

Oulun yliopisto  
Humanistinen tiedekunta  
Informaatiotutkimus

Leevi Pyykkönen

POLITIIKASTA KIINNOSTUNEIDEN NUORTEN TIEDONLÄHTEET JA  
TIEDONHANKINTA

Informaatiotutkimuksen  
kandidaatintutkielma  
Oulu 2022

## Sisällys

1 Johdanto.....	3
2 Tutkimukseni keskeiset käsitteet.....	5
2.1 Informaatiokäyttäytyminen, tiedonhankinta ja tiedonlähde.....	5
2.2 Poliittinen informaatio, sekä perinteinen- ja sosiaalinen media.....	6
3 Nuorten kiinnostus politiikkaa kohtaan.....	7
4 Teoreettinen viitekehys.....	10
5 Menetelmät ja aineistonkeruu.....	12
5.1 Aineistonkeruumenetelmät.....	12
5.2 Aineistonkeruu.....	12
5.3 Aineistoanalyysi menetelmä ja analyysi.....	13
6 Tutkimustulokset.....	14
7 Pohdinta.....	16
7.1 Tulosten pohdintaa.....	16
7.2 Suhde aikaisempiin tutkimuksiin.....	18
7.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	19
7.4 Jatkotutkimusmahdollisuuksia.....	20
Lähteet.....	22
Liitteet.....	24

## 1. JOHDANTO

Suomalaisten nuorten kiinnostus politiikkaa kohtaan on ollut huomattavassa nousussa 1990-luvulta lähtien. Vuoden 2018 nuorisobarometrin mukaan noin 60 prosenttia nuorista on kiinnostunut politiikasta ja kokee poliittisen vaikuttamisen kanavat mielekkäinä (Valtion nuorisoneuvosto & Nuorisotutkimusseura 2018). Nuorisobarometri on vuodesta 1994 lähtien vuosittain toteutettu 15-29-vuotiaiden Suomessa asuvien nuorten arvoja ja asenteita monipuolisesti valaiseva tutkimussarja. Vaikka nuorison kiinnostus politiikasta on korkeammalla kuin koskaan aikaisemmin, on nuorten äänestysinnostus huomattavasti heikompi muihin ikäryhmiin verrattuna. Tilastokeskuksen selvityksen mukaan noin 60 prosenttia nuorista käytti äänioikeuttaan vuoden 2019 eduskuntavaaleissa (Suomen virallinen tilasto SVT 2019). Tämä prosenttiluku tukee nuorisobarometrin selvityksen tuloksia.

Kandidaatintutkielmani tarkoituksena on tarkastella politiikasta kiinnostuneiden nuorten poliittisen tiedon lähteitä, sekä selvittää äänestyspäätökseen johtavaa tiedonhankintaa. Valitsin tämän kohderyhmän, sillä en tahtonut keskittyä nuoriin, jotka eivät ole politiikasta kiinnostuneita tai eivät käytä äänioikeuttaan. En myöskään halua tarkastella nuorten poliittista aktiivisuutta, vaan poliittisesti aktiivisten nuorten tiedonlähteitä ja tiedonhankintaa.

Tiedonlähteiden kartoittaminen kuuluu oleellisesti informaatiokäyttäytymisen tutkimusalan piiriin. Tiedonlähteiden valinta ja niiden arviointi kytkeytyy kiinteästi yksilöiden vuorovaikutukseen tiedon kanssa eli heidän informaatiokäyttämiseensä. On mielestäni oleellista kartoittaa mitä tiedonlähteitä todella käytetään, jotta voidaan tutkia niiden vaikutusta ja kohderyhmää tarkemmin. Kun on selvitetty mitä tiedonlähteitä mikäkin kohderyhmä käyttää, voidaan lähteä selvittämään, miksi juuri nämä tiedonlähteet tulevat valituksi.

Kandidaatintutkielmani tutkimuskysymykset ovat:

1. Millaisia ovat politiikasta kiinnostuneen nuoren poliittisen tiedon lähteet?
2. Mikä on sosiaalisen median rooli politiikkaan liittyvässä tiedonhankinnassa?

Tutkielmani luvussa 2 avaan tutkielman keskeisiä käsitteitä, luvussa 3 taustoitan tutkimustani ja avaan nuorten kiinnostuneisuutta politiikasta. Luvussa 4 kuvaan tutkielmani teoreettisen viitekehyksen ja luvussa 5 kuvaan tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmäni, sekä kerron miten rakensin kyselylomakkeeni ja saateviestini. Luvussa 6 esittelen tutkimustulokseni ja luvussa 7 pohdin tutkimustuloksiani, menetelmän onnistuneisuutta, jatkotutkimusmahdollisuuksia ja tarkastelen tutkielmaani suhteessa aikaisempiin tutkimuksiin aiheesta.

## 2. TUTKIMUKSENI KESKEISET KÄSITTEET

Tässä luvussa avaan tutkimukseni keskeisiä käsitteitä. Näitä käsitteitä ovat informaatiokäyttäytyminen, tiedonhankinta, tiedonlähde, poliittinen tieto ja tiedonhankinta sekä perinteinen ja sosiaalinen media.

### 2.1 Informaatiokäyttäytyminen, tiedonhankinta ja tiedonlähde

*Informaatiokäyttäytyminen* käsitteellä kuvataan ihmisen ja tiedon välistä suhdetta. Informaatiokäyttäytymistä on kaikki toiminta mitä ihminen tekee informaatiolle. Esimerkiksi sen etsiminen, käyttäminen ja jakaminen, kuuluu informaatiokäyttäytymiseen (Wilson 1999). Kandidaatintutkielmani painottuu tiedonhankintaan ja erityisesti tiedonlähteiden kartoittamiseen. Ihmisen havaitsema tiedontarve voi laukaista tiedonhankinnan, joka on yleensä aktiivista, päämäärätietoista toimintaa. Tiedonhankintaa voi olla myös passiivista. Passiivisessa tiedonhankinnassa tietoa kerääntyy ihmiselle kun hän hakee tietoa toisesta aiheesta, mutta päätyykin löytämään tietoa jostain muusta aiheesta (Wilson 1999).

*Passiivinen tiedonhankinta* on osa informaatiokäyttäytymistä. Se eroaa aktiivisesta selkeästi, mutta kuuluu Wilsonin (1999) informaatiokäyttäytymisen teorian mukaan aktiivisen rinnalle. Poliittinen tiedonhankinta on tämän tutkimuksen kontekstissa yleisesti passiivista, sillä tarkoitukseni on kartoittaa käytettyjä lähteitä, eikä selvittää mitä nuori tekee kun havaitsee tiedontarpeen. Passiivisuudelle oleellista on tiedonhaun päämäärättömyys ja tiedon löytämisen eräänlainen sattumanvaraisuus. *Jatkuva tiedonhankinta* on toimintaympäristön jokapäiväistä seuraamista. Jatkovaa hakua tapahtuu myös selkeästi sosiaalisessa mediassa. Kun henkilö seuraa esimerkiksi poliittista vaikuttajaa sosiaalisessa mediassa, hän tekee aktiivisen valinnan seurata sisällöntuottajaa jatkuvasti. Huomattava osa tiedonhankinnasta tapahtuu passiivisesti ja sattumanvaraisesti (Haasio, Harviainen & Savolainen 2019 s. 159). Sattumanvaraisesti tietoa henkilö löytää juuri esimerkiksi uutisia tai muuta mediaa selailemalla.

*Tiedonlähde* on mikä tahansa asia, joka kantaa halutun informaation. Yleensä tämä tarkoittaa dokumenttia, mutta tiedonlähde voi myös olla sosiaalinen toimija eli ihminen (Haasio,

Harviainen & Savolainen 2019 s. 28 & s. 159). Formaaleja tiedonlähteitä ovat tiedonlähteet, joilla on jokin vakiintunut tai laillinen asema käyttäjään nähden. Informaaleilla lähteillä ei ole samanlaista asemaa. Samoin formaalit lähteet ovat usein hyvin epähenkilökohtaisia, siinä missä informaalit yleensä ovat henkilökohtaisia (Kaye 2015). Yksi poliittisen tiedon lähde voi olla esimerkiksi vaalikone, vaikka se ei edusta perinteistä dokumentin muotoa.

## 2.2 Poliittinen informaatio, sekä perinteinen- ja sosiaalinen media

*Poliittinen* tarkoittaa kielitoimiston sanakirjan mukaan: “johonkin kokonaisnäkemykseen pohjautuvaa toimintaa, jolla pyritään vaikuttamaan valtiollisiin, valtioiden välisiin yhteiskunnallisiin asioihin” (Kielitoimiston sanakirja 2022). On mielestäni oleellista tarkastella perinteisen median ja sosiaalisen median eroja nuorten poliittisessa tiedonhankinnassa, sillä sosiaalisen median käytöstä on herännyt huolta yhteiskunnallisen päätännän kannalta (Heikura 2020). Nuorilla on herännyt huoli sosiaalisen median keskusteluilmapiirin huonontumisesta. Heikuran tutkimuksessa nuoret sanovat sosiaalisessa mediassa keskustelun olevan kärjistynyttä ja ääripäiden mielipiteiden saavan eniten huomiota. (Heikura 2020.)

*Perinteinen- ja Sosiaalinen media* tarkoittaa käsitteellistä kahtiajakoa medialähteiden välillä. Tässä tutkimuksessa käytän rajanvetoa, jossa perinteinen tarkoittaa sanomalehtiä, äänenkannattajia, eli muun muassa poliittisten puolueiden tuottamia lehtiä ja uutisia. Matikainen (2022) käyttää tätä jaottelua. “Perinteisellä medialla tarkoitetaan journalistisia verkkopalveluja (esim. mtv3.fi, yle.fi, hs.fi, iltapäivälehdet), joiden sisältö tuotetaan pääosin ammattilaisten voimin ja joiden käyttäjiä voi nimittää yleisöksi. Sosiaalisella medialla tarkoitetaan sellaisia verkkosovelluksia (esim. YouTube, Wikipedia, Facebook, Flickr), joiden muotoa ja sisältöjä käyttäjät itse merkittävässä määrin tuottavat” (Matikainen 2020).

### 3. NUORTEN KIINNOSTUS POLITIIKKAA KOHTAAN

Kiinnostus nuorten poliittista käyttäytymistä kohtaan on kasvanut viime vuosina. Samaan aikaan on herännyt yleinen yhteiskunnallinen huoli internetin vaikutuksista poliittiseen päätöksentekoon. Poliittisesta tiedonhankinnasta tai poliittisesta informaatiokäyttäytymisestä ei ole kuitenkaan tehty paljoa tutkimusta.

Nuorten poliittiseen toimintaan on herätty myös valtakunnallisella tasolla. Esimerkiksi Oulussa hanke *Nuorten politiikkakoulu* (Oulun kaupunki 2021) ja Sitran hankekokonaisuus *Kirjastoista kansanvallan foorumeita* (Sitra 2021) ottavat vahvasti huomioon muuttuvat informaatioympäristöt ja nuorten näkökulman politiikkaan.

Sitran hankekokonaisuuden taustatiedoissa tulee ilmi huoli demokratian rappeutumisesta. Hankkeen verkkosivuilta löytyvästä *mistä on kyse?* -osiosta käy ilmi tämän hankkeen yhteiskunnallinen tausta: “2020-luvulla yhteiskunnallinen polarisaatio näyttää syvenevän eri puolilla maailmaa, eikä kansanvaltaisuus ole enää yhtä laajasti jaettu itseisarvo kuin vielä jokin aika sitten” ja “Tämä edellyttää sitä, että kaikilla on mahdollisuus saada luotettavaa tietoa omaan elämäänsä vaikuttavista päätöksistä sekä tulla myös kuulluksi itseään koskevilla asioilla” (Sitra 2021). Erityisesti kandidaatintutkielmani kannalta on keskeinen kohta, joka käsittelee tiedon luotettavuutta. Kirjastoilla on luonnollisesti hyvä mahdollisuus toimia luotettavan tiedon lähteenä ja edellä mainitun yhteiskunnallisen polarisaation aiheuttaman huolen saattamana tätä työtä on luonnollisesti kehitetty. Luotettava tieto nähdään myös edellytyksenä demokratialle.

Nuorten politiikkakoulun kerrotaan olevan: “kokonaisuus, joka sisältää erilaisia nuorten vaikuttamismahdollisuuksien ja yhteiskunnallisten tietojen ja taitojen vahvistamiseksi suunniteltuja toimintamalleja” (Oulun kaupunki 2021). Politiikkakoulu on kerännyt materiaalia, jota nuorten parissa työskentelevät voivat hyödyntää nuorison vaikutustaitojen ja mahdollisuuksien kehittämiseksi. Yksi keskeinen osa politiikkakoulua on nuorten yhteiskunnallisten tietojen ja taitojen kasvattaminen.

Politiikkakoulu -hankkeen yhteydessä aiheesta on tehty myös tutkimusta. Suorsa (2021) kartoitti tutkimuksessaan oululaisten nuorten asenteita poliittista vaikuttamista kohtaan. Suorsan selvityksen mukaan nuorten kiinnostus politiikasta on linjassa, jo aiemmin mainittujen, Nuorisobarometrin tulosten kanssa. Valtakunnallinen ja kansainvälinen politiikka on nuorten mielestä huomattavasti kiinnostavampaa, kuin paikallispolitiikka. Noin 60 prosenttia vastaajista oli selvästi kiinnostunut kansainvälisestä politiikasta ja neljännes vastaajista oli selvästi kiinnostunut kunnallispolitiikasta (Suorsa 2021).

Heikuran (2020) journalistiikan ja mediatutkimuksen pro gradu- tutkielma on selkeä esimerkki tutkimuksesta, joka tarkastelee internetin vaikutusta poliittiseen toimintaan. Tutkimuksessaan Heikura on haastatellut kahdeksaa poliittisen nuorisojärjestön edustajaa tarkoituksena kartoittaa heidän näkemyksiään kaikukammioista, valeutisista ja vihapuheesta. Heikuran mukaan nuorisojärjestöjen edustajat tulkitsevat sosiaalisen median toimivan usein demokratiaa heikentävänä voimana. Kandidaatin tutkielmani ei keskity pelkästään sosiaaliseen mediaan, mutta sen merkitys tutkimuksessa on huomattava. Tärkeitä havaittavia asioita kyselyn tuloksista on uuden median ja perinteisen median suhde.

“Haastattelujen perusteella kaikkien kolmen tarkastellun ilmiön juurisyyt ulottuvat sosiaalisen median ulkopuolella. Sosiaalinen media ei siis olen niiden (pää)syy. Sosiaalinen media on kuitenkin mahdollistanut ilmiöiden leviämisen nykyisiin mittasuhteisiin” (Heikura 2020). Tutkimuksessa haastateltavat tuovat esiin sosiaalisen median mahdollisuuden toimia demokratiaa vahvistavana elementtinä, mutta kuitenkin sen käytön olevan nykyään enemmän haitallista, kuin hyödyllistä. Heikura esittää tutkimuksessaan todella huolestuttavia uhkakuvia. Heikura jopa toteaa seuraavasti: “vaikuttaisimme uskovamme, että olemme kyvyttömiä käymään päätöksenteon edellyttämää julkista keskustelua ja harkintaa. Vaativan dialogin käyminen näyttää vaikealta ja julkisen harkinnan olennaiset tavoitteet jäävät toteutumatta” (Heikura 2020).

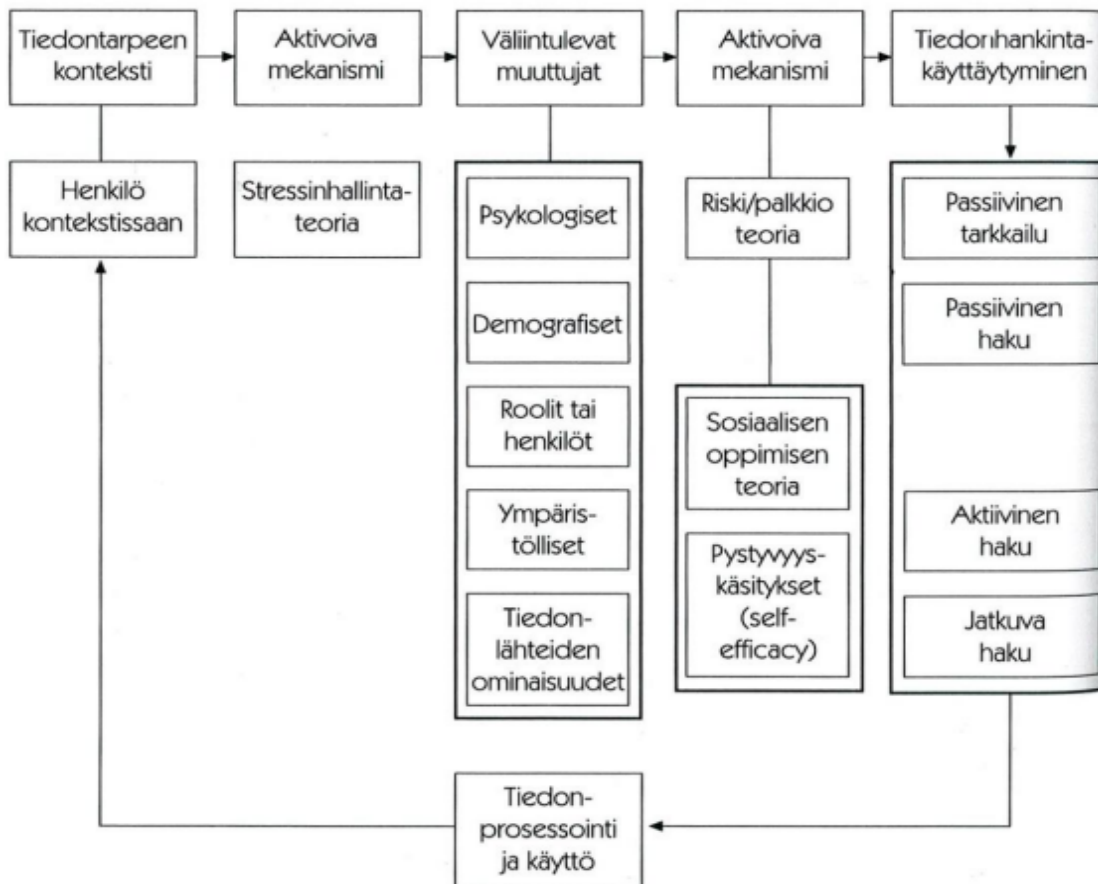
Baxter ja Marcella (2017) esittävät tutkimuksessaan äänestäjien arvostavan “faktoja”, autoritaarisia ääniä, sekä tiiviitä informaatiopaketteja. Tutkimuksen mukaan äänestäjät ovat myös epävarmoja omasta informaatiolukutaidostaan. Samoin kuin aikaisemmin mainitussa tutkimuksessa, tämäkin tutkimus esittää merkittäviä uhkakuvia demokratian tulevaisuudesta. Jos äänestäjät ovat epävarmoja omista informaatiolukutaidoistaan, on käsite demokratialle välttämättömästä valistuneesta kansalaisesta uhanalainen.

Tarkastelen myös tutkimuksia, jotka liittyvät tutkimuksessa käytettyihin tiedonlähteisiin ja yleiseen luottamukseen niitä kohtaan. Koska tarkastelen sitä, mitä lähteitä kohderyhmäni käyttää, on hyvä ymmärtää, mitä aikaisemmat tutkimukset kertovat tiedonlähteistä. Luottamuksesta perinteiseen ja sosiaaliseen mediaan kirjoitan varsinkin Matikaisen (2020) ja YLE:n (Latvala 2022) julkaisemien artikkelien myötä. YLE:n Artikkeli pohjautuu YLE:n tilaamaan tutkimukseen. Matikainen (2020) havaitsee tutkimuksessaan perinteisen median ja sosiaalisen median käytön olevan lähes yhtä suurta. Matikaisen kyselytutkimuksessa eniten mainintoja saivat iltapäivälehdet (35 %), Facebook ja YLE (molemmat 28 %), sekä Helsingin Sanomat (HS) (22 %) (Matikainen 2020). Matikainen myös toteaa Yleisradion olevan Suomen luotetuin medialähde, sama ilmiö tulee esiin YLE:n tilaamassa tutkimuksessa. Kuitenkaan luotettavuus ei Matikaisen tutkimuksessa korreloi suosion kanssa.

#### 4. TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä kappaleessa esittelen tiedonhankintatutkimuksen teoreettisia lähtökohtia. Tutkimuksessani hyödynnän Wilsonin (1999) tiedonhankinnan mallia (Kuvio 1).

Wilsonin (1999) mukaan tiedonhankintakäyttäytyminen voidaan jakaa neljään eri tyyppiin. Passiivinen tarkkailu (passive attention) tarkoittaa sitä, kun henkilö vastaanottaa tietoa tilanteissa, joissa sitä on sattumoisin tarjolla, passiivinen haku (passive search) sitä kun henkilö etsii tietoa aiheesta A, mutta “törmää” samalla tietoon aiheesta B, jota hän voi hyödyntää jossain muussa yhteydessä. Aktiivisella haulla (active search) viitataan siihen, kun henkilö etsii suunnitelmallisesti tietoa tietystä aiheesta erilaisista lähteistä ja jatkuva haku (ongoing search) tarkoittaa informaatioympäristön jokapäiväistä toistuvaa seuraamista. (Wilson 1999.)



(Kuvio 1.) Wilsonin vuoden 1997 tietokäyttäytymisen yleismalli (Wilson 1999.)

Wilsonin tavoitteena oli kehittää yleinen malli tietokäyttäytymiseen vaikuttavista seikoista, ilman erottelua ammatillisen ja ei-ammatillisen tiedon hankinnassa (Haasio, Harviainen & Savolainen 2019). Mallissa huomioidaan myös tiedonhankintaan vaikuttavat ja estävät muuttujat, aktivoivat mekanismit ja tiedon prosessointi ja käyttö, mutta rajaan ne tutkimukseni ulkopuolelle. Wilsonin tietokäyttäytymisen yleismallista tutkimukseni taustalla toimivat erityisesti erilaiset tiedonhankinnan tyypit.

## 5. MENETELMÄT JA AINEISTONKERUU

Tässä kappaleessa esittelen tutkimukseni aineistonkeruumenetelmät, lähettämäni kyselylomakkeen ja teen katsauksen aineistoni analysointiin.

### 5.1 Aineistonkeruumenetelmät

Tutkimuksen menetelmänä toimii kyselytutkimus. Kyselytutkimus on määrällinen tutkimusmenetelmä, jota käytetään paljon ihmistieteissä mielipiteiden, asenteiden ja arvojen tutkimiseen (Vehkalahti 2008 s. 11). Erityisesti kyselytutkimuksen vahvuuksia on mahdollisuus jakaa kyselylomake laajalle vastaajakunnalle ja saada tehokkaasti suuri määrä dataa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013 s. 195). Kyselytutkimuksessa ei vaadita tutkijan aktiivista toimintaa kun tutkimuksen kohde vastaa kyselyyn. Tässä kyselytutkimus eroaa vastaavasta haastattelututkimuksesta. Kyselytutkimuksessa tutkijalla ei myöskään ole mahdollista ohjailla vastaajaa suorasti tai epäsuorasti sosiaalisen kanssakäynnin kautta. Määrällisen tutkimuksen voidaan nähdä antavan enemmän yleiskäsitystä aiheesta, missä taas laadullinen tutkimus tuottaa täsmällisempää dataa. Kuitenkaan metodi ei yksissään ratkaise tutkimustulosten luonnetta. (Vehkalahti 2008 s. 13.)

### 5.2 Aineistonkeruu

Aineiston keruuta varten tein kyselylomakkeen (Liite 1), jonka kysymykset liittyivät poliittisen tiedon hankintaan ja poliittisen tiedon lähteisiin. Kyselyssä formaaleja lähteitä edustaa perinteisen median lähteet, eli sanomalehdet niin verkossa kuin painettuna. Informaaleja lähteitä ovat sosiaalisen median lähteet, yksityiset toimittajat ja muut henkilöt, joiden kanssa vastaaja on mahdollisesti keskustellut poliittisista lähteistä. Olen ottanut myös passiivisen ja sattumanvaraisen tiedonhankinnan ja tiedon jakamisen osaksi kyselyä, kysymällä keskustelevatko vastaajat tuttaviansa kanssa poliittisista aiheista ja kysymyksellä sosiaalisen median käytöstä. Sosiaalisen median selailu on kuitenkin tiedonhankinnan

kannalta lähtökohtaisesti satunnaista ja informaatio mitä selailun aikana kerääntyy on sattumanvaraista.

Jaoin kyselyä saateviesteineen Oulun Läänin Kokoomusnuorten Whatsapp -ryhmässä. Ryhmässä on 126 jäsentä ja vastauksia kertyi 38 kappaletta. Tutkimusta varten lähestyin myös sähköpostiviestillä muita Pohjois-Suomen ja Pohjois-Pohjanmaan poliittisia nuorisjärjestöjä, mutta en saanut kyseisiltä järjestöiltä vastauksia. Lähetin kysymyksen Sosialidemokraattisen puolueen nuorisjärjestön edustajille, Pohjois-Pohjanmaan Vasemmistonuorten edustajalle, Oulun keskustanuorten edustajalle, Kokoomusnuorten edustajalle ja Oulun Nuorten edustajistolle. Saatekirjeessä (Liite 2) kysyin halukkuutta osallistua Oulun Yliopiston informaatiotutkimuksen kandidaatintyöhön.

### 5.3 Aineistoanalyysi menetelmä ja analyysi

Kyselyyn osallistui 38 vastaajaa, jotka vastasivat kaikkiin kysymyksiin paitsi ensimmäiseen, johon sain 36 vastausta, ja viimeiseen johon sain 37 vastausta. Kysely on standardoitu survey- tutkimus, eli jokainen vastaaja vastaa jokaiseen kysymykseen samat vaihtoehdot saaden. Kysely on tehty Google Forms- ohjelmalla. Kyselyn analysointi oli yksinkertaista, sillä lähtökohtaisesti kysymykset olivat kyllä - ei kysymyksiä, joten tulosjoukosta oli helppo tarkastella mitä mieltä otoksen enemmistö on. Kyselytutkimusten analysoinnissa hyödynnetään monesti tilastollisia menetelmiä, kuten myös itse tein. Kuitenkin kun kyseessä on yksinkertainen kysely, jossa lähes jokaisessa kysymyksessä on vain kaksi vaihtoehtoa, on enemmistön mielipiteen löytäminen helppoa ja esitys perustuu suoraan jakaumiin. Vaikka kyselytutkimuksessa kysymykset vastauksineen ovatkin sanallisessa muodossa, analyysissa vastauksia käsitellään numeerisesti. (Vehkalahti 2008, 13). En tee kyselyn pohjalta muita johtopäätöksiä, kuin mitä tulokset selkeästi näyttävät, eli jos tulokset näyttävät yli 50 prosenttia käyttävän valtion uutiskanavia, analyysini on, että yli 50 prosenttia vastanneista käyttävät valtion uutiskanavia. Merkittävästi analyysi toimii suhteessa aikaisempien tutkimusten tuloksiin medialähteiden luotettavuudesta ja luonteesta.

## 6. TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa esittelen tutkimuksen tuloksia. Tulokset ja vastaajalukumäärät on esitetty myös Taulukossa 1.

Kyselyssä ensimmäisellä kysymyksellä selvitetään vastaajien ikähaarukka. Kyselyn vastaajat (n=38) ovat syntyneet 1990 - 2004 välillä. Kyselyn jakamisen yhteydessä on huomautettu, että kohderyhmänä ovat äänioikeuttaan käyttäneet nuoret. Yksi vastaaja oli syntynyt vuonna 2004, joten hän ei voi edustaa kohderyhmää, mutta koska näitä vastaajia on vain yksi, otan hänenkin vastauksensa huomioon. Myöskin on hyvä huomioda, että Suomen nuorisolain nojalla nuori on alle 29- vuotias ja osa vastaajista ovat tätä vanhempia. Kuitenkin samoin kuin liian nuoren vastaajan kohdalla otan heidänkin vastaukset huomioon, sillä ikäero ei ole liian suuri.

Suurin osa vastaajista seuraa sekä valtion uutiskanavia, että yksityisten toimijoiden uutisia. Valtion uutiskanavia seuraa 81,6 prosenttia ja yksityisten toimijoiden uutiskanavia 97,4 prosenttia. Yksityisistä toimijoista olen antanut esimerkkinä Iltalehden, Helsingin Sanomat ja MTV3- uutiset. Nämä kaksi eivät ole siis toisiaan poissulkevia lähteitä, eli toisen suosio ei vaikuta mitenkään erityisemmin syövän toisen suosiota ainakaan tutkimukseni tulosten perusteella. Kuitenkin yksityiset medialähteet ovat merkittävältä osin suositumpia kuin valtion omistamat lähteet. Perinteisestä mediasta vähiten suosiota saavat paikallislehdet ja puolueiden äänenkannattajat, joiden suosio on lähes yhtä suuri. Paikallislehtien uutisia paikallispolitiikasta seuraa 47,4 prosenttia ja puolueiden äänenkannattajia 55,3 prosenttia, eli molempia noin puolet.

Sosiaalista mediaa käyttää hyvin suuri osa vastaajista. Vastaajat seuraavat niin kansanedustajia, kuin myös ei-kansanedustajia, jotka tuottavat sisältöä sosiaalisessa mediassa. Kansanedustajia seuraa 86,8 prosenttia ja ei-kansanedustajia 89,5 prosenttia. Itsenäisten toimittajien kohdalla en ole eritellyt sitä, millä alustalla näitä toimittajia seurataan. 47,4 prosenttia vastasi seuraavansa itsenäisiä toimittajia. Vastaajien poliittinen kiinnostuneisuus näkyy selkeästi kahdessa viimeisessä kysymyksessä. Jokainen vastaaja

keskustelee tuttaviansa kanssa poliittisista aiheista ja lähes jokainen (91,9 prosenttia) teki vaalikoneen ennen äänestyspäätöstä.

Taulukko 1 Poliitikasta kiinnostuneiden nuorten tiedonlähteet.

	KYLLÄ	EI
Seuraatko valtion uutiskanavia poliittisissa aiheissa?	31 (81,6 %)	7 (18,4 %)
Seuraatko yksityisten toimijoiden uutisia poliittisista aiheista? (Iltalehti, Helsingin sanomat, MTV3)	37 (97,4 %)	1 (2,6 %)
Seuraatko paikallislehden uutisia paikallispolitiikasta?	18 (47,4 %)	20 (52,6 %)
Seuraatko poliittisia vaikuttajia, jotka eivät ole kansanedustajia somessa?	34 (89,5 %)	4 (10,5 %)
Poliittisia vaikuttajia jotka ovat kansanedustajia somessa?	33 (86,8 %)	5 (13,2 %)
Luetko puolueiden äänenkannattajia? (Kansan Uutiset, Demokraatti, Perussuomalainen, Nykypäivä)	21 (55,3 %)	17 (44,7 %)
Seuraatko itsenäisiä toimittajia poliittisissa aiheissa?	18 (47,4 %)	20 (52,6 %)
Keskusteletko politiikasta kavereiden/tuttavien kanssa?	38 (100 %)	0 (0 %)
Teetkö vaalikoneen ennen äänestyspäätöstä?	34 (91,9 %)	3 (8,1 %)

## 7. POHDINTA

Tässä luvussa tarkastelen tutkimustani suhteessa aikaisempiin tutkimuksiin, valitsemani metodin soveltuvuutta, jatkotutkimus mahdollisuuksia ja yleistä tutkimuksen onnistuneisuutta. Aloitan analysoimalla kyselyni tulokset.

### 7.1 Tulosten pohdintaa

Nuorten keskuudessa uusi media on ehdottomasti suosiossa. Sosiaalinen media on kyselyssä huomioituista lähteistä yksityisten mediatalojen kanssa selkeästi suurimmassa suosiossa. Poliitikasta kiinnostuneet nuoret myös keskustelevat keskenään poliittisista aiheista, joten muut ihmiset ovat merkittävät tiedonlähde tälle kohderyhmälle. Tämä muiden ihmisten kanssa keskustelu voi sopeutua myös Wilsonin mallin mukaiseen passiiviseen tiedonhankintakäyttäytymiseen. Jos keskustelussa puhutaan nimenomaan ja keskeisesti poliittisista aiheista, on kyseessä aktiivinen tiedonhankinta, mutta jos keskustelussa, joka ei lähtökohtaisesti liity poliittisiin aiheisiin puhutaan poliittisista aiheista voi kyseessä olla passiivinen tiedonhankinta. Esimerkiksi keskustellessa ruoanlaitosta voi esille tulla jonkin raaka-aineen hinnannousu tai vaikea saatavuus ja ehkä tämä on jonkin poliittisen kauppasopimuksen aiheuttamaa ja saattaa inspiroida keskustelijaa muodostamaan poliittista mielipidettä kyseisestä kauppasopimuksesta. Mielestäni olisi hieman hankalaa kutsua tämän esimerkin mukaista keskustelua keskusteluksi poliittisista aiheista, joten se mielestäni kuuluisi passiivisen tiedonhankinnan piiriin. Jos keskustelun aihe on juuri tämä kyseinen kauppasopimus, silloin kyseessä on aktiivinen tiedonhankinta.

Tutkimukseni tulosten perusteella on erittäin selkeää, että sosiaalinen media on hyvin suosittu poliittisen tiedon lähde tai kanava tiedonlähteille. Lähes kaikki (89.5%) vastaajista seuraavat jotain poliittista vaikuttajaa sosiaalisessa mediassa. Kuten tutkimuksen taustatiedoissa on painotettu, sosiaalisen median vaikutus poliittiselle ilmapiirille on koettu monelta taholta ennen kaikkea negatiivisesti. Mikäli sosiaalisen median mukana tuoma kehitys on yhtä dramaattista kuin esimerkiksi Heikuran (2020) mukaan, on todella tärkeä kiinnittää huomiota sosiaalisen median suosioon. Ei tietenkään ole järkevää eikä luultavaa ajatella, että kaikki

sisältö tai keskustelu sosiaalisessa mediassa olisi vahingollista tai vastoin hyvän ja avoimen demokratian periaatteita, mutta silti useassa tutkimuksessa huoli tästä ilmiöstä on tuotu esiin, joten asiaan on syytä suhtautua vakavasti. Lähtökohtana on siis, että lähes jokainen politiikasta kiinnostunut nuori seuraa poliittista sisältöä sosiaalisessa mediassa ja sosiaalisen median vaikutus demokratialle koetaan uhkaavana.

Samaa huolestuttavaa kehitystä huomataan kun vertaillaan valtion uutiskanavien suosiota verrattuna yksityisten mediatalojen suosioon. Vain yksi vastaaja ei seuraa yksityisen mediatalojen uutisia poliittisista aiheista. On toki otettava huomioon, että yksityisiä toimijoita on enemmän kuin valtiollisia. Myös valtiollisilla uutiskanavilla on suuri suosio tämän tutkimuksen perusteella, mutta se on kuitenkin pienempi kuin yksityisillä. Erityisesti kiinnostava kontrasti löytyy kun tarkastellaan YLE:n tilaamaa seurantatutkimusta, jonka mukaan Suomessa luotetuimpana uutismedianä pidetään YLE:ä (Latvala 2022). “Tutkimuksen mukaan 83 prosenttia suomalaisista luottaa Ylen uutisiin”. “Iltapäivälehdet eivät tutkimuksen saa suomalaisten enemmistön luottamusta taakseen, vaan niihin luottaa noin neljäsosa suomalaisista” (Latvala 2022). Oma tutkimukseni vaikuttaisi olevan ristiriidassa YLE:n tilaaman tutkimuksen kanssa. YLE:n tutkimuksen kohteena olivat yli 15- vuotiaat suomenkieliset, joten kohderyhmissä on yhtenäisyyttä, vaikka YLE:n tilaamassa tutkimuksessa onkin vanhempia vastaajia kuin tutkimuksessani. Tämän lisäksi tutkimusten välille luo ristiriitaa YLE:n tutkimuksen havainto, jonka mukaan suurinta kriittisyyttä YLE:ä kohtaan on 30-44 vuotiailla miehillä. Tutkimukseni mukaan yksityisten toimijoiden suosio nuorten keskuudessa on suurempi kuin valtion uutismedian, mutta demografia, joka on kaikista kriittisin YLE:ä kohtaan ei ole huomioitu tutkimuksessani.

“Iltapäivälehdet eivät tutkimuksen mukaan saa suomalaisten enemmistön luottamusta taakseen, vaan niihin luottaa noin neljäsosa suomalaisista” (Latvala 2022). Samassa tutkimuksessa myös mainitaan, että YLE:n luottamus nuorten keskuudessa on korkea. Tästä voidaan mielestäni päätellä, että yleinen mielipide luottamuksesta ei takaa suosiota. Tässä on myös hyvä huomioda, että en erittele tutkimuksessani MTV:n, Helsingin Sanomien ja iltapäivälehtien välillä, mutta se ei vaikuta tuloksiin merkittävästi, sillä YLE:n mukaan luottamusero YLE:n ja Helsingin Sanomien on merkittävä. YLE:en luottaa 83 prosenttia Suomalaisista, Helsingin Sanomiin 70 prosenttia ja MTV:n uutisiin 54 prosenttia. Tämä myös luo mahdollisuuden jatkotutkimukselle, joka tarkastelee syitä mitkä vaikuttavat nuorten poliittisen tiedon lähteiden valintaan. Kuitenkin näillä taustatiedoilla voidaan sanoa

mielestäni perustellusti, että nuoren tiedonlähteiden valinnassa luotettavuus ei ole niin tärkeää. Tärkeimpänä vaikuttaisi olevan tiedon muotoilu, sillä sosiaalisessa mediassa viestintä on paljon vapaampaa, kuin perinteisessä mediassa. Tämän, ja Matikaisen (2022), tutkimuksien valossa näyttäisi siltä, että luotettavuus ei ole suosion kannalta yhtä merkittävää kuin muut seikat. Mitä nämä muut seikat ovat, olisi erittäin hyvä aihe jatkotutkimukselle.

Sosiaalisen median osuus on valtava. Huomioitavaa on erityisesti valtiollisten uutiskanavien suhde yksityiseen mediaan. Lähes jokainen nuori käyttää sosiaalista mediaa poliittiseen tiedonhankintaan tai ainakin he seuraavat poliittisia aiheita somessa. Tutkimuksen mukaan kuitenkin ei näytä siltä, että sosiaalinen media olisi ainoa tiedonlähde nuorilla, vaan mukana on myös huomattavasti perinteisempää mediaa. Sosiaalinen media voidaan nähdä myös passiivisena tiedonhakuna, sillä esimerkiksi instagramissa ja twitterissä poliittiset vaikuttajat sekoittuvat muuhun sisältöön. Selatessa sosiaalista mediaa poliittisen tiedon haku ei ole täsmähakua, vaan passiivista.

## 7.2 Suhde aikaisempiin tutkimuksiin

Baxterin ja Marcellan (2017) tutkimustulosten mukaan äänestäjät arvostavat tiiviitä ja ytimekkäitä tietopaketteja, sekä ovat epäileväisiä omasta informaatiolukutaidostaan. On ymmärrettävää, että luotetuimman median suosio ei ole korkein, mikäli luotettavin media paketoii informaation vaikeampaan muotoon. Suosioon nousee media, joka paketoii informaation helposti ymmärrettävään ja saavutettavaan muotoon. Sosiaalisen median alustoista esimerkiksi Twitter on hyvä esimerkki tiedon tiivistämisestä yksinkertaiseen pakettiin. Twitterin postauksen merkkirajoitus asettaa konkreettiset rajat yhden twiitin sisällölle.

Heikura (2020) korostaa tutkimuksessaan erityisesti sosiaalisen median mahdollisuutta toimia sekä demokratiaa tukevana, että heikentävänä alustana. Hänen mukaansa juurisyyt ongelmakäytökselle sosiaalisessa mediassa löytyvät somen ulkopuolelta, mutta Heikura tekee huolestuttavia johtopäätöksiä tutkimuksensa pohjalta: “Tässä tutkimuksessa esille nousevan käsityksen mukaan uskomme jakautuvamme ryhmiin, jotka eivät välttämättä kohtaa ja altista itseään yhteiselle dialogille ja toisten mielipiteiden kuuntelemiselle” (Heikura 2020). Mikäli äänestäjät jakautuvat omiin kupliinsa on vaarana Heikuran kuvaama keskusteluyhteyden hajoaminen. Mikäli sosiaalinen media jatkaa suosiotaan ja perinteisen median suosio

vähenee, on tämä kehitys otettava huomioon. Kandidaatintutkielmani tutkimus ja Heikuran tutkimus toimivat käsi kädessä. Heikuran tutkimus osoittaa huolen sosiaalisen median keskustelukulttuurista ja tämä tutkimus osoittaa sosiaalisen median kiistattoman suosion.

Matikaisen (2010) tutkimus tuo esiin samanlaisia ilmiöitä kuin oma tutkimukseni. Luottamus perinteiseen mediaan on myös Matikaisen mukaan korkeaa suhteessa sosiaaliseen mediaan. Matikainen esittää YLE:n luotetuimpana uutismedian ja maksulliset mediat vähemmän luotettavana. Kuitenkin myös Baxterin ja Marcellan (2017) tutkimuksesta tulee esiin, luotettavuus ei ole suosion tae, eikä edes tärkeimpiä kriteerejä lähteen suosiolle.

### 7.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimusmetodin valinta oli mielestäni lähtökohtaisesti onnistunut. Ongelmia luo joidenkin kysymysten mahdollinen monitulkintaisuus. Vastaajilla voi mahdollisesti olla eriäviä mielipiteitä esimerkiksi siitä, mikä on itsenäinen toimittaja. Samoin kyselytutkimuksen yleiset ongelmat tulevat esiin. Kyselytutkimus on todella hyvä tapa kartoittaa pintapuolisesti kohderyhmän asenteita ja mielipiteitä, mutta se ei anna suoraan syy-seuraus ketjun mukaisia vastauksia. Kyselytutkimuksessa ei ole myöskään mahdollista olla täysin varma vastaajien rehellisyydestä. Mitkä tahansa sosiaaliset syyt voivat vaikuttaa kyselytutkimuksen vastaajiin. Tätä tutkimusta voi kuitenkin käyttää hyvänä pohjana tiedonlähteiden valinnan syvällisempään tarkasteluun.

Yksi asia minkä koen tärkeäksi nostaa esiin on vastaajajoukon yksipuolisuus. Ainoastaan Oulun Läänin Kokoomusnuoret jakoivat kyselyni, joten kaikki vastaajani ovat Kokoomusnuorten jäseniä. Kuitenkaan en koe tämän olevan ongelma, sillä tutkimuksessani puoluepolitiikka ei ole keskeinen näkökulma, vaan keskityn juuri yleisesti poliittisesti aktiivisten nuorten tiedonhankintaan. On kuitenkin mahdollista, että eri puolueiden edustajien informaatiokäyttäytyminen on erilaista, joten lukijan on syytä pitää tämän tutkimuksen yksipuolisuus mielessä. Tämän seikan myötä olisi mahdollista tehdä jatkotutkimusta, jossa puolueiden edustajien välisiä eroja voisi tuoda esiin. Myös yksi kiinnostava tulos oli mielestäni puolueen äänenkannattajaan kohdistuva kiinnostus. Vaikka kaikki vastaajat olivat Kokoomuksen nuorisjärjestössä, vain 55,3 prosenttia vastaajista luki puolueen äänenkannattajaa. Uskoisin tämän johtuvan yleisestä printtimedian suosion laskusta uuden

median tieltä. Haluan myös korostaa, että koska vastaajamäärä on pieni, ei tämän tutkielman tuloksia voi yleistää.

Myös jotkin kysymykset olisi pitänyt muotoilla paremmin. Tutkimukseni tulosten perusteella suurin yksittäinen tiedonlähde oli yksityiset mediatalot, mutta tässä on huomioitava kysymyksenasettelu. Sillä yksityisiä mediataloja on määrällisesti enemmän, voi tässä tutkimuksessa tehdyt havainnot olla hieman harhaanjohtavia tästä aiheesta. Esimerkiksi jos ihminen lukee vain Helsingin Sanomia, joutuu hän silti vastaamaan kohtaan kyllä, missä vaihtoehtona on myös Iltalehti, MTV jne. Tässä olisi ollut syytä tarkentaa kysymystä kysymällä erikseen tiettyjen mediatuottajien suosiota.

#### 7.4 Jatkotutkimusmahdollisuuksia

Mahdollisuuksia jatkotutkimukseen on mielestäni huomattavasti. Jatkotutkimuksen teemoina voisi olla erityisesti puolueiden erot tiedonhaun ja tiedonlähteiden valinnassa. Myös jatkotutkimusta voisi tehdä laadullisen tutkimuksen, esimerkiksi haastattelun muodossa siitä, miksi juuri nämä lähteet ovat tulleet valituksi nuorten keskuudessa. Mitkä seikat vaikuttavat? Tämä on mielestäni tämän tutkimuksen todellinen anti. Kun lähteiden suosio on selvitetty, voidaan tarkemmin paneutua syihin, mitkä johtavat tiedonlähteiden valintaan.

Myös sosiaaliseen mediaan olisi hyvin tärkeä paneutua syvällisemmin. Erityisesti on tärkeää selvittää miten nuori valitsee vaikuttajat joiden kanssa on tekemisissä sosiaalisessa mediassa ja millaista on heidän viestintä. Sosiaalisen median vaikutusta poliittiseen ilmapiiriin on jo tutkittu paljon ja sen mahdollisuuteen toimia demokratiaa heikentävänä tahona on herätty.

Tämä tutkimus nuorten poliittisesta tiedonhankinnasta sisältää osittain pohjamateriaalia tukevaa dataa, mutta myös osittain ristiriitaisia tuloksia. Erityisesti Baxterin ja Marcellan, sekä Heikuran tutkimuksissaan esittämät lopputulokset ovat hyvin yhteensopivat tämän tutkimuksen kanssa. Nuoret käyttävät lähes poikkeuksetta sosiaalista mediaa tiedonlähteenä ja perinteisen median rooli tiedonhankinnassa on vähenemässä. Samoin perinteisestä mediasta “modernimmat” vaihtoehdot ovat suosituimpia kuin perinteisemmät. Tämän lisäksi paikallisuutisten merkitys on hyvin pieni poliittisessä tiedonhankinnassa. Tämä tulee esiin

myös Suorsan tutkimuksessa. Suorsan mukaan n. 25% vastaajista oli kiinnostunut kunnallispolitiikasta.

Nuoret käyttävät paljon sosiaalista mediaa. Sosiaalisen median luonteen takia on oletettavaa, että suuri osa poliittisesta informaatiosta tulee passiivisesti. Suurin osa vastaajista seuraa sekä kansanedustajia, että ei-kansanedustajia sosiaalisessa mediassa. On siis uskottava väittää, että nuoret eivät saa kaikkea poliittista informaatiotaan vain kansanedustajilta. Jokainen vastaaja myös keskustelee politiikasta heidän tuttaviansa kanssa, tämä on myös mielestäni passiivista tiedonhankintaa.

## LÄHTEET

Baxter, G. & Marcella, R. (2017). *Voters' online information behaviour and response to campaign content during the Scottish referendum on independence*. International Journal of Information Management. 37 (6). 539-546.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401217302517>

Case, D. O. (2012). *Looking for information. A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behaviour*. Emerald Group Publishing.

David, K. (1995). *Sources of information, formal and informal*. Management Decision. 33, 13-15.

<https://doi-org.pc124152.oulu.fi:9443/10.1108/EUM00000000003898>

Haasio, A. Harviainen, J. T. ja Savolainen, R. (2019). *Johdatus tiedonhankintutkimukseen*. Avain.

Heikura, M. (2020). *“Pelottavia aikoja” Kaikukammiot, valeuutiset ja vihapuhe poliittisesti aktiivisten nuorten puheessa*. Tampereen yliopisto. Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma. Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta.

<https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/118561/HeikuraMinna.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. (2013). *Tutki ja kirjoita*. Tammi.

Kielitoimiston sanakirja (2022). *Politiikka*

<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/politiikka?searchMode=all>

Latvala, J. (2022). Suomalaiset luottavat uutismedioista eniten Yleen. *Yle Uutiset*.

<https://yle.fi/uutiset/3-12338380>

Matikainen, J. (2010). *Perinteinen Ja Sosiaalinen Media – käyttö Ja Luottamus*.

Media & Viestintä, 33(2). <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/62937>

Oulun Kaupunki (2021). *Nuorten politiikkakoulu*.

<https://www.ouka.fi/oulu/nuoret/nuorten-politiikkakoulu>

Sitra (2021). *Kirjastoista kansanvallan foorumeita*, hanke 2020-2021.

<https://www.sitra.fi/hankkeet/kirjastoista-kansanvallan-foorumeita/>

Suomen virallinen tilasto (SVT). (2019). *Eduskuntavaalit [verkkajulkaisu]. Äänestäneiden Tausta-Analyysi 2019. 1. Äänestäneet eduskuntavaaleissa 2019*. Helsinki: Tilastokeskus.

[https://www.stat.fi/til/evaa/2019/03/evaa\\_2019\\_03\\_2019-05-24\\_kat\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/evaa/2019/03/evaa_2019_03_2019-05-24_kat_001_fi.html)

Suorsa, A. (2021). *Nuorten politiikkakoulu- hankkeen tutkimusraportti*. Oulun kaupunki.

[https://www.ouka.fi/documents/78453/20610986/Nuorten+politiikkakoulu+-+hankkeen+tutkimusraportti\\_sa.pdf/5b15abd4-98b1-4d1e-8f21-27a001d5ea83](https://www.ouka.fi/documents/78453/20610986/Nuorten+politiikkakoulu+-+hankkeen+tutkimusraportti_sa.pdf/5b15abd4-98b1-4d1e-8f21-27a001d5ea83)

Valtion nuorisoneuvosto & Nuorisotutkimusseura (2019). *Nuorisobarometri 2018: nuorten politiikkakiinnostus on ennätystasolla*.

<https://tietoanuorista.fi/nuorisobarometri-2018-nuorten-politiikkakiinnostus-on-ennatystasolla/>

Vehkalahti, K. (2008). *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Tammi.

Wilson, T. D. (1999). *Models in information behaviour research*. Journal of documentation, 55(3), 249-270.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EUM0000000007145/full/pdf?title=models-in-information-behaviour-research>

## LIITTEET

### Liite 1. Kyselylomake

Kysely: Nuorten poliittinen tiedonhankinta. Vastausvaihtoehdot kohdissa 2-10: KYLLÄ/EI.

1. Minä vuonna olet syntynyt?
2. Seuraatko valtion uutiskanavia poliittisissa aiheissa?
3. Seuraatko yksityisten toimijoiden uutisia poliittisista aiheista? (Esim. Iltalehti, Helsingin Sanomat, MTV3)
4. Seuraatko paikallislehden uutisia paikallispolitiikasta?
5. Seuraatko poliittisia vaikuttajia, jotka eivät ole kansanedustajia somessa?
6. Seuraatko poliittisia vaikuttajia jotka ovat kansanedustajia somessa?
7. Luetko puolueiden äänenkannattajia? (Esim. Kansan uutiset, Demokraatti, Perussuomalainen, Nykypäivä)
8. Seuraatko itsenäisiä toimittajia poliittisissa aiheissa?
9. Keskusteletko kavereiden/tuttujen kanssa poliittisista aiheista?
10. Teetkö vaalikoneen ennen äänestyspäätöstä?

### Liite 2. Saatekirje

Hei! Olen Elias Pyykkönen, Oulun Yliopistossa kandidaatintutkimusta tekevä informaatiotutkimuksen opiskelija. Kyselisin olisiko teillä kiinnostusta osallistua työhöni vastaamalla kyselyyn? Tutkimus käsittelee nuorten äänestäjien tiedonhakua. Mikäli haluatte osallistua, kyselyn voisi jakaa joko esimerkiksi ryhmäkeskustelussa (whatsapp tms.) tai järjestönne sähköpostilistalla. Huomioitthän että kyselyssä tavoitellaan nimenomaan nuoria äänestäjiä. Linkkaan kyselyn tämän viestin loppuun. Kiitos!