

TUBETTAJAN

valta & vastuu

Johdanto

Sosiaalisen median tähdet ovat aikamme seuratuimpia nuorisoidoleita, ja he tavoittavat satojatuhansia lapsia ja nuoria. Tubettajilla – heillä, jotka tuottavat sisältöä erityisesti Youtube-videopalveluun – on tiivis ja vuorovaikutuksellinen suhde kohderyhmäänsä, mikä tekee heistä erityisen samastuttavia. Tämä tuo tubettajille merkittävästi valtaa, jota osa käyttää viisaasti ja toiset harkitsemattomasti.

A-lehtien ja Aikakausmedian yhteistyössä toteuttama *Tubettajan valta ja vastuu* - tutkimus selvitti, miten tubettajat itse kokevat vaikutusvaltansa. Tämä aineisto valottaa tutkimustulosten pohjalta:

- *motiiveja ja tavoitteita* tubettamisen taustalla
- tubettajien kokemuksia *vallasta ja vastuusta* sekä
- *kaupallisuutta* tubettajien videoilla

Näin tutkimus toteutettiin

Kvalitatiiviseen tutkimukseen haastateltiin 14:ää suomalaista tubettajaa joulukuussa 2017. Tubettajista kuusi oli naisia ja kahdeksan miehiä. Haastatteluhetkellä heillä oli 31 000 - 170 000 seuraajaa omalla YouTube-kanavallaan.

Tutkimuksen toteutti 15/30 Research A-lehtien ja Aikakausmedian tilauksesta. Viestintäalan tutkimussäätiö rahoitti hanketta.



Tubekulttuuri vaatii lapsilta uusia mediataitoja

YouTube-kulttuuri vaatii yhä nuoremmilta median kriittiseen tarkasteluun liittyviä taitoja. Median rakenteiden tutkiminen ja läpinäkyväksi tekeminen on tärkeä osa mediakasvatustyötä, mutta on myös tärkeää huomioida lapset ja nuoret aktiivisina toimijoina ja sisällöntuottajina, ei pelkkänä yleisönä.

Aikakausmedia julkaisi tutkimusaineistoon pohjautuvan oppimateriaalin, *Tubettaa-verkkodokumentin*, joka on suunnattu sekä tubettajia seuraaville lapsille ja nuorille että vanhemmille, opettajille ja muille kasvattajille, joille ei ilmiö ole niin tuttu.

Artikkeleista, videohaastatteluista ja tehtävistä koostuva oppimateriaali johdattaa YouTube-kulttuurin kulisseihin ja avaa tubettamiseen liittyviä rakenteita, toimintamalleja ja kaupallisuuden muotoja. Lisäksi se antaa vinkkejä oman kanavan perustamiseen.

Tutustu aineistoon: tubettaa.aikakausmedia.fi

Osa 1

Motiivit ja tavoitteet

”

**Se fiilis, et
pystyy tuottaa
iloa arkeen
jollekin.**

Tubettajia yhdistää halu levittää hyvää fiilistä

Hauskanpito ja halu viihdyttää ovat innostaneet monia tubettajia julkaisemaan ensimmäisiä videoita. Osa inspiroi mahdollisuus auttaa muita omien kokemusten kautta, ja jotkut näkevät tubettamisen tienä tulevaisuuden unelma-ammattiin, kuten näyttelijän työhön. Tubettaminen voi tarjota myös mahdollisuuden tienata, mutta raha ei ole kenellekään tubettamisen ykköstavoite.

Kaikkia haastateltuja yhdistää halu käyttää vaikutusvaltaansa hyvän fiiliksen levittämiseen. Huomiota ja videoiden katselukertoja ei haeta keinoilla millä hyvänsä, vaikka seuraajien palaute ja reaktiot palkitsevat. Vuorovaikutus oman yleisön ja tubettajayhteisön kanssa ovat keskeisiä tekijöitä, jotka kannustavat jatkamaan. Tubettajien mielestä tärkeintä on olla aito.

Suosio tuo valtaa, joka tarjoaa mahdollisuuden vaikuttaa itselle tärkeisiin asioihin ja tilaisuuksia päästä tekemään hienoja juttuja kavereiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa.

Tubettamisen taustalla on erilaisia motiiveja – raha ei ratkaise

Mikä sai aloittamaan tubettamisen?

- Hauskanpito
- Halu viihdyttää
- Tarve ilmaista itseään
- Pakokeino arjesta
- Muiden auttaminen

Mikä motivoi jatkamaan?

- Hyvän fiiliksen jakaminen
- Seuraajien palaute ja reaktiot
- Tubeyhteisö
- Mahdollisuus vaikuttaa
- Kiinnostavat kaupalliset kumppanit

”

**Mieluummin
panostan
vaikka uusiin
valoihin kuin
menen
kavereiden
kanssa monta
kertaa
pizzalle.**

Tubettajat suhtautuvat sisältöön kunnianhimoisesti

Tubettaminen on monelle sekä työ että harrastus, johon suhtaudutaan kunnianhimoisesti. Moni tubettaja haluaa jatkuvasti kehittää kanavansa sisältöä, mikä näkyy panostamisena kuvauskalustoon ja intona oppia uutta, esimerkiksi kehittyä editoijana. Videoiden laatu on tärkeämpi kuin määrä.

Tubettaminen vaatii visiota ja luovuutta – ja seuraa tekijää lähes koko ajan. ”Käytännössä me ollaan 24/7 töissä, kun kaikki snapchatit, instat ja somet on osa tätä”, kuvailee yksi tutkimukseen osallistunut tubettaja.

Tubettaja on kuin yhden hengen mainostoimisto, joka suunnittelee, käsikirjoittaa, kuvaa, valaisee, miksaa, editoi ja julkaisee. Haastattelut kertovat, että teknisten taitojen lisäksi tubettaminen on opettanut heille esimerkiksi yrittäjyyttä, markkinointia sekä neuvottelu- ja esiintymistaitoja.

Videoiden sisältöön haetaan ja saadaan inspiraatiota lähipiiriltä, somesta ja seuraajilta



”

En puhu
uskonnosta
vaikka oon itse
uskovainen,
koska se on
niin henkilö-
kohtainen
asia.

YouTubessa oma elämä on kauppatavaraa, muiden ei

Vaikka tubettajat jakavat YouTubessa avoimesti henkilökohtaisia asioita itsestään, muiden yksityisyyttä halutaan varjella. Toisilla tubettajilla yksityisyyden raja on tiukentunut suosion myötä, kun taas osa avautuu yhä enemmän yleisön kasvaessa.

Jotkut ovat oppineet kantapään kautta, mitä kannattaa jättää sanomatta tai tekemättä. Asuinpaikka, uskonto tai seksi ovat asioita, joita kaikki haastatellut eivät mielellään käsittele YouTubessa. Jotkut ovat myös huomanneet, että vitsailu ja sarkasmi voivat helposti aiheuttaa väärinkäsityksiä.

Seurattavana olemisen varjopuolena on, että katsojat voivat olla hyvin kriittisiä idoleitaan kohtaan. Eräs haastateltu tubettaja kertoo olevansa siksi varovainen vahvojen mielipiteiden esittämisessä, ja kannanoton taustalla täytyy aina olla omia kokemuksia tai muualta hankittua tietoa.

Osa 2

Valta ja vastuu

”

**Apteekista
loppui aknen
täsmähoitotuote,
kun tein siitä
videon.**

75 % tubettajista kokee olevansa roolimalli

YouTuben tähdet ovat helposti samaistuttavia nuorisoidoleita, joilta imetään vaikutteita niin kulutuspäätöksiin, arjen valintoihin, asenteisiin kuin arvoihinkin. Tubettajat tiedostavat mahdollisuutensa vaikuttaa katsojiinsa – sekä hyvässä että pahassa.

Valtaosa haastateltavista kokee olevansa roolimalli ja miettii sen vuoksi tarkasti, mitä sanoo tai tekee videoillaan. Osa käyttää vaikutusvaltaansa tietoisesti asenteiden muokkaamiseen ja tuo esille sukupolvensa arvoja. Erityisesti suvaitsevaisuus ja itsensä hyväksyminen ovat teemoina tärkeitä.

Toiset eivät ajattele asemaansa esikuvana aktiivisesti: he eivät koe olevansa vastuussa siitä, että kanavan sisältö sopii esimerkiksi alaikäisille katsojille. Myös vanhempien velvollisuus seurata lasten ja nuorten somekäyttäytymistä nostettiin tutkimuksessa esiin.

”

Jos sun vanhemmat ei halua, et sä katot tota, ni sithän ne laittaa telkkarin kiinni. Se pitäs olla sama juttu YouTuben kaa. Ei sen tekijän pitäs olla vastuullinen siitä, mitä ne kattoo.

Haastatellun tubettajan kommentti

Lähde: Tubettajan valta ja vastuu, A-lehdet & Aikakausmedia 2018



”

***Mä ja anoreksia* -videota näytetään kouluissa terveystiedon tunneilla. Olen saanut satoja viestejä ja tavannut satoja ihmisiä, jotka ovat hakeneet sen avulla apua ja parantuneet.**



Katsojat pyytävät tubettajilta apua vaikeissa asioissa

YouTubessa eivät avaudu vain tubettajat. Joskus idolit voivat joutua tahtomattaan faniensa terapeuteiksi, kun katsojat pyytävät heiltä apua henkilökohtaisiin huoliinsa. Moni nuori suhtautuu suosikkitubettajaansa kuin kaveriin, jolle voi avautua elämän varjopuolista.

Osa haastatelluista on pystynyt tarjoamaan seuraajilleen lohtua ja vertaistukea jakamalla esimerkiksi oman selviytymistarinansa. Vaikeammissa asioissa he ovat ohjanneet kysyjän hakemaan apua koulusta, vanhemmilta tai ammattiauttajilta.

Tubettajilta haetaan neuvoja muun muassa:

- masennukseen
- kiusaamiseen
- syömishäiriöihin
- parisuhdeongelmiin
- arjessa jaksamiseen
- hankaliin perheoloihin

Osa 3

Kaupallisuus ja vaikuttaminen

”

**Oma
kiinnostus
menee rahan
edelle.**

Rahan eteen ei tehdä mitä tahansa

Tubettajat suhtautuvat kaupallisuuteen positiivisesti. Joskus kumppani voi tarjota mahdollisuuden kehittää omaa kanavaa esimerkiksi paremman kuvauskaluston, kuvausmatkojen tai kiinnostavien sisältöideoiden muodossa.

Tubettajat eivät ole kuitenkaan valmiit tekemään rahan eteen mitä tahansa. Yhteistöistä on kieltäydytty, jos mainostettava tuote ei sovi omaan imagoon tai laadukkaalle toteutukselle ei ole riittävästi aikaa. Huonosti toteutettu kampanja on riski tubettajan maineelle. Lisäksi kanavalla täytyy säilyä tasapaino kaupallisen ja muun sisällön välillä tai seuraajilta tulee noottia. Aitous on YouTube-vaikuttajan tärkeintä valuuttaa, ja omien videoiden takana halutaan seistä selkä suorana.

Tubettajilla on myös viesti kaupallisesta sisältöyhteistyöstä kiinnostuneille yrityksille: He peräänkuuluttavat mainostajilta lisää rohkeutta. Kun vaikuttaja saa tehdä aidosti näköistään sisältöä, siitä hyötyvät kaikki. Onnistuneen yhteistyön lähtökohta on hyvä brandmatch, eikä oikea vaikuttaja löydy vain kanavan tilaajamäärää tuijottamalla.

”

Liian vähän yritykset on valmiit tekee mitään uutta. Tosi monet suojelee niitten tuotteita liikaa. Kyl mä uskon et yrityksetkin hiffaa et ne saa enemmän, kun ne antaa tehdä.

Haastatellun tubettajan kommentti

Lähde: Tubettajan valta ja vastuu, A-lehdet & Aikakausmedia 2018

Lisätietoja



Anni Lintula

liiketoimintajohtaja, nuorten mediat
A-lehdet

anni.lintula@a-lehdet.fi

p. 050 414 4233



Piia Matikainen

mediakasvatusasiantuntija
Aikakausmedia

piia.matikainen@aikakausmedia.fi

p. 040 9209750