuvia oli yhteensä 19. Haastattelija merkkasi jokaisen kuvan kohdalla kuvan taakse koodin: X= Oppilas ei tunnista poliitikkoa, O= Oppilas tunnistaa poliitikon, mutta ei osaa nimetä tätä ja V= Oppilas tunnistaa ja osaa nimetä poliitikon. Virikeosioista saadut tulokset käsiteltiin hyödyntäen määrällisen aineiston analysointimenetelmiä.

Kuvatunnistuksesta saatu data taulukoitiin Excelissä ja taulukkoon lisättiin yhteen sarakkeeseen poliitikkojen Instagram- ja Tiktok-seuraajien määrät. Taulukkoa (Taulukko1) hyödyntämällä analysoitiin tunnistettavuuden suhdetta sosiaalisen median seuraajiin, ja toisaalta tunnistettavuuden suhdetta presidenttiehdokkuuteen.

4.4 Tutkimusetiikka

Tutkimus toteutettiin ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettisten periaatteiden mukaisesti. Aineisto kerättiin täysin anonymisti, jolloin ketään yksittäistä vastaajaa ei pystytä tulosten perusteella tunnistamaan. Tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden ollessa alaikäisiä, tulee osallistujien huoltajilta pyytää ja saada lupa tutkimukseen osallistumiseen. Pyysimme tutkimuslupaa kaikilta erään Uusimaalaisen koulun kuudennen luokan oppilailta ja heidän huoltajiltaan. Kuten mainittu, haastateltavat olivat alle 15-vuotiaita, joten tutkimuseettisten perusteiden mukaan huoltajien lupa tulee olla (Kohonen, Kuula-Luumi & Spoof 2019, 9). Tutkimukseen osallistuville oppilaille kerrottiin, että tutkimukseen osallistumisesta on oikeus kieltäytyä ja haastattelu on mahdollista keskeyttää missä tahansa vaiheessa. Alaikäisiä tutkittaessa on tärkeää antaa tutkimuksesta tietoa selkeästi ja ymmärrettävästi. Haastateltavien lupa on ensiarvoisen tärkeä. Vaikka huoltajien lupa on jo saatu, tutkimuksen aikana tulee koko ajan kunnioittaa haastateltavien itsemääräämisoikeutta ja vapaaehtoisuutta (Kohonen ym. 2019, 9). Tutkimukseen osallistuvat oppilaat olivat tutkijoille ennestään tuntemattomia. Haastattelukysymykset suunniteltiin niin, etteivät ne olleet haastateltavaa johdattelevia. Tutkimuksessa keskityttiin Instagramissa ja Tiktokissa suosittuihin poliitikkoihin.

Molemmissa sovelluksissa ikäraja on 13-vuotta. Haastateltavat kuudesluokkalaiset ovat pääosin vielä 12-vuotiaita, joten he eivät virallisesti saisi vielä käyttää sovelluksia. Tämän takia, haastattelukysymyksissä ei kysytty suoraan sovellusten käytöstä vaan haastateltavien annettiin kertoa niistä itse. Haastateltavien ikää ei kysytty.

5 Tulokset

Tässä osiossa käsitellään tutkimuksen tuloksia, jotka on saatu haastatteluaineistoa analysoimalla ja haastattelun virikeosioista saadun tiedon taulukoimisella.

Haastattelukysymykset jaettiin tutkimuskysymysten perusteella kolmeen osaa: kuudesluokkalaisten poliittinen tietämys, poliitikkojen medianäkyvyyden yhteys tunnistettavuuteen ja kuudesluokkalaisten sosiaalisessa mediassa näkemä poliittinen sisältö. Tutkimuksen tuloksia käsitellään samannimisten alaotsikoiden avulla. Toisen alaluvun kohdalla esitellään virikehaastatteluun liittyvä taulukko ja sen tulkinnat. Tulososio sisältää suoria lainauksia haastatteluista sekä tutkijoiden tulkintoja lainauksista.

5.1 Kuudesluokkalaisten poliittinen tietämys

Haastattelun ensimmäiset kolme kysymystä koskivat haastateltavien poliittista tietämystä ja poliittisten puolueiden sekä politiikassa esillä olevien henkilöiden tunnistamista ja nimeämistä. Haastattelua varten laadittiin lyhyt määritelmä politiikalle, joka kerrottiin, jos haastateltavat eivät osanneet vastata mitä politiikka tarkoittaa. Haastateltavista lähes puolet (6) ei osannut vastata politiikan määrittelyä koskevaan kysymykseen. Moni vastasi ensin, että ei osaa sanoa tai että politiikasta ei tule mitään mieleen. Vastausta kuitenkin jatkettiin usein mainitsemalla vaalien (4) tai asioista päättämisen (2) liittyvän politiikkaan.

Haastateltavien puoluetietämyksessä oli paljon vaihtelua haastateltavien välillä. Osa vastaajista ei osannut nimetä yhtään puoluetta (6) ja toisaalta kaksi haastateltavaa osasi nimetä kaikki Suomen eduskuntapuolueet. Puolueista SDP sai eniten mainintoja. SDP:n osasi nimetä yhteensä viisi haastateltavaa. Haastateltavat kertoivat kuulleensa puolueista vaaleihin liittyvissä asioissa, televisiossa, uutisissa ja lasten uutisissa. Yksi haastateltavista mainitsi myös kuulleensa puolueista vanhemmiltaan. Kysyimme haastateltavilta myös mitä he tietävät puolueista. Halusimme selvittää, tietävätkö kuudesluokkalaiset puolueiden nimien lisäksi puolueiden ideologioita tai poliittista suuntausta. Vain yksi haastateltavista osasi kertoa puolueista. Kyseinen haastateltava osasi myös nimetä kaikki eduskuntapuolueet ja kertoi kuulleensa puolueista uutisista. Muut haastateltavat eivät osanneet kertoa puolueista.

“Kyl mä sillee vähän tiedän et mitkä on oikeistoo ja mitkä vasemmistoo, ainaki vihreillä on jotain vihreää siirtymää, et niinku no sitä ilmastoo” – 3B

Joillain kuudesluokkalaisilla selkeästi on jo käsitystä puolueiden ajatuksista ja linjauksista. Yllä oleva oppilaan lainaus todistaa, että kuudesluokkalaisillakin voi olla tarkkoja tietoja suomalaisten puolueiden ajamista politiikasta. Vihreiden yhdistäminen ilmastoasioihin voi olla yleisempää tietoa, mutta oppilas osasi myös mainita vihreän siirtymän, mikä kertoo syvemmästä tietämyksestä aiheesta.

5.2 Poliitikojen medianäkyvyyden yhteys tunnistettavuuteen

Ennen virikehaastatteluvaihetta haastateltavia pyydettiin nimeämään tuntemiaan suomalaisia poliitikkoja. Haastattelujen aikaan käynnissä olevien presidentinvaalien ehdokkaita nimettiin paljon. Presidenttiehdokkaista nimettiin Li Andersson, Pekka Haavisto, Alexander Stubb, Hjallis Harkimo, Jussi Halla-Aho ja Sari Essayah. Muista poliitikoista nimettiin Petteri Orpo, Riikka Purra, Sanna Marin ja Sauli Niinistö. Poliitikoista oli haastateltavien mukaan kuultu ja nähty televisiossa, uutisissa ja vaaliohjelmissä sekä sosiaalisessa mediassa.

“onks ne niitä jotka voi hakee myös tasavallan presidentiksi” – 6B

Virikehaastatteluvaiheessa haastateltaville näytettiin 19 poliitikon kuvat. Näytettävät poliitikot valittiin heidän sosiaalisen median seuraajamäärän sekä yleisen tunnettavuuden mukaan. Haastateltavia pyydettiin ensin tunnistamaan ja sitten nimeämään poliitikot. Taulukkoon 1 koottiin poliitikot, heidän tunnistusmääränsä ja nimeämismääränsä sekä sosiaalisen median seuraajamääränsä. Sosiaalisen median seuraajamäärään sisältyy Instagram- ja TikTok-seuraajien yhteismäärä. Järjestimme taulukon poliitikon tunnistettavuuden perusteella.

Taulukko 1. Poliitikkojen tunnistettavuus ja sosiaalisen median seuraajat

Poliitikko	Tunnistettu	Nimetty	Instagram ja TikTok- seuraajat
Marin	13	13	1 000 000
Halla-Aho	12	6	5 000
Stubb	12	11	170 000
Harkimo	11	5	95 000
Haavisto	11	5	76 000
Urpilainen	11	5	15 000
Purra	10	5	55 000
Essayah	9	2	5 000
Aaltola	9	2	58 000
Andersson	8	6	112 000
Rehn	7	2	10 000
Orpo	6	4	32 000
Ohisalo	6	1	54 000
Fagerström	4	0	58 000
Keskisarja	3	1	0
Tynkkynen	2	0	170 000
Diarra	1	0	32 000
Virta	1	0	144 000
Merinen	1	1	256 000

Sanna Marin oli haastateltaville selkeästi tutuin poliitikko. Ainoastaan yksi haastateltavista ei tunnistanut tai osannut nimetä Marina. Marin toimi pääministerinä v. 2019–2023, jonka aikana hän oli paljon esillä sekä uutismediassa että sosiaalisessa mediassa. Vuonna 2023 Sanna Marin on mainittu Googlen hakukoneen mukaan Ylen sivuilla 27 tuhatta kertaa ja Helsingin Sanomien sivuilla 12 tuhatta kertaa. Tutkimuksen perusteella ei kuitenkaan havaittu selkeää yhteyttä sosiaalisen median seuraajien ja haastattelussa tunnistettavuuden välillä. Marin oli selkeästi tunnistetuin ja seuratuin poliitikko, mutta toiseksi tunnistetuin poliitikko oli Jussi Halla-Aho, joka ei ole aktiivinen sosiaalisessa mediassa, ja hänellä on vain viisi tuhatta Instagram-seuraajaa. Alexander Stubb oli tunnistettu yhtä monta kertaa kuin Halla-Aho, mutta hänet osattiin nimetä paremmin. Tämä voi johtua Stubbin laajasta näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa. Taulukosta on selkeästi havaittavissa, että Marinin lisäksi tunnistetuimpia poliitikkoja oli vuoden 2024 presidenttiehdokkaat. Presidenttiehdokkuus oli sosiaalisen median seuraajia merkittävämpi tekijä tunnistettavuuden kannalta. Esimerkiksi Ville Merinen ja Sebastian Tynkkynen ovat huomattavasti vähemmän tunnistettuja kuin Sari

Essayah, vaikka molemmilla on yli kolmekymmentä kertaa enemmän sosiaalisen median seuraajia.

5.3 Kuudesluokkalaisten sosiaalisessa mediassa näkemä poliittinen sisältö

Haastatteluissa haluttiin selvittää minkälaista poliittista sisältöä kuudesluokkalaisten näkevät sosiaalisessa mediassa. Haastateltavien vastaukset olivat samankaltaisia sen suhteen, missä he ovat sisältöä nähneet. Sosiaalisen median palveluista eniten nousi esille Tiktok ja YouTube. Haastateltavat kertoivat nähneensä presidenttiehdokkaiden mainoksia YouTubessa. Tiktokissa mainosten lisäksi he olivat nähneet ehdokkaiden itse tekemiä videoita, jotka eivät aina liity edes politiikkaan. Monet olivat nähneet esimerkiksi Alexander Stubbin tekemiä videoita, joissa hän vastaa katsojien vastaamiin kysymyksiin.

“jos kattoo Alexander Stubbin tiktokkeja ni se usein vastaa niihin kommentteihin” – 1A

Sosiaalisessa mediassa oli myös nähty ajankohtaista poliittista sisältöä. Eräs haastateltavista sanoi näkevänsä: “jotain maahanmuuttoon liittyviä videoita.” Sosiaalisen median lisäksi haastatteluissa nousi esiin uutisissa nähty poliittinen sisältö. Muutama haastateltava seurasi uutisia ja luki lehtiä, joista he olivat nähneet esimerkiksi poliitikkojen haastatteluja. Presidentinvaalien ajankohta oli selvästi havaittavissa haastatteluissa, sillä kaduilla nähdyt mainokset nousivat haastatteluissa pinnalle.

“Mul on tullu lehdissä ni vaikka joku haastattelu, esim. lasten uutisissa ni lapset haastattelee poliitikkoo” – 3A

Yksi teema tutkimuksessa oli politiikan käsittely peruskoulussa, ja poliittiseen sisältöön kohdistuva lähdekritiikki. Lähes kaikki haastateltavat sanoivat, että koulussa ei ole puhuttu mitään politiikasta tai, että he eivät muista, että asiaa olisi käsitelty mitenkään. Yhdessä parihaastattelussa molemmat haastateltavat kertoivat, että yhteiskuntaopin tunnilla on puhuttu politiikasta ja erityisesti presidentinvaaleista. Yksi haastateltava mainitsi, että ympäristöopin ja äidinkielen oppitunneilla on puhuttu vaaleista ja sotiin liittyvistä asioista. Poliitiikkaa

käsitellään siis alakoulussa melko vähän, koska suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että asiasta ei ole puhuttu koulussa. Haastateltavilla oli kohtuullisen hyvä käsitys lähdekritiikistä, eli siitä miten he tunnistavat luotettavan tiedon. Monet haastateltavat mainitsivat, että jos tieto on saatavilla monessa eri lähteestä, tieto koetaan luotettavana. Yksi haastateltavissa sanoi:

“No jos mä oon nähny sen jossain muualla monta kertaa, tai sit jos mä oon nähny sen vaikka Ylellä tai jotain.” – 2B

Valtamediat, kuten Yle ja Helsingin Sanomat, koettiin haastatteluissa luotettaviksi lähteiksi. Helsingin Sanomien Lastenuutiset oli monien haastateltavien mukaan luotettava lähde. Luotettavaksi koettiin myös suurimpien uutistoimistojen eri alustat, kuten Iltalehden TikTok-tili sekä presidenttiehdokas Alexander Stubbin oma käyttäjätili.

“No esim, vaikka että missä se on tai mistä se tulee se video tai vaikka että kuka siinä esiintyy. Tai kuka on julkassu sen videon” – 4A

“Luotettavan tunnistaa esim. siitä et esim. Iltalehdelläki on TikTokki, ni yleensä ne on aina luotettavia ja sitte Alexander Stubbin oma käyttäjä on sillee” – 4B

Haastateltavilta kysyttiin, onko kaikki poliitikkojen luoma sisältö poliittista sisältöä, koska haluttiin selvittää osaavatko oppilaat erottaa sisällöt toisistaan. Muutamille kysymys oli aluksi vaikea, mutta monet olivat yksimielisiä siitä, että kaikki poliitikkojen tekemä sisältö ei ole poliittista. Harva osasi perustella miksi, mutta esimerkeiksi annettiin kysymys-vastaus-videot ja hiustenlaittovideot, jotka eivät liity politiikkaan. Mahdollisesti joillekin haastateltavista ei ollut täysin selvää, mikä kaikki sisältö on poliittista, mutta esimerkkien perusteella he osasivat tunnistaa ainakin ei-poliittisen sisällön.

6 Pohdinta

Tämän tutkimusraportin viimeinen osio koostuu kolmesta alaluvusta. Aluksi esitellään johtopäätöksiä tutkimuksessa saaduista tuloksista. Seuraavaksi käsitellään tutkimuksen luotettavuuteen liittyviä seikkoja, ja reflektoidaan tutkimuksen toteuttamiseen liittyviä muuttujia. Lopuksi esitellään tutkimuksen aiheeseen liittyviä jatkotutkimusehdotuksia. Jatkotutkimusehdotukset liittyvät otoksen kokoon ja laatuun, sekä tutkimuksen ajankohtaan.

6.1 Johtopäätökset tuloksista

Johtopäätökset on jaettu kolmeen kappaleeseen, jotka vastaavat tulososion kappaleita. Aluksi käsitellään sitä, miten kuudesluokkalaiset osasivat määritellä politiikkaa, ja miten siitä puhutaan koulussa. Sen jälkeen kerrotaan siitä, miten poliitikkojen medianäkyvyys vaikutti heidän tunnistettavuuteensa tässä tutkimuksessa. Viimeisessä kappaleessa käydään läpi sitä, minkälaista poliittista sisältöä kuudesluokkalaiset sosiaalisessa mediassa näkevät.

6.1.1 Poliitikka kuudesluokkalaisten silmin

Perusopetuksen opetussuunnitelman (2014) tavoitteissa määritellään, että osallisuuden vahvistaminen on koulun tehtävä. Oppilaat saavat koulussa harjoitella kansalaisille tärkeitä osallistumis- ja vaikuttamiskeinoja. Poliitikkaa käsitteenä ei kuitenkaan suoraan mainita opetussuunnitelmassa. Tässä tutkimuksessa kuudesluokkalaisilta haastateltavilta kysyttiin, onko koulussa keskusteltu politiikkaan liittyvistä asioista tai henkilöistä. Haastateltavista suurin osa kertoi, ettei poliitikasta tai siihen liittyvistä asioista ole heidän muistaakseen keskusteltu koulussa ollenkaan. Kuitenkin osa haastateltavista mainitsi, että poliitikasta tai poliittisista aiheista, kuten vaaleista ja sodista on keskusteltu joillakin oppitunneilla. Haastateltavien vastauksien vaihtelevuus voi selittyä sillä, että oppilaat eivät osanneet määritellä politiikkaa tarkasti, eli he eivät välttämättä tiedä, mitä teemoja politiikkaan sisältyy.

Tässä tutkimuksessa haastateltavien poliittista tietämystä kartoitettiin politiikan määrittelyn lisäksi pyytämällä heitä tunnistamaan ja nimeämään suomalaisia poliittisia puolueita ja poliitikkoja. Haastateltavien vastauksissa oli paljon vaihtelua sekä puolueiden että poliitikkojen osalta. Aiempien tutkimuksien mukaan nuorten poliittisuus kehittyy vanhempien

poliittisten ja yhteiskunnallisten käsitysten sekä nykyään yhä enemmän mediassa nähdyn sisällön myötä (ks. Elo 2011). Tämän tutkimuksen tulokset ovat yhteneväisiä aiempien tutkimuksien kanssa. Suurin osa haastateltavista oli kuullut poliittisista puolueista sosiaalisessa mediassa ja uutismediassa. Vain yksi haastateltavista mainitsi kuulleensa puolueista omilta vanhemmiltaan.

6.1.2 Medianäkyvyys

Tässä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään vaikuttaako poliittisten henkilöiden aktiivinen sosiaalisen median käyttö ja näkyvyys mediassa heidän tunnistettavuuteensa. Tuloksien mukaan Sanna Marin oli selvästi tunnistetuin poliitikko. Sanna Marin toimi pääministerinä 2019–2023, jolloin mediassa käsiteltiin paljon käynnissä olevaa koronapandemiaa. Pääministeriä haastateltiin paljon ja hän piti useita tiedotustilaisuuksia. Koska koronapandemia vaikutti kaikenikäisiin kansalaisiin, on ymmärrettävää, että myös alakouluikäiset lapset ovat altistuneet poliittiselle sisällölle, kuten pääministerin haastatteluille. Sanna Marinin tunnistettavuuteen vaikutti mahdollisesti myös hänen suuri seuraajamääränsä sosiaalisessa mediassa, sillä Marinilla on yli miljoona seuraajaa Instagramissa. Marinin puolue SDP sai myös eniten mainintoja pyydettyä haastateltavia nimeämään suomalaisia puolueita. Tämäkin saattaa selittyä Marinin suurella medianäkyvyydellä ja suosiolla sosiaalisessa mediassa. Voidaan myös pohtia medianäkyvyyden yhteyttä seuraajamäärään: jos henkilö on paljon esillä valtamediassa, löytääkö ihmiset myös helpommin heidän käyttäjätilinsä sosiaalisesta mediasta?

Tämän tutkimuksen tuloksien perusteella ei kuitenkaan voida suoraan päätellä, että suuri seuraajamäärä takaa poliitikon tunnistettavuuden. Esimerkiksi Alexander Stubb, jolla oli tutkimuksen toteuttamisen aikaan yhteensä 170 000 seuraajaa ja Jussi Halla-Aho (vain 5000 seuraajaa) tunnistettiin yhtä hyvin. Tähän voi vaikuttaa esimerkiksi se, että Jussi Halla-Aho on pienestä seuraajamäärästä huolimatta paljon esillä sosiaalisessa mediassa mm. kärjistyneiden mielipiteidensä vuoksi. Halla-ahosta luodaan myös paljon erilaisia videoita Tiktok-palveluun, vaikka hänellä ei ole omaa Tiktok-käyttäjätiliä.

Medianäkyvyyden ja tunnistettavuuden yhteydestä kertoo myös presidenttivaalien aikaan paljon esillä olleiden presidenttiehdokkaiden suuri tunnistettavuus. Esimerkiksi Sari Essayah

(n. 5000 seuraajaa) tunnistettiin 9 kertaa ja Ville Merinen (yli 250 000 seuraajaa) ainoastaan kerran.

6.1.3 Kuudesluokkalaisten sosiaalisessa mediassa näkemä poliittinen sisältö

Aiemmissä tutkimuksissa (ks. Larsson & Karlsnes 2014) on todettu, että poliitikot käyttävät sosiaalisen median kanavia aktiivisemmin vaalien aikana. Tämä tutkimus toteutettiin Presidentinvaalien 2024 aikaan ja tutkimuksen tulokset osoittavat, että nuoret näkivät paljon juuri presidentinvaaleissa ehdokkaana olevien tekemää sosiaalisen median sisältöä. Aiempien tutkimuksien (ks. Mäkelä 2018, 83–86) mukaan poliitikot pyrkivät nykyään lähemmäs kansalaisia jakamalla itsestään arkipäiväistä ja viihteellistä sisältöä sosiaalisessa mediassa. Tässä tutkimuksessa selvisi, että kuudesluokkalaiset näkevät sosiaalisessa mediassa erityisesti poliitikkojen jakamaa arkipäiväistä sisältöä. Haastateltavat mainitsivat Alexander Stubbin presidentinvaalikampanjan aikana perustaman TikTok-tilin, jossa hän vastasi aiempia videoita kommentoineiden katsojien arkipäiväisiin kysymyksiin.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa validius, eli luotettavuus, korostuu tutkimuksen toteutuksen tarkassa selostuksessa. Kaikki tutkimuksen vaiheet tulisi selostaa tarkasti auki, jotta tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Haastattelutilanteiden olosuhteista ja paikoista tulee kertoa avoimesti. Mahdolliset häiriötekijät ja virhetulkinnat tulee näkyä tutkimuksessa. Tulosten luotettavuutta pystyy lisäämään suorilla lainauksilla haastatteluiden litteraateista. (Hirsjärvi, ym., 2012, 232.) Haastattelut pidettiin hiljaisissa paikoissa, mutta ensimmäisen haastattelun keskeytti koulun radiosta kuulutettu päivänavaus. Se ei keskeyttänyt kenenkään vastausta vaan tuli kysymysten väliin, joten sillä tuskin oli vaikutusta oppilaiden vastauksiin. Haastateltavien vastauksiin saattoi vaikuttaa heidän dynamiikkansa parinsa kanssa. Haastateltavat saivat itse valita parit parihaastatteluihin, mikä saattoi vaikuttaa siihen, miten he uskalsivat ja halusivat vastaila kysymyksiin. Monissa haastatteluissa toinen parista päätyi puhumaan enemmän kuin toinen. Tutkijat pyrkivät olemaan johdattelematta haastateltavia, sillä usein haastateltavat pyrkivät vastaamaan niin kuin he uskovat tutkijoiden heidän

haluavan vastaavan (Hirsjärvi, ym., 2012, 206). Tämä oli erittäin tärkeää, koska tutkimuksessa haastateltiin lapsia.

Laadullisen tutkimusaineiston tulkinta on aina jossain määrin subjektiivista ja siihen vaikuttaa tutkijan omat näkemykset ja tulkinnat (Hirsjärvi, ym., 2012, 229). Tulkintojen luotettavuutta lisää tutkijatriangulaatio. Tutkijatriangulaatio tarkoittaa sitä, että tutkimuksen toteutukseen osallistuu useampi tutkija. Aineistonkeruun ja tulosten analysoinnin kannalta on arvokasta, että tutkimukseen osallistuu useampi kuin yksi tutkija (Hirsjärvi, ym., 2012, 233.) Tässä tutkimuksessa tutkijatriangulaatio mahdollisti useiden haastattelujen keräämisen samanaikaisesti, minkä takia saimme enemmän tutkimusaineistoa kerätyksi. Kahden eri tutkijan näkemykset aineiston analysointi vaiheessa toi enemmän näkemyksiä ja takasi luotettavamman tulkinnan tuloksista.

6.3 Jatkotutkimus

Tulevaisuudessa olisi mielekästä toistaa tutkimus isommalla otannalla, jotta saataisiin luotettavampia ja yleistettävämpiä tuloksia lasten ja nuorten näkemästä poliittisesta sisällöstä. Jos maanlaajuisesti saataisiin kattavia tuloksia nuorten näkemästä poliittisesta sisällöstä sosiaalisesta mediasta, olisi tarpeellista ottaa asiaa enemmän esille oppitunneilla ja isommaksi osaksi Perusopetuksen opetussuunnitelmaa. Laajempi tutkimus aiheesta antaisi luotettavamman kuvan koko maan nuorten tuloksista, kun tässä tutkimuksessa haastateltiin vain yhden koulun oppilaita. Laajempi tutkimus voisi vaikuttaa myös poliitikkojen tapaan hyödyntää sosiaalista mediaa mainonnassaan.

Toisaalta olisi mielenkiintoista toistaa tutkimus vanhemmilla oppilailta, sillä kuudesluokkalaiset eivät tämän tutkimuksen mukaan näe erityisen paljoa poliittista sisältöä sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksen voisi toteuttaa esimerkiksi yhdeksäsluokkalaisilla, jotka todennäköisesti näkevät jo merkittävästi enemmän poliittista sisältöä. Vanhempien oppilaiden ja laajemman otoksen tutkimuksessa voisi keskittyä tutkimaan sosiaalisessa mediassa nähdyn poliittisen sisällön vaikutusta heidän käsityksiinsä yhteiskunnasta ja politiikasta. Kuudesluokkalaiset eivät tässä tutkimuksessa olleet omaksuneet sisältöä niin, että olisivat sen perusteella muodostaneet käsityksiä yhteiskunnasta, mutta vanhempien oppilaiden kohdalla se voisi hyvinkin olla mahdollista.

Tutkimus toteutettiin vuoden 2024 presidentinvaalien aikaan, mikä näkyi oppilaiden vastauksissa, sillä he tunnistivat merkittävästi paremmin presidentinvaaliehdokkaita kuin muita poliitikkoja. Moni määritteli politiikkaa nimenomaan vaalien ja presidenttiyden kautta. Erilaisia tuloksia voitaisiin saada, jos vastaava tutkimus toteutettaisiin sellaisena ajankohtana, jolloin vaaleja ei olisi käynnissä. Tällöin oppilaiden tietämykset politiikasta ja poliitikoista voisivat olla paljon rajallisemmat.

Aihetta on opettajan työn kannalta tärkeä tutkia jatkossakin, koska sosiaalisen median rooli on jatkuvassa kasvussa yhteiskunnassamme (ks. Elo 2011). Nuoret saavat entistä enemmän tietoa politiikasta ja yhteiskunnallisista asioista sosiaalisen median kautta, joten on tärkeää tietää kuinka paljon ja millaista poliittista sisältöä he näkevät. Opettajien ja opetussuunnitelman pitäisi pysyä ajan hermolla sosiaalisen median ja nykyisen tiedonvälityksen suhteen. Jos oppilaat näkevät paljon poliittista sisältöä sosiaalisessa mediassa, opettajien pitäisi käsitellä aihetta koulussa, jotta sosiaalisen median palvelut eivät jää lasten ainoiksi tiedonlähteiksi. Lisäksi lähdekriittisyyden opettamisen merkitys kasvaa samalla, kun sosiaalisen median rooli tiedonvälittäjänä kasvaa.

7 Lähteet

- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library hi tech news*, 37(4), 7–12.
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*, 1(1), 1–4.
- Axford, B., Browne, V., Huggins, R., & Isaacs, R. (2005). *Politics: an introduction*. Routledge, 1-3.
- Borg, S., Kestilä-Kekkonen, E., & Wass, H. (2020). *Politiikan ilmastonmuutos: eduskuntavaalitutkimus 2019*.
- Bresnick, E. (2019). *Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app*. University of Southern California, 4(4), 1–12.
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education*. 8. painos. Toimittanut: Routledge.
- Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut. 2022. Suomessa asuvien 13–29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. [Viitattu 12.4.2024.]
- Elo, K. (2011). Mistä nuoret äänestäjät tulevat?: Havainnot kodin poliittisuuden vaikutuksesta nuorten politiikkakiinnostukseen ja äänestämishalukkuuteen. *Politiikka*, 53(1).
- Gainous, J., & Wagner, K. M. (2014). *Tweeting to power: The social media revolution in American politics*. Oxford University Press.
- Galan, L., Osserman, J., Parker, T., & Taylor, M. (2019). *How young people consume news and the implications for mainstream media*.
- Halperin, S., & Heath, O. (2020). *Political research: methods and practical skills*. Oxford University Press, USA, 1-3.
- Hermans, L., & Vergeer, M. (2013). Personalization in e-campaigning: A cross-national comparison of personalization strategies used on candidate websites of 17 countries in EP elections 2009. *New Media & Society*, 15(1), 72–92.

- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. & Sinivuori, E. (2012). Tutki ja kirjoita (15. uudistettu painos). Helsinki: Tammi.
- Hyvärinen, M., Nikander, P., Ruusuvoori, J., & Aho, A. L. (2017). Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, E. (2018). Muutoksen hallinnan asiantuntijoita. *Janus Sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön tutkimuksen aikakauslehti*, 26(1), 73-77.
- Juhila K. (2021). Teemoittelu. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. [Viitattu 10.4.2024]
- Kallio, A. (2021). Litterointi. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. [Viitattu 10.4.2024]
- Kallio, K. P. (2006). Lasten poliittisuus ja lapsuuden synty. Keho lapsuuden rajankäynnin tilana. Tampere University Press.
- Kant, R. (2020). Social media: Attraction or addiction. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences*, 7(01), 01–08.
- Karimkhani, C., Connett, J., Boyers, L., Quest, T., & Dellavalle, R. P. (2014). Dermatology on instagram. *Dermatology online journal*, 20(7).
- Kohonen, I., Kuula-Luumi, A., & Spoof, S. K. (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. *Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja*, 3.
- Koskimaa, R., Kwok, N., Sokka, M., Kokko, S., Husu, P., Karhulahti, V-M. ja Koski, P. (2022). "Peruskouluikäisten digitaalinen pelaaminen ja liikunta." Teoksessa *Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa: LIITU-tutkimuksen tuloksia 2022*, toimittajat Sami Kokko ja Leena Martin, 122–128. Helsinki: Valtion liikuntaneuvosto.
- Larsson, A. O., & Kalsnes, B. (2014). 'Of course we are on Facebook': Use and non-use of social media among Swedish and Norwegian politicians. *European journal of communication*, 29(6), 653–667.
- Lietsala, K., & Sirkkunen, E. (2008). Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy.
- Merikivi, J., Myllyniemi, S. & Salasuo, M. (2016). Media hanskassa. Lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2016 mediasta ja liikunnasta.

- Metsämuuronen, J. (toim.). (2006). Laadullisen tutkimuksen käsikirja.
- Mäkelä, Johanna (2018) Naiset politiikan huipulla. Sukupuolittunut viestintä ja johtajuus. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Puusa, A. & Juuti, P. (toim.). (2020). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus
- Rejeb, A., Rejeb, K., Abdollahi, A. & Treblmaier, H. (2022). The big picture on Instagram research: Insights from a bibliometric analysis. *Telematics and Informatics*, 73, 101876.
- Rokka, P. (2011). Peruskoulun ja perusopetuksen vuosien 1985, 1994 ja 2004 opetussuunnitelmien perusteet poliittisen opetussuunnitelman teksteinä.
- Saaranen-Kauppinen, A., & Puusniekka, A. (2009). Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOTV. Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja. Yhteiskuntatieteellisen tietoarkiston julkaisuja, 2.
- Salasuo, M. & Homi, H. (2021). Harrastamisen äärellä: lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2020. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Salo, A.-E. & Kajamies, A. (2024). Teacher Candidates' Preparedness to Address Diverse Situations That Can Threaten Pupils' Well-Being. *Teaching and Teacher Education*.
- Salo, U. M. (2010). Lapset, politiikka ja yhteiskunnallinen osallistuminen. *Kasvatus*, 41(5), 410–431.
- Salokoski, T., & Mustonen, A. (2007). Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin. Katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja säätelyn käytäntöihin. *Mediakasvatusseuran julkaisuja*, 2, 2007.
- Tanner, N., Radwan, R., Korhonen, H., & Mustonen, T. (2020). Sosiaalinen media, ongelmallinen sosiaalisen median käyttö ja someriippuvuus. *Sosiaalipedagogiikan säätiö*.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

8 Liitteet

Liite 1. Kysymysrunko

1. Mitä politiikka sinun mielestäsi tarkoittaa? (Selitetään auki tarvittaessa.)
Politiikka on toimintaa joilla pyritään vaikuttamaan valtioillisiin, valtioiden välisiin ja yhteiskunnallisiin asioihin. (Oppikirjasta selitys?)
2. Osaatko nimetä suomalaisia puolueita? Missä olet kuullut puolueista?
3. Osaatko nimetä suomalaisia poliitikkoja? (kuvia? Nimen ja naaman yhdistäminen)
Missä olet kuullut heistä? (Valitaan eniten ääniä saaneita ja eniten someseuraaajia)
4. Oletko nähnyt politiikkaan liittyvää sisältöä mediassa? (avataan media) Minkälaisia?
Esimerkkejä sisällöstä: ympäristöteemat, maahanmuutto, bensan hinta
Onko kaikki poliitikkojen tekemä sisältö poliittista?
5. Oletko itse luonut, kommentoinut tai jakanut politiikkaan liittyvää sisältöä?
6. Onko sinulle jaettu politiikkaan liittyvää sisältöä?
7. Oletko oppinut jotain politiikasta mediasta? Mitä?
8. Ovatko politiikkaan liittyvät videot/kuvat mielestäsi aina luotettavia ja totuudenmukaisia?
9. Mistä tunnistaa luotettavan videon?
10. Onko koulussa keskusteltu politiikkaan liittyvistä asioista tai henkilöistä?

Liite 2. Tietosuojalomake

Rekisterin nimi	Sosiaalisessa mediassa nähdyn sisällön vaikutus kuudesluokkalaisten näkemyksiin yhteiskunnasta
Rekisterinpitäjä	Otto Mäntyniemi, 0442049691, oteman@utu.fi , Turun Yliopisto, Kasvatustieteiden tiedekunta, Opettajankoulutuslaitos
Tietosuojavastaavan yhteystiedot	DPO@utu.fi , +358 29 450 4361
Henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja käsittelyn oikeusperuste	Teemme tutkimusta Turun Yliopistossa kandidaatin tutkielmaamme varten. Tutkimuksessa kerätään haastatteluja, joissa kysytään oppilailta heidän käsityksiään ja kokemuksiaan

	<p>sosiaalisesta mediasta saadusta poliittisesta materiaalista, ja siitä miten se on vaikuttanut heidän käsitykseensä yhteiskunnasta.</p> <p>Henkilötietojen EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan mukaisena käsittelyperusteena on</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> käsittely on tarpeen tieteellistä tutkimusta varten (yleinen etu 6 art. 1 a-kohta)</p> <p><input type="checkbox"/> rekisteröity on antanut suostumuksensa henkilötietojen käsittelyyn (suostumus 6 art. 1 e-kohta)</p> <p><input type="checkbox"/> muu mikä _____</p>
Tutkielman ohjaaja	Satu Laitinen, satu.laitinen@utu.fi
Henkilötietojen EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan mukaisena käsittelyperuste	Käsittely on tarpeen tieteellistä tutkimusta varten (yleinen etu 6 art. 1 e-kohta) Käsittely perustuu yliopistolain (558/2007) 2§:ssä asetettuun yliopiston tehtävään ja sen toteuttamiseen yleisen edun nimissä.
Rekisteriin tallennetaan rekisteröidystä seuraavia tietoja	Rekisteriin talletetaan rekisteröidystä seuraavia tietoja: Ikä, kokemuksia sosiaalisen median käytöstä, kokemuksia poliittisen sisällön näkemisestä, nauhoitetut haastattelut ja niiden litteroidut vertailut
Henkilötietojen vastaanottajat ja vastaanottajaryhmät	Tietoja ei siirretä eikä luovuteta tutkimusryhmän ulkopuolelle.
Tiedot tietojen siirrosta kolmansiin maihin	Henkilötietoja ei luovuteta EU:n tai Euroopan talousalueen ulkopuolelle.
Henkilötietojen säilytysaika	Haastattelunauhoitteista kirjoitetaan tekstitiedostot ja nauhoitteet tuhotaan. Tietoja säilytetään yliopiston ohjeistuksen mukaisesti enintään viisi vuotta niiden keräämisestä, jonka jälkeen aineisto hävitetään tietoturvasääntöjen mukaisesti.
Rekisteröidyn oikeudet	Rekisteröidyllä on oikeus pyytää pääsy häntä itseään koskeviin henkilötietoihin sekä oikeus pyytää tietojensa oikaisemista tai poistamista taikka käsittelyn rajoittamista tai vastustaa niiden käsittelyä. Oikeutta henkilötietojen poistamiseen ei sovelleta tieteellisessä tutkimustarkoituksessa silloin, kun poisto-oikeus todennäköisesti estää käsittelyn tai vaikeuttaa sitä suuresti. Poisto-oikeuden toteuttamista arvioidaan tapauskohtaisesti. Rekisteröidyllä on oikeus tehdä valitus valvontaviranomaiselle
Tiedot siitä, mistä henkilötiedot ovat saatu	Tiedot kerätään suoraan vapaaehtoisesti tutkimukseen osallistuneilta.

Taulukko 1

Poliitikko	Tunnistettu	Nimetty	Instagram ja TikTok seuraajat
Marin	13	13	1 000 000
Halla-Aho	12	6	5 000
Stubb	12	11	170 000
Harkimo	11	5	95 000
Haavisto	11	5	76 000
Urpilainen	11	5	15 000
Purra	10	5	55 000
Essayah	9	2	5 000
Aaltola	9	2	58 000
Andersson	8	6	112 000
Rehn	7	2	10 000
Orpo	6	4	32 000
Ohisalo	6	1	54 000
Fagerström	4	0	58 000
Keskisarja	3	1	0
Tynkkynen	2	0	170 000
Diarra	1	0	32 000
Virta	1	0	144 000
Merinen	1	1	256 000