



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Tekstiviestit vs. pikaviestittely

Marjoniemi, Juuso

2016 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Tekstiviestit vs. pikaviestittely

Juuso Marjoniemi
Liiketalous
Opinnäytetyö
Helmikuu, 2016

Marjoniemi, Juuso

Tekstiviestit vs. pikaviestittely

Vuosi 2016 Sivumäärä 44

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan tekstiviestejä ja pikaviestejä vastakkain ja rinnakkain. Pikaviestien lähettäminen on viime vuosina kasvanut erittäin paljon, ja tekstiviestien ”kuoleminen” on ollut suosittu puheenaihe. Tekstiviestit eivät ole kuitenkaan vielä kadonneet kokonaan. Tarkoituksena on selvittää, onko tekstiviesteillä paikka pikaviestien rinnalla, ja mikä se paikka on. Työn avulla halutaan ymmärtää samanaikaisesti viestintämuotojen eroavaisuuksia ja samankaltaisuuksia. Opinnäytetyö on tehty yhteistyössä Laurea-ammattikorkeakoulun, media-yhtiö MTV:n ja digitaalisen markkinoinnin ajatushautomo Kurion kanssa osana Kuluttajakäyttäytymisen digitaalisuus - hanketta.

Opinnäytetyön päätutkimusongelma on, onko tekstiviesteillä paikka pikaviestien rinnalla. Tutkimuksella halutaan selvittää, onko tekstiviestien ja pikaviestien käyttötarkoituksissa eroja. Lisäksi halutaan selvittää syitä pikaviestiohjelmien suosioon. Opinnäytetyön tutkimus on kvalitatiivinen ja aineistonhankintamenetelmänä on käytetty teemahaastattelua yksilöittäin ja ryhmässä. Näillä menetelmillä pyrittiin saamaan mahdollisimman paljon uutta tietoa tutkittavasta aiheesta.

Tutkimuksella ilmeni, että tekstiviestien ja pikaviestien käytön syyt eroavat toisistaan hyvin paljon. Viestintämuotojen valitseminen viestiä lähettäessä on tarkkaan harkittua. Viestintämuotoa valitessa määrääviä tekijöitä ovat viestin saaja, viestin saajan käyttämä laite sekä viestin muodollisuus. Tekstiviestejä käytetään kuitenkin erittäin vähän pikaviesteihin verrattuna. Pikaviestejä lähetetään monia kymmeniä päivässä kavereiden kanssa, ja tekstiviestejä saatetaan lähettää vain yksi viikon aikana sukulaiselle.

Tutkimuksen mukaan tekstiviesteillä on tällä hetkellä oma paikkansa pikaviestien rinnalla. Molemmilla viestintämuodoilla on oma roolinsa, mutta tilanne voi hyvin helposti muuttua. Pikaviestit voivat ajan kuluessa tulla nykyistä asiallisemmaksi, jolloin tekstiviestien yksi suurin käyttösyy katoaisi. Tutkimukseen osallistujat eivät usko tekstiviestien katoavan kokonaan pois, mutta samalla he eivät usko alkavansa käyttämään niitä tulevaisuudessa enemmän. Jotta tekstiviestit saisivat vahvistettua asemaansa, niiden tulee kehittyä.

Asiasanat: tekstiviesti, pikaviestiohjelma, sosiaalinen media

Marjoniemi, Juuso

Text messaging vs instant messaging

Year	2016	Pages	44
------	------	-------	----

This thesis examines the similarities and differences between text messages and instant messages. Nowadays instant messages are being sent at an increasing pace and people are talking about “the death” of the text message. However, text messaging hasn’t yet disappeared completely. The aim of this thesis project is to determine the role and status of text messages as compared to instant messages. This thesis is made in collaboration with Laurea University of Applied Sciences, the media company MTV and the digital marketing think tank Kurio.

The main research problem of the thesis is whether text messages have a place alongside instant messages. The study aimed to determine if there are differences in the use of these two communication modes. The goal is also to find out the reasons behind the popularity of instant messaging. The study of the thesis was qualitative and the data collection method that was used was the theme interview. There were three individual interviews and one group interview with five people. This method aimed to get as much new information about the subject as possible.

The study showed that the use of text messages and instant messages differs very much. Choosing between the two modes of communication has been carefully thought out. The things that are taken into account when choosing is who receives the message, what device they are using and how formal the message is. However, text messages are used much less compared to instant messages. People send dozens of instant messages in one day with their friends, but only send one text message in a week to a relative.

According to the study text messaging does have its own place alongside instant messaging. Both modes of communication have their own role, but the situation could very easily change. Instant messaging could become more formal with time which would remove one the most important uses of text messages. The participants do not believe that the use of text messaging is likely to disappear completely, but at the same time they do not believe it will become more popular either. Text messaging could, however, still survive if it is developed further.

Keywords: text messaging, instant messaging, social media

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Työn tausta.....	6
1.2	Tutkimusongelma ja tavoitteet.....	7
2	Tekstiviestit ja pikaviestit.....	8
2.1	Tekstiviestit.....	8
2.2	Pikaviestit	9
2.2.1	WhatsApp.....	10
2.2.2	Telegram.....	12
3	Sosiaalinen media.....	12
3.1	Facebook.....	13
3.2	Motiivit sosiaalisessa mediassa	14
4	Laadullinen tutkimus	16
4.1	Aineistonkeruumenetelmät.....	17
4.1.1	Teemahaastattelu.....	18
4.1.2	Ryhmähaastattelu.....	18
4.2	Haastattelujen kulku	20
5	Tutkimustulokset ja niiden analysointi.....	24
5.1	Tutkimustulokset	25
5.2	Tulosten analysointi	32
5.3	Johtopäätökset ja yhteenveto	34
	Lähteet	38
	Kuviot	41
	Taulukot	42
	Liitteet.....	43

1 Johdanto

Ystävien kanssa keskustelu chateissa on ollut suosittua jo monta vuotta. Oli kuitenkin suuri muutos, kun mobiililaitteet päivitettiin tukemaan pikaviestittelyä. Se on helppoa ja rentoa, ja nuoriso kokee sen tyylikkäänä. Tämä aihe on niin nykyhetkessä kiinni, että jo kaksi kuukautta vanha tieto voi hyvinkin olla vanhentunutta. Suosituimman pikaviestiohjelman kuukausittainen käyttäjämäärä kasvoi vuoden 2015 tammikuun ja syyskuun välisenä aikana yli 200 miljoonalla.

Tekstiviestin ”kuolemista” on ennustettu jo jonkin aikaa. Pikaviestittelyn suosio on vähentänyt perinteikkäämpää tekstiviestien lähettämistä, ja monet journalistit ovat kirjoittaneet aiheesta. Muun muassa The Telegraph ja meillä Suomessa Helsingin Sanomat ovat julkaisseet tekstiviestien kuolemaan liittyviä artikkeleita. Aihe on kuitenkin vielä niin uusi, että siitä halutaan lisää tietoa.

Työn teoreettinen osuus muodostuu kahdesta osasta. Ensimmäisessä osassa kappaleet 2 ja 3 käsittelevät tekstiviestejä, pikaviestejä ja sosiaalista mediaa, sekä niiden eroavaisuuksia ja yhtäläisyyksiä. Nämä osiot auttavat ymmärtämään työn käsittelemiä aiheita. Työn toisessa teoreettisessa osiossa kappale 4 käy läpi laadullisen tutkimuksen teoriaa. Tässä kappaleessa käydään läpi aineistonkeruumenetelmiä. Opinnäytetyössä tehty laadullinen tutkimus, sen tulokset sekä siitä tehdyt johtopäätökset käsitellään kappaleessa 5.

1.1 Työn tausta

Kuluttajakäyttäytymisen digitaalisuus -hanke julkaisee uutta tietoa alati muuttuvasta kotimaisen kuluttajan käyttäytymisestä digikanavissa. Tammikuussa 2014 käynnistyneen monivuotisen hankkeen takana ovat Laurea-ammattikorkeakoulu, mediatyhtiö MTV ja digitaalisen markkinoinnin ajatushautomo Kurio. Kurio toimii hankkeen toimeksiantajana ja tarjoaa Laurean digitaalisen markkinoinnin opiskelijoille mentorointia. Laurea vastaa tutkimusten organisoinnista ja toteuttamisesta opinnäytetöinä tai opintojaksoprojekteina. Teemoja ovat muun muassa sosiaalinen media, sisältömarkkinointi, hakukoneet, verkkosivut, verkkomediat, mobiili, käyttötilanteet ja laitekanta.

Hanke on syntynyt tarpeesta saada markkinoita kiinnostavaa tietoa, jota tällä hetkellä ei ole tarjolla. Markkinointi- ja viestintäihmiset, liiketoiminnan kehittäjät ja startup- maailma tarvitsevat faktaa siitä, mitä ihmiset verkossa tekevät, miten ja mistä syystä, jotta he pystyvät tekemään omasta bisneksestään paremmin markkinoilla resonoivaa. Opiskelijat puolestaan hyötyvät lisääntyneestä digiymmärryksestä ja digitaalisen markkinoinnin osaamisesta.

1.2 Tutkimusongelma ja tavoitteet

Opinnäytetyön tutkimusongelma on selvittää, onko tekstiviesteillä oma eroava rooli pikaviestien rinnalla. Tarkoituksena on selvittää millaisissa tilanteissa pikaviestejä ja tekstiviestejä käytetään ja miten nämä tilanteet eroavat toisistaan (Kuvio 1). Tutkimuksen avulla halutaan myös selvittää tekstiviestien käyttöä muodollisissa viesteissä. Työssä halutaan selvittää, mikä takia pikaviestiohjelmien käyttö on suosittua, ja miksi tekstiviestien lähettäminen vähenee.



Kuvio 1: Tutkimusongelman määrittely

Vaikka pikaviestittely on yleistynyt maailmanlaajuisesti, tekstiviestejä käytetään vieläkin. Pikaviestisovellukset tarvitsevat toimiakseen internet-yhteyden. Tämä on yksi tärkeä syy miksi tekstiviestejä käytetään vielä, mutta vielä ei tiedetä, mikä tilanne tulee olemaan tulevaisuudessa. Koska pikaviestittelyn suosio nousee jatkuvasti, tuleeko tekstiviesteillä olemaan omaa paikkaansa. Pärjääkö tämä vanhempi teknologia uudemman rinnalla, ja miten? Tutkimusta ei kuitenkaan rajata koskemaan vain mobiililaitteita, sillä pikaviestejä käytetään myös paljon esimerkiksi tietokoneilla.

Opinnäytetyössä tarkastellaan useita eri pikaviestiohjelmiä. WhatsApp on suosituin aiheeseen liittyvä palvelu, mutta tutkimuksessa esille tulevia muita pikaviestisovelluksia ei suljeta pois. Työn tavoitteena on kerätä hyödyllistä ja uutta tietoa kaikille hankkeessa oleville osapuolille. Aihetta ei rajata koskemaan pelkästään WhatsAppia, jotta tutkimuksella kerätty tieto kuvaisi mahdollisimman tarkasti kaikkia käytettyjä pikaviestiohjelmiä. Tutkimuksen näyte rajataan

18-25- vuotiaisiin, koska pikaviestiohjelmien käyttäjät ovat enimmäkseen nuoria. Tekstiviestit yleistyivät 90-luvulla, ja tämän takia näytteestä on rajattu alle 18-vuotiaat.

2 Tekstiviestit ja pikaviestit

Tässä kappaleessa käsitellään tekstiviestien ja pikaviestien taustoja. Opinnäytetyössä käsitellään näiden kahden viestintämuodon eroavaisuuksia ja samankaltaisuuksia. Tämän takia molempien viestintämuotojen syntyä käydään myös läpi.

2.1 Tekstiviestit

Tekstiviestit ovat lyhyitä kirjoitettuja viestejä, joita matkapuhelinten käyttäjät lähettävät toisilleen matkapuhelinverkossa. Ne ovat olleet hyvin suosittuja ja käytössä useiden vuosien ajan. Tekstiviestin keksijää ei voida kuitenkaan nimetä tarkasti. Tekstiviestien käytössä tapahtui suuri nousu 1990-luvun puolivälissä. Räjähdysmäinen nousu yllätti kaikki televiestinnän alalla toimijat, eikä tekstiviestipalveluiden tarjoamia kaupallisia mahdollisuuksia ollut osattu ennakoida. (Hämeen-Anttila 2002, 73-77)

Tekstiviestien synnystä on ollut paljon sekalaista ja eroavaa tietoa. Useat eri journalistiset lähteet ovat vuosien aikana käsitelleet tekstiviestien syntyä. Useissa tapauksissa on uskottu, että tekstiviesti keksittiin Suomessa. Yksi kuuluisa tarina kerrottiin alun perin Helsingin Sanomien vuoden 2002 toukokuun Kuukausiliitteessä. Tarinan journalisti ilmoitti löytäneensä suomalaisen insinöörin, joka oli kertonut keskustelleensa kollegoidensa kanssa lyhyiden viestien lähettämistä mobiililaitteiden välillä. He olivat jutelleet aiheesta kööpenhaminalaisessa pizzeriassa vuonna 1982. He eivät olleet kuitenkaan dokumentoineet tai vieneet ajatusta eteenpäin. (Hillebrand & Friedhelm 2010.)

Tämän hetken luultiin olleen aika ja paikka tekstiviestin keksimiselle. Todellisuudessa tekstiviestiksi luettavia keksintöjä oli jo 1800-luvun puolivälissä morsetuksen muodossa. Morsetuksessa käytetään lyhyitä ja pitkiä sykkeitä, jotka kuvastavat aakkosia. Sen lisäksi 1970-luvulla kehitettiin Telex-tekstiviestiohjelma, joka mahdollisti viestien lähettämisen mobiililaitteiden välillä laivoihin ja lentokoneisiin. Todellisuudessa nykyisin tunnettu tekstiviesti oli pohjoismaisten, saksalaisten ja ranskalaisten puhelinoperaattorien ehdotus osaksi GSM-verkkoa. (Hillebrand & Friedhelm 2010.)

Vuosi	Saavutus
1992	Ensimmäiset kokeilut eurooppalaisilta operaattoreilta
1993	Ensimmäiset SMS-viestejä vastaanottavat puhelimet saataville Ensimmäiset ääniviestien saapumista merkitsevät hälytykset
1994	Kaikki uudet laitteet kykenevät vastaanottamaan SMS-viestejä
1995	Kaikki verkot kykenevät SMS-viestintään SMS-viestien kansainvälinen toiminta käytettävissä
1995	Nuoret omaksuvat SMS-viestittelyn osaksi nuorisokulttuuria
1996	Kaikki uudet laitteet kykenevät nyt myös lähettämään SMS-viestejä
2008	3-4 biljoonaa SMS-viestiä lähetetty, joilla ollut \$80-100 miljardia tuottoa maailmanlaajuisesti

Taulukko 1: Tekstiviestien kehittyminen markkinoilla (Hillebrand & Friedhelm 2010).

Tekstiviestejä tukevat kannettavat puhelimet ilmaantuivat vuonna 1993, ja vuodesta 1994 eteenpäin kaikki uudet mallit kykenivät samaan (Taulukko 1). Aluksi puhelimet pystyivät vain vastaanottamaan viestejä. Viestien lähettäminen jokaisesta uudesta mallista oli mahdollista vasta vuonna 1996. Yksi tekstiviestiliikenteen nopean kasvun syy olikin puhelinten kehittyminen tukemaan tekstiviestien käsittelemistä. (Hillebrand & Friedhelm 2010.)

Tekstiviestien lähettäminen on yhä tänäkin päivänä erittäin yleistä, ja Forrester-sivuston tutkimuksen mukaan (O'Grady 2012) tekstiviestejä lähetetään Amerikassa kuusi miljardia päivässä pikaviestien suosiesta riippumatta. Tämä johtuu osittain siitä, että läheskään kaikki maailman puhelimet eivät ole älypuhelimia, eikä pikaviestiohjelmia pystytä siksi käyttämään. Tekstiviestien käyttäminen on kasvanut tasaisesti 90-luvun puolivälistä asti, mutta on viime vuosina alkanut kuitenkin hidastumaan. O'Gradyn ennusteessa tekstiviestit tulevat pitämään vahvan aseman viestinnässä lähivuosina. Pikaviestien suosio on kuitenkin ollut jatkuvassa korkeassa nousussa, ja vuoden 2012 tutkimus tilanteesta voi olla jo hieman vanhentunutta tietoa.

2.2 Pikaviestit

Pikaviestittely on suosittu tapa keskustella reaaliajassa internetin välityksellä. Palveluilla yleensä luodaan yksityisiä keskusteluhuoneita, joissa viestitään pääasiallisesti tekstillä. Pikaviestipalvelut ovat nousseet suosioon internetin avulla, mutta pikaviestittely on peräisin 1960-luvun puolivälin usean käyttäjän mahdollistavista käyttöjärjestelmistä. Alkuperäinen käyttötarkoitus erosi käyttäjien välisestä kommunikoinnista sillä, että viestit ilmoittivat suoritetusta tapahtumista kuten tulostamisesta. Pikaviestit kehittyivät kuitenkin nopeasti välittämään viestejä laitteiden käyttäjien välillä. (Petronzio 2012; Evans 2015.)

Pikaviestittelyn suosion yksi tekijä on sen maksuttomuus. Yleisesti pikaviestittelyyn tarkoitettut sovellukset ovat vähintään yhtä helppokäyttöisiä kuin perinteinen tekstiviestittely. Tekstiviestien kaltaisesta sovelluksissa käytetyt Push-viestit ilmoittavat käyttäjälle uuden viestin saapumisen välittömästi. Helppokäyttöisyyttä tuo myös se, että puhelimen yhteystieto-lista usein lisätään sovelluksen käyttöön automaattisesti. (Evans 2015.)

Pikaviestittelyn helppokäyttöisyyden ja maksuttomuuden seurauksena tekstiviestien lähettäminen on laskenut viime vuosina kiihtyvään vauhtiin. Ilmaisviestien suosio ohitti perinteiset tekstiviestit vuonna 2012. Tammikuussa 2015 WhatsApp-viestejä lähetettiin päivässä 30 miljardia ja perinteisiä tekstiviestejä vain 20 miljardia. Vuonna 2015 sovelluksen käyttäjien määrä nousi yli 200 miljoonalla. Jopa puhelinoperaattorit ovat hyväksyneet pikaviestittelyn yleisyyden suunnitellessaan omaa tarjontaansa. (Heiskanen 2015; Evans 2015.)

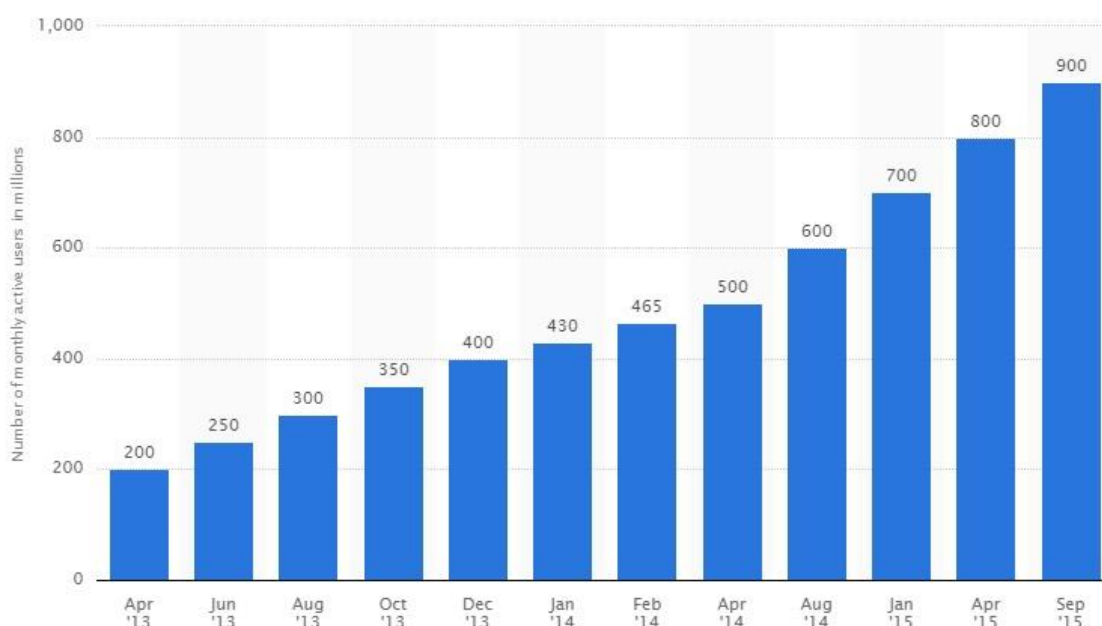
Helsingin Sanomien haastattelussa (Heiskanen 2015) Elisan liittymäliiketoimintajohtaja Henri Korpi sanoi, ettei tekstiviestien käytössä ole kuitenkaan tapahtunut niin suurta romahdusta kuin oli odotettu. Korpi uskoo pikaviestittelyn suosion johtuvan osittain ominaisuudesta viestitellä kaikkien perheenjäsenten kanssa samanaikaisesti. Tätä ominaisuutta käytetään myös erittäin paljon erilaisten ryhmien sisäiseen viestittelyyn.

Mobiililaitteilla käytetyt pikaviestittelysovellukset ovat maailmanlaajuisesti hyvin suosittuja. Sovellusten käyttöä rajaa kuitenkin joskus maiden mobiilidatankäytänteet. Sosiaalisessa mediassa levinnyt Elisan ”Hintasaarnaajat”-mainoskampanja kuvastaa hyvin mobiilidatan tilannetta ulkomailla. Suomessa puhelinoperaattorin kanssa on mahdollista tehdä sopimus, joka takaa loputtoman internetin käytön mobiililaitteilla kohtalaisella kuukausimaksulla. Tämä mahdollistaa muun muassa pikaviestiohjelmien käytön myös langattomien verkkopisteiden kantomatkan ulkopuolella. Tällöin pikaviestiohjelmaa on yhtä helppo käyttää, kuin perinteistä tekstiviestiä. Joissakin maissa tämä ei kuitenkaan ole mahdollista maan mobiiliverkon vajavuuden takia. Näissä maissa mobiililaitteiden pikaviestiohjelmaa joudutaan käyttämään hieman rajoitummin. Seuraavaksi käydään läpi yleisimpiä pikaviestipalveluita. (Korhonen 2015.)

2.2.1 WhatsApp

WhatsApp on ilmainen pikaviestipalvelu älypuhelimille. Sovelluksella voi lähettää tekstillisiä viestejä, kuvia, videoita ja ääniviestejä internetin kautta. Sovellus lukee puhelimen yhteystiedot, jonka jälkeen muiden sovellusta käyttävien kesken voi aloittaa keskustelun. Käyttäjät voivat luoda yhteisen ryhmän, ja yhdessä ryhmässä voi olla kerrallaan 100 osallistujaa. Sovellus käyttää Push-viestejä ilmoittaakseen uusien viestien saapumisesta. WhatsApp on yleisin

käytetty pikaviestipalvelu, jolla oli Statista-nettisivun syyskuun 2015 tietojen mukaan 900 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää (Kuvio 2). (Pönkä 2014; Statista 2015)



Kuvio 2: WhatsAppin kuukausittaisten käyttäjien kehitys (Statista 2015)

WhatsApp-sovelluksen loivat kaksi entistä Yahoo! Inc. työntekijää, Jan Koum ja Brian Acton. Koum osti itselleen iPhoneen tammikuussa 2009 ja ymmärsi kuinka laitteen tuore App Store toisi esiin aivan uudenlaisia sovelluksia. He halusivat luoda yksinkertaisen pikaviestipalvelun ja löysivät avukseen venäläisen iPhone-ohjelmoijan. Koum valitsi palvelun nimeksi nopeasti ”WhatsApp”, koska se kuulosti englannin sanoilta ”what’s up”. Yritys perustettiin pian nimen keksimisen jälkeen helmikuun 24. päivänä 2009 Kaliforniassa. Kesäkuussa 2009 Apple mahdollisti Push-ilmoitukset, ja sovellus päivitettiin hälyttämään käyttäjän verkostoa tilapäiviyksistä. WhatsApp-sovelluksen seuraava versio mahdollisti käyttäjien välisen viestittelyn, ja päivityksen myötä käyttäjämäärä kasvoi räjähdysmäisesti 250 000 käyttäjään. Ohjelman suosio on jatkanut kasvamistaan ja nykyään se on suosituin pikaviestiohjelma. Yksi WhatsAppin alkupe räisen suosion syy oli se, että sitä saa käyttää vuoden ilmaiseksi, jonka jälkeen ohjelmalle tulee hintaa vain yhden euron vuosimaksu. ”Ilmaiset tekstiviestit” houkuttelivat monia siirtymään tekstiviesteistä vähintäänkin osittain pikaviestien käyttöön. Tämä vuosimaksu on opinnäytetyötä tehdessä otettu virallisesti pois käytöstä (WhatsApp 2016). WhatsApp ei ole kuitenkaan ainoa suuressa käytössä oleva pikaviestiohjelma. Facebook osti WhatsAppin noin 14,5 miljardilla eurolla helmikuussa 2014, mitä seurasi ohjelman käyttökato. Ostoa seurannut kato palvelussa kasvatti kilpailevien sovellusten suosiota. (Frier 2014; Pönkä 2014; Satariano 2014.)

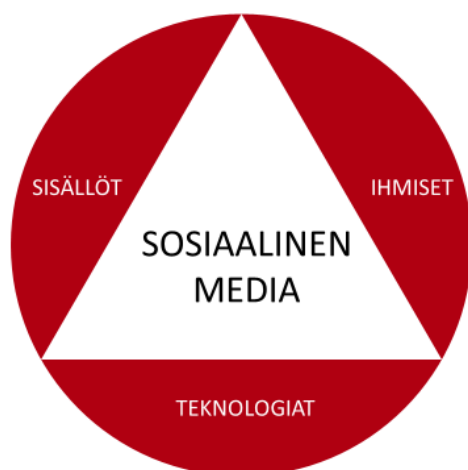
2.2.2 Telegram

Yksi WhatsAppin suurimmista kilpailijoista on melko tuore pikaviestisovellus Telegram Messenger. WhatsAppin suosio on kasvanut monta vuotta kiihtyvällä vauhdilla, mutta Telegramin suosio kasvaa myös koko ajan. Sovellus on ollut saatavilla vasta hieman yli kaksi vuotta, mutta sen kuukausittaisten käyttäjien määrä on vuoden 2015 aikana pysynyt melko tasaisesti 60 miljoonassa. Vaikkei sovelluksen käyttäjämäärässä ole tapahtunut kuluvana vuonna merkittäviä muutoksia, on päivittäisten lähetettyjen viestien määrä silti kasvanut räjähdysmäisesti. Helmikuussa 2015 Telegramilla lähetettiin päivittäin miljardi viestiä, ja vuoden 2015 syyskuussa viestien määrä oli noussut jo 12 miljardiin. Sovelluksen suosio ei siis muodostu uusien käyttäjien liittymisestä, vaan valmiiden käyttäjien sitoutumisesta ohjelmaan.

TechCrunchin haastattelussa (Lomas 2015) Telegramin luoja Pavel Durov sanoi, että ihmiset jotka asensivat Telegramin puhelimeensa varalle, alkoivatkin käyttää sitä ensisijaisena pikaviestiohjelmana. Hänen mukaansa tämä kertoo ihmisten oikeasti rakastavan Telegramia, ja siksi he siirtävät yhä enemmän ja enemmän toimimistaan sinne. Lisäksi Durovin mukaan ohjelmassa arvostetaan kykyä päästä käsiksi viesteihin eri laitteilla. Puhelimen akun loppuessa viestit voi nähdä myös kirjautumalla eri laitteilla ohjelmaan.

3 Sosiaalinen media

Sosiaalisella medially voidaan tarkoittaa montaa eri asiaa, mutta yleisesti se mielletään liittyvän jotenkin sosiaaliseen toimintaan verkossa. Suuri osa termillä tarkoitettavista nykyään käytettävistä palveluista, kuten Facebook, Youtube ja Twitter, saivat kaikki alkunsa vuosien 2003-2009 välisenä aikana. Näiden palveluiden luontiaikana suosituin sosiaalisen median käsite oli Web 2.0, joka on kuitenkin sosiaalista mediaa teknisempi käsite. Sosiaalisen median käsite syrjäytti Web 2.0:n yleistyessään vuonna 2009. Eri pikaviestipalvelut lasketaan usein olevan osa sosiaalista mediaa. (Pönkä 2014.)



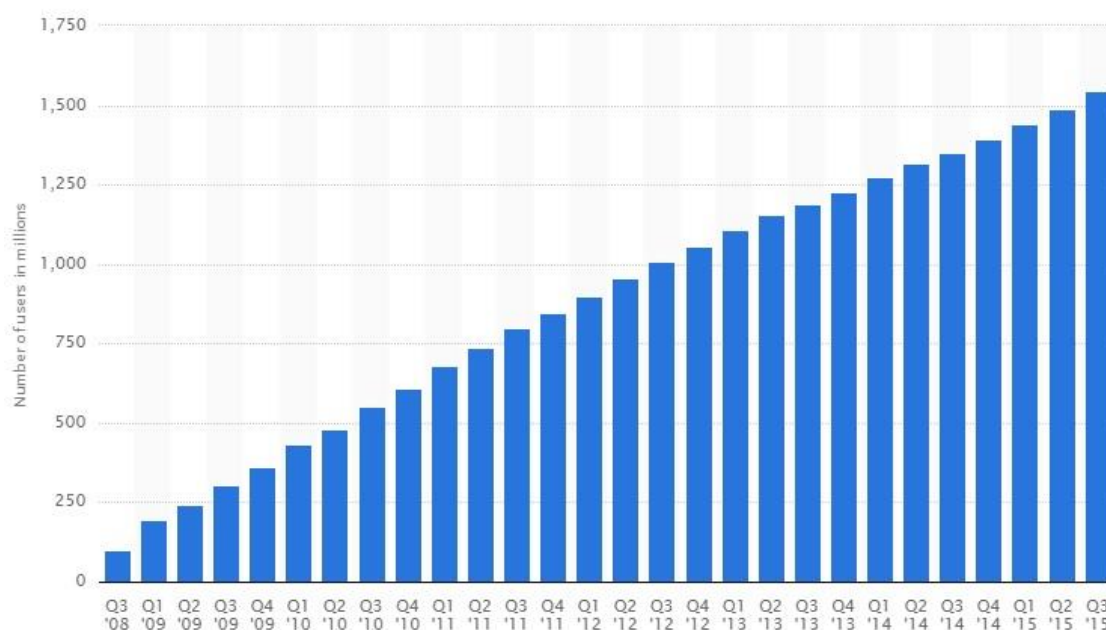
Kuvio 3: Sosiaalinen media syntyy sisällöistä, ihmisistä ja verkkoteknologioista (Pönkä 2014).

Pönkä (2014) käyttää kirjassaan VTT:n tutkijoiden määritelmää vuodelta 2007, jonka mukaan sosiaalinen media rakentuu sisällöistä, yhteisöistä ja Web 2.0 - teknologioista. Tämän lisäksi Pönkä kertoo Jussi-Pekka Erkkolan gradututkimuksesta, jossa VTT:n määritelmää tarkennetaan sanomalla sosiaalisen median olevan prosessi, jossa käyttäjät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla (Kuvio 3). (Pönkä 2014.)

Sosiaalisen median palveluita on paljon erityyppisiä, sillä jokaisella on omat vahvuutensa ja käyttötarkoituksensa. Palveluita käytetään yleisesti videoiden katsomiseen ja jakamiseen, keskusteluihin, tiedon levitykseen ja muuhun yhteisölliseen osallistamiseen. Sosiaalisen median palvelussa on tärkeitä mahdollistaa käyttäjät osallistumaan sisällön tuottamiseen ja jakamiseen. Ohjelmia käytetään useilla eri alustoilla, mutta niille on usein yleistä jonkin muodon keskustelu pikaviestien välityksellä. Myös pikaviestiohjelmat voidaan luetella kuuluvan sosiaaliseen mediaan. (Pönkä 2014.)

3.1 Facebook

Facebook on suurin yhteisöllinen media 1,55 miljardilla kuukausittaisella käyttäjällä (Kuvio 4). Facebookissa käyttäjien toiminta perustuu heidän jakamaan sisältöön, johon kuuluu muun muassa kuvat ja videot. Palvelulla käyttäjät luovat itselleen kuvallisen käyttäjäprofiilin, jolla he voivat osallistua keskusteluihin ja seurata eri yhteisöjä. Käyttäjät pystyvät helposti seuraamaan oman tuttavapiirinsä menoja ja kuulumisia. Tämän lisäksi Facebook tarjoaa erilaisia pelejä ja muita viihteellisiä piirteitä käyttäjilleen. Yrityksille palvelu tarjoaa mahdollisuuksia asiakasyhteisöjen luomiseen ja ylläpitoon sekä apua asiakkaiden ohjaamiseen tuotteiden ja palveluiden luokse. Facebook tarjoaa myös keskusteluja varten Facebook Messenger- pikaviestipalvelun, joka on myös erikseen ladattavissa mobiililaitteille. (Soininen ym. 2010, 52-53; Statista 2016.)



Kuvio 4: Facebookin kuukausittaisten käyttäjien määrä (Statista 2015)

Facebook perustettiin vuonna 2004 ja sen suunniteltiin olevan ainoastaan Harvardin yliopiston sisäiseen käyttöön. Tieto palvelusta levisi tehokkaasti, ja se avattiin muiden yhdysvaltalaisen yliopistojen käyttöön pian. Tämän seurauksena Facebook sai ensimmäisen toimintavuotensa aikana yhteensä miljoona käyttäjää. Tällä alkuperäisellä versiolla ei ollut kuitenkaan läheskään yhtä paljon ominaisuuksia, kuin nykyisin tunnetulla Facebookilla. Esimerkiksi nykyään tunnettu tilapäivitys kehitettiin palveluun vasta vuonna 2008. (Pönkä 2014.)

Suuresta suosioistaan huolimatta Suomessa Facebook on menettänyt nuorempia käyttäjiään vuodesta 2011 lähtien. Pönkä (2015) kertoo blogissaan, kuinka nuoret eivät enää liity Facebookiin vaan muihin sosiaalisen median palveluihin. Palvelua ei nähdä enää samalla tavalla nuorille kuuluvana, sillä yli 40-vuotiaiden Facebookiin liittyminen on lisääntynyt huomattavasti. Elokuussa 2015 Facebookilla oli suomalaisia käyttäjiä noin 2,4 miljoonaa. Palvelua käyttä edelleen eniten alle 20-vuotiaat, mutta määrällisesti vanhempia käyttäjiä on enemmän. (Pönkä 2015.)

3.2 Motiivit sosiaalisessa mediassa

Motiivit ovat sisäisiä haluja ja psykologisia tarpeita. Motiivit kertovat, miksi ihminen käyttäytyy niin kuin käyttäytyy. Ihmisten tavoite elämässä on motiivien toteuttaminen, mutta sisäisten motiivien tiedostaminen voi olla joskus hankalaa, koska ne muodostuvat yleensä geeniperimästä ja lapsuuden kokemuksista. Vaikka joskus voi olla hankalaa tietää, mikä meitä motivoi, sisäiset motiivit on mahdollista tiedostaa ja tunnistaa oikein esitettyjen kysymysten avulla. Tämän lisäksi motivaatiomme vaikuttaa ulkoiset tavoitteet ja tilanteet. Nämä muodostu-

vat omista ja muiden meille asettamista odotuksista. Ihmiset ovat motivoituneita, kun sisäiset motiivit ja ulkoiset tavoitteet ovat tasapainossa (Kuvio 5). (Mayor & Risku 2015, 37-39.)



Kuvio 5: Motivaation muodostuminen (Mayor & Risku 2015, 38)

Kristiina Heinonen suoritti 2009 tutkimuksen selvittääkseen sosiaalisessa mediassa suoritettujen tekojen takaisia motiiveja. Heinonen jakaa kuluttajien toiminnan kahteen pääosaan, jotka ovat motivaatio ja työpanos. Tutkimuksessa kuluttajien motiivit muodostuvat ajanvietteestä, sosiaalisesta yhteydestä ja tietoperästä, kun taas kuluttajien työpanokseen kuuluu kuluttaminen, osallistuminen ja tuottaminen. Kuluttajan sosiaalisen yhteyden motiivit pätevät hyvin pikaviestintään ja sen käyttösyihin (Taulukko 2). (Heinonen 2011.)

Sosiaalinen yhteys	Kuvaus
Sosiaalinen tarkkailu	Uuden oppiminen ystävästä ja tuttavista
Yhteinen kokeminen	Jakaminen ja kokeminen muiden kanssa
Kuuluminen ja sitoutuminen	Ihmisten kanssa yhteydenpito
Ajan tasalla pysyminen	Oman yhteisön asioista tietäminen
Yhteyden pitäminen	Oman verkoston suhteiden ylläpito
Sosiaalinen verkostointi	Ystävästä ja tuttavista muodostuvan verkoston luonti ja ylläpito

Taulukko 2: Sosiaalisen yhteyden toiminnot (Heinonen 2011, 361)

Sosiaalisessa yhteydessä kuluttajat ovat yleisesti kiinnostuneita siitä, mitä heidän verkostonsa ystäville ja tuttaville kuuluu, ja mitä heidän elämässään tapahtuu. Kuluttajille on hyvin yleistä vieraila sivulla, jolla on heidän tuttunsa tuottamaa sisältöä. Tutkimuksen mukaan vastaa-

jat ilmoittivat usein jakavansa sisältöä ja kokemuksia yhdessä. Tutkimukseen osallistuneet vastasivat joissakin tapauksissa muuttaneensa omaa mielipidettään aiheesta luettuaan keskustelufoorumien sisältöä siitä. (Heinonen 2011.)

Sosiaalisen yhteyden toimintoihin kuuluu myös tiettyyn sosiaaliseen ympäristöön ja ryhmään kuulumisen tunne. Kuluttajat käyvät sivustoilla, joissa he pystyvät selvittämään oman sosiaalisen ryhmänsä uusia puheenaiheita. Toinen tärkeä osa on pysyä ajan tasalla oman sosiaalisen verkon tapahtumista. Tutkimuksen mukaan monet olivat riippuvaisia tilanteen tasalla pysymisestä ja tapahtumista tietämisestä. Oman verkoston tapahtumista ja tilanteesta tietäminen antoi vastaajille myös sosiaalisen ylemmyyden tunteen. Pikaviesteihin ja sosiaalisen median palveluihin eniten sidoksissa oleva aihe oli kuluttajien tarve pysyä yhteydessä perheen ja ystävien kanssa. Tämä tunne oli vastaajien tärkein sosiaalisen yhteyden toiminta. (Heinonen 2011.)

4 Laadullinen tutkimus

Tässä opinnäytetyössä toteutetaan laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus, koska tutkittava aihe on hyvin ajankohtainen, eikä siitä ole paljoa tietoa. Laadullisia tutkimusmenetelmiä käytetään yleensä silloin, kun tutkittavasta aiheesta ei tiedetä entuudestaan paljoa. Määrällisessä menetelmässä on verrattuna yleensä enemmän kyse jo olemassa olevan teorian vahvistamisesta. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään saamaan paljon tietoa pienestä näytteestä, jotta käsiteltävää aihetta ymmärrettäisiin hyvin ja syvällisesti. Tutkimuksella pyritään tuomaan uutta tietoa pikaviestiohjelmien ja tekstiviestien välisestä suhteesta. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 65-68)

Eri laadullisia menetelmiä ovat teema-, avoin ja ryhmähaastattelu, sekä havainnointi. Näitä kaikkia menetelmiä yhdistää se, että tutkija on usein hyvin lähellä tutkittavia ja voi osallistua toimintoihin. Laadullisessa tutkimuksessa on hyvin tärkeätä valita tutkittavat harkitusti ja huolellisesti, jotta heistä saadaan uutta tietoa. Tarkoituksena on myös kirjata tarkasti tutkimuksen eri prosessien vaiheet ja tulokset. Kun tutkimusprosessi on kirjattu tarkasti, tutkimuksen lukija pystyy arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta tehokkaasti. Luotettavuutta voidaan lisätä myös käyttämällä useampaa tiedonkeruumenetelmää. (Ojasalo 2009.)

Opinnäytetyössä tehdyssä tutkimuksessa käytetään teemahaastattelua ja WhatsApp-ryhmähaastattelua. Haastattelut koostuvat kolmesta teemahaastattelusta ja yhdestä viiden hengen ryhmäkeskustelusta. Kaikki haastateltavat ovat lähipiiristäni. Ryhmäkeskustelu käydään WhatsApp-pikaviestiohjelman välityksellä. Opinnäytetyö käsittelee pikaviestiohjelmaa, ja aiheeseen kuuluvan ohjelman käyttö haastattelussa voi auttaa käsiteltäviin teemoihin syventymistä. Olen kuulunut haastateltavien viestiryhmään jo ennen haastattelun suorittamista,

jonka avulla haastattelun aikaista dynamiikkaa voidaan verrata ryhmän aiempaan käyttäytymiseen. Haastattelutilanne on myös pikaviestiohjelmaa käyttäessä rento, ja se voi auttaa tekemään haastateltavien vastauksista rehellisempiä.

4.1 Aineistonkeruumenetelmät

Kvalitatiivisissa tutkimuksissa on tarkoituksena saada uutta ja syvällistä tietoa tutkittavasta aiheesta. Koska aiheista ei ole usein valmista tietoa tai teoriaa, on haastattelu tehokas tiedonkeruumenetelmä. Haastattelua käytetään hyvin yleisesti, varsinkin silloin kun muita menetelmiä ei tunneta kunnolla. Haastattelu on vuorovaikutusta molempien osapuolien välillä, missä haastateltava pystyy ilmaisemaan itseään mahdollisimman vapaasti. Haastattelu on yleensä tavanomaisen keskustelun kaltainen, mutta eroaa kuitenkin sillä, että haastattelija joutuu selvästi ohjaamaan keskustelua haluttuun suuntaan tutkimus- ja kehittämisaineiston saamiseksi. (Ojasalo 2009.)

Koska haastattelussa on aina vuorovaikutusta haastattelijan ja haastateltavan välillä, heidän välillään täytyy olla myös luottamusta. Haastattelijan täytyy toimia tilanteessa mallikkaasti käyttämällä tilanteeseen sopivaa vaatetusta ja kielenkäyttöä. Osapuolien tulee myös ymmärtää toisiaan. Haastateltavien kulttuuri- ja koulutustaustan ja haastattelupaikan vaikutus haastatteluun otetaan huomioon. (Ojasalo 2009.)

Erilaisia haastatteluja on paljon, ja niiden käyttötarkoitukset voivat erota toisistaan huomattavasti. Strukturoidussa haastattelussa aiheet ja kysymykset käydään läpi ennalta päätetyssä järjestyksessä. Menetelmä on tarkoituksella kyselytutkimuksen kaltainen, mutta haastateltavat voivat kuitenkin vastata tarkasti kysymyksiin vapaasti omin sanoin. (Ojasalo 2009.)

Kaikki opinnäytetyössä suoritettut haastattelut litteroidaan, jotta kerättyä tietoa olisi helpompaa analysoida. Litteroinnissa haastattelu taltioidaan ja kirjoitetaan puhtaaksi. Opinnäytteen tutkimuksen haastatteluissa halutaan osallistujien vastaavan mahdollisimman vapaasti ja omin sanoin. Tämän takia litterointi voi tuottaa vaikeuksia, koska haastateltavan mielipiteet halutaan esittää mahdollisimman alkuperäisessä muodossa. Opinnäytetyön haastattelut litteroidaan kuitenkin mahdollisimman tarkasti ja kattavasti, että kaikki mahdollisesti merkittävät asiat saadaan kirjattua ylös ja analysoitua. Haastattelujen vastausten puhtaaksi kirjaaminen on kuitenkin erittäin aikaa vievää, ja siihen tulee varautua. Analysoinnin helpottamiseksi kaikki puhtaaksikirjoitetut haastattelut numeroidaan ja haastateltavien taustatiedot merkaataan muistiinpanon alkuun. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

4.1.1 Teemahaastattelu

Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu on tehokas menetelmä, kun tutkittavasta aiheesta ei ole paljoa tietoa etukäteen, eikä haastattelua haluta siksi ohjata liian tarkasti. Teemahaastattelussa aiheet ja kysymykset on suunniteltu tarkasti etukäteen, mutta kysymysten järjestys ja asioiden painotus voi vaihdella haastatteluiden välillä. Haastattelun runkoa voidaan myös muokata haastattelujen edetessä, jos niissä ilmaantuu tärkeitä asioita, joita ei voitu tietää ennalta. Tilanteeseen soveltumattomat ennalta päätetyt kysymykset voidaan jättää pois, ja aiheeseen liittyvät haastattelun aikana mieleen tulleet kysymykset voidaan esittää. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 47-48.)

Puolistrukturoitu haastattelu on ollut viime vuosina yksi suosituimmista käytetyistä haastattelumuodoista Suomessa tehdyissä tutkimuksissa. Eskolan ja Suorannan (1998, 87) mukaan teemahaastattelun suosiota selittää se, että haastateltavat pystyvät puhumaan erittäin vapaamuotoisesti, ja sen vuoksi kerätty materiaali kuvastaa hyvin haastateltavien suoraa mielipidettä. Teemahaastattelun joustava runko ei sido haastateltavien vastauksia valmiisiin muotteihin. Ennalta valitut teemat takaavat kuitenkin, että kaikkien haastateltavien kanssa käsitellään samoja asioita.

4.1.2 Ryhmähaastattelu

Yksilöhaastattelujen tilalla tai rinnalla voidaan käyttää ryhmähaastattelua, jossa haastattelutilanteessa on useita haastateltavia ja mahdollisesti myös useita haastattelijoita. Yksilöhaastattelun tilalla ryhmähaastattelua käytetään, jos epäillään vastaajien jännittävän haastattelutilanteessa liikaa hyödyllisen keskustelun syntymiseksi. Ryhmähaastattelussa vastaajat eivät koe tilannetta yhtä uhkaavaksi, koska osallistujat voivat tukea toisiaan. Vastaajat voivat miettiä ja muistella asioita yhdessä, ja rohkaista muita esittämään mielipiteitään. Tällä tavalla haastattelusta voidaan saada enemmän tietoa kuin yksilöhaastattelulla. (Eskola & Suoranta 1998, 94-98.)

Yksilöhaastattelujen rinnalla käytettynä ryhmähaastattelu voidaan suorittaa esimerkiksi yksilöhaastattelujen jälkeen samoilla vastaajilla, milloin alkuperäisistä haastatteluista voidaan antaa palautetta ja vastaajilta voidaan yrittää saada uutta tietoa. Ryhmähaastattelu on hyvä tapa saada haastatteliija mukaan haastateltavien maailmaan. Vastaajat innostavat toisiaan käsittelemään aiheita, jotka eivät olisi muuten saattaneet tulla heille edes mieleen. (Eskola & Suoranta 1998, 94-98.)

Haastateltavat on hyvä yhdistää ryhmäksi, jos heillä on jokin yhteinen harrastus tai jonkin ryhmän jäsenyys. Tällöin ryhmälle keskusteltaessa normit tulevat selkeästi esille, ja haasta-

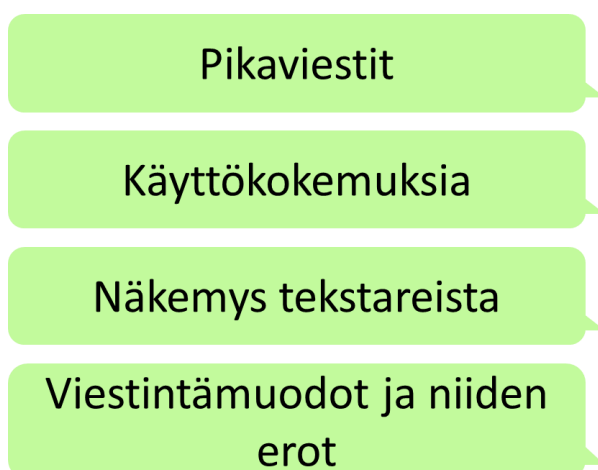
teltavien yhteiset kokemukset auttavat tekemään vastauksista rehellisiä. Ryhmässä haastateltavat eivät unohda mainita asioita yhtä helposti ja väärinymmärryksiä on vähemmän. Ryhmähaastattelussa yksilöt voivat kuitenkin vastata kysymyksiin aivan eri tavoin kuin yksilöhaastattelussa. Haastateltavien ryhmän tulee olla homogeeninen, jotta kaikki ymmärtävät kysymykset ja käsiteltävät aiheet. (Eskola & Suoranta 1998, 94-98.)

Ryhmän koosta on paljon eroja mielipiteitä, mutta yleinen sopivana pidetty koko on 5-10 henkilöä. Eskola & Suoranta (1998, 94-98) ilmaisevat, että haastateltavien määrä kerralla on hyvinkin sama kuin toimiva opetusryhmä. Täten ryhmän koko olisi 4-8 henkeä, mutta haastateltavan ryhmän kokoa voidaan muokata riippuen tutkimuksen tarkoituksesta.

Ryhmäkeskustelussa myös haastattelijoiden määrä ja rooli tulee päättää. Ryhmähaastattelu ei ole tiukasti strukturoitu, vaan haastattelutilanteesta halutaan mahdollisimman vapaamuotoinen. Haastattelijoiden tehtävänä on saada keskustelu syntymään ja samalla yrittää hallita ryhmän dominoivia jäseniä. Yleisesti haastattelijat pysyttelevät hyvin hiljaa ryhmähaastattelussa, jotta saadaan aikaiseksi keskustelua. Ryhmähaastattelussa on kuitenkin yleisempää, että vastaajat vain viittaavat toistensa puheisiin eivätkä muodosta yhteistä vuoropuhelua. (Eskola & Suoranta 1998, 94-98.)

Ryhmähaastattelussa on haasteena saada koko ryhmä samanaikaisesti samaan paikkaan. Opin näytetyössä ryhmähaastattelu suoritettiin pikaviestiohjelman avulla, jolloin haastattelun ajankohta oli hieman helpompi sopia kuin kasvokkain suoritettussa ryhmäkeskustelussa. Yksilöiden kynnys osallistua haastatteluun on matala, kun se voidaan suorittaa omalta kotisohvalta. Haastateltavat voidaan tavoittaa puhelimien välityksellä, ja näin heidän olinpaikkansa haastattelun aikana ei ole merkityksellinen. Haastateltavien olinpaikka haastattelun aikana tulisi kuitenkin olla mahdollisimman hallittu ja rauhallinen, jotta haastattelutilanne koetaan turvalliseksi. Ryhmähaastattelun aika saatiin sovittua tehokkaasti niin, että kaikki vastaajat pystyivät suorittamaan haastattelun omasta kodistaan käsin.

Ryhmähaastattelun tallentaminen on kätevää pikaviestiohjelman ansiosta. Kasvokkain suoritettussa ryhmäkeskustelussa mikrofoniin määrä voi tuottaa vaikeuksia, ja muistiinpanojen ottaminen haastatteluhetkellä on vaikeaa. Litterointi nauhoitukselta voi olla vaikeaa päällekkäisten äänien erottamisen takia. Pikaviestiohjelman avulla haastateltavien vastaukset ovat valmiiksi tallennettuina nimimerkkien kanssa. Ryhmäkeskustelun lopullisessa taltioinnissa nimimerkit on poistettu.



Kuvio 6: Ryhmähaastattelun teemat

Ryhmähaastattelulle muodostettiin teemarako ennen itse haastattelun suorittamista (Kuvio 6). Muodostin tutkittavasta aiheesta haastatteluun neljä pääteemaa, joista keskustellaan osallistujien kanssa. Tämän lisäksi haastattelun alussa on taustatietoja käsittelevä osio. Laadin teemoihin kysymysaiheita, joilla voi ohjata haastattelua haluttuun suuntaan. Aiheita voidaan jättää pois haastattelun edetessä, jos ne havaitaan tilanteeseen turhiksi. Aiheita voidaan myös keksiä haastattelutilanteen aikana vastausten mukaan. Haastattelun alkupuoli käsittelee pikaviestejä ja niiden käyttökokemuksia, jotta nähtäisiin haastateltavien näkemys pikaviestistä jo haastattelun alussa. Myöhemmin haastateltavilta kysellään tekstiviesteistä, ja lopuksi mielipiteitä molemmista viestintämuodoista.

4.2 Haastattelujen kulku

Tässä kappaleessa käsitellään molempien haastattelumuotojen etenemistä suoritettussa tutkimuksessa. Aiemmin käsiteltiin aineistonkeruumenetelmien teoriaa, mutta tutkimuksessa suunniteltuja haastatteluja avataan auki tässä kappaleessa. Tutkimuksen ryhmähaastattelu suoritetaan normaalista poikkeavasti pikaviestisovelluksen kautta, jonka takia haastattelujen etenemistä halutaan kuvata mahdollisimman tarkasti. Näin lukija pystyy myös itse arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta paremmin.

Ryhmähaastattelun kulku

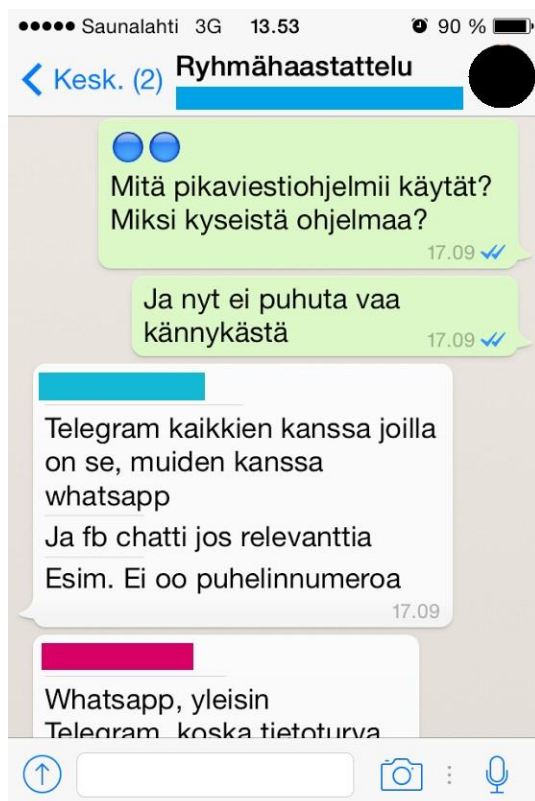
Opinnäytteen tutkimuksen ryhmähaastattelu suoritettiin WhatsApp-ryhmälle, jossa olen itse jäsenenä. Ryhmässä on yhteensä seitsemän osallistujaa minut pois lukien, mutta haastatteluun heistä osallistui viisi henkilöä. Kaikki WhatsApp-ryhmän jäsenet ovat tunteneet toisensa useamman vuoden ajan, ja osa ryhmäläisistä on tuntenut jo peruskoulusta asti. Ryhmän jäsenet ovat aktiivisuudeltaan samantasoisia, mutta yksi ryhmän jäsen on hieman muita aktiivi-

sempi jakamalla keskusteluissa viestejä ja videoita. Loin haastattelua varten uuden ryhmän viidelle osallistujalle, jotta vastaukset olisivat jälkepäin helpommin luettavissa analysointia varten.

Pystyin pikaviestisovelluksen avulla ilmoittamaan suunnittelemaani ryhmähaastattelusta kaikille ryhmän jäsenille samanaikaisesti. Haastattelun ajankohta päätetään etukäteen, jotta kaikki haastateltavat pystyvät varautumaan hyvissä ajoin. Yhteisestä haastattelusta sovittiin ryhmän kesken, ja jäsenille ilmoitettiin tutkimuksen käsittelemät aiheet ja teemat. Haastateltaville ei tarvinnut erikseen käydä läpi tutkimuksen käsitteitä.

Ennalta suunniteltujen aiheiden käsittely muuttui hieman haastatteluja suorittaessa. Haastattelun aikana yksi vastaaja otti puheeksi, että hän käyttää työssään tekstiviestejä ”asiallisempaan” muotona ottaessaan yhteyttä toimittajiin ja muihin uusiin yhteyshenkilöihin. Mielestäni aihe oli kiinnostava tutkimuksen kannalta ja hän lisäsi haastatteluun uudeksi aiheeksi viestintämuotojen virallisuuden. Esitin myös jatkokysymyksiä halutessaan lisää tietoa aiheista, joita haastateltavat toivat itse esille.

Haastattelun suorittamista varten luotiin uusi ryhmä, johon haastateltavat kutsuttiin osallistujiksi (Kuvio 7). Näin haastattelua pystyttiin tutkia jälkikäteen helpommin, kuin jos haastattelu olisi suoritettu vastaajien alkuperäisessä ryhmässä. Alkuperäinen ryhmä on luotu 7. heinäkuuta 2014, ja keskusteluun on lähetetty tuhansia viestejä luontihetkestä nykypäivään. Jos haastattelu olisi suoritettu tässä keskustelussa, vastausten analysointi olisi ollut vaikeata aiempien viestien valtavan määrän takia. Analysointia olisi myös haitannut ryhmän aktiivisena pysyminen myös haastattelun jälkeen, koska keskusteluun tulee jatkuvasti uusia viestejä, ja haastattelu olisi yksinkertaisesti kadonnut viesteihin. Pelkästään haastattelua varten luotu ryhmä mahdollistaa haastattelun vaivattoman tarkkailun ja sulavan analysointiprosessin. Haastattelun vaiheita on helppo seurata puhelimen kosketusnäytöltä. Opinnäytetyössä esitetyt kuvankaappaukset haastattelusta on editoitu niin, ettei haastateltavien nimiä näe.



Kuvio 7: Kuvankaappaus tutkimuksen WhatsApp-ryhmähaastattelusta

Opinnäytetyön ryhmähaastattelua suunniteltaessa pyrittiin tekemään haastattelun toteuttamisesta mahdollisimman helppo ja yksinkertainen. WhatsAppissa suoritettussa haastattelussa on helppo erottaa vastaukset kysymyksistä. WhatsAppissa omat lähetetyt viestit näkyvät ruudun oikealla puolella vihreässä puhekuplassa, kun taas muiden osallistujien viestit ovat valkoisissa kuplissa näytön vasemmassa reunassa (Kuvio 7). Lisäksi kaikkien osallistujien nimimerkit erottuvat väreillä. Jotta esittämäni kysymykset erottuisivat kuitenkin mahdollisimman tehokkaasti keskustelusta, on kaikkien kysymysten eteen merkattu viestiä kirjoittaessa sininen pallo. Näin keskustelua nopeasti selatessa puhelimen ruudulta kaikki esitetyt kysymykset näkyvät selkeästi. Tämä myös helpottaa haastattelun kulun hahmottamista.

Teemahaastatteluissa halutaan haastateltavien muotoilevan vastauksensa täysin vapaasti ja omin sanoin. Opinnäytetyössä suoritettussa ryhmähaastattelussa litterointi on erittäin vaivatonta perinteisempiin litterointimenetelmiin verrattuna. Tutkimuksessa suoritettussa WhatsApp-ryhmähaastattelussa osallistujat ovat itse kirjoittaneet vastauksensa. Vastauksia analysoitaessa voidaan siis olla varmoja, että analysoinnin kohteena on haastateltavan oma mielipide muokkaamattomana. Näin varmistetaan, ettei tutkijan litterointi jätä vastauksista pois mitään tutkimuksen kannalta mahdollisesti merkittävää. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

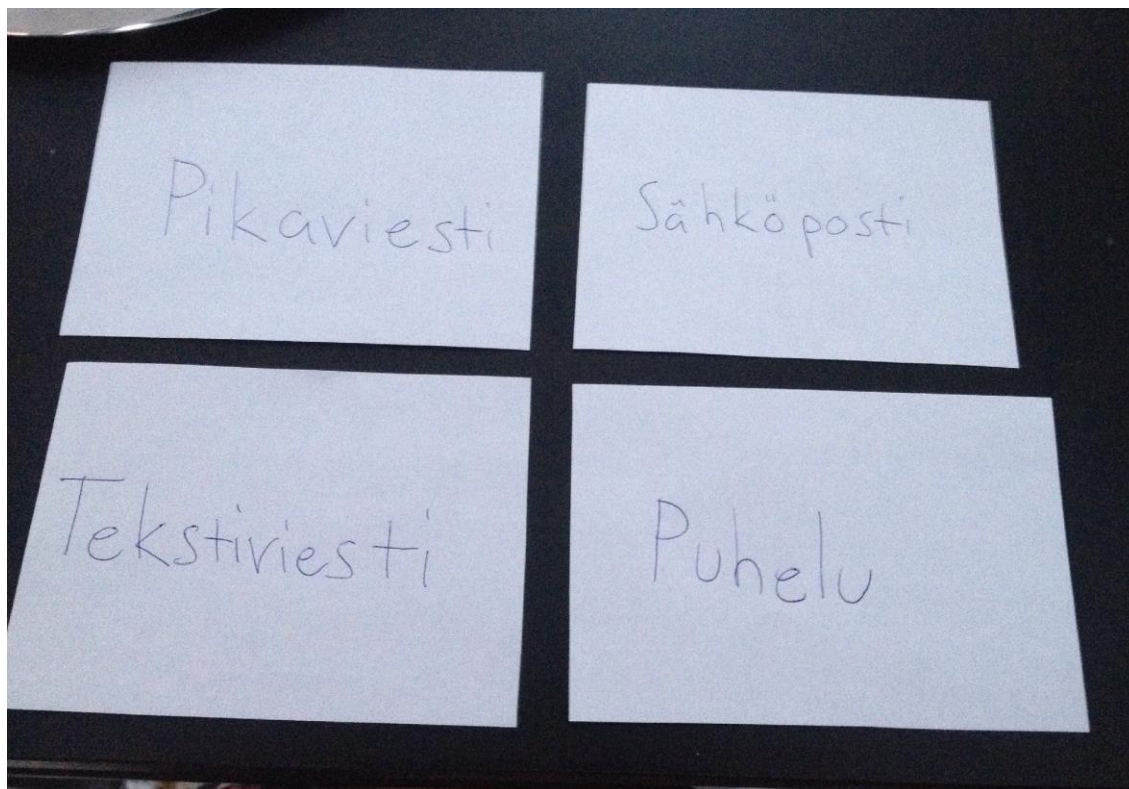
Yksilöhaastattelujen eteneminen

WhatsApp-ryhmähaastattelun lisäksi Opinnäytetyön tutkimuksessa suoritettiin yksilöhaastatteluita. Koska tutkimuksessa suoritettua ryhmähaastattelussa haastateltavat vastasivat kirjoittamalla, heidän vastauksensa saattoivat olla lyhyitä. Haastateltavat ovat saattaneet tuntea vastausten kirjoittamisen puhelimella työlääksi ja ovat siksi mahdollisesti pyrkineet esittämään mielipiteensä mahdollisimman tiivistetysti. Kasvotusten suoritetuilla yksilöhaastatteluilta pyrittiin saamaan vapaampia vastauksia ryhmähaastattelun ohelle.

Tutkija suoritti kolme yksilöhaastattelua tutkimusta varten. Haastateltavat kuuluvat kaikki tutkijan lähipiiriin, kuten ryhmähaastatteluun osallistujat. Tämän takia kaikissa haastatteluisa on rento ilmapiiri, mikä auttaa tekemään vastauksista vapaampia ja suodattamattomia. Kaikki yksilöhaastattelut suoritettiin tutkijan omassa kodissa yksi kerrallaan. Haastateltavat ovat iältään 18-25-vuotiaita.

Yksilöhaastatteluiden haastattelurunkona käytetään samaa runkoa kuin ryhmähaastattelussa. Teemat ovat samoja, mutta kysymykset ovat muokkautuneet hieman haastattelujen edetessä. Yksilöhaastattelussa vastauksista on helpompi esittää jatkokysymyksiä tarpeen noustessa.

Molemmissa haastattelumuodoissa haastateltavilta kysyttiin heidän mielipidettään eri viestintämuotojen asiallisuuksista. WhatsApp-ryhmähaastattelussa kysymystä rajoitti haastattelussa käytetty alusta, mutta yksilöhaastatteluissa kysymys pystyttiin esittämään tehokkaammin. Yksilöhaastatteluissa haastateltaville jaettiin neljä korttia, joista jokainen edusti yhtä viestintämuotoa (Kuvio 8).



Kuvio 8: Viestintämuotojen asiallisuus-kortit

Haastateltavia pyydettiin järjestämään kortit asiallisimmasta asiattomimpaan ja perustelemaan mielipiteensä. Korteilla kerätty informaatio oli paljon kattavampaa ja yksityiskohtaisempaa, kuin ryhmähaastattelusta kerätty tieto. Tämän lisäksi haastateltavia pyydettiin järjestelemään kortit niin kuin he uskoisivat tilanteen olevan viiden vuoden päästä. Tällä kysymyksellä haluttiin saada haastateltavat ajattelemaan enemmän nykytilannetta ja sitä mihin ollaan menossa. Korttien järjestäminen auttoi vastaajia keskittymään ja miettimään vastauksiaan. Ryhmähaastattelussa osallistujia pyydettiin myös miettimään järjestystä, minkä jälkeen he perustelivat hieman mielipiteitään. Yksilöhaastattelussa vastaajat kuitenkin perehtyivät enemmän vastauksiin.

5 Tutkimustulokset ja niiden analysointi

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyössä suoritetun tutkimuksen tuloksia ja niiden analysointia. Ryhmä- ja yksilöhaastatteluiden tulokset esitellään ensimmäisessä alaluvussa ja seuraavassa tuloksia analysoidaan. Kolmannessa ja viimeisessä alaluvussa tuloksista muodostetaan johtopäätökset ja yhteenveto.

5.1 Tutkimustulokset

Tutkimuksessa tehtiin kolme yksilöteemahaastattelua sekä viiden hengen ryhmähaastattelu, joka toteutettiin WhatsApp-viestintäsovelluksen avulla. Haastatteluihin osallistui yhteensä kaksi naista ja kuusi miestä, joista nuorin osallistuja on 18-vuotias ja vanhin 25-vuotias. Kaikki ryhmähaastateltavat ovat miehiä. Ryhmähaastattelussa ja yksilöhaastatteluissa käytiin samoja asioita ja teemoja läpi, kuitenkin pienin eroavaisuuksin. Opinnäytetyössä käsitellään pikaviestijä ja tekstiviestejä, jonka takia haastateltavilta kyseltiin heidän pikaviestinten käyttötottumuksista ja mieltymyksistä. Pikaviestit olivat aiheena melko tuttuja jokaiselle haastateltavalle. Joissakin haastatteluissa haastateltaville selitettiin aluksi tutkimuksen käsittelevän myös eri alustojen ohjelmia, ei vain puhelimilla olevia.

Pikaviestit ja niiden käyttökokemuksia

Haastattelujen alun teemat käsitelivät enimmäkseen pikaviestiohjelmia yleisesti ja käyttökokemuksia niistä, sillä haastattelulla haluttiin kerätä lisää informaatiota suosituista pikaviestipalveluista. Kaikilta haastateltavilta kysyttiin aluksi kuinka paljon he käyttävät pikaviestiohjelmia ja niiden käyttötarkoituksia. Kaikki vastaajat ilmoittivat käyttävänsä pikaviestijä säännöllisesti ja päivittäin.

Haastateltavien ylivoimaisesti yleisin vastaus käyttötarkoitukselle oli kavereiden kanssa viestittely. Muita yleisiä syitä olivat kuvien jakaminen ja työtä sekä koulua varten luodut ryhmäkeskustelut. Tarkentavana kysymyksenä haastateltavilta kysyttiin keiden kanssa he yleensä keskustelevat pikaviesteillä. Ryhmäkeskustelussa kaikki viisi osallistujaa vastasivat juttelevansa enimmäkseen kavereidensa kanssa, ja heistä kaksi mainitsivat lisäksi koulutöitä varten muodostetut ryhmät.

Haastateltavilta kysyttiin myös mitä pikaviestiohjelmia he käyttävät, ja miksi juuri kyseisiä ohjelmia (Kuvio 9). Kysymyksellä haluttiin selvittää käytetyimmät ohjelmat, ja mikä niistä tekee suosituksen. Kaikki tutkimukseen osallistuneet vastasivat käyttävänsä joko pelkästään tai enimmäkseen WhatsAppia. Ohjelman käytön yleisin syy oli sen helppo saatavuus ja suuri suosio. Haastateltavat sanoivat käyttävänsä WhatsAppia, koska kaikki heidän tuttavansa käyttävät sitä. Yksi ryhmäkeskustelun haastateltava sanoi: ”Wa koska kaikilla on se”.



Kuvio 9: Käytetyimmät pikaviestiohjelmat

Toinen haastatteluissa usein ilmennyt ohjelma oli WhatsAppia uudempi Telegram. Ryhmähaastattelussa kolme osallistujaa kertoi käyttävänsä Telegramia ja he kaikki sanoivat syyksi ohjelman tietoturvan. Haastateltavat kertoivat yleisimmän alustan pikaviestittelylle olevan puhelin. Kaikki kahdeksan haastatteluihin osallistunutta sanoivat pikaviestittelevänsä puhelimella. Tämän lisäksi viisi haastateltavaa sanoi käyttävänsä tietokonetta ja kaksi tablettia.

Aiempien vastausten pohjalta haastateltavilta kysyttiin heidän mielipiteitään siitä, mikä tekee pikaviestiohjelmasta hyvän tai huonon. Haastateltavat kertoivat arvostavansa pikaviestiohjelmassa helppokäyttöisyyttä. Yhtenä esimerkkinä käytettiin pikaviestiohjelmien kykyä siirtää käyttäjän yhteystiedot automaattisesti sovellukseen. Yleinen mielipide oli, että pikaviestiohjelman tulee olla helppo ottaa käyttöön ja että ohjelman käyttäminen on sujuvaa. Pikaviestiohjelmalta halutaan myös monipuolisia ominaisuuksia, kuten ryhmäkeskustelujen mahdollisuus ja tuki ääni-, kuva- ja videoviestien lähettämiseen (Kuvio 10). Lisäksi pikaviestiohjelmalta haluttiin hyvää tietoturvaa ja että ohjelma on laajasti levinnyt käyttöön. Kaikki haastateltavat käyttivät WhatsAppia, koska se on erittäin laajassa käytössä. Telegramia suosivat haastateltavat joutuivat käyttämään WhatsAppia lisäksi, koska Telegram ei ole vielä yhtä suosittu.



Kuvio 10: Yleisimmät vastaukset kuvaillaessa hyvää pikaviestiohjelmää

Aiemmin esitetyllä kysymyksellä haluttiin selvittää pikaviestiohjelmien hyviä ja huonoja puolia, mutta haastateltavat keskittyivät vastauksissaan enimmäkseen hyviin puoliin. Jotta saataisiin paremmin tietää, mikä saa käyttäjät pysymään yhdessä ohjelmassa, haastateltavia pyydettiin miettimään erin syitä, jotka saisivat heidät vaihtamaan pikaviestiohjelmää. Tähän kysymykseen ei tullut yhtä muita yleisempää vastausta. Kaksi haastateltavaa sanoivat vaihtavansa ohjelmaa, jos heidän käyttämänsä sovellus muuttuisi yllättäen maksulliseksi. Toinen heistä sanoi, että voisi maksaa pikaviestipalvelun käytöstä jotain, mutta ei haluaisi niistä hirveästi maksaa. Kaksi muuta haastateltavaa sanoivat vaihtavansa palvelua, jos kaikki heidän tuttunsa siirtyisivät käyttämään uutta. Ryhmäkeskustelussa yksi osallistuja kertoi suurimmaksi syyksi vaihtamiselle paremmat ominaisuudet. Näiden vastausten lisäksi ryhmähaastattelussa kaksi osallistujaa viittasivat muiden osallistujien aiempiin vastauksiin. He vastasivat kysymykseen hymiöllä, jossa sormi osoittaa aiempia vastauksia, jonka takia heidän tarkkaa mielipidettään on vaikea sanoa.

Näkemykset tekstiviesteistä

Kaikki haastateltavat kertoivat lähettävänsä tekstiviestejä erittäin vähän. Haastateltavia pyydettiin myöhemmin arvioimaan prosentuaalisesti lähettämiensä pikaviestien ja tekstiviestien suhdetta, ja kaikki vastaukset olivat pikaviestien suhteen vähintään 90 %. Tämän lisäksi viisi vastaajaa kertoi käyttävänsä tekstiviestejä enimmäkseen yhteydenpitoon perheen ja sukulaisten kanssa. Haastateltavat vastasivat näkevänsä tekstiviestit nykyään hieman turhana ja vanhentuneena konseptina. Kuitenkin kaksi haastateltavaa sanoivat tekstiviestien olevan vieläkin hyödyllisiä, koska niillä saa yhteyttä kehen tahansa jolla on puhelin.

Kaikissa kolmessa yksilöhaastattelussa haastateltavilta kysyttiin heidän mielipiteitään tekstiviestien hyvistä ja huonoista puolista. Kahden haastateltavan mielestä tekstiviestit tekevät

ryhmäkeskustelut huonosti. Heidän mielestään tekstiviesteillä suunnitelmien ja menojen sopiminen ryhmän kanssa on vaikeampaa ja hitaampaa kuin pikaviestillä. Viestien lähettäminen ei ole tekstiviesteillä yhtä sulavaa. Tekstiviestiä kehitettiin kuitenkin luotettavaksi. Tekstiviestien luotettavuus nousi kaikissa haastatteluissa jossain vaiheessa esille. Haastateltavat perustelivat tekstiviestien luotettavuutta mahdollisilla nettikatkoilla, joiden takia pikaviestit eivät mene perille. Tekstiviestejä käytetään enimmäkseen juuri silloin, kun pikaviestit eivät jostain syystä toimi.



Kuvio 11: Tekstiviestien käytön muutoksia

Haastateltavia pyydettiin kertomaan heidän tekstiviestien käytön muutoksista viimeisen viiden vuoden aikana (Kuvio 11). Kaikki kokivat tekstiviestien käytön vähentyneen huomasti ja myös käytön syiden muuttuneen. Viisi vuotta sitten tekstiviesteillä oli samankaltainen asema, kuin pikaviesteillä nyt. Tekstiviestejä lähetettiin paljon kavereiden kanssa, ja tekstiviestit olivat sivuuttaneet puhelut. Muutos nähtiin kuitenkin positiivisena. Haastateltavat mainitsivat tarvittavan nettiyhteyden pikaviestejä rajoittavana tekijänä, mutta muuten entisestä on kehitytty. Yksi haastateltava sanoi pikaviestien olevan evoluutio tekstiviesteille. Hänen mielestään pikaviestien laajat ominaisuudet ja tehokas käyttöliittymä on hyvin suunniteltua ja yleisesti helpompaa käyttää kuin tekstiviestejä. Haastateltavat uskoivat heidän tekstiviestien käytön vähenevän tulevaisuudessa entisestään. Haastateltavat perustelivat syyksi, että tekstiviestit pysyvät vanhanaikaisina, mutta pikaviestiohjelmia innovoidaan jatkuvasti. Pikaviestiohjelmien välillä on kovaa kilpailua, joka edistää sovellusten kehittymistä.

Yksi yleinen esille tullut aihe haastatteluissa oli tekstiviestien asiallisuus ja virallisuus. Yksi ryhmähaastattelun osallistuja kertoi käyttävänsä tekstiviestiä nykyään asiallisempänä muotona ottaessaan yhteyttä toimittajiin ja muihin uusiin yhteyshenkilöihin. Tämän jälkeen haastatteli otettiin tekstiviestien asiallisuuden uudeksi keskustelun aiheeksi. Viidestä ryhmähaastatteluun osallistujasta neljä sanoivat tekstiviestien olevan asiallisempia kuin pikaviestit. Yhden osallistujan mielestä pikaviestit ovat yhtä muodollisia kuin tekstiviestit, mutta myönsi tekstiviestien olevan enemmän standardin asemassa. Yleinen näkemys oli, että pikaviestit ovat vielä liian uusi viestintämuoto muodollisille viesteille.

Tekstiviestien asiallisuus tuli haastateltavien vastauksissa esille myös kahdessa yksilöhaastattelussa. Molemmissa haastatteluissa haastateltavat mainitsivat käyttävänsä tekstiviestejä lähettäessään normaalia virallisempia viestejä. Koska tekstiviestien asiallisuus mainittiin haastatteluissa usein, haastateltava kysyi aiheesta itse kolmannessa yksilöhaastattelussa. Kaksi haastateltavaa sanoi tekstiviestien olevan asiallisempi, koska he yhdistävät pikaviestit rennompiin kavereiden välisiin viesteihin. Haastateltavien mielestä tekstiviesti on myös hyvä viestintämuoto virallisille viesteille, koska se on luotettavampi kuin pikaviestit. Tekstiviesti on parempi tapa varmistaa virallisen viestin menevän perille.

Viisi haastateltavaa sanoi kuitenkin jonkin muun uuden standardin tulevan tekstiviestien tilalle tulevaisuudessa. Ryhmähaastattelussa osallistujat keskustelivat kuvitteellisesta tilanteesta, missä puhelinliittymät kehittyvät niin, että tekstiviestit muuttuisivat enemmän samankaltaisiksi pikaviestien kanssa toimimalla internetin välityksellä. Yhdessä yksilöhaastattelussa haastateltava sanoi uskovansa pikaviestien tulevan muodollisemmaksi samalla tavalla kuin tekstiviestit aikoinaan tulivat. Haastateltava puhui siitä, kuinka nuoremmat aina omaksuvat uuden teknologian ensimmäisenä, jonka jälkeen se vasta tulee yleisempään käyttöön. Toinen haastateltava uskoi pikaviestien tulevan virallisemmaksi tulevaisuudessa, sillä hänen työpaikallaan niitä käytetään jo aktiivisesti informaation jakamiseen. Hänen mielestään viestintämuodosta voi tulla asiallisempi, jos muutkin yritykset siirtyvät siihen.

Ryhmähaastattelun seuraavassa vaiheessa osallistujia pyydettiin järjestämään puhelu, tekstiviesti, pikaviesti ja sähköposti asiallisimmasta vähiten asialliseen (Kuvio 12). Viidestä haastateltavasta neljä vastasivat puhelun olevan asiallisin, mutta kaikki haastateltavat harkitsivat sähköpostia ensimmäiselle sijalle. Osallistujat keskustelivat sähköpostien käyttämisestä yritysten välisessä viestinnässä, koska sillä voidaan ilmaista asiat puhtaasti ja selkeästi. Yleisin järjestys vastauksissa oli puhelu, sähköposti, tekstiviesti ja pikaviesti. Puhelu koettiin asiallisimpana, sillä siinä pääsee helposti itse selittämään asiansa, ja yrityksen ottaessa yhteyttä puhelimitse viimeistään tietää heidän olevan vakavissaan. Vastausten lukemisen selkeyttämiseksi haastatteluihin osallistuneet on alla olevissa kuviossa numeroitu ja annettu ryhmäkeskustelussa näkynyt väri.

Ryhmähaastattelu

Haastateltava 1	Puhelu	Sähköposti	Pikaviesti	Tekstiviesti
Haastateltava 2	Puhelu	Sähköposti	Tekstiviesti	Pikaviesti
Haastateltava 3	Sähköposti	Puhelu	Tekstiviesti	Pikaviesti
Haastateltava 4	Puhelu	Sähköposti	Tekstiviesti	Pikaviesti
Haastateltava 5	Puhelu	Sähköposti	Tekstiviesti	Pikaviesti

Kuvio 12: Viestintämuotojen asiallisuus vasemmalta oikealle

Tämän kysymyksen pohjalta yksilöhaastatteluihin tehtiin fyysiset vastauskortit, jotka kuvasivat jokainen yhtä viestintämuotoa. Tämän ajateltiin saavan yksilöhaastateltavat miettimään vastauksiaan enemmän, kuin ilman kortteja. Yksilöhaastattelujen vastaukset olivat kuitenkin hyvin samankaltaisia ryhmähaastattelun kanssa (Kuvio 12; Kuvio 13). Yksilöhaastatteluissa kaksi osallistujaa sanoi puhelun olevan asiallisin ja yksi sähköpostin. Tämän lisäksi kaikki yksilöllisesti haastatellut sanoivat pikaviestin olevan vähiten asiallisin viestintämuoto. Yhdistetyistä vastauksista seitsemän haastateltavaa kahdeksasta sanoivat pikaviestin olevan vähiten asiallisin.

Vaikka pikaviestin sanottiin olevan vähiten asiallinen, sen käyttöä muodollisemmissa tilanteissa myös perusteltiin. Tekstiviesti nähtiin yleisesti hieman turhana viestintämuotona virallisissa

asioissa. Jos jonkin asian pystyy selittämään sähköpostilla, tekstiviestin käyttö nähtiin turhana. Yksi haastateltava sanoi tekstiviestin olevan hyvä työkalu asioiden ilmoittamiseen, kuten viestillä: ”kato se sähköposti”. Tekstiviesteissä ei nähty yhtä paljoa potentiaalia, kuin pikaviesteissä. Kaksi yksilohaastatteluihin osallistunutta mainitsivat esimerkkejä WhatsAppin hyödyntämisestä yrityksissä. Ensimmäinen haastateltava sanoi WhatsApp-ryhmän olevan hänen työpaikallaan tehokas viestintäkanava, missä informaatio välittyy työkavereiden kesken tehokkaasti. Myös pomolta voidaan kysyä jotain nopeasti ohjelman kautta. Toinen haastateltava kertoi näkemästään Hellmann’s majoneesimerkin mainoskampanjasta, missä oman jääkaapin sisällöstä pystyi ottamaan kuvan ja lähettämään sen WhatsAppilla kokille. Tämän jälkeen kokki lähetti takaisin kuvia tai videoita eri resepteistä, mitä ruuista pystyi tekemään. Tämä oli erinomainen esimerkki siitä, miten yritykset pystyvät käyttämään pikaviestejä kanavana asiakkaisiinsa.

Yksilohaastattelut



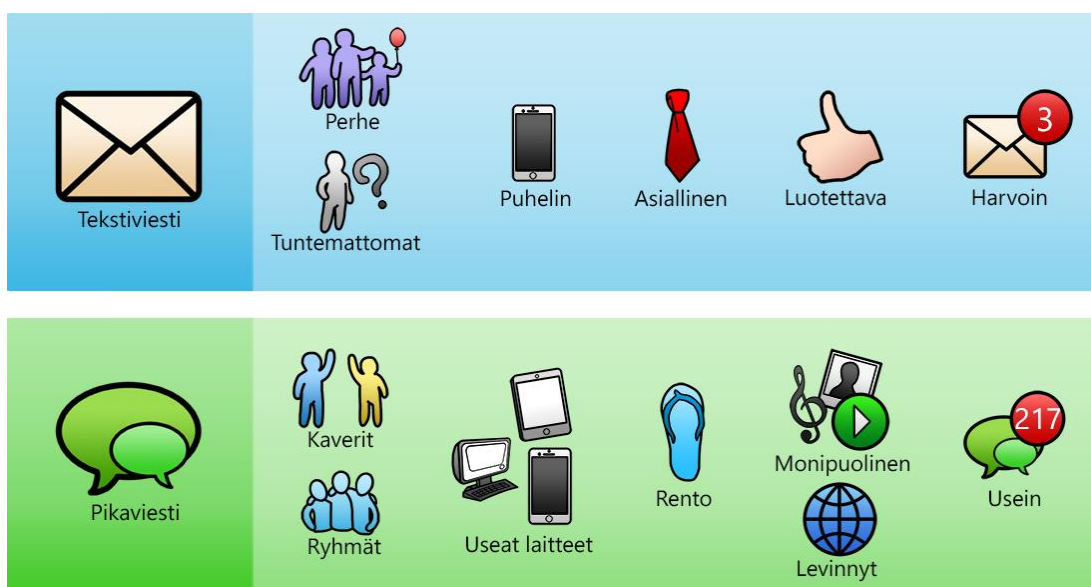
Kuvio 13: Yksilohaastattelujen vastaukset nykyhetken ja tulevaisuuden tilanteesta

Tämän lisäksi yksilohaastatteluissa haastateltavia pyydettiin järjestämään kortit uudelleen niin, että ne kuvaisivat tilannetta viiden vuoden päästä (Kuvio 13). Näin haastateltavat saatiin miettimään uusia sekä aiempia vastauksiaan. Kaikissa vastauksissa oli yhteistä se, että pikaviestin asemaa alettiin miettimään kunnolla. Haastateltavat eivät pohtineet niinkään puhelun tai sähköpostin aseman muuttumista, vaan pikaviestien yleistymistä ja tekstiviestien syrjäyttämistä. Tämä näkökulma oli kaikissa haastatteluissa jossakin muodossa mukana. Pikaviestin nähtiin mahdollisesti syrjäyttävän tekstiviestin viestintämuotona, millä lähetetään ”hei, yritin ottaa yhteyttä”-viestejä.

5.2 Tulosten analysointi

Tässä luvussa analysoidaan yksilö- ja ryhmähaastattelujen tuloksia. Analysointi on tehty teemoittaen, ja apuna käytetään havainnollistavia kuvia viestintämenetelmien käyttämistilanteista ja syistä.

Tutkimuksessa ilmeni, että tekstiviesteillä ja pikaviesteillä on hyvinkin toisistaan eroavat käyttösytyt ja -tilanteet. Tutkimuksessa haastateltiin tarkoituksella 18-25-vuotiaita, koska tähän ikäryhmään kuuluvat henkilöt ovat nuorempina käyttäneet tekstiviestejä, ja tällä hetkellä käyttävät aktiivisesti pikaviestejä. Näin he pystyvät arvioimaan viestintämuotojen käytön muutoksia. Haastateltavien vastausten pohjalta muodostettiin alla oleva kuvio, jotta tekstiviestien ja pikaviestien käytön erot olisi helpompi hahmottaa.



Kuvio 14: Tekstiviestien ja pikaviestien kokeminen ja käyttö

Tekstiviestejä käytetään enimmäkseen tuntemattomien ihmisten ja perheenjäsenten kanssa. Tämä kuitenkin tarkoitti yleensä omien vanhempien tai isovanhempien kanssa viestittelyä (Kuvio 14). Sisarusten kanssa käytettiin useimmiten pikaviestiohjelmaa. Vanhemmat henkilöt eivät ole vielä omaksuneet pikaviestien käyttämistä ja jatkavat vanhemman ja tutumman tekstiviestin käyttöä. Tämän takia kyseisten henkilöiden kanssa viestitään tekstiviestien avulla. Tämän lisäksi tekstiviestejä käytetään tuntemattomien ihmisten kanssa viestimiseen, koska ei suoraan tiedetä käyttävätkö he pikaviestiohjelmaa.

Merkittävimmät erot tekstiviestien ja pikaviestien käytössä ovat viestin tyyli ja viestin vastaanottaja. Vaikka tekstiviesteillä lähetetään rennon oloisia viestejä omien vanhempien kanssa, suurin osa vapaamuotoisesta viestittelystä tapahtuu pikaviestien avulla ystävien ja erilaisten ryhmien kesken (Kuvio 14). Haastateltavat käyttävät tekstiviestejä asiallisempia asioita

hoitaessaan, koska kokevat tekstiviestin olevan tällä hetkellä pikaviestiä muodollisemmassa asemassa. Tekstiviestit tulivat suureen suosioon 1990-luvulla, ja ovat ajan kuluessa tulleet käyttöön jopa yritysten sisäisessä viestinnässä ja esimerkiksi markkinoinnissa. Tekstiviesti on ehditty omaksua moneen eri toimintaan mukaan, mutta pikaviestien yleistyessä ja ikääntyessä tilanne voi seurata samaa kaavaa.

Tekstiviesti nähtiin pikaviestien vanhentuneena mallina, joka ei enää täytä tarvittavia pätevän viestintämuodon vaatimuksia. Esimerkiksi pikaviestin hyviä ja huonoja puolia kysyttäessä haastateltavat keksivät aina ensimmäisenä hyviä puolia ja vasta sen jälkeen saattoivat keksiä huonoja puolia. Tekstiviestiä käsiteltäessä vastaukset keskittyivät aina aluksi tekstiviestien huonoihin puoliin. Lisäksi tekstiviestien huonoja puolia verrattiin usein pikaviestien hyviin puoliin. Hyvät pikaviestiohjelmat nähtiin ominaisuuksiltaan runsaina ja helppokäyttöisinä. Ohjelman täytyi myös olla laajassa käytössä. Haastatteluissa pikaviestiohjelmaa kuvailtiin usein sanalla ”monipuolinen”. Tekstiviesteistä siirryttiin alun perin pikaviesteihin enimmäkseen sen takia, että ne olivat ilmaisia tekstiviestin korvikkeita. Pikaviestien käyttö saattoi alkaa tästä syystä, mutta nykyään pikaviestien yleistyessä maksuttomuus ei enää riitä. Nykyään tekstiviestissä arvostettiin eniten luotettavuutta.

Pikaviesti on ollut luonnollinen seuraava vaihe tekstiviestille, koska se ei ole kehittynyt viestintämuotona. Alussa pikaviestiohjelmat houkuttelivat nuoret käyttäjiksi mainostamalla viestien olevan ilmaisia. Nykyään tekstiviestipaketit ovat kohtuuhintaisia, mutta pikaviestiohjelmat ovat silti ominaisuuksiltaan erittäin kattavia, eikä niiden käytöstä sen takia luovuta. WhatsApp on yleisin käytössä oleva pikaviestisovellus, mutta osa haastateltavista sanoivat Telegramin olevan heidän suosikkinsa hyvän tietoturvan takia. Vaikka haastateltavat suosivat Telegramia, he eivät voi suoraan siirtyä käyttämään sitä, koska se ei ole yhtä laajasti käytössä kuin WhatsApp. Pikaviestiohjelmaa ei siis kuitenkaan vaihdeta, vaikka ilmestyisi uusi paremmilla ominaisuuksilla, vaan uuden ohjelman tulee olla myös yleisessä käytössä.

Molemmilla viestintämuodoilla on tällä hetkellä selkeä rooli eri asioiden hoitamiseen. Pikaviestejä lähetetään usein ystäville tai harrastuksia varten luotuihin ryhmiin. Viestit ovat rentoja kavereiden välisiä keskusteluja, jonka takia viestejä voi tulla päivittäin kymmeniä tai satoja. Pikaviesteillä ystävät on helppo tavoittaa, olivatpa he sitten puhelimella tai tietokoneella. Tekstiviestejä käytetään enimmäkseen harvemmissä tilanteissa, joissa pikaviestin nähdään olevan liian rento, tai viestin halutaan saapuvan heti vastaanottajalle. Tämän ansiosta eri viestien saapussa on myös helppo hahmottaa onko saapunut viesti tärkeä ja kiireellinen. Pikaviestit ovat paljon yleisempiä, eikä niitä saadessa ajatella että ne olisivat mitenkään erityisiä. Tekstiviestejä saadaan paljon harvemmin ja silloin yleensä ajatellaan heti viestin olevan tärkeämpi. Tämän avulla voidaan päätellä, että tekstiviesteillä on oma erillinen asemansa pikaviestien rinnalla.

5.3 Johtopäätökset ja yhteenveto

Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin tekstiviestin asemaa pikaviestien rinnalla. Opinnäytetyön tutkimuksella haluttiin selvittää tekstiviestin rooli sekä tehtävä. Vaikka tutkimuksessa perehdyttiin tekstiviestiin, myös pikaviestin käytöstä haluttiin oppia uutta tutkimusongelmaa varten. Tekstiviestien käyttö mobiiliviestejä lähettäessä on viime aikoina laskenut pikaviestien yleistymisen takia. Tekstiviestin aseman määrittelemiseksi täytyi siis tarkastella myös pikaviestejä.

Opinnäytetyön tutkimuksesta selvisi, että kaikki haastateltavat käyttävät tekstiviestejä eri tarkoituksiin kuin pikaviestejä. Tekstiviestejä käytettiin ennen paljon kaverien ja läheisten kanssa yhteyden pitoon, mutta pikaviestit ottivat tämän roolin itselleen. Pikaviestejä lähetetään ystävien ja tuttujen kanssa, mutta tekstiviestejä lähetetään enimmäkseen niiden henkilöiden kanssa, jotka eivät käytä pikaviestejä. Tekstiviestit ovat myös ajan kanssa saavuttaneet yllättävän asiallisen aseman, ja niiden käyttöä suositaan pikaviestien sijaan virallisia asioita hoidettaessa.

Suoritetulla tutkimuksella saatiin selvitettyä yleisiä näkemyksiä tekstiviesteistä ja syitä niiden käytön vähentämisestä. Haastateltavat kertoivat omia käyttötottumuksiaan pikaviestiohjelmista, ja samalla he vertailivat niitä tekstiviestien käyttöön. Tutkimuksessa haastateltavat tarkastelivat tekstiviestien entistä asemaa nykyiseen. Samalla he muistelivat omaa lapsuuttaan, kun tekstiviestit olivat erittäin suosittuja. Tutkimuksella saatiin tarpeeksi tietoa, että pystyttiin arvioimaan nykytilannetta ja tulevaisuutta.

Tekstiviestien tilanteen kehitys

Tutkimuksessa suoritetuista haastatteluista kerätty informaatio vahvistaa sen, että tekstiviestien käyttö on vähentynyt viime vuosina huomattavasti. Alun perin lupaus ilmaisista tekstiviesteistä sai nuoret kiinnostumaan pikaviesteistä, ja nykyään ohjelmat ovat todella suuressa käytössä useilla eri alustoilla. Puhelinoperaattorien nykyään tarjoamissa paketeissa tekstiviestit ovat halventuneet entisestä hirveästi. Ihmiset eivät ole silti siirtyneet takaisin tekstiviestien käyttöön ensisijaisena viestintämuotona. Pikaviestiohjelmien välillä on suurta kilpailua ja niitä kehitetään jatkuvasti kilpailukykyisemmiksi. Haastateltavat sanoivat, että tekstiviestit eivät heidän mielestään tarjoa läheskään samoja ominaisuuksia verrattuna pikaviestiohjelmiin. Tekstiviestin käytössä nähtiin kuitenkin myös hyviä puolia (Kuvio 15).



Kuvio 15: Tekstiviestien hyvät ja huonot puolet

Pikaviestiohjelmissa arvostettiin eniten monipuolisia ominaisuuksia ja laajaa levinneisyyttä. Pikaviestiohjelman tärkein puoli on se, että kaikilla muillakin on se käytössä. Ohjelmiin ei muodostu kuitenkaan lojaalista sidosta, sillä ohjelma vaihdetaan nykyistä paremman ilmaantuessa. Uuden ohjelman tulee kuitenkin olla vähintään yhtä suuressa suosiossa, jotta siihen vaihdetaan vanhan sijaan. Haastateltavat sanoivat vaihtavansa pikaviestiohjelman, jos kaikki muut siirtyisivät käyttämään uutta.

Tällä hetkellä tekstiviestejä käytetään enimmäkseen toissijaisena viestintämuotona harvoissa tapauksissa, mutta tilanne voisi olla mahdollista muuttua. Useat haastateltavat sanoivat käyttävänsä tekstiviestejä joskus sellaisissa tilanteissa, joissa vastaanottavan henkilön halutaan varmasti saavan viestin. Tekstiviesti koetaan siis varmana vaihtoehtona viestin lähettämiseksi, ja juuri sitä pikaviestiohjelmissa pidetään suuressa arvossa. Yhdessä yksilöhaastattelussa haastateltava kuvasi tilanteen hyvin: ”Se on vaa se pakollinen appi, joka on vaa siellä jokases kännykässä et sitä ei kukaa kehitä eteenpäin”. Tästä lainauksesta näkee suoraan tekstiviesteissä piilevän potentiaalin. Tekstiviestejä voi lähettää jokaisella puhelimella, eli se on levinnyt kaikkia pikaviestiohjelmiä tehokkaammin. Jos tekstiviestiä lisäksi kehitettäisiin nykyisestään, sen käyttö voisi yleistyä.

Ryhmähaastattelussa haastateltavat pohtivat tekstiviestien ja pikaviestien suhteen kehittymistä, ja he miettivätkin vaihtoehtona sitä, että puhelinliittymät kehittyvät pikaviestien ohi.

Tekstiviestien käyttäminen perustuu tällä hetkellä enimmäkseen muodollisista viesteistä ja vanhemmille ihmisille lähetetyistä viesteistä. Tekstiviesti nähdään nykyään asiallisempänä viestintämuotona, mutta pikaviesti voi kehittyä asialliseksi ajan kuluessa ja yritysten omak-suessa sen käytön. Pikaviestien käyttö kasvaa jatkuvasti, ja ne voivat mahdollisesti syrjäyttää tekstiviestit kokonaan. Tekstiviestien käyttösyöt eivät siis välttämättä pysy nykyisessä tilanteessa aina. Tekstiviestit menettävät kaikki tärkeät käyttösyönsä pikaviestien muuttuessa asialliseksi ja yleistyessä vanhempien ihmisten keskuudessa. Jotta tekstiviesteillä säilyisi paikka pikaviestien rinnalla, niiden tulee kehittyä nykyisestä. Tekstiviesteille tarvitaan enemmän käyttötarkoituksia.

Tällä hetkellä tekstiviesteillä pystyy lähettämään kuvia ja videoita. Pikaviesteillä Kuvien ja videoiden lähettäminen on kuitenkin hieman helpompaa. Tämän lisäksi pikaviesteillä pystyy helposti jakamaan oman sijaintinsa, yhteystietoja ja ääniviestejä. Tekstiviestien tarjoamia ominaisuuksia pitäisi lisätä nykyisestä ja käyttöliittymää hioa. Tekstiviesteille pitäisi kehittää myös helppo ja luonteva tapa muodostaa yhteystiedoista ryhmiä. Pikaviestiohjelmien käytön yksi yleisin syy oli ryhmien kanssa viestittely. Pikaviesteillä uusien ryhmien luominen on helpoa, ja ryhmäkeskustelussa kaikki jäsenet saavat viestit samanaikaisesti. Ryhmän asetuksia pystyy muuttamaan, ja keskustelun pystyy halutessaan mykistämään tilapäisesti. Yhtenä kehittämisesimerkinä toimii Applen tarjoama viestintäpalvelu iMessage. Applen tuotteiden välillä lähetetyt tekstiviestit ovat ilmaisia Wi-Fi- ja mobiilidataverkon kautta. Jos internet-yhteydessä on katkos, viestit menevät perille normaalisti. Tekstiviestit voitaisiin kehittää toimimaan yleisesti samalla mallilla. Tämä voisi auttaa tekstiviestien ominaisuuksien kehittämisessä.

Tutkimuksen luotettavuus

Opinnäytetyön tutkimukseen osallistui yhteensä kahdeksan haastateltavaa. Koska syvällisiä haastatteluja ei pystynyt suorittamaan erittäin suuria määriä, tutkimukseen osallistujat täytyi harkita mahdollisimman tarkkaan. Koska näyte oli pieni, mitään suuria yleistyksiä tutkimuksella ei voida tehdä. Tämän lisäksi haastateltavat valittiin lähipiiristäni haastattelujen suorittamisen helpottamiseksi. Tutkimuksessa suoritettu ryhmähaastattelu olisi ollut erittäin hankalaa järjestää tuntemattomien ihmisten kanssa. Ryhmähaastatteluun valitut vastasivat kuitenkin hyvin sitä pikaviestien ja tekstiviestien käyttäjien ryhmää, jota tutkimuksessa haluttiin tarkkailla. Läheisiä haastatellessa vastaukset olivat yleensä erittäin rentoja, eivätkä haastateltavat selvästi jännittäneet tilanteessa. Tutkimuksen pieni näyte ja haastateltavien läheinen suhde saattavat vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen. Haastattelut suoritettiin kuitenkin hyvin kontrolloidussa tilassa, jotta luotettavuutta voitaisiin parantaa. Tutkimuksen yksilöhaastattelut tehtiin kotonani, jotta haastattelutilanteesta saataisiin mahdollisimman rento. Tutkimuksen luotettavuuteen voi vaikuttaa myös se, että haastateltavat ovat tutkijan lähei-

siä. On kuitenkin mahdotonta sanoa lisäksi tämä tutkimuksen luotettavuutta vai laskiko se sitä. Haastateltavat kokivat haastattelutilanteen rentona, ja saattoivat sen takia osallistua haastatteluun enemmän ja tehokkaammin. Haastattelutilanne saattoi olla myös liian rento, jolloin haastateltavat eivät mahdollisesti jaksaisi keskittyä haastatteluun tarpeeksi. Haastattelutilanteita pyrittiin kuvaamaan kuitenkin mahdollisimman tarkasti, jotta lukija pystyy itse arvioimaan luotettavuutta paremmin.

Tutkimuksessa tehtiin yksilöhaastatteluja ja ryhmähaastattelu sen takia, että näiden kahden eri teemahaastattelun vahvat puolet tukisivat toisiaan, ja saadut tulokset olisivat mahdollisimman laajoja ja hyviä. Ryhmähaastattelussa syntyi välillä tehokasta keskustelua haastateltavien välillä, minkä avulla saatiin kerättyä hyvää informaatiota. Ryhmähaastattelussa tilannetta oli kuitenkin hieman vaikea hallita, mutta yksilöhaastatteluissa pystyin keskittymään yhteen haastateltavaan kerrallaan. Yksilöhaastatteluissa pystyttiin myös paneutumaan teemoihin tehokkaammin. Ryhmähaastattelu saatiin litteroitua erittäin tehokkaasti, ja vastaus-ten analysointi oli helppoa pikaviestiohjelman ansiosta. Myös yksilöhaastatteluiden äänitykset onnistuivat hyvin, ja niiden puhtaaksikirjoittaminen hoidettiin rauhallisesti ja tarkasti. Tutkimuksen luotettavuutta paransi se, että tutkimuksessa käytettiin kahta eri haastattelumuotoa tiiviisti korjaamassa toistensa puutteita.

Lähteet

Kirjallisia lähteitä

Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Gummerus Kirjapaino.

Mayor, P. & Risku, M. 2015. Opas yksilölliseen motivointiin. Helsinki: Talentum.

Moilanen, T., Ojasalo, K. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät : uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY.

Hillebrand, Friedhelm, F. 2010. Short Message Service (SMS) : The Creation of Personal Global Text Messaging. John Wiley & Sons. Verkko-versio.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu : teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Hämeen-Anttila, T. 2002. Mobiili-palveluiden tuottaminen. Jyväskylä: Docendo. 73-77.

Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Docendo. Sivumerkitön Espoon kirjaston verkko-versio.

Sulkunen, P. 1990. Ryhmähaastatteluiden analyysi. Teoksessa K. Mäkelä (toim.) Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta. Helsinki: Gaudeamus. 264-285.

Soininen, J., Wasenius, R. & Leponiemi, T. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Helsingin seudun kauppakamari/ Helsingin Kamari Oy. 52-53.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi. 65-68.

Sähköiset lähteet

Evans, B. 2015. WhatsApp sails past SMS, but where does messaging go next? Blogi. Viitattu 14.9.2015.

<http://ben-evans.com/benedictevans/2015/1/11/whatsapp-sails-past-sms-but-where-does-messaging-go-next>

Frier, S. 2014. Facebook \$22 Billion WhatsApp Deal Buys \$10 Million in Sales. BloombergBusiness. Viitattu 18.1.2016.

<http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-10-28/facebook-s-22-billion-whatsapp-deal-buys-10-million-in-sales>

Heinonen, K. 2011. Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers' social media behavior. Viitattu 17.1.2016.

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cb.376/pdf>

Heiskanen, R. 2015. Whatsapp yhdistää perheitä ja vähentää tekstiviestien suosiota. Helsingin Sanomat. Viitattu 14.9.2015.

<http://www.hs.fi/talous/a1420610215888>

Korhonen, V. 2015. Mobiilidata kiritti Elisaa. Taloussanomat. Viitattu 8.10.2015.

<http://www.taloussanomat.fi/porssi/2015/07/16/mobiilidata-kiritti-elisaa/20159007/170>

Lomas, N. 2015. Telegram Now Seeing 12BN Daily Messages, Up From 1BN In February. Viitattu 30.10.2015.

<http://techcrunch.com/2015/09/21/telegram-now-seeing-12bn-daily-messages-up-from-1m-in-february/>

Mobiilikehitys. 2013. PUSH-VIESTIT JA PUSH-PALVELIN - MITÄ NE OVAT? Blogi. Viitattu 14.9.2015.

<http://mobiilikehitys.fi/push-viestit-ja-push-palvelin/>

O'Grady, M. 2012. SMS Usage Remains Strong In The US: 6 Billion SMS Messages Are Sent Each Day. Forrester. Blogi. Viitattu 18.1.2016.

http://blogs.forrester.com/michael_ogrady/12-06-19-sms-usage-remains-strong-in-the-us-6-billion-sms-messages-are-sent-each-day

Petronzio, M. 2012. A Brief History of Instant Messaging. Mashable. Viitattu 18.1.2016.

http://mashable.com/2012/10/25/instant-messaging-history/#_fwbNDMFdEq2

Pönkä, H. 2015. Sosiaalisen median tilastoja Suomesta ja maailmalta. Blogi. Viitattu 17.1.2016.

<https://harto.wordpress.com/sosiaalisen-median-tilastoja/>

Pönkä, H. 2015. Ajankohtaista some-rintamalta: Facebook, Google+, Twitter ja Younited. Blogi. Viitattu 17.1.2016.

<https://harto.wordpress.com/2015/08/01/ajankohtaista-some-rintamalta-facebook-google-twitter-ja-younited/>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 25.10.2015

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_1.html

Satariano, A. 2014. WhatsApp's Founder Goes From Food Stamps to Billionaire. Bloomberg-Business. Viitattu 18.1.2016.

<http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-02-20/whatsapp-s-founder-goes-from-food-stamps-to-billionaire>

Sparkes, M. 2015. WhatsApp overtakes text messages. The Telegraph. Viitattu 14.9.2015.

<http://www.telegraph.co.uk/technology/news/11340321/WhatsApp-overtakes-text-messages.html>

Statista. 2015. Number of monthly active WhatsApp users worldwide from April 2013 to September 2015 (in millions). Statista. Viitattu 20.9.2015.

<http://www.statista.com/statistics/260819/number-of-monthly-active-whatsapp-users/>

Statista. 2015. Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2015 (in millions). Statista. Viitattu 17.1.2016.

<http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

WhatsApp. 2016. Making WhatsApp free and more useful. WhatsApp official blog. Viitattu 19.1.2016.

<https://blog.whatsapp.com/615/Making-WhatsApp-free-and-more-useful>

Haastattelut

Ryhmähaastattelu

Yksilöhaastattelu 1

Yksilöhaastattelu 2

Yksilöhaastattelu 3

Kuviot

Kuvio 1: Tutkimusongelman määrittely	7
Kuvio 2: WhatsAppin kuukausittaisten käyttäjien kehitys (Statista 2015)	11
Kuvio 3: Sosiaalinen media syntyy sisällöistä, ihmisistä ja verkkoteknologioista (Pönkä 2014).	13
Kuvio 4: Facebookin kuukausittaisten käyttäjien määrä (Statista 2015).....	14
Kuvio 5: Motivaation muodostuminen (Mayor & Risku 2015, 38)	15
Kuvio 6: Ryhmähaastattelun teemat	20
Kuvio 7: Kuvankaappaus tutkimuksen WhatsApp-ryhmähaastattelusta	22
Kuvio 8: Viestintämuotojen asiallisuus-kortit	24
Kuvio 9: Käytetyimmät pikaviestiohjelmat	26
Kuvio 10: Yleisimmät vastaukset kuvailtaessa hyvää pikaviestiohjelmaa	27
Kuvio 11: Tekstiviestien käytön muutoksia	28
Kuvio 12: Viestintämuotojen asiallisuus vasemmalta oikealle	30
Kuvio 13: Yksilöhaastattelujen vastaukset nykyhetken ja tulevaisuuden tilanteesta	31
Kuvio 14: Tekstiviestien ja pikaviestien kokeminen ja käyttö	32
Kuvio 15: Tekstiviestien hyvät ja huonot puolet	35

Taulukot

Taulukko 1: Tekstiviestien kehittyminen markkinoilla (Hillebrand & Friedhelm 2010).	9
Taulukko 2: Sosiaalisen yhteyden toiminnot (Heinonen 2011, 361).....	15

Liitteet

Liite 1: Teemahaastattelun runko	44
--	----

Liite 1: Teemahaastattelun runko

Haastateltavan tausta

Käytätkö pikaviestiohjelmia

Ikä

Sukupuoli

Ammatti

Pikaviestit

1. Kuinka paljon käytät pikaviestiohjelmia? Mihin käytät?
2. Mitä ohjelmia käytät? Miksi käytät juuri kyseisiä ohjelmia? Mikä on suosituin?
3. Miksi aloit käyttämään ohjelmaa?
4. Millä laitteilla pikaviestittelet? tietokone, puhelin...
5. Keiden kanssa keskustele ohjelmilla?
6. Mikä tekee pikaviestiohjelmasta hyvän? Huonon?
7. Mikä saisi sinut vaihtamaan ohjelmaa?

Näkemys tekstareista

1. Lähetätkö tekstiviestejä? Kuinka usein?
2. Miten näet tekstiviestit? Mitä mieltä olet?
3. Mitä tekstiviesti tekee hyvin? Huonosti?
4. Mitä mieltä olet tekstiviestistä konseptina?
5. Missä tilanteissa käytät tekstiviestejä?
6. Käytätkö tekstiviestejä nykyään eri tavalla kuin ennen? (esim. 5 vuotta sitten)
7. Näetkö muutosta tekstiviestien käytössä tulevaisuudessa? /tekstiviestien käyttö tulevaisuudessa
8. Onko viestintämuodoissa eroavaisuuksia käyttötarkoituksissa?/ Käytätkö niitä eri tavoin?
9. Miten tekstareiden pitäisi muuttua, että siirtyisi käyttämään niitä?
10. Facebook omistaa whatsappin, mitä jos tulee mainoksia? (tuote alkaa maksamaan)
11. Arvioi tekstari/pikaviestit ratio (50-50)
12. Miten kun ei ole nettiä käytössä

Viestintämuotojen virallisuus

Eli jos arvioisit vaikka pikaviestimien ja tekstareiden käytön suhdetta (90-10)

Onko tekstarilla asiallisempaa vastata vaikka työpaikkailmoitukseen ku pikaviestillä?

Mut miksi tekstari on teidän mielestä asiallisempi?

Miksi se on varmempi ja luotettavampi?

Mitä luulette, oisko pikaviestit sit asiallisempi ajan kuluessa, vaikka viiden vuoden päästä?

Miksi asiallisuusjärjestykseen laittaisitte: Puhelu, Tekstari, Pikaviestit ja Sähköposti