



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Deittailun mausteena digitaalisuus - onko Tinder tuonut muutoksia?

Oyer, Julien

2017 Laurea



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Yhdessä enemmän

Laurea-ammattikorkeakoulu

Deittailun mausteena digitaalisuus - onko Tinder tuonut muutoksia?

Julien Oyer
Liiketalous
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2017

Oyer, Julien

Deittailun mausteena digitaalisuus - onko Tinder tuonut muutoksia?

Vuosi 2017 Sivumäärä 64

Tinder ja muut samankaltaiset sovellukset ovat uusia ilmiöitä, jotka tuovat oman ulottovuuden deittailuun. Opinnäytetyössä otettiin selvää, jos tutkittava sovellus sen julkaisemisen jälkeen on vaikuttanut, millään tavalla deittailuun. Siinä tapauksessa, että sillä oli vaikutus niin ne muutokset selvitettiin.

Opinnäytetyössä valittiin tutkittavaksi Tinder, joka on yksi suosituimmista deittailusovelluksista. Opinnäytetyön toteutus oli osana Kuluttajakäyttäytymisen digitaalisuus-hanketta, joka toteutettiin Laurea-ammattikorkeakoulun ja Kurio Oy:n yhteistyönä.

Tutkimusongelmana oli saada selville, onko deittailu on muuttunut ja mistä syystä. Tutkimus sisälsi myös sivukysymyksiä, mitä voitiin pitää pienempinä tutkimusongelmina, jotka täydensivät tutkimusta. Tutkimus toteutettiin 22-30 vuotiaiden miesten näkökulmasta.

Opinnäytetyön teoriaosuus koostui eri osista. Nämä osat olivat digitalisaatio, jossa keskityttiin sosiaaliseen mediaan ja siinä oleviin tiettyihin sovelluksiin. Sen jälkeen käsitellään digitaalista vuorovaikutusta, erityisesti deittailun näkökulmasta.

Tutkimus toteutettiin laadullisen tutkimuksen tarjoamalla menetelmillä. Tutkimusmenetelmät olivat teemahaastattelu ja netnografia. Päämääränä oli saada haastateltavien kokemuksia ja mielipiteitä siitä, miten deittailu on muuttunut aikojen saatossa ja mihin se on menossa. Tämä ei ollut kuitenkaan ainoa teema, sillä haastateltavilta haluttiin myös ottaa selvää heidän käyttäytymisestään sosiaalisessa mediassa ja verkossa olevan profiilin roolista.

Tutkimuksen toteutuksen jälkeen voidaan todeta deittailun muuttuneen verrattuna aikaan ennen Tinderiä. Tuloksista saatiin selville, että deittailu oli helpottunut, minkä kautta se oli lisääntynyt huomattavasti. Deittailun nykypäivänä koettiin kuitenkin olevan kertakäyttöisempää, kuin viisi vuotta sitten. Viisi vuotta sitten sitä pidettiin vaikeampana, mutta toisaalta sitä pidettiin myös aidompana verrattuna nykyaikaan. Tinderiä pidettiin hyvänä kanavana uusien henkilöiden tapaamiseen.

Lisäpalvelu Tinder Socialin tutkimusta ehdotettiin jatkotutkimukseksi. Olisi kiehtovaa nähdä, jos lisäpalvelulla olisi jonkinlainen vaikutus siihen, miten hankitaan uusia tuttavuuksia. Tinderin laajeneminen, voisi olla yksi jatkotutkimuksen aihe.

Avainsanat: Seurustelu, Tinder, Sosiaalinen media

Oyer, Julien

Digital dating: Have there been any changes in dating habits due to Tinder?

Year	2017	Pages	64
------	------	-------	----

Tinder and other similar dating applications can be considered a new phenomenon and they have also added their own dimension to the world of technology. In this thesis project the purpose was to investigate whether the Tinder application has had effect on dating practices.

This thesis project was made as a part of the Consumer Behavior in Digital Environment project which is a collaboration between Laurea University of Applied Sciences and Kurio Oy.

The possible changes in dating were examined using qualitative research methods. The main goal was to determine whether dating had changed and to identify the reasons for this. There were also other smaller questions that completed the research. The research was carried out from the perspective of 22-30 year old men.

The theoretical sections of the thesis report examine such areas as digitalisation, with a focus was on social media. Also considered were digital interaction, including the current trends in dating today and the role of the Tinder application.

The research methods that were used in this thesis project were theme interview and netnography. The goal was to obtain data about the interviewees experiences and views of how dating has changed in the course of time and their views of trends. The interviewees were also asked about their behaviour and profiles in social media.

The research results show that dating has changed compared to a time before the use of Tinder. The results show that dating has become easier and the number of dates have increased notably. Dating today was also seen as more expendable than five years ago. Dating five years ago was seen as being harder to accomplish but on the other hand it was seen as being more authentic. Tinder was considered to be a good channel to meet new persons.

In addition, the service named Tinder Social was suggested for further research. It would be fascinating to see if this service has had any affect on the ways in which people make new friends. Tinder's expansion could also be a theme for further research.

Keywords: Dating, Tinder, Social media

Sisällysluettelo

1	Johdanto.....	7
1.1	Työn tausta ja aiheen rajaus.....	8
1.2	Tutkimusongelma ja tavoitteet.....	9
2	Digitalisaatio.....	11
2.1	Sosiaalinen media.....	12
3	Digitaalinen vuorovaikutus.....	15
3.1	Deittailu nykyaikana.....	16
3.2	Verkkoidentiteetti.....	17
3.3	Tinder.....	18
4	Laadullinen tutkimus.....	21
4.1	Tiedonkeruumenetelmät.....	21
4.2	Laadullisen tutkimuksen luotettavuus.....	24
4.3	Analyysitavat.....	24
4.4	Tutkimuksen kulku.....	25
5	Tutkimustulokset ja tulosten analysointi.....	29
5.1	Tutkimustulokset.....	29
5.2	Tulosten analysointi.....	43
5.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	48
6	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	50
	Lähteet.....	54
	Kuviot.....	57
	Liitteet.....	59

1 Johdanto

Voidaanko deittisovellus Tinderiä, kuvailla valomerkin jälkeiseksi yökerhon lihatiskiksi vai sitenkin sinkkujen Onnelaksi? Se on tuonut toivoa deittailuun, sillä sinkku näkee kuinka paljon mahdollisia ehdokkaita hänellä on. Lisäksi sovellus on helpottanut keskustelun aloittamisen ja täten tutustumisen. (Lassila, 2016.)

Deittailu käsite on uusi, tuore, trendikäs, jännittävä ja ajankohtainen. Sen synonyymeinä toimivat esimerkiksi käsitteet kuten tapailu tai seuranhaku, jotka eivät kuitenkaan ole ehkä sen täydellisiä synonyymejä. Deittailua voidaan myös kuvailla erilaisilla osuvilla adjektiiveilla siitä huolimatta onko ihmisillä tiedossa, mitä deittailu oikeastaan on? Minkälaista siitä on tullut nykypäivänä kaikkien erilaisten mahdollisten ilmiöiden ja menetelmien saapumisen jälkeen? Onko se pysynyt samanlaisena erilaisilla mausteilla vai sen sijaan onko se käynyt läpi muutoksen? Nykypäivänä kaiken ollessa nopeampaa ja kertakäyttöistä niin, onko deittailu mennyt samaan suuntaan? Minkälainen rooli deittailusovelluksilla on ja onko heidän roolinsa tärkeä vai onko se jäänyt enemmän taka-alalle? Millä tavalla ihmisten väliset vuorovaikutustilanteet ovat muuttuneet?

Tässä opinnäytetyössä syvennytään siihen, miten digitaalisuus on vaikuttanut vuorovaikutukseen. Vuorovaikutuksen digitaalisuutta tarkastellaan deittailu sovelluksessa nimeltä Tinder. Opinnäytetyössä on myös tärkeä saada selville, minkä takia sosiaalisessa mediassa ja tutkittavassa deittailupalvelussa käyttäytyään tietyllä tavalla sekä löytyykö siihen joitakin syitä. Onko tutkittavalla deittailupalvelulla suuri vaikutus deittailuun vai onko se vain ohimenevä ilmiö.

Digitaalisuus näyttäytyy monessa eri muodossa nykyaikana, minkä lisäksi sen kautta muodostuu uusia palveluita. Näitä palveluita käyttämällä esiintyy mahdollisuus siitä, että käyttäjien toiminnat aikovat kokea muutoksen. Digitaalisuuden jatkuva kehittyminen näyttäytyy monessa arkipäiväisissä asioissa. Tämä johtaa siihen, että sosiaaliseen mediaan ja deittailuun muodostuu uusia käyttäytymisen malleja ja menetelmiä. Maailman kehittyessä digitaalisempaan suuntaan, niin ihmisten käytöksetkin muuttuvat. Opinnäytetyössä saadaan selville uutta tietoa ja tutkinnan kohteena ovat kuluttajien käyttäytymiset. Tutkimuksen kohteina on palvelussa olevien ja siinä olleiden mietteitä siitä, miten ja millä tavalla deittailu sekä käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa on muuttunut. Lisäksi otetaan selvää siitä millaista se tulee olemaan tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön tausta ja aihe tuodaan esille luvussa 1.1, jonka jälkeen työn tutkimusongelmat sekä tavoitteet löytyvät seuraavasta kappaleesta. Tämä seuraava luku on 1.2 ja sen jälkeisissä luvuissa keskitytään tutkimuksen teoreettisiin osiin, jotka ovat luvut 2 ja 3. Neljännessä

luvussa esitellään laadullinen tutkimusprosessi ja tutkimuksen suoritukseen valitut tiedonkeruumenetelmät. Samassa kappaleessa kuvaillaan myös tutkimuksen suoritusta sekä sen eri vaiheita. Viidennessä luvussa esitetään tutkimuksen tuloksia ja erilaisia analysointitapoja. Sen lisäksi luvussa tuodaan esille sitä, miksi tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Yhteenvedo ja johtopäätös esitetään viimeisessä eli kuudennessa luvussa.

1.1 Työn tausta ja aiheen rajaus

Tämä opinnäytetyö on osana Kuluttajakäyttäytymisen digitaalisuus-hanketta, mikä on toteutettu yhdessä Laurea-ammattikorkeakoulun, mediatoimisto Kurion sekä MTV:n kanssa. Hankkeessa on erilaisia vastuualueita, jotka ovat jakautuneet edellä mainittujen tahojen välillä. Laurea-ammattikorkeakoulu toimii ohjaajana, Kurio Oy toimeksiantajana ja MTV mediakumppanina. Hanke sai alkunsa vuonna 2014 ja tutkimuksessa käsitellyt teemat liittyvät kuluttajakäyttäytymiseen, joka on kehittynyt digitalisaation myötä. Sosiaalinen media, verkkomediat, sisältömarkkinointi, hakukoneet, verkkosivut ja mobiili ovat esimerkkejä tutkituista aihepiireistä. (Kuluttajakäyttäytymisen digitaalisuus 2016.)

Yhteistyöhanke on toteutettu tarpeesta saada markkinoita hyödyntävää tietoa, mikä ei ole kenenkään käytettävissä tällä hetkellä. Markkinointi- ja viestintäihmiset, liiketoiminnan kehittäjät ja startup-maailma tarvitsevat tietoa siitä, mitä ihmiset tekevät verkossa. Lisäksi miten ja minkä takia ovat tärkeitä kysymyksiä, koska sen avulla omasta bisneksestä on mahdollista resonoida paremmin. Lisääntynyt digiymmärrys ja digitaalisen markkinoinnin osaaminen ovat asioita, josta opiskelijat hyötyvät. (Kuluttajakäyttäytymisen digitaalisuus 2016.)

Aihe valittiin sen ajankohtaisuuden takia, minkä lisäksi se on samanaikaisesti osana tulevaisuutta. Digitaalinen seuranhaku ja eri deittailusovellusten saapuminen on muodostanut tärkeän ja pysyvän osan deittailukulttuuria, jota ei voi mitenkään kiistää. Aihe on myös sopiva, sillä Tinder sovelluksena on tuttu. Lisäksi digitaalisen kehityksen näkyminen arkipäiväisissä asioissa kuten deittailussa tai sosiaalisessa mediassa käyttäytyminen ovat asioita, jotka säilyttävät mielenkiinnon aihetta kohtaan. Työn tarkoituksena on tutkia, miten deittailusovellus Tinder on vaikuttanut deittailuun ja käyttäytymiseen erilaisissa sosiaalisen median kanavissa.

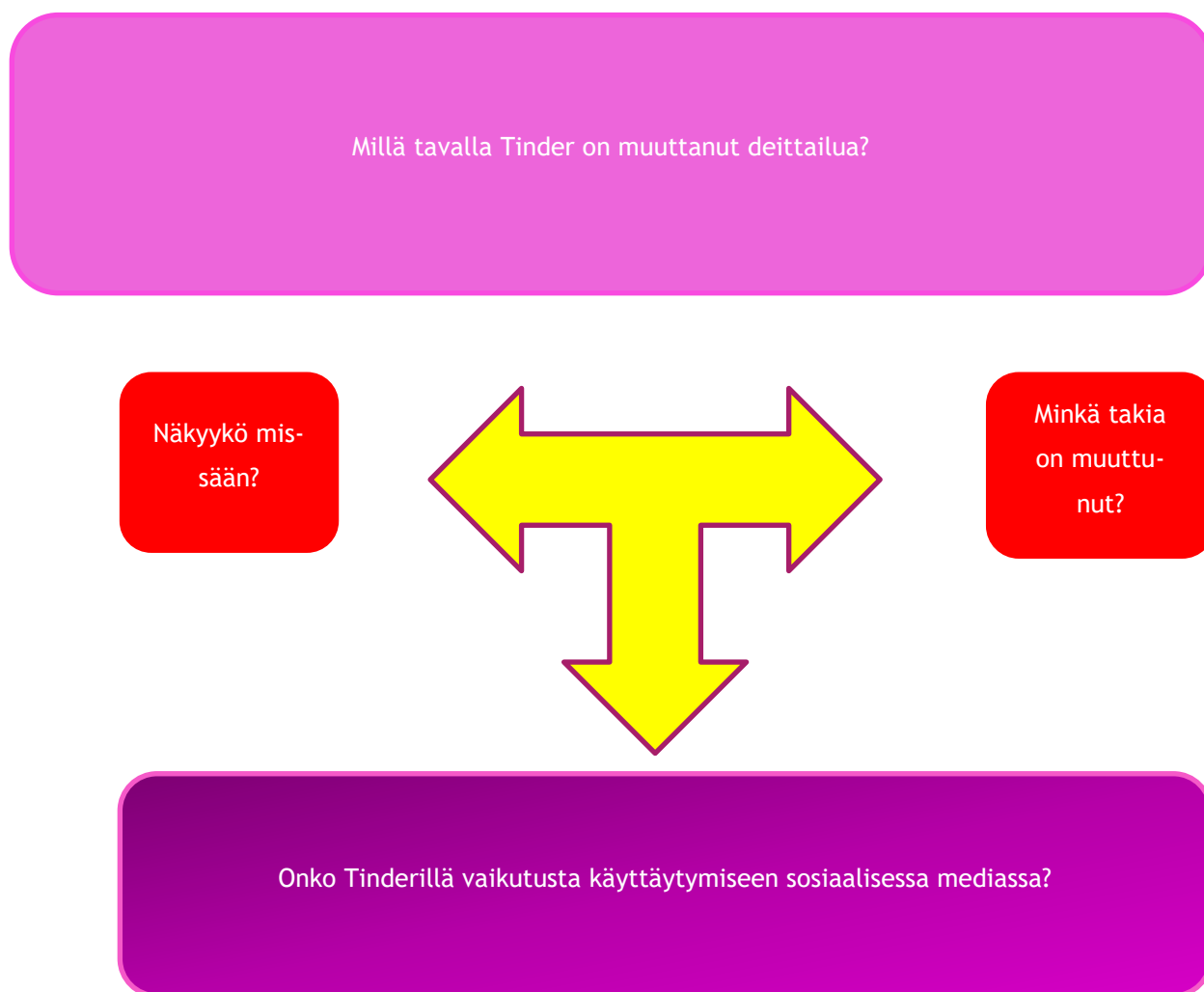
Opinnäytetyössä suoritettava tutkimus toteutetaan 22-30 vuotiaiden miesten näkökulmasta. Ikähaarukka luotiin sen perusteella, että sen ikäiset miehet deittailivat ennen deittailusovellusten saapumista kuten Tinderin. Lisäksi heiltä löytyy henkilökohtaista kokemusta ja tietoa siitä, kun deittailun avuksi saapui erilaisia sovelluksia ja sivustoja. Heiltä löytyy myös todennäköisesti kokemusta näiden käytöstä.

1.2 Tutkimusongelma ja tavoitteet

Opinnäytetyössä otetaan selvää, jos deittailusovellus Tinderillä on ollut jonkinlainen vaikutus deittailuun ja käyttäytymiseen sosiaalisessa mediassa. Lisäksi teorian aiheena sosiaalinen media on erittäin laaja pitäen sisällään monia kanavia, jotka palvelevat ihmisten erilaisia tarpeita. Tästä syystä tein päätöksen, mikä oli keskittyä tiettyihin kanaviin. Nämä kanavat joihin olin päättänyt keskittyä ja käsitellä tarkemmin sosiaalisen median yhteydessä liittyivät Tinderiin.

Tutkimusta toteuttaessa pyritään ottamaan selvää onko sovelluksella ollut minkään näköistä vaikutusta deittailuun, minkä lisäksi selvitetään millä tavalla se näyttäytyy deittailun luomassa kulttuurissa. Tutkimuksessa selvitetään myös, jos tutkittava deittailusovellus vaikuttaa jollain tavalla käyttäytymiseen sosiaalisessa mediassa. Työssä on tavoite, mikä on tuoda esille uutta tietoa ja tutkia entisiä sekä uusia tutkittavan deittailusovelluksen miespuolisia käyttäjiä.

Opinnäytetyössä esitetyt tutkimuskysymykset ja niihin liittyvät sivukysymykset on tuotu esille ensimmäisessä kuviossa. Työssä on kaksi pääkysymystä, jotka liittyvät Tinderiin. Nämä kysymykset on esitetty kuviossa, mutta sosiaaliseen mediaan liittyvä kysymys ei kuitenkaan ole yhtä tärkeässä roolissa kuin deittailuun liittyvä kysymys. Sillä pääpaino on deittailussa, mikä on koko opinnäytetyön keskiössä. Sivukysymyksiä on yhtä paljon ja ne liittyvät näkyvyyteen ja mahdollisiin syihin tai tiettyyn syyhyn.



Kuvio 1: Tutkimusongelma

2 Digitalisaatio

Aikakautemme suurimpana muutosvoimana pidetään digitalisaatiota ja ihmisten keinot hankkia tietoa ovat käyneet rajun muutoksen läpi ilmiön myötä. Tuotteiden ostaminen, palveluiden käyttö, asioiden hoitaminen, kokemusten jakaminen ja vuorovaikutuksessa oleminen muiden kanssa muokkautuivat samasta syystä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 13.) Lisäksi digitalisaation luomasta vaikutuksesta yhteiskunnasta on tullut monimutkaisempi. Ilmiön ansiosta nykyisin pystytään verkostoitumaan maailmanlaajuisesti jokaisella tasolla. Tällä hetkellä voidaan sanoa, että ollaan siirrytty tietoyhteiskunnasta verkosto-yhteiskunnaksi. (Sydänmaanlakka 2014, 21-22.)

Yritysten kilpailuympäristöt menevät sekaisin ja perinteiset toimialarajat murtuvat, mikä ajaa yritykset päivittämään toimintatapojaan sekä osaamistaan. Tämä synnyttää uusia voittajia ja häviäjiä, jotka jäävät jälkeen kehityksestä. Yritykset hyötyvät digitalisaatiosta, koska sen avulla saadaan uusia asiakkaita, myydään enemmän, palvelun taso nousee, toiminta nopeutuu ja muuttuu tämän kautta tehokkaammaksi sekä laadukkaammaksi. Lisäksi digitalisaatiosta on muodostunut välttämättömyys. (Ilmarinen & Koskela 2015, 13-14.)

Digitalisaation tulon myötä markkinoille on esimerkiksi saapunut Netflix, Amazon ja Spotify. Nämä yritykset haastavat vanhoja toimintamalleja käyttäviä yrityksiä heidän päivitetyllä digitaalisen ajan liiketoimintamallilla. Aiemman vuosikymmenen ajan verkossa toimijat kuten Facebook, Google ja Twitter ovat toimineet digitalisaation symboleina. Nämä edellä mainitut yritykset ovat omilla alueillaan edelläkävijöitä, sillä he saivat idean käyttää digitalisaatiota hyväkseen markkinoinnissa, myynnissä, tuotteissa ja palveluissa. Siitä huolimatta että joillakin yrityksillä on hyvä asema liiketoimintansa digitalisoimisessa, niin asiakkaiden muuttuvat tarpeet, kilpailijoiden toiminnat ja teknologian uudet menetelmät saavat heidät jatkuvasti keksimään, kokeilemaan sekä käyttämään uusia digitalisoinnin suomia mahdollisuuksia. (Ilmarinen & Koskela 2015, 14.)

Lisäksi digitalisaatiossa asiat kuten näkemyksellisyys, visionäärisyys, jokapäiväinen määrätietoisen tekeminen, oppiminen ja kokeilu ovat asioita, mitkä auttavat tavoitteiden saavuttamisessa. Digitalisaatio näyttäytyy erilaisissa muodoissa kuten verkkosivuissa, verkkokaupoissa, asiointipalveluissa ja mobiilisovelluksissa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 13-15.) Digitalisaatio itsessään on erittäin mullistava sen muokatessa tiedonkulusta aiheutuneita rakenteita ja sen kautta jokapäiväisiä käytäntöjä (Ruckenstein 2015).

2.1 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media voidaan määritellä henkilökohtaiseksi verkostoksi, minkä lisäksi sitä voidaan pitää mediatilana kuten paperista sanomalehteä (Leino 2011,18). Sosiaalista mediaa pidetään yleiskäsitteenä usealle erilaiselle verkossa toimivalle palvelulle kuten verkottumispalveluille, virtuaalimaailmalle, sisällön julkaisu- ja jakelupalveluille, tiedon luokittelu- ja arviointipalveluille, wikille ja keskustelufoorumeille. Sitä voidaan myös pitää välineenä, jonka avulla luodaan vuorovaikutusta hyödyntämällä internetin verkottumis- ja multimedia mahdollisuuksia. (Juslén 2009,116.) Lisäksi se nähdään prosessina, jossa yksilöt ja erilaiset ryhmät luovat yhteisiä merkityksiä, sisältöjä ja yhteisöjä käyttämällä verkkoteknologioita. Ihmisistä on sosiaalisen median myötä tullut tuottajakuluttajia ja pro-harrastajia, jotka luovat ammattilaistason tuotantoja. (Kalliala & Toikkanen 2009,18.)

Tärkeintä sosiaalisessa mediassa on se, että käyttäjät luovat sisällön (Kalliala & Toikkanen 2009,18). Lisäksi sosiaalisessa mediassa arvoa luodaan käyttäjien välisestä vuorovaikutuksesta ja heidän luomastaan sisällöstä. Siellä jokaisella käyttäjällä voi olla omanlainen ”lukijan palsta”, jossa on tehty mahdolliseksi tuoda ääntään esille. (Leino 2011, 18.) Tim O’Reillyn julkaisema käsite ”Web 2.0” liittyy teknologiaan ja on syntynyt 2.0 termin suosiosta. Sitä pidetään internetin teknologisenä murroksena ja toiset taas pitävät sitä yleiskäsitteenä verkossa menestyneille toimintamalleille sekä konsepteille. (Kalliala & Toikkanen 2009, 18.) Sosiaalinen media voidaan myös määritellä ryhmäksi internet pohjaisia sovelluksia, jotka luovat 2.0 webin ideologisen ja teknologisen perustan (Dahl 2015, 2).

Sosiaalisen median palvelut eroavat toisistaan, mikä johtaa luokitteluun sillä ne on luokiteltu niiden pääasiallisten tehtävien perusteella. Näitä sosiaalisen median muotoja, jotka luokitellaan pääasiallisten tehtävien kautta on yhteensä kolme kappaletta. Ensimmäisenä on verkottumispalvelut, joiden tarkoituksena on viedä eteenpäin yhteisöjen muodostumista ja niiden välillä tapahtuvaa kanssakäymistä. Loistava esimerkki tämän kaltaisesta sivustosta on Facebook. Toisena on sisällön julkaisupalvelut, joiden tehtävänä on tarjota kaikille mahdollisuus julkaista itsetuotettua sisältöä kaikkien nähtäväksi internetissä ja esimerkkinä tämän tyyppisestä sivustosta on Youtube. Viimeisimpänä on tiedon luokittelu- ja arviointipalvelut joiden tavoitteena on tuoda esille välineitä, järjestellä internetissä olevaa tietoa, arvioida verkossa julkaistun tiedon laatua käyttämällä yhteisöä ja esimerkkinä tällaisesta sivustosta on Digg. Sosiaalisen median muodoissa esiintyy tietyn määrin samanlaisia periaatteita ja ominaisuuksia kuten avoimuus, osallistuminen, keskustelu, käyttäjät sisällön tuottajina, yhteisöjen syntyminen sekä verkottuminen. (Juslén 2009, 117.) Ilmiönä se on jo vakiinnuttanut asemansa ja on tullut jäädäkseen (Leino 2011, 18).

Instagram

Instagram on sovellus, joka luotiin kuvien ja videoiden jakamiseen älypuhelimien avulla (Moreau 2016). Vuonna 2012 siitä tuli osa Facebookia yritystason kautta (Koskinen 2012). Sovellus on saatavilla Iphonen ja Androidin käyttäjille App Storen ja Google Playn kautta (Miles 2014, 13). Muiden samankaltaisten sosiaalisten median sivujen tavoin Instagramissa on mahdollista luoda profiili, minkä lisäksi etusivulla näkyy muiden käyttäjien päivityksiä. Jakaessaan kuvaa tai videota sovelluksessa se näkyy profiilissa seuraajille. Tämä toimii näin molempiin suuntiin ja käyttäjille on suotu vapaus valita ketä seurata. (Moreau 2016.)

Sovelluksessa on mahdollista kommentoida ja tykätä, minkä lisäksi kuvaan on esimerkiksi mahdollista jättää kommentti. Tykkäyksen voi antaa kuvalle, mikä näyttäytyy tukemisen muotona. (Miles 2014, 7-8.) Siinä on myös mahdollista lähettää viestejä yksityisesti ja merkitä ihmisiä kuviin (Moreau 2016). Lopuksi sivusto eroaa muista sosiaalisen median kanavista, sillä se luotiin alunperin älypuhelimelle toimivaksi (Miles 2014, 4).

Facebook

Facebook on laaja kansainvälinen verkosto, jonka Marc Zuckerberg, Dustin Moskovitz ja Chris Hughes loivat vuonna 2004. Se oli alussa suljettu yhteisö, mutta vuonna 2006 sivusto laajeni ensin siten, että eri työyhteisöjen oli mahdollista liittyä palveluun. Tämän laajennuksen jälkeen ei mennyt kauan, minkä jälkeen kaikki halukkaat pääsivät mukaan. Palvelu saavutti suosionsa Suomessa vuonna 2008, jolloin sivustolta ilmestyi ensimmäinen suomenkielinen versio. (Haasio 2009, 12-13.) Sivuston suosio on kasvanut niin paljon, että vuonna 2015 sillä oli 100 000 000 aktiivista käyttäjää maailmanlaajuisesti. (Facebook 2016).

Sivuston käyttäjille on suotu mahdollisuus tehdä erilaisia asioita ja sen ollessa sosiaalisen verkoston kanava, niin sen kautta on mahdollista kommentoida asioita. Kuvien ja linkkien jakaminenkin onnistuu esimerkiksi. Lisäksi nämä jaetut linkit voivat olla julkisia tai yksityisiä. Käyttäjille on annettu valta päättää, ketkä sen näkevät. Heille on myös suotu mahdollisuus kommunikoida keskenään sivustossa. (Nations 2016.)

Deittailusovellus Tinderiin ei voi liittyä ilman Facebook tiliä, sillä sovelluksessa käytetyt kuvat ja mahdolliset kiinnostuksen kohteet tulevat sieltä. Lisäksi siihen pystyy liittämään Instagram tilin, että muut käyttäjät saisivat nähdä siinä olevia kuvia. Liittyessäni käyttäjäksi sain mahdollisuuden lisätä siihen oman Instagram tilini, mutta päätin olla tekemättä sitä sillä en nähnyt sen vievän tutkimusta mihinkään suuntaan. Facebook tilini oli kuitenkin liitetty Tinderiin.

Profiilikuvani ja muut sovelluksessa olevat kuvani olivat peräisin Facebook tilistäni. Näiden kuvien lisäksi kiinnostuksen kohteet tulivat samasta tilistä.

3 Digitaalinen vuorovaikutus

Ihmisten suhde teknologiaan ei ole enää entisensä, vaan se on täysin muuttunut intensiivisempään ja henkilökohtaisempaan suuntaan. Kolme vuosikymmentä sitten 1980-luvulla harvoissa kodeissa oli henkilökohtaista tekniikkaa. Teknologia on kuitenkin saanut uusia ulottuvuuksia eli toisin sanoen, siitä on tullut monipuolisempaa. Lisäksi nykyaikana se on intiimimpää ja sille ominainen luonteenpiirre on sen elinvoimaisuus ja muuntautumiskyky. Se myös kehittyi ajan edetessä ihmisten mukana. (Wilenius 2015, 61.)

Modernin yhteiskunnan kehityksestä voidaan sanoa, että kaikki on luotu helpottamaan ihmisten elämiä. Esimerkkejä näistä kehityksen merkeistä ovat höyryvoima, sähköistäminen ja digitaalitekhnologia. Edellä mainitut ja lukuisat muut teknologiat ovat toimineet edellytyksinä yksinkertaisempaan elämään. Nykylämään kuuluu kuitenkin sopiva määrä monimutkaisuutta, joka on havaittavissa puhelimessa. Puhelimen pitää olla monipuolinen toiminnoissaan eli sen kuuluu olla samaan aikaan musiikkisoitin, kamera ja moni muu asia. (Wilenius 2015, 63-64.)

Nykyään maailma on pullollaan kommunikaatioon soveltuvia teknologioita, jotka korvaavat kasvokkain tapahtuvan vuorovaikutuksen. Korvaajina toimivat erilaiset teknologisesti välittyneet viestinnän muodot kuten sähköpostit, puhelut, pikaviestit ja yhteisöpalveluissa jaettavat päivitykset. Vuorovaikutustilanteille on ominaista, etteivät ne rajaudu tiettyyn yhteisöpalveluun saati laajemmin digitaalisten teknologioiden pariin. (Lampinen 2014.)

Some on sosiaalisesta mediasta käytetty lyhenne, mikä voidaan määritellä ihmisten välillä tapahtuvana vuorovaikutuksena verkossa. Alussa vuorovaikutus oli pikemminkin yksisuuntaista, mikä tarkoitti että ihmisten oli mahdollista lukea ja tarkastella kaikkea mitä verkkoon oli luotu. Internetin kehittyminen kaksisuuntaiseksi mahdollisti sen, että ihmisten oli nyt mahdollista olla erilaisten tekstien ja sisältöjen tuottajana tai jakajana. (Kananen 2014, 28.)

Sivussa kuten Facebookissa yhteys on luotu tuttujen ihmisten välille. Jakamistalous haastaa jo ennestään vakiintuneita luottamuksen malleja, kun esimerkiksi tavaroita lainaillaan ja tuntemattomille tarjotaan majapaikkaa. Tämä kaikki johtuu päivitettyjen luottamusta tukevien mallien, kuten online-profiilien kanssa sidoksissa olevien mainemekanismin vaikutuksesta. (Lampinen 2014.)

Tuntemattomien henkilöiden kanssa ollessa vuorovaikutuksessa voi olla omat riskinsä kuitenkin luottamuksen puute muita henkilöitä kohtaan vaikeuttaa liittymistä jakamistalouteen, sillä luottamusta pidetään vaatimuksena sinne liittymiseen. Verkkopalveluissa sitä luodaan esimerkiksi käyttäjäprofileja käyttämällä, neuvottelemalla yhteistyöstä, henkilökohtaisia viestejä lähettämällä sekä antamalla

vuorovaikutuskumppaneille jälkikäteen palautetta, jonka kaikki yhteisön jäsenet näkevät. Tämä kartuttaa osallistujien mainetta ja helpottaa arvioimisen sekä samalla paljastaa, jos heidän kanssa kannattaa olla vuorovaikutuksessa. (Lampinen 2014.)

3.1 Deittailu nykyaikana

Monille ihmisille deiteille meneminen on tilanne, joka saa heidät samaan aikaan stressaantuneeksi ja riemastuneeksi. Tämän seikan vuoksi moni psykologi ja koomikko ovat sitä mieltä, että deittailussa sekä työhaastatteluissa on samanlaisia piirteitä. Työhaastatteluille on ominaista, että jotkut henkilöt saavat pyytämättömiä tilaisuuksia. Tämä sama ilmiö voi tapahtua myös deittaillessa. Välillä tilaisuudet ovat toivottavia, kun taas välillä vähemmän toivottuja. Lisäksi kuten työhaastatteluissa merkittävä määrä ihmisiä ovat kiitollisia siitä, että heidän ystävänsä tai tuttavansa järjestävät heille treffiseuraa. (Cameron & Collins 2000, 1-2.)

Sosiaaliset muutokset vaikuttavat seuranhakuun ja ilmiöön nimeltään ” deittailu ”. Monessa teollisesti kehittyneessä maassa miehen ja naisen sekä lapsen muodostama ydinperhe suhde on vähenemässä nyky-yhteiskunnassa. Lisäksi ilmiön tapahtumiseen liittyy monia eri tekijöitä kuten esimerkiksi avioerojen lisääntymiset sekä se, että nykyisin mennään myöhemmin naimisiin. (Cameron & Collins 2000, 3.)

Yhteiskunnasta on aikojen saatossa muodostunut hyväksyttävämpi paikka homoseksuaalisuudelle eikä sitä myöskään nähdä enää kiistanalaisena asiana. Uuden sukupolven homoseksuaalit hyväksyvät ja ymmärtävät heidän identiteettinsä jo nuorena samantapaisesti kuin heitä edeltäneet sukupolvet mutta erona on se, että heillä on mahdollisuus ilmaista omaa seksuaalista suuntautumistaan vapaammin. (Allen 2015.) Parisuhteen rekisteröinti mahdollistui vuonna 2002, minkä jälkeen 200-300 parisuhdetta on rekisteröity Suomessa (Pohjanpää 2013).

Entisaikaan ihmiset puhuivat enemmän puhelimesta vaikka tekstiviestit olivat jo käytössä, niin niiden lähettäminen ei ollut hirveän yleistä. AIM eli AOL instant messenger oli myös tunnettu ja erittäin käytetty työkalu vuorovaikutuksen muodostamisessa. Siihen aikaan älypuhelimet, jossa oli verkkoyhteys eivät olleet niin yleisiä. Sen sijaan ihmiset viestivät pöytäkoneiden kautta, jotka olivat varustettuja verkkoyhteydellä. (Cecconi 2012.)

Deittailusta on tullut nykyaikana monimutkaista sillä sen sijaan, että ainoa ongelma olisi miten pääsee vuorovaikutustilanteeseen henkilön kanssa, josta on mahdollisesti kiinnostunut.

Sen lisäksi pitää miettiä miten pääsee vuorovaikutustilanteeseen heidän kanssaan erilaisten nykyaikaisten menetelmien kautta.

Esimerkkejä näistä menetelmistä ovat puhelimella tekstailun tai sekstailun avulla, päivitysten tykkäämisellä tai hylkäämällä kaveripyyntöjä. Nykyisin on lukuisia mahdollisuuksia huonon ja hyvän vaikutuksen luomiseen digitaalisesti. (Spira 2015.) Sekstailu voidaan joidenkin tutkimusten mukaan määritellä pelkäksi alastonkuvien lähettämiseksi. Ihmiset ovat kuitenkin laajentaneet määritelmää seksuaalisesti ehdottavien viestien lähettämiseksi. (Gray 2012.)

Verkossa deittailu on muuttanut käytetyn sanaston ronskimpaan suuntaan. Anonyymisyys seuranhakuun tarkoitettussa sovelluksissa saattaa olla syy, minkä takia ihmiset käyttäytyvät rohkeammin. Digitaalinen deittailu ei rajoitu ainoastaan seuranhakuun tarkoitettuihin sivuihin tai sovelluksiin kuten Tinderiin. Esimerkiksi Facebook ja Twitter ovat vuorovaikutuksen kannalta todella hyviä kanavia. Nykyaajan deittailusovellusten ja sivujen ansiosta ihmisillä on enemmän tilaisuuksia tavata toisiaan, kuin koskaan aiemmin. Kääntöpuolena vaihtoehtoja saattaa olla liikaa, jonka takia ihmisistä on tullut nirsompia. Lisäksi nykyaikana seuran haussa ihmiset keskittyvät täydellisen henkilön löytymiseen, vaikka he tietävät sen olevan mahdotonta. (Proudfoot 2016.) Ihmiset eivät myöskään yleensä myönnä tavanneensa verkon kautta sillä silloin oletuksena on, ettei parilla ole ollut muita mahdollisuuksia tavata. Tälläinen verkossa luotu suhde on vieläkin joidenkin mielestä noloa. (Neumann 2013.)

3.2 Verkkoidentiteetti

Henkilöbrändi voidaan määritellä digitaalisesti kerätyn ja verkossa haettavan olevan näkyvyyden summaksi, jonka voi liittää omaan persoonaan. Silloin kun luodaan henkilöbrändiä, joka on toisin sanoen verkkoidentiteetti niin huomioon tulee ottaa tietyt elementit. Nämä elementit ovat olemus, kanavavalinnat, läsnäolo ja toiminta. (Aalto & Uusisaari 2010, 80.)

Olemukseen kuuluu nimi, profiilikuva ja tieto siitä miten eri palveluissa tuodaan itseään esille. Muutamia asioita tekevät verkko-olemuksesta toimivan kuten esimerkiksi se, että se on luottamusta herättävä tai sitä voidaan siteerata helposti. Nimeä pidetään verkkoprofiilille välttämättömänä asiana. Lisäksi palveluissa olevissa käyttöehdoissa vaaditaan liittymisen yhteydessä, että vaadittavat tiedot merkittäisiin oikein. (Aalto & Uusisaari 2010, 81.)

Profiilikuva vaikuttaa suuresti ihmisestä hahmottuvaan mielikuvaan ja kuvassa esiintyvän tunnelman tulee varmistaa sitä mielikuvaa, jonka käyttäjän on tarkoitus antaa itsestään. Kuvassa tärkeitä elementtejä ovat miljöö, kuvan tekninen ja taiteellinen laatu sekä kuvan genre, mikä voi esimerkiksi olla vakuuttava tai viettelevä. (Aalto & Uusisaari 2010, 82-83.)

OKCupid deittipalvelu teki tutkimuksen siitä, että millaiset profiilikuvat vetävät eniten puoleensa. Pidetyimmät järjestelmäkameralla otetut muotokuvat ovat sellaisia, jossa henkilön pystyy erottamaan sumennetusta taustasta pehmeässä iltapäivän valossa. Sama deittipalvelu selvitti, mitä miehen ja naisen on tehtävä kuvan vetovoimaisuuden lisäämiseksi. Naisen katseen tulee olla suoraan kameraan, kun taas miehen katse voi myös olla sivulle. (OkCupid 2010.)

Tunnettuja massayleisön palveluja on olemassa iso määrä, minkä lisäksi yhteisöt ja palvelut ovat erilaisia. Omaan läsnäoloon ja toiminnan tarpeisiin sopivimmat löytyvät muiden kokemuksia hyväksikäyttämällä tai luomalla omia kokemuksia. Liuta erilaisia seikkoja vaikuttavat kanavan valintaan ja esimerkkejä näistä syistä voivat olla käyttötarkoitus tai käyttäjämäärät. Vaikuttava ja uskottava viestintä vaatii läsnäoloa ja tällaisia viestintätilanteita voi olla kahdenlaista, yksisuuntaista ja kaksisuuntaista. Yksisuuntaisessa viestintätilanteessa esiintyjälle vaikuttavuuden perustana toimii läsnäolosta syntyvä tunne. Kaksisuuntaisessa vuorovaikutustilanteessa ilmeisenä vaatimuksena on läsnäolo. Verkossa tapahtuvaa toimintaa voidaan määrittellä kaiken kulttuurin tuottamiseen ja yhteiskunnan ymmärryksen lisäämiseen johtavaan tavoitteelliseen tekemiseen. Verkkokeskustelu on hyvä esimerkki toiminnasta, jossa yhteisö luo uutta yhteistä ymmärrystä. (Aalto & Uusisaari 2010, 86-97.)

3.3 Tinder

Suomessa oli ennen Tinderin rantautumista erilaisia digitaalisia keinoja löytää seuraa. Esimerkiksi, City-lehden Deitti.net ja Suomi24.fi lanseerattiin vuonna 1996 sekä 1998. Maailmalla edelläkävijänä toimi Match.com sivusto. Sen jälkeen, kun siirryttiin 2000-luvulle monet sivustot julkaisivat mobiilipalveluita. Ne olivat kuitenkin sen verran alkeellisia, että niiden käyttöön vaadittiin tietokonetta. (Murto 2014.)

Deittailusovellus julkistettiin vuonna 2012, mutta se yleistyi maailmalla vasta vuoden myöhemmin (Murto 2014). Tinder on ilmainen deittailusovellus älypuhelimille, jossa käyttäjä kirjautuu Facebook tilinsä kautta paljastaen hänen etunimensä, iän, yhteiset ystävät ja mahdolliset mielenkiinnon kohteet muille käyttäjille. Sovellus on saatavilla 30 eri kielelle ja siinä on suurin piirtein 50 miljoonaa käyttäjää maailmanlaajuisesti. (Ortega 2015, 3.)

Käyttäjällä on kolme vaihtoehtoa, miten toimia sovelluksen ehdottamaa henkilöä kohtaan. Nämä vaihtoehdot ovat tykkäys, torjunta tai tietojen hankkiminen. Henkilöiden tykätessään toisistaan heidän välilleen syntyy ”match”, mikä toisin sanoen tarkoittaa pariutumista. Tämän syntyessä käyttäjien on mahdollista kommunikoida keskenään. Sovellus tuottaa päivittäin

enemmän, kuin 12 miljoonaa paria. (Ortega 2014, 3.) Lisäksi sovelluksen alkuajoista tähän päivään asti, niin yli kaksi miljardia paria on muodostettu (Murto 2014). Pariutumista ei muodostu tykkäyksen ollessa yksipuolinen, sen sijaan molempien osapuolten on tykättävä toistensa profiileista. Käyttäjällä on myös mahdollisuus torjua Tinderin tarjoaman profiilin, minkä jälkeen sovellus ei enää aio ehdottaa kyseistä profiilia. Viimeisessä vaihtoehdossa käyttäjillä on mahdollisuus hankkia lisää tietoa profiileista, josta he ovat kiinnostuneet. Sovelluksen tiedoiksi on määritelty kuvia, jonkin muotoisia lyhyitä esittelyjä, yhteisiä ystäviä tai mielenkiinnon kohteita. Tietojen hankinnan jälkeen käyttäjän tulee torjua tai tykätä mahdollisesta partnerista ja tämä tulee tehdä ennen, kuin voi jatkaa muiden mahdollisten partnereiden hakua. Mahdollisten partnereiden tykkäys ja torjunta voidaan hoitaa yksinkertaisesti pyyhkimällä heidän kuvaansa, joko oikealle tai vasemmalle. Vaihtoehtona on myös mahdollista klikata keskelle, mikä tarjoaa tietoa toisesta käyttäjästä ja siten auttaa päätöksen tekoa. (Ortega 2014, 3.)

Viime aikoina sovellus on mahdollistanut Instagram tilin lisäämisen, joka lisää tarkkailtavien kuvien määrää. Lisäksi ennen vuotta 2015 helmikuussa käyttäjillä oli käytössään lopullinen määrä tykkäyksiä. Tinder kuitenkin muutti käytäntöään, jossa tykkäykset rajattiin karkeasti 100 tykkäykseen päivässä. Saman vuoden syyskuussa sovellukseen lisättiin ”supertykkäykset”. Käyttäjällä on yksi supertykkäys päivän aikana ja sen antaessa mahdollinen kumppani on tietoinen siitä, että hänen profiilistaan ollaan tykätty. Tämän jälkeen tykkäyksen saanut käyttäjä saa itse päättää miten toimia seuraavasti. Supertykkäykset olivat alun perin kokeiluna Australiassa. (Ortega 2016, 3.)

Sovellus koki muutoksen marraskuussa vuonna 2016. Uutena toimintona päätettiin laajentaa sukupuolivaihtoehtoja, sillä kaikille haluttiin antaa oikeus liittyä käyttäjäksi riippumatta sukupuolesta. Sukupuolen voi valita yksinkertaisesti menemällä kohtaan, mikä paljastaa muitakin sukupuolivaihtoehtoja kuten esimerkiksi transmiehen tai naisen. Kokeilu pistettiin ensimmäisenä käytäntöön Yhdysvalloissa, Kanadassa ja Isonsa-Britanniassa. (Tinder 2016.)

Tinder on julkaissut toiminnon, jonka avulla on mahdollista löytää ystäviä. Toiminnon nimi on Tinder Social ja se julkaistiin ensimmäisenä Yhdysvalloissa. Se toimii siten, että siinä luodaan kolmen Facebook ystävän avulla ryhmä. Ryhmän muodostumisen jälkeen siinä on esimerkiksi mahdollista tehdä päivitys, josta toinen palvelua käyttävä ryhmä voi innostua. Yhden ryhmän jäsenen pyyhkäisy oikealle on kaikki, mitä vaaditaan kommunikointiin ryhmien välillä. Ryhmien pariutumisten jälkeen mikäli kommunikointia tai mitään vuorovaikutusta ei tapahdu, niin heidän muodostama pariutuminen katoaa. Katoamiseen on määräaika, joka on pariutumisen hetkestä huomisen puoleen päivään asti. (Buxton 2016.)

Toukokuussa vuonna 2014 Miltton Group selvitti, että Suomessa on yhteensä noin 100 000 käyttäjää ja aktiivisimmat käyttäjät löytyvät pääkaupunkiseudusta. Suurin osa käyttäjistä ovat Helsingistä, Turusta, Tampereesta, Oulusta ja Jyväskylästä. Sovelluksessa on enemmän miespuolisia käyttäjiä kuin naisia, minkä lisäksi suurin osa käyttäjistä ovat sinkkuja. Kuitenkin näiden käyttäjien joukosta löytyy suhteessa tai naimisissa olevia henkilöitä. Tammikuussa 2014 tutkittiin Tinderin ikäjakaumaa, joka oli 15 ikävuodesta 37- vuotiaisiin asti. (Miltton Group Creative 2014.)

Tämä deittailuun tarkoitettu sovellus saavutti suosionsa Suomessa keväällä 2014, vaikka siitä kuhistiin jo 2013 vuoden loppupuolella. Näin ollen Tinderiä voidaan pitää deittailusovellusten lippulaivana. Sovellus on onnistunut muuttamaan nettideittailu ilmiötä positiivisempaan suuntaan ja näin ollen saanut valtaosan ihmisistä käyttämään sitä. Näin aluksi Tinderistä voidaan sanoa, että suuri osa sen käyttäjistä ovat nuoria. Aika kertoo, jos tilanne on pysymässä kauan samanlaisena. (Murto 2014.)

Tutkimus jaettiin kahteen osaan ja sen toisessa osassa liityin sovellukseen. Suunitelmana oli liittyä sovellukseen ja paritua mahdollisimman monen henkilön kanssa. Sillä parituminen mahdollisti kommunikoinnin muiden käyttäjien kanssa, minkä avulla saatiin arvokasta tietoa työtä varten. Samalla tutkimukseen tulee syvyyttä, minkä lisäksi se auttaa ymmärtämään asioita paremmin. Silloin kun työhön voi tuoda omakohtaista kokemusta. Sovelluksessa ollessa keskityin ainoastaan peruspalveluun, jossa muodostetaan pareja. Lisäpalvelu Tinder Socialia ei käytetty koko opinnäytetyön aikana.

4 Laadullinen tutkimus

Prosessina tutkimus on luovaa, minkä voi jakaa kahteen kategoriaan. Nämä kategoriat ovat teoreettinen ja empiirinen tutkimus. Empiirisessä eli havainnoivassa tutkimuksessa esiintyy kahtiajako, siitä miten tutkimus toteutetaan. Nämä kaksi suuntausta ovat kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen. (Heikkilä 2008, 13.) Kvalitatiivinen tutkimus tunnetaan myös nimillä laadullinen tutkimus ja pehmeät menetelmät. Lisäksi se määritellään yksinkertaisesti aineiston muodon kuvaukseksi. (Eskola & Suoranta 2008, 13-14.)

Laadullinen tutkimus antaa vastauksen kysymyksiin miksi, miten ja millainen. Tutkimuksena kvalitatiivinen tutkimus helpottaa tutkimuskohteen ymmärtämisen, joka voi esimerkiksi olla yritys tai asiakas. Lisäksi sen avulla on mahdollista selittää kohteiden käyttäytymistä ja päätösten syitä. Suuntauksessa ei myöskään ole tapana tutkia iso määrä tapauksia, minkä takia tapaukset on helpompaa analysoida tarkemmin. Tutkimukseen valitut henkilöt valitaan yleensä harkinnanvaraisesti, eikä siinä pyritä tilastollisiin yleistyksiin. Kvalitatiivinen tutkimus on myös hyvä työkalu toiminnan viemisessä eteenpäin, vaihtoehtojen löytymiseen ja sosiaalisten epäkohtien tutkimiseen. Tutkimuksessa kerätty aineisto on yleensä tekstimuotoista. Aineistoa hankitaan yleensä erilaisten haastatteluiden avulla, jotka voivat esimerkiksi olla lomake- tai teemahaastattelua. (Heikkilä 2008, 16-17.) Kvalitatiivisen tutkimuksen sanotaan lähteneen käyntiin todella yleisistä käsitteistä, jotka muokkautuvat tutkimuksen edetessä (Hirsijärvi & Hurme 2011, 25).

Tutkimussuuntauksessa selvitetään kehittyviä prosesseja ja tutkijaa pidetään instrumenttina, joka on hallinnassa tutkimuksen kulusta tiedon lisääntyessä (Hirsijärvi & Hurme 2011, 26). Suuntaus sisältää kahdeksan erilaista tunnusmerkkiä, jotka ovat aineistonkeruumenetelmä, tutkittavien näkökulma, harkinnanvarainen tai teoreettinen otanta, aineiston laadullisinduktiivinen analyysi, hypoteesittomuus, tutkimuksen tyylilaji, tulosten esitystapa, tutkijan asema ja narratiivisuus (Eskola & Suoranta 2008, 15).

Tämän tutkimuksen aineisto hankitaan laadullisen tutkimuksen erilaisilla menetelmillä.

4.1 Tiedonkeruumenetelmät

Tutkimuksessa käytettiin useita erilaisia tutkimusmenetelmiä. Nämä menetelmät olivat teemahaastattelu ja havainnointi, minkä lisäksi se oli verkossa tapahtuvaa. Tietyn kyseisen havainnoinnin muoto on nimeltään netnografia. Näitä erilaisia menetelmiä hyödyntämällä tarkoituksena oli saada tutkimukselle oikea suunta, jotta tutkimus olisi selkeä ja toimiva. Lisäksi tutkimukselle haluttiin saada riittävän monipuoliset näkökulmat. Tutkimuksessa käytettyihin menetelmiin tutustutaan tarkemmin seuraavissa kappaleissa.

Teemahaastattelu

Menetelmänä haastattelu kohdistuu tietoisuuteen ja ajattelun sisältöihin, minkä lisäksi se on todella joustava. Sen sopiessa useampaan erilaiseen tutkimustarkoitukseen. Haastattelu tarjoaa tutkijalle ja tutkittavalle mahdollisuuden olla suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa. (Hirsijärvi & Hurme 2011, 25-26.) Menetelmän tavoitteena on saada selville, mitä haastateltavalla tai haastateltavilla on mielessä. Haastattelun yksinkertainen määritelmä on tilanne, jossa haastattelija esittää haastateltaville kysymyksiä. Haastattelutyypit ovat kuitenkin muuttuneet aikojen saatossa enemmän keskustelunomaisempaan muotoon. Nämä haastattelun tyypit ovat erilaisia, joka mahdollistaa jaon. (Eskola & Suoranta 2008, 85.)

Jako saadaan aikaiseksi kun huomio on kiinnitetty kysymysten muotoilun kiinteyden asteeseen ja siihen, miten paljon haastattelu tilannetta on jäsennellyt haastattelijan toimesta. Edellä mainittujen kriteerien avulla voidaan muodostaa erilaisia haastattelutyyppejä. (Eskola & Suoranta 2008, 85.) Teemahaastattelusta voidaan myös sanoa sen olevan puolistrukturoitu menetelmä (Hirsijärvi & Hurme 2011, 47). Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille samanlaisia, mutta vastausvaihtoehdot sen sijaan ovat vapaamuotoisempia. (Eskola & Suoranta 2008, 86).

Teemahaastattelussa aihepiirit ja teema-alueet on jo päätetty valmiiksi. Haastattelija pitää huolen siitä, että kaikki valmiiksi päätetyt teema-alueet käydään läpi haastateltavan kanssa. Niiden järjestys ja laajuus kuitenkin vaihtuvat haastattelusta riippuen. (Eskola & Suoranta 2008, 86.) Haastattelu tuo esille tutkijan näkökulman ja tutkittavien äänet esille. Lisäksi teemahaastattelun muoto ja järjestys on vapaa. (Hirsijärvi & Hurme 2011, 48.)

Havainnointi

Perinteisessä havainnoinnissa tutkija ja tutkittavat kohtaavat aina samanaikaisesti. Tutkija on fyysisenä henkilönä eli toisin sanoen eriaikaisena toimijana, joka on ottanut osaa ilmiöön. Tavoitteena on ilmiön ymmärtäminen, josta tulee hänen henkilökohtainen kokemuksensa. (Kananen 2014, 104.) Osallistuva havainnointi voidaan määritellä aineiston keruutavaksi, jossa tavalla tai toisella tutkija ottaa osaa tarkkailemansa yhteisön toimintaan. Lisäksi havainnointiin pystyy jakamaan neljään erilaiseen osallistumisen asteeseen. Nämä asteet ovat havainnointia joka ei vaadi osallistumista, osallistuvaa havainnointia ja osallistavaa havainnointia,

mikä tunnetaan myös nimellä toimintatutkimus sekä viimeisenä piilohavainnointi. (Eskola & Suoranta 2008, 98-100.)

Tietyissä tutkimustilanteissa havainnointia käytetään apuvälineenä, mutta välillä sillä on mahdollisuus olla tutkimuksen ainoa tiedonkeruumenetelmä. Se suositellaan käytettäväksi silloin, kun muut keinot kuten kyselyt tai haastattelut eivät yksinään riitä tai kerätyt tiedot eivät ole riittävän luotettavia. Havainnointia käyttäen selville saadaan monipuolista tietoa, mutta tutkittava ilmiö määrittelee menetelmän kelpoisuuden. Havainnoinnissa tutkija keskittyy tutkimaan valitsemaansa blogia, chattia, verkkosivua, yrityksen tai yksityishenkilön verkkosivua, sivustoa tai alustaa, joka pysyy elinvoimaisena koko tutkimuksen ajan. Tutkijalla on osa, joka pysyy pienimmillään havainnoijan roolina. (Kananen 2014, 103-105.)

Netnografia

Antropologialla tarkoitetaan vieraiden kulttuurien tutkimusta, minkä lisäksi se on tutkimusalueen yleiskäsite. Silloin kun puhutaan esimerkiksi kasvatuksen antropologiasta itsenäisenä tutkimusotteena. Etnografia voidaan määritellä yhtenä havainnoinnin muotona, jossa tapahtumat lähtevät käyntiin sosiaalisen todellisuuden luonnollisissa olosuhteissa. (Eskola & Suoranta 2008, 103.) Silloin kun etnografinen tutkimus toteutetaan verkossa, niin sitä kutsutaan nimellä virtuaalinen etnografia (Kananen 2014, 17).

Etnografiassa tutkija viettää arkipäivän tarkkailemassaan yhteisössään (Eskola & Suoranta 2008, 105). Virtuaali-etnografian tutkijan tutkimuskohteena ovat verkossa olevat yhteisöt ja kulttuurit. Virtuaali-etnografiasta voidaan myös käyttää nimitystä netnografia, joka on Kobinetsin luoma käsite ja se muodostetaan internet sekä etnografia sanoista. Netnografia ei ole ainoa samankaltainen käsite. Muita käsitteitä ovat digitaalinen etnografia, online-etnografia, internet-etnografia, kyberetnografia ja verkkoetnografia. (Kananen 2014, 17.)

Verkkoympäristö on täysin erilainen fyysiseen ympäristöön verrattuna, minkä takia verkossa tapahtuvassa etnografiassa esiintyy tiettyjä esteitä. Näitä esteitä ovat kuvauksen syvyys, tutkimuksen luotettavuus, kontekstin aitous ja sisäänpääsyn hankaluus. Verkossa on mahdollisuus suorittaa ilmiön havainnointia, mutta se on kuitenkin aina pintapuolista ja tulkinnan ohjaajana on tutkijan henkilökohtainen ajatusmaailma. Havainnointia tuetaan aina haastattelulla, jolla voidaan varmistua havainnon tulkin oikeellisuudesta. Verkossa tuodaan esille mahdollisuudet haastatteluihin ja tarkentaviin kysymyksiin uudella teknologialla. (Kananen 2014, 17-18.)

4.2 Laadullisen tutkimuksen luotettavuus

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston analyysivaihe ja luotettavuuden arviointia on hankala erottaa toisistaan. Laadullinen tutkimus antaa mahdollisuuden olla vapaampi aineiston analyysin ja tehtyjen tulkintojen sekä tutkimustekstin välillä. Lisäksi kysymys luotettavuudesta luodaan erilaisin keinoin. Luotettavuuskysymys on erikoinen etenkin teksteille, joita kutsutaan tieteeksi. (Eskola & Suoranta 2008, 208-209.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa olennaisena luotettavuuden kriteerinä toimii tutkija itse, joten näin ollen luotettavuuden arviointi liittyy koko tutkimusprosessiin. Tämän seikan takia kvalitatiivisilla tutkimusraporteilla on yleensä tapana olla henkilökohtaisempia.

Luotettavuuden kriteerinä voidaan pitää uskottavuutta. Tällä tarkoitetaan sitä että tutkijan on selvitettävä, jos hänen käsitteellistyksensä ja tulkintansa menevät yhteen tutkittavien ajatusten kanssa. Tutkimuksen uskottavuutta ei kuitenkaan lisää se, että annetaan tutkittavien arvioida tulkintoja. Sillä he voivat olla näkemättä kokemaansa elämystä tai tilannetta. Tutkijan ennakko-oletuksia huomioon ottamalla tutkimuksesta saadaan tarvittavaa varmuutta. Vahvistuvuudella tarkoitetaan sitä, että luodut tulkinnat saavat tukea muista samankaltaisista ilmiötä käsittelevistä tutkimuksista. (Eskola & Suoranta 2008, 210-212.)

Haastatteluaineistossa luotettavuus liittyy siihen, kuinka laadukkaasta aineistosta on kyse. Esimerkiksi jos vain tiettyä osaa haastateltavista on haastateltu tai jos tallenteissa on heikko kuuluvuus, mikä johtaa litteroinnin epämääräisyyteen sääntöjä laiminlyömällä esimerkiksi alussa muttei loppupuolella. Lisäksi luokittelun ollessa epämääräistä, niin aineisto nähdään epäluotettavana edellä mainittujen syiden kanssa. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 185.)

4.3 Analyysitavat

Laadullista aineistoa analysoidessa päämääränä on saada aineistoa selkeämmäksi, jonka kautta on mahdollista saada aikaan tuoretta tietoa tutkittavasta asiasta. Analyysillä tavoitellaan aineiston tiivistämistä hävittämättä siinä olevaa tietoa. Päinvastoin siinä halutaan kasvattaa informaatioarvoa tuottamalla hajanaisesta aineistosta selkeää ja mielekästä. (Eskola & Suoranta 2008, 137.) Laadullinen analyysi sisältää pääpiirteitä, joita on mahdollista hahmotella seuraavaan tapaan. Tutkijan päättelytapaa voi olla kahdenlaista, joita sanotaan induktiiviseksi ja abduktiiviseksi. Abduktiivisella päättelyllä tarkoitetaan sitä, kun tutkijalla on etukäteen jonkinlaisia teoreettisia johtoideoita. Näitä käyttämällä tavoitteeksi muodostuu varmistaminen, mikä saadaan aineistoa hyväksikäyttämällä. Induktiivisessa päättelyssä olennainen osa on aineistolähtöisyys. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 136.) Haastattelussa haastateltava luo oman tulkintansa samaan aikaan, kun tutkija suorittaa toisen asteen tulkintaa käsitellessä ai-

neistoa ja kolmatta raporttia muokatessaan. Raporttiin yleensä tuodaan tutkijan intuition mukana parhaat ja valaisemat haastattelunosat. Lukijan tulkintaa sanotaan neljännen asteen tulkinnaiksi. (Eskola & Suoranta 2008, 141.) Vuonna 1996 Eskola ja Suoranta toivat esille, että haastatteluaineiston analyysi on mahdollista suorittaa kolmella eri tavalla. Ensimmäisessä tavassa aineisto puretaan, minkä jälkeen eteneminen siirtyy suoraan analyysiin enemmän tai vähemmän luottaen tutkijan intuition. Toisessa tavassa aineisto puretaan ja koodataan, josta voidaan edetä analyysiin. Viimeisessä tavassa purkamisen ja koodaamisen vaiheet tuodaan yhteen, josta voidaan siirtyä analyysiin. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 136.)

Induktiivinen päättely otettiin käyttöön, sillä tutkimusmenetelmistä saaduilla tiedoilla viettiin työtä eteenpäin. Tietoja käytettiin koko työn luomiseen, mikä näkyi esimerkiksi joidenkin menetelmien käytössä. Tämä suunta oli sopivin valinta työlleni.

4.4 Tutkimuksen kulku

Opinnäytetyössä toteutettu tutkimus suoritettiin alunperin marraskuun ja joulukuun välisenä aikana vuonna 2016. Kuitenkin tiettyjen esteiden ja vaikeuksien takia tutkimus päätettiin toteuttaa uudelleen erilaisilla kysymyksillä, joista saataisiin hyödyllisiä vastauksia analysoitavaksi.

Nämä kysymykset suunniteltiin siten, että ne johdattelisivat oikeaan suuntaan. Opinnäytetyön tutkimus siirtyi, täten seuraavaan vuoteen ja se toteutettiin helmikuun aikana seuraavana vuonna. Tutkimuksen toteutus voidaan jakaa kahteen osaan, teemahaastatteluihin ja havainnointiin. Kaikki haastattelut toteutettiin eri puolilla Helsinkiä ja havainnointimuodoksi valittiin netnografia.

Teemahaastattelun kulku

Kaikki teemahaastatteluun valitut henkilöt olivat miehiä, jotka ovat aktiivisia Tinder sovelluksen käyttäjiä tai sitten he olivat entisiä käyttäjiä. Haastattelujen tarkoituksena oli saada mahdollisimman monipuolisia näkemyksiä, jonka takia siihen valittiin mahdollisimman erilaisia haastateltavia.

Haastateltavat olivat joko parisuhteessa tai sinkkuja ja he kuuluivat ikähaarukkaan, joka luotiin ennen tutkimusta. Tämä ikähaarukka oli 22 vuotiaiden ja 30-vuotiaiden välillä, koska he seurustelivat jo ennen kuin ilmiö nimeltä digitalisaatio toi uuden ulottuvuuden deittailuun. Tämä tapahtuma tietenkin muokkasi vuorovaikutustilanteita sähköisempään suuntaan. Vuorovaikutustilanteet tapahtuivat aiemmin enimmäkseen kasvokkain erilaisten tekijöiden vuoksi,

vaikka sähköisempiin vuorovaikutustilanteisiin tarkoitettua teknologiaa oli jo olemassa. Haastatteluun valittiin kahdeksan miespuolista henkilöä ja nuorin haastateltava oli 22 vuotias ja vanhin 27-vuotias.

Haastatteluun osallistuneet henkilöt olivat ennestään tuttuja minulle. Kuitenkin siitä huolimatta onnistuin melkein haastattelemaan ennestään tuntematonta Tinderistä saatua paria. Tapaaminen oli sovittu Espoossa sijaitsevaan kauppakeskus Selloon minun ja hänen välille, mutta valitettavasti yksi osapuoli ei koskaan saapunut sovitulle tapaamiselle. Tässä tapauksessa osapuoli, joka ei saapunut paikalle oli Tinder-pari. Tämä johti siihen, etten enää nähnyt hyödylliseksi sopia uutta tapaamista kyseisen henkilön kanssa. Uuden tapaamisen sopiminen olisi vain vienyt liikaa aikaa, jo valmiiksi tiukasta aikataulustani.

Tutkimukseen valittiin ennestään tuttuja henkilöitä sen takia, että tällaisista henkilökohtaisemmista asioista puhuminen onnistuu paremmin tutun henkilön kanssa. Sillä haastateltavan on helpompi luottaa ja avautua haastattelijalle, jonka hän tietää ja tuntee. Tämä johtaa siihen, että haastattelijan ja haastateltavan väliset vuorovaikutustilanteet muistuttavat keskustelua. Tämän takia voidaan sanoa, että haastattelujen ilmapiiri oli luotu alusta lähtien luotettavaksi ja rennoksi. Kaikki haastattelut tehtiin yksilöhaastatteluina ja tutkimukseen osallistuneita ei ollut aina helpointa saada kiinni pääosin aikataulujen vuoksi, mutta lopulta kaikki haastattelut saatiin tehtyä. Ensimmäinen haastattelu tehtiin 9. helmikuuta ja viimeinen haastattelu tehtiin saman kuukauden 23. päivänä. Viimeinen haastattelu oli litteroitu 6. marraskuuta.

Haastattelussa oli kaksi teemaa, jotka olivat Tinder ja deittailu sekä verkkoidentiteetti sosiaalisen median kanavalla. Teemojen valinta luotiin tutkimuksen aiheiden pohjalta ja tietoperustaa käyttämällä. Sen ansiosta haastatteluista saadut vastaukset olivat hyödyllisiä ja auttoivat tutkimuksen etenemisessä. Sen lisäksi haastattelurunko löytyy kysymysten kera ensimmäisestä liitteestä.

Haastatteluiden alussa jokaiselta haastateltavalta kerättiin perustiedot ja ne olivat ikä, sukupuoli ja suhdestatus. Ensimmäisessä haastatteluteemassa päämääränä oli selvittää millä tavalla Tinder on vaikuttanut deittailuun. Haastatteluteemassa selvitettiin ensin käyttäjien perustietoja sovelluksen käytöstä kuten ovatko he vielä käyttäjiä, kuinka kauan he ovat käyttäneet sitä ja minkä takia he ovat itse käyttäneet sitä. Haastattelu eteni tasoittain ja sen edetessä esitin syvällisempiä kysymyksiä aiheeseen liittyen. Nämä kysymykset synnyttivät keskusteluja, erilaisia mielipiteitä ja haastateltavien mietteitä sovelluksesta sekä deittailusta. Toisessa haastatteluteemassa haluttiin pääosin selvittää haastateltavien käyttäytymistä sosiaalisen median kanavilla ja sitä minkälainen heidän profiilinsa on. Teemana se ei ollut yhtä laaja,

kuin ensimmäinen. Sen sijaan se oli neljän kysymyksen mittainen, mutta se tarjosi siitä huolimatta tarpeeksi hyödyllistä tietoa. Haastateltavat pääsivät ilmaisemaan mielteitään koskien heidän käyttäytymistä erilaisilla sosiaalisen median kanavilla ja käymään keskustelua heidän verkkoidentiteeteistään.

Netnografian kulku

Netnografia toteutettiin Tinderissä ja tutkittavien ikähaarukka päätettiin ennen havainnoinnin toteutusta. Tutkimuksessa luotu ikähaarukka oli hieman erilaisempi, kuin aiemmin toteutetussa teemahaastattelussa. Siinä päätetty ikähaarukka oli 21-30 vuotiaat ja havainnoinnin kohteena olivat heterot, homot sekä mahdollisesti molemmista sukupuolista kiinnostuneet miehet.

Olin sovelluksessa kaksi viikkoa ja ensimmäisellä viikolla liityin Tinderiin omalla profiilillani, mutta toisella viikolla liityin sovellukseen valeprofiililla. Valeprofiili oli luotu siten, että olin laittanut asetusten kautta olevani nainen ja näin ollen valinnut jonkun naispuolisen henkilön kuvan verkosta. Päätin osallistua sovellukseen myös omalla profiililla, sillä päätin osallistujien avautuvan helpommin heidän tajutessaan olevan vuorovaikutuksessa aidon profiilin kanssa. Päätös kahden eri profiilin käyttämisestä tuli siitä, että havainnointiin saataisiin mahdollisimman monipuolisia vastauksia ja erilaisia näkökulmia.

Henkilökohtainen profiili sisälsi kuvien lisäksi tekstin, jossa selitettiin että sovellukseen liityttiin pelkästään tutkimusmielessä. Valeprofiilissa käytettiin tuntemattoman naispuolisen henkilön kuvaa ja siinä ilmoitettiin samat asiat. Paitsi siinä painotettiin sitä, että kyseessä oli miespuolinen opiskelija ja sovellukseen oli liitytty ainoastaan tutkimusmielessä. Molemmissa profiileissa kerrottiin opiskelupaikkani ja se, että tutkimus tehtiin opinnäytetyötä varten. Lopuksi tekstissä ilmoitettiin, että osallistuvien tietoja ei julkaistaisi paitsi heidän ikänsä.

Netnografiassa esitetyt kysymykset suunniteltiin sen mukaisesti, että ne liittyisivät tutkimusaiheeseen. Samalla ne kuitenkin eroaisivat hieman teemahaastattelun kysymyksistä, mutta eivät kuitenkaan kokonaan. Kysymysten haluttiin myös olevan rentoja eikä liian virallisia, koska tämän tyyppisessä tutkimuksessa osallistujille oli tärkeää saada heidät tuntemaan olonsa rennoksi. Tarkoituksenani oli saada mahdollisimman henkilökohtaisia ja aitoja vastauksia ilman mitään suodattimia.

Havainnointia suorittaessa sovelluksesta löytyi hidastavia tekijöitä kuten se, että profiileille ei voinut painaa sydäntä loputtomiin. Tällä tarkoitetaan sitä, että sovelluksen käyttäjällä eli

toisin sanoen minulla oli hallussa tykkäysmäärät, jotka oli rajoitettu tiettyyn määrään. Tykkäykset jotka näyttäytyivät sydänten muodossa palautuivat tietyn ajan jälkeen takaisin milloin oli taas mahdollista jatkaa eri profiilien tykkäämisestä. Tavoitteeni oli käyttää päivän aikana niin paljon tykkäyksiä, kuin sovelluksessa oli mahdollista. Tämä johtaisi siihen, että tutkimus tuottaisi mahdollisimman paljon vastauksia.

Tutkimuksen ensimmäisellä viikolla onnistuin saamaan jonkin verran tykkäyksiä, mutta lopulta vain yhdeksän henkilöä vastasi näihin kysymyksiin. Toisella viikolla siirryin valeprofiilin käyttöön ja sovelluksessa muodostui monia pareja itseasiassa paljon enemmän, kuin henkilökohdasta profiilia käyttäessä. Muodostettujen pariin suuresta määrästä huolimatta sain yhtä paljon vastauksia, kuin ensimmäisellä viikolla. Tulos on selitettävissä miesten yleisellä käyttäytymisellä sovelluksessa.

Miehet eivät ole niin valikoivia sen suhteen mille profiilille he pyyhkivät oikealle, eli toisin sanoen he pitävät kaikista profiilista. Siitä huolimatta, että monesta profiilista tykätään niin miehet eivät ole yleensä hirveän kiinnostuneita lähettämään viestiä. Suhteessa siihen kuinka monta paria heille muodostuu. (Lebowitz 2016.)

Kuitenkin tässä tapauksessa suurin syy pieneen vastausmäärään oli luultavasti se, että onnistuin olemaan valeprofiililla sovelluksessa ainoastaan parin päivän ajan ennen kun profiilini poistettiin Tinderistä. Minut poistettiin sovelluksesta, koska liian moni käyttäjä oli tehnyt minusta ilmoituksen. Se päivä kun olin luonut tämän kyseisen valeprofiilin, niin olin valinnut satumanvaraisesti jonkun kuvan verkosta. Tajuamatta sitä, että minun olisi pitänyt pyytää kuvassa esiintyneeltä henkilöltä lupaa hänen kuvansa käyttöön. Kuitenkin tajutessani virheeni otin yhteyttä kuvassa esiintyneeseen henkilöön, mutta valeprofiilini oli jo ehditty poistamaan sovelluksesta.

Tutkimuksesta saatiin kuitenkin yhteensä 18 vastausta, minkä lisäksi netnografiassa esitetyt kysymykset ja molempien profiilien esittelytekstit löytyvät liitteestä 2. Lisäksi valeprofiilissa olevalle naiselle lähetetty viesti löytyy liitteestä 3.

5 Tutkimustulokset ja tulosten analysointi

Tässä luvussa tarkastellaan teemahaastattelusta ja netnografiasta tulleita tuloksia. Tulosten lisäksi esittelyssä on molemmista menetelmien käytöstä tulleita näkemyksiä ja mielipiteitä. Tuloksia päästään analysoimaan kappaleen lopussa.

5.1 Tutkimustulokset

Teemahaastatteluun oli valittu yhteensä kahdeksan ihmistä haastateltavaksi, joista nuorin oli 22 ja vanhin 27-vuotias. Kaikilla haastateltavilla oli jonkinlaista kokemusta Tinderistä, mutta joukosta löytyi pari entistä sovelluksen käyttäjää. Loput kuusi haastateltavaa olivat aktiivisia sovelluksen käyttäjiä. Netnografiaa suorittaessa haluttiin selvittää osallistujilta heidän mielipiteitään ja kokemuksiaan Tinderiin sekä deittailuun liittyen. Tästä havainnoinnin muodosta saatiin yhteensä 18 vastausta.

Teemahaastattelun tulokset

Teemahaastatteluissa selviteltiin haastateltavien mielteitä ja ajatuksia liittyen Tinderiin sekä deittailuun. Lisäksi otettiin selvää heidän verkossa luoduista profiileistaan erilaisissa sosiaalisen median kanavissa ja siitä miten niissä käyttäytyvät. Haastattelujen alussa kerätty alkutieto piti sisällään heidän nimensä, ikänsä ja parisuhdestatuksensa. Nimiä ei kuitenkaan merkitty mihinkään tutkimuksessa, koska siihen osallistuttiin anonyymeina. Sen jälkeen kun heiltä oltiin kerätty nämä tiedot, niin haastattelut saatiin käyntiin.

Teemahaastattelun ensimmäinen teema oli Tinder ja deittailu, joten haastateltavien kanssa käytiin keskustelua sovelluksen vaikutuksesta deittailuun ja siitä millä tavalla se on siihen vaikuttanut. Mahdollisuutena voi kuitenkin olla ettei se ole vaikuttanut siihen millään tavalla. Vastaajilta kysyttiin ensimmäisenä, että milloin he olivat hankkineet tai poistaneet Tinderin. Lisäksi mikäli he olivat poistaneet sovelluksen, niin oliko se lisätty uudestaan? Kaikilla kahdeksalla haastateltavalla oli kokemusta sovelluksen käytöstä, mutta kaksi näistä olivat vanhoja käyttäjiä kuten edellä oltiin mainittu. Nämä molemmat haastateltavat olivat parisuhhteessa, kun loput kuusi olivat sinkkuja. Parisuhhteessa oleminen oli pääosin syy, miksei näitä haastateltavia löytynyt sovelluksesta. Lisäksi suurin osa poistui ja liittyi takaisin sovellukseen edestakaisin. Suurinta syytä hetkelliseen poistumiseen sovelluksesta pidettiin tylsyyttä, minkä lisäksi yhdelle haastateltavalle oli ilmaantunut teknisiä ongelmia ajaen hänet pois sieltä.

Toinen ja kolmas kysymys liittyivät toisiinsa sillä haastateltavilta tiedusteltiin, että mitä heidän mielestään Tinderin tai muiden samankaltaisten deittailusovellusten kautta haetaan. Sen lisäksi haluttiin selvittää, että mitä he itse hakivat sovelluksesta. Haastateltavat olivat suurin osin sitä mieltä, etteivät ihmiset hakeneet sieltä vakavaa parisuhdetta. He mainitsivat ihmisten hakevan sovelluksesta yleensä jotain henkilöä kenen kanssa on mahdollista esimerkiksi rentoutua ja viettää aikaa tai seksuaalista kumppania ilman mitään sitoumuksia, eli toisin sanoen harmitonta ajanvietettä. Tämä oli kaikkien mielipide mutta puolet heistä mainitsivat sen olevan loppujen lopuksi kuitenkin ihmiskohtaista, mitä sieltä haetaan. Nämä haastateltavat mainitsivat ihmisten hakevan välillä oikeasti rakkautta, minkä lisäksi yksi heistä toivoi edellämainitun seikan olevan tosiasia. Sillä hänellä on ystävä, joka on päätenyt kihloihin Tinder parinsa kanssa. Yhteenvetona haastateltavat olivat sitä mieltä että sieltä haettiin pääosin, vain harmitonta seuraa. Sen takia, että sellaisen seuran löytyminen sovelluksesta oli tehty helpoksi.

” No ehkä joittenki mielest voi suhteit hakee. Mut ei mun mielest se ei kuulu mun niiku. Ei oo mun mielest oikee paikka hakee suhteit. ” - 23 vuotias, parisuhteessa

Seuraavaksi otettiin selvää mitä itse haastateltavat hakivat Tinderistä. Tulokseksi paljastui parisuhteen olevan asia, mitä kukaan ei hakenut sieltä. Sovelluksen entiset käyttäjätäkään eivät olleet kiinnostuneita parisuhteen aloittamisesta sieltä löydetyn kumppanin kanssa. Siitä huolimatta, ettei parisuhdetta oikein haettu niin pari haastateltavaa ei pistänyt pahitteeksi päätyä parisuhteeseen sovelluksen kautta. Haastateltavien sovelluksen käytöstä voi vetää johtopäätöksen, mikä on ettei sitä oteta niin tosissaan. Sen sijaan Tinderiä pidetään enemminkin pelinä tai tavallisena sovelluksena muiden joukossa. Lisäksi kuten yksi haastateltava oli maininnut sovelluksen olevan enemmän ” egoboostia” eli toisin sanoen itsevarmuuden lisäämistä varten, jota sovelluksesta saadut kumppanit toivat.

Seuraavat kysymykset liittyivät sovelluksessa oleviin profiileihin. Niissä selvitettiin mikä profiilissa on tärkeämpää persoonallinen esittelyteksti tai silmään iskevä kuva, vai ovatko nämä jutut sittenkin yhtä tärkeitä. Lisäksi haettiin vastausta siihen, onko haastateltavan luoma profiili täysin totuudenmukainen vai jätettiinkö joitain asioita mainitsematta. Puolet haastateltavista olivat sitä mieltä, että esittelytekstit eivät olleet tärkeitä. Sen sijaan he keskittivät huomionsa profiileissa oleviin kuviin. Yksi näistä haastateltavista jopa mainitsi näiden esittelytekstien olevan turhia, minkä lisäksi hän näki ne harhaanjohtavina. Kuitenkin toinen puoli oli sitä mieltä, että teksteillä oli kuitenkin iso rooli mahdollisen kumppanin valinnassa. Nämä

haastateltavat ymmärsivät myös profiilikuvan merkityksen, minkä takia voidaan väittää heidän pitävän profiilikuvaa ja esittelytekstiä yhtä tärkeänä. He ovat sitä mieltä, että nämä asiat tukevat toisiaan sekä ohjaavat valinnan tekemisessä. Kaikilta haastateltavilta jopa kysyttiin jos he valitsisivat sovelluksessa henkilön, jolla on miltei täydellinen kuva vai persoonallinen esittelyteksti. Puolet vastasi tekstillä olevan merkitystä ja vaikuttaisi heidän valintaansa, kun taas toisella puolella esittelytekstiä ei edes vilkaistaisi.

” Rehellisesti noi esittelytekstit on mun mielest aika väsyneit tota. Jengi pistää hirveet vaatimukset siel tiiets itelleen joo, jos sä oot, sitä tätä, tätä, tätä. Et siis mä katon yleensä vaa kuvii ja mul on sillee, et kuvat joo. Sit mä yritän siin kuvan perusteel kattoo, et voisko se olla mun tyyppinen ihmisen ja mä pystyn sanoo, et tota yleensä ne on aika samanhenkisii kene kaa mul tulee matchi ulkonäöltään ja tyyliltään.” - 27 vuotias, sinkku

Seuraavaksi siirryttiin seuraavaan kysymykseen, jossa otettiin selvää vastaisiko heidän Tinder profiili itseään vai onko se enemmänkin liioiteltu kuva. Tämä kysymys jakoi haastateltavat kahteen erilliseen ryhmään edeltävän kysymyksen lailla. Puolet vastasivat heidän profiilinsa olevan totuudenmukaisia kuvia itsestään, jossa mitään ei oltu liioiteltu tai lisätty. Toinen puoli taas oli enemmän sitä mieltä, että profiilissa tuotiin tarkoituksella parhaat puolet itsestään esille mikä täten ei tehnyt siitä totuudenmukaista. Yksi haastateltavista jopa mainitsi, ettei itsestään ole mahdollista tuoda kokonaista kuvaa sovellukseen. Lisäksi he painottivat profiilikuvilla olevan merkitystä, minkä takia ne pitää valita tarkasti ja ajatuksella.

” No siis kylhän sitä aina parantelee omaa kuvaansa sinne, ku laittaa ja mitä sinne laittaa. Ettei mun esittelyteksti nyt oo. No se nyt, ei se must kerro mitään muut, ku et niiku heittäny jotain sinne. Mitä mul siel lukee ” Ihan ok jäbä kunhan oppii tuntee.” sit jotain postinumeroo tyyliin. Ettei se, mut sitte on mul siel Instagrammii ja Spotify sillee, et ne kelaa musamakuu ja niin no Instagramiski nyt sinneki laittaa tietynlaisii kuvia. Et kyl siin ain vähä jotain värikynää itestään tulee. Ei sitä ikinä täysin rehellistä kuvaa voi laittaa.” - 25 vuotias, sinkku

Haastattelu eteni alkukysymyksistä syvemmälle, jossa haluttiin selvittää onko sovelluksella ollut jonkinlainen vaikutus deittailuun ja mitä nämä syyt olivat tai miksi niin tapahtui. Päämääränä oli myös selvittää muutoksen tapahtuessa, miten se näkyy nyky-yhteiskunnassa. Yksi haastateltavista oli sitä mieltä, ettei sovelluksella ollut mitään vaikutusta eikä täten mitään muutosta ollut havaittavissa. Loput haastateltavista olivat kuitenkin sen sijaan sitä mieltä, että sovelluksen saapuminen markkinoille muutti sitä. Sovelluksen tulon myötä deittailun oltiin mainittu olevan nykyään nopeampaa, helpompaa ja rohkeampaa. Kuitenkin nämä eivät olleet ainoita asioita joita oltiin mainittu sovelluksen aiheuttavan, sillä jotkut haastateltavat mainitsivat siitä tulleen tylsempää ja ihmisten muuttuneen valikoivimmiksi. Muutos tapahtui pääosin laajemman valikoiman takia. Suurin osa haastateltavista oli sitä mieltä että sovellus toimi edistyksenä deittailulle, mutta pari haastateltavaa oli kuitenkin täysin eri mieltä.

Osa edellä mainituista asioista tuli kuitenkin esille ristiriitaisena, koska osa haastateltavista näki ne edistyksenä kun toiset taas näkivät sen negatiivisena vaikutuksena deittailuun. Sovelluksen tuoma helppous oli esimerkki asiasta, mikä nähtiin kahdesta näkökulmasta. Osa haastateltavista oli sitä mieltä että siitä oli tullut liian helppoa. Tämän takia ihmiset eivät enää menneet puhumaan kasvokkain henkilölle, vaan sen sijaan he yrittivät saada henkilöä kiinni käyttämällä verkkoa. Ne jotka olivat sitä mieltä, että sovellus teki deittailusta helpomman ja näin ollen paremman perustelivat vastauksensa ihmisten rohkeuden lisääntymisellä. Tämä on johtanut treffeille osallistumisen kynnyksen madaltumisen etenkin niille, jotka ovat luonnostaan vähän ujompia eivätkä esimerkiksi käy niin paljon ulkona.

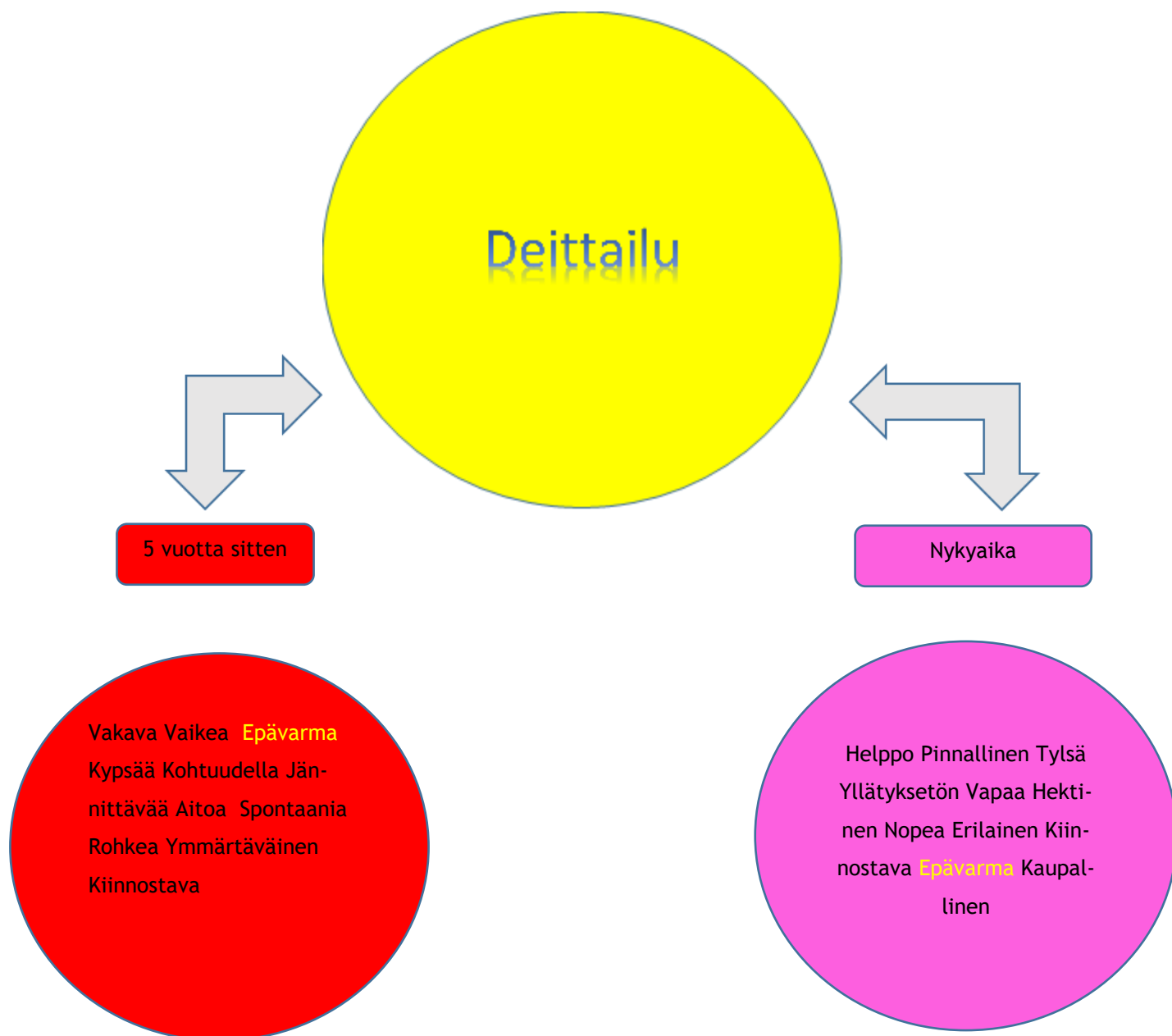
Suurin osa haastateltavista mainitsi sovelluksen aiheuttaman muutoksen näkyvän yhteiskunnassa erilaisten asioiden muodossa. Kuten perinteisten vuorovaikutustilanteiden vähenemisessä, sillä kuten edellä mainittiin kaikkien löytyvän verkosta. Tähän asiaan liittyen yksi haastateltavista mainitsi tämän vaikuttaneen hänen rohkeuteensa, koska ennen hän meni rohkeammin puhumaan henkilölle jota hän piti viehättävänä. Yksi näistä mainituista asioista oli se, että ihmiset eivät enää seurustelleet niin kauan ja tosissaan yhden henkilön kanssa. Sen sijaan nykyään seurustellaan vähän aikaa yhden henkilön kanssa, joka sitten vaihdetaan lyhyen ajan päästä. Lisäksi sen mainittiin näkyvän treffien uudessa muodossa nimeltään ”Tinder-treffit”. Nämä treffit eivät olleet mistään parhaimmasta päästä ja siinä olevat henkilöt eivät olleet tutustuneet toisiinsa kunnolla, minkä huomasi molempien osapuolten kömpelöstä käyttäytymisestä. Kuitenkaan sitä ei aina pystytty todistamaan, jos pari oli sen tyyppisillä deitteillä.

Seuraavat kaksi kysymystä olivat todella tärkeitä, minkä lisäksi niillä oli selkeä tarkoitus ja päämäärä. Kysymyksistä tulleiden vastausten avulla haluttiin saada vertailukohteita ja selvittää minkälaista tutkittava asia oli siihen aikaan. Selvitettävänä oli että minkälaista deittailu

oli ollut viisi vuotta sitten. Tämän lisäksi heitä pyydettiin kuvailemaan sen ajan deittailua kolmella sanalla. Seuraava kysymys oli samanlainen paitsi, että siinä pyydettiin kuvailemaan nykyistä tilannetta.

Sanat joilla deittailua kuvailtiin viisi vuotta sitten olivat vakavaa, vaikeaa, kohtuudella, jännittävää, aitoa, epävarmaa, kypsää, spontaania, rohkeaa, kiinnostavaa, ymmärtäväistä ja rehellistä. Yhden haastateltavan oli vaikea saada ilmaistuksi kolme sanaa joilla kuvailla sen ajan deittailua, joten hän kuvaili sitä omasta näkökulmastaan eikä täten vastannut kysymykseen yleisellä tasolla. Hän vastasi deittailun tapahtuneen baarissa, minkä seurauksesta hän oli yleensä humalatilassa ja se tapahtui siihen aikaan enemmän piireissä. Tällä tarkoitetaan deittailun kohteena olleet kaverit ja heidän lähipiirinsä, joita tavattiin paikoissa kuten esimerkiksi töissä tai koulussa. Muutkin haastateltavat olivat maininneet sen tapahtuneen piireissä. Lisäksi kuten edellä mainittiin deittailun olleen rohkeampaa niin haastateltavat olivat sitä mieltä, että siihen aikaan ihmiskohtaukset tapahtuivat yleensä kasvotusten. Siitä huolimatta, että joitakin sivuja kuten Facebook oli jo olemassa. Tämä seikka kuitenkin vaikeutti deittailua haastateltavien mielestä.

Tämän hetken tilannettakin oltiin pyydetty kuvailemaan kolmella sanalla. Nämä sanat olivat helppoa, pinnalista, tylsää, yllätyksetöntä, vapaata, hektistä, nopeaa, erilaista, kiinnostavaa, epävarmaa ja kaupallista. Sama haastateltava, joka ei saanut edellisessä kysymyksessä ilmaista kolmella sanalla viiden vuoden takaista tilannetta. Kuvaili tämän hetken deittailua enemmän sellaisena ” egoboostailuna”. Lopuksi hän oli muiden haastateltavien tavoin samaa mieltä tarjonnan laajuudesta, mikä tarkoittaa sitä että nykyään on mahdollista tavata enemmän ihmisiä oman tuttavapiirinsä ulkopuolelta pääosin deittailusovelluksia käyttämällä. Tämä on yksi niistä syistä, minkä takia voidaan väittää sen olevan kiinnostavaa nykyään. Haastateltavat olivat myös sitä mieltä, että ihmiset ovat aina olleet pinnallisia ulkokuoren ollessa usein ensimmäinen asia johon kiinnitetään huomiota. Kuitenkin tällä hetkellä ihmisten koetaan olevan pinnallisempia, minkä huomaa esimerkiksi siitä että sovelluksia käyttämällä pari valitaan yleensä ainoastaan ulkonäön mukaan. Laiminlyöden ihmisen luonteen, joka on vaikea määrittää. Yksi haastateltava mainitsi deittailun olevan nykypäivänä liian kaupallista, koska sitä mainostetaan jatkuvasti erilaisia keinoja käyttämällä kuten esimerkiksi videoblogien avulla. Haastateltavat olivat suurin osin samaa mieltä siitä, että nykytilanne on hyvä vaikka huonojakin puolia löytyy riittävästi. Tämän hetkisestä tilanteesta jopa sanottiin sen olevan erilaista mikä tarkoittaa, ettei se ollut välttämättä huonoa muttei myöskään parempaa.



Kuvio 2: Deittailu menneisyydessä ja nykyaikana

Haastateltavilta kysyttiin seuraavaksi kaksi kysymystä, joista ensimmäisessä haluttiin ottaa selvää heidän mielipiteestään koskien deittailua eri aikoina. Heiltä kysyttiin mistä tilanteesta he nauttivat enemmän viiden vuoden takaisesta vai nykyisestä tilanteesta. Mikäli he eivät kuitenkaan osanneet päättää oliko vanha vai uusi tilanne parempi, niin seuraavaksi selvitettiin löytyikö tähän mitään syytä. Toisessa kysymyksessä keskityttiin saamaan selville, jos verkossa tavatun henkilön kanssa on mahdollista seurustella. Ilman ihmisten arvostelua tapaa kohtaan, jolla he ovat tavanneet sekä lopulta menneet yhteen. Nettideittailua on aina pidetty yhteiskunnassa jonkinlaisena stigmana, mutta tämän takia haastateltavien ajatuksia haluttiin saada selville.

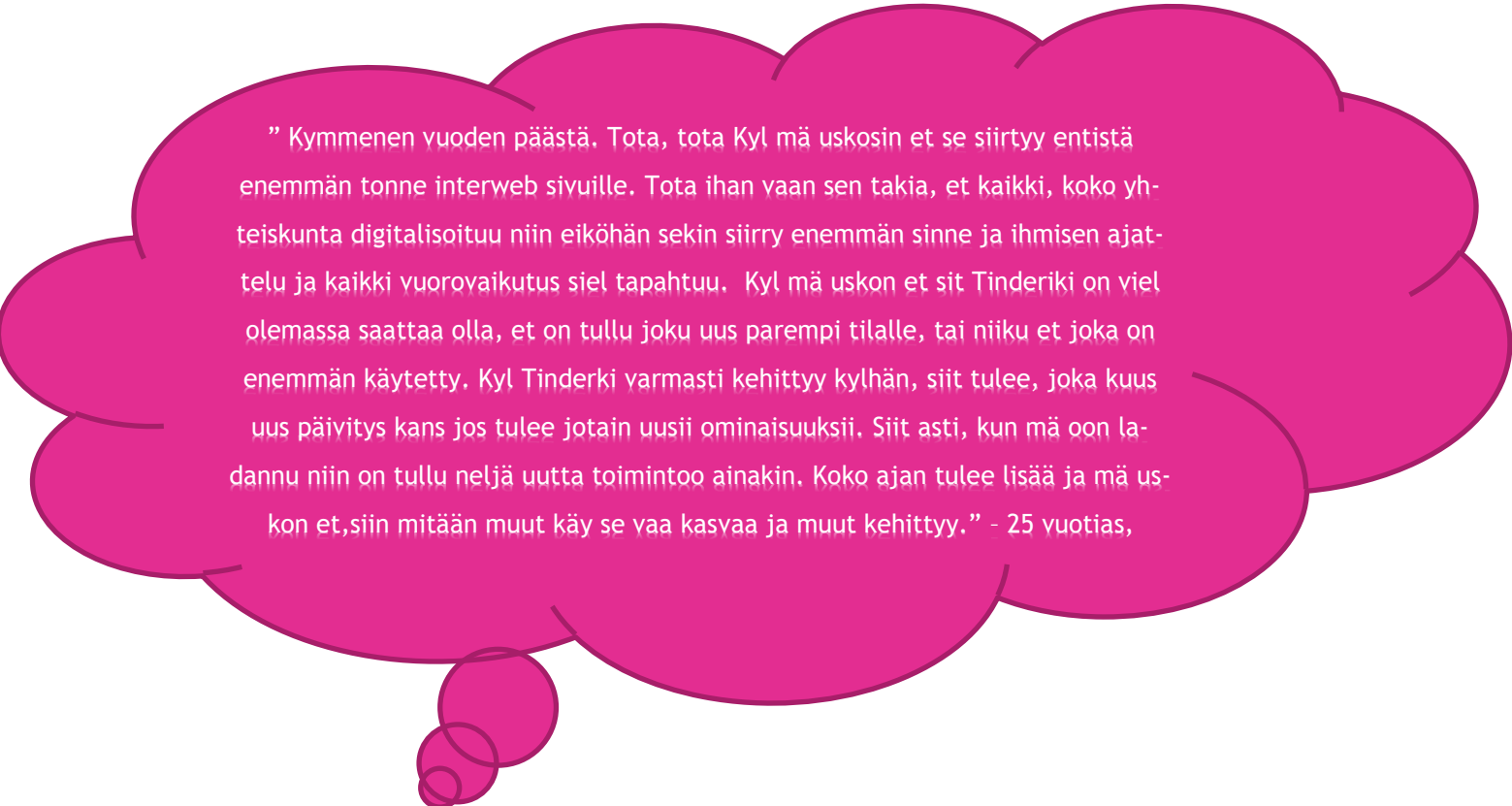
Suurin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että ennen deittailu oli parempaa. Suurimpana syynä tähän oli se, että vaikeuden takia erilaiset tilanteet ja siitä muodostetut suhteet nähtiin aidompina. Kuitenkin siitä huolimatta, että yksi haastateltavista piti enemmän vanhasta tilanteesta niin hän mainitsi Tinderin olevan täydellinen. Mikäli päämääränä ei ole hakea parisuhdetta sovelluksen tarjotessa laajan ja monipuolisen valikoiman mahdollisia kumppaneita. Lisäksi silloin on mahdollista deittailla jokaisen tutun tai ystävän tietämättä asiasta, jos on päätetty olla kertomatta. Yksi haastateltavista piti enemmän nykyisestä tilanteesta, mikä oli kiehtovaa. Tämän henkilön ollessa vanhin haastateltava toisen henkilön kanssa. Kuitenkin heidän mielipiteensä erosivat täysin, koska toinen näistä haastateltavista piti enemmän vanhasta tilanteesta. Tätä tietoa käyttämällä voidaan tehdä yhteenveto siitä, ettei iällä ja vastauksella ole suoraa yhteyttä. Hän piti nykyistä tilannetta yksinkertaisena ihmisten pystyessä lähestymään helpommin toisiaan ensin deittailusovelluksessa tai sitten jossain sosiaalisen median sivuilla. Kaksi muuta haastateltavaa oli sitä mieltä, ettei voi oikein sanoa kumpaa tilannetta pidettiin parempana niiden ollessa pikemminkin erilaisia. Yksi näistä haastateltavista mainitsi, ettei hän edes kokenut deittailun muuttuneen loppujen lopuksi hirveästi. Sen sijaan toinen heistä oli sitä mieltä, ettei sillä ole mitään väliä miten kumppaninsa on tavannut. Tällä viitataan siihen, että tavattiinpa ihminen kasvokkain tai verkossa niin sillä ei ole mitään merkitystä.

Kaikki haastateltavat olivat samaa mieltä siitä, että nettideittailusta aiheutunutta stigmaa ei enää ollut olemassa. Paitsi yksi näistä haastattelijoista painotti sitä, ettei se ollut outoa jos oli tavannut Tinderissä kaikkien käyttäessä sitä nykyään. Kuitenkin jos päättää esimerkiksi käyttää sivua kuten Suomi24, niin silloin leimataan oudoksi ja hyypiöksi. Tämä haastateltava oli sitä mieltä, että ajat muuttuvat ja ihmiset sen mukana. Toinen haastateltavista oli maininnut sen olevan normaalia helppouden takia. Ennen deittailusovellusten saapumista, jos halusi tavata ihmisiä verkon kautta se oli yleensä liian hankalaa ja sitä tehtiin enemmänkin piilossa. Suurin osa oli samaa mieltä tapahtuneesta muutoksesta, sillä ennen tämä stigma oli tosiasia ja näkyvää. Sen huomasi esimerkiksi siitä, kun yksi haastateltava toi esille arvostelleensa ystäviensä kanssa Tinderiä sen saavuttua markkinoille. Hänen mielestään oli hullua, että ihmisiä

tavattiin verkossa ja hän piti nettideittailua aivan naurettavana asiana. Mieliä kuitenkin muuttui ajan kuluessa todistaen huomattavan muutoksen. Kuitenkin kuten edellä oltiin mainittu kaikki olivat samaa mieltä siitä, ettei vanhaa stigmaa enää ollut olemassa. Silti kaksi haastateltavaa ilmaisi olevansa epävarmoja siitä, jos verkon kautta on mahdollista ihastua ja lopulta rakastua.

Tämän teeman viimeisessä kysymyksessä haluttiin saada haastateltavien ajatuksia siitä miltä deittailun tulevaisuus näyttää. Tulevaisuudella tarkoitettiin aikaa 10 vuoden päästä, minkä lisäksi haluttiin selvittää mitä sovelluksille kuten Tinderille aikoo tapahtua. Haastateltavilta myös kysyttiin, mitä joillekin elementeille kuten perinteiselle vuorovaikutukselle aikoo tapahtua ajan edetessä.

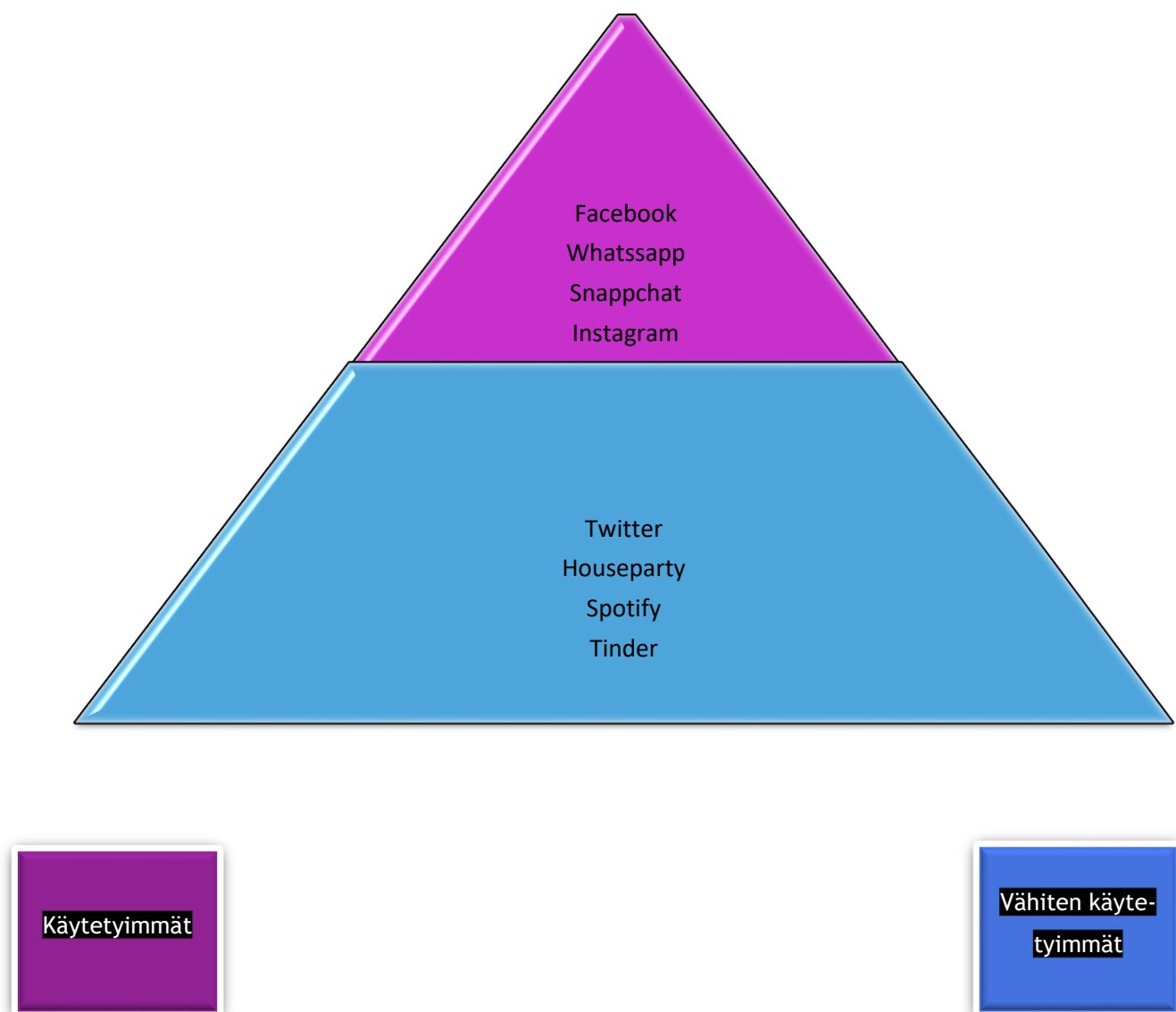
Suurin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että deittailu aikoo mennä digitaalisempaan suuntaan näiden erilaisten sovellusten avulla. Yhdeltä haastateltavalta ei kuitenkaan saatu suoraa vastausta siitä minkälaista deittailu aikoo olla tulevaisuudessa, mutta siitä huolimatta hän oli joistain asioista samaa mieltä muiden osallistujien kanssa. Tinderin vahvistuminen oli asia josta moni oli samaa mieltä, sillä sovelluksen nähdään vain menevän eteenpäin sekä säilyttävänsä asemansa deittailusovellusten kärjessä. Toisessa mahdollisessa skenaariossa mainittiin Tinderin pysyvän markkinoilla, mutta sen tilalle ilmestyisi uusi sovellus. Se ylittäisi Tinderin jokaisella osa-alueella ja täten olisi johtava sekä käytetyin sovellus. Yksi haastateltavista oli melkein samaa mieltä sillä hän yhtyi edellä mainittuun väittämään Tinderin johtoaseman heikkenemisestä, mutta hän painotti syyksi ihmisten kyllästymisen sovellukseen. Lisäksi hän uskoi siihen, että mahdollisten kumppanien haku sovellusta käyttäen aikoo jäädä nuorten tavaksi hakea seuraa. Kaikki olivat samaa mieltä siitä että perinteinen vuorovaikutustilanne ei voi koskaan kadota kokonaan, sillä ihmiset tarvitsevat sitä teknologian kehittymisestä huolimatta. Silti osa haastateltavista mainitsi sen vähenevän teknologian kehittyessä, kun ensimmäinen vuorovaikutustilanne aikoo siirtyä entistä enemmän verkkoon. Tulevaisuus nähtiin valoisana sen suhteen, että esimerkiksi nyt ujommilla henkilöillä olisi mahdollisuus deittailla ja lopulta löytää seurustelukumppaninsa. Teknologian kehityksen kuitenkin uskottiin vaikuttavan myös negatiivisesti deittailuun. Yhden haastateltavan skenaariossa kaikki siirtyy virtuaalimaailmaan eivätkä ihmiset enää tapaa toisiaan, vaan kaikki tapahtuu kotoa virtuaalilaseilla. Lisäksi toinen haastateltava mainitsi pelkäävänsä, että tulevaisuudessa Tinderin kautta saadaan selville ihmisten kaikki tiedot mukaan lukien esimerkiksi hänen ihmishistoriansa eli toisin sanoen kaikki henkilöt joiden kanssa ollaan seurusteltu. Tämä johtaisi siihen ettei keskusteluja enää käytäisi, koska kaikki oleellinen oltaisiin jo käyty läpi sovelluksessa.



” Kymmenen vuoden päästä. Tota, tota Kyl mä uskosin et se siirtyy entistä enemmän tonne interweb sivuille. Tota ihan vaan sen takia, et kaikki, koko yhteiskunta digitalisoituu niin eiköhän sekin siirry enemmän sinne ja ihmisen ajattelu ja kaikki vuorovaikutus siel tapahtuu. Kyl mä uskon et sit Tinderiki on viel olemassa saattaa olla, et on tullu joku uus parempi tilalle, tai niiku et joka on enemmän käytetty. Kyl Tinderiki varmasti kehitty kyhän, siit tulee, joka kuus uus päivitys kans jos tulee jotain uusii ominaisuuksii. Siit asti, kun mä oon lannannu niin on tullu neljä uutta toimintoo ainakin. Koko ajan tulee lisää ja mä uskon et, siin mitään muut käy se vaa kasvaa ja muut kehitty.” - 25 vuotias,

Teemahaastattelussa oli toinen teema, joka oli verkkoidentiteetti sosiaalisen median kanavalla. Tässä teemassa haastateltavien kanssa keskustelun kohteena oli erilaiset sosiaalisen median kanavat, niissä olevat profiilit ja miten sekä minkä takia ne oltiin luotu. Teeman päämääränä oli selvittää miten haastateltavat käyttäytyvät näissä erilaisissa sosiaalisen median kanavissa.

Ensimmäisellä kysymyksellä haluttiin selvittää, mitä sosiaalisen median kanavia haastateltavat käyttivät ja kuinka usein he niitä käyttivät. Sen lisäksi jos heillä oli käytössään monia kanavia, niin miten ne sijoitettiin tärkeysjärjestyksessä. Mainitut kanavat olivat Facebook, Snapchat, Instagram, Whatsapp, Twitter ja Houseparty. Tämän lisäksi yksi haastateltavista mainitsi jopa Tinderin ja Spotifyn, mikä tarkoitti jokaisen heidän käyttäneen useampaa sosiaalisen median kanavaa. Eniten esille nousseet kanavat olivat Facebook, Instagram, Whatsapp ja Snapchat. Osa haastateltavista oli kuitenkin sitä mieltä, ettei Whatsappia voinut pitää sosiaalisen median kanavana. Edellä mainitut kanavat olivat käytetyimpiä ja niitä käytettiin päivittäin. Kaikki eivät kuitenkaan pistäneet kanavia tärkeysjärjestykseen, sen sijaan pari haastateltavaa mainitsi sen riippuvan päivästä mitä kanavaa käytettiin eniten. Näitä kanavia käytettiin pääosin kommunikoimiseen ja ajankuluun.



Kuvio 3: Käytetyt sosiaalisen median kanavat

Seuraavilla kysymyksillä haluttiin selvittää haastateltavien käyttäytymistä sosiaalisen median kanavilla, joihin he olivat liittyneet. Ensimmäisessä kysymyksessä päämääränä oli selvittää, mitä asioita näissä kanavissa tehdään kuten esimerkiksi tarkkailua tai julkaisua. Toisella kysymyksellä haluttiin saada selville, mitä näihin kanaviin julkaistiin vai oliko sen sijaan tehty valinta olla julkaisematta. Kysymykset olivat jollain tavalla yhdistettyjä ja vastaamalla ensimmäiseen, niin oli mahdollista saada vastaus toiseen.

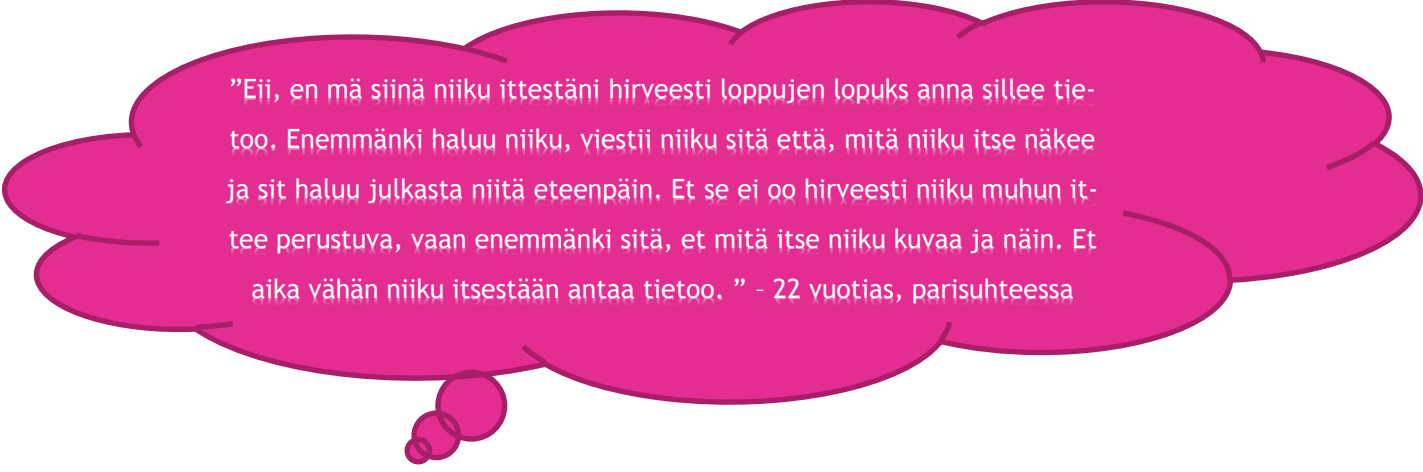
Suurin osa haastateltavista toimi näissä erilaisissa kanavissa tarkkailijana. Tällä tarkoitetaan sitä että näissä kanavissa, vain katsottiin ja tarkkailtiin mitä muut julkaisevat. Kuitenkin erikoistapauksista kuten esimerkiksi lomamatkoihin liittyviä asioita julkaistiin. Julkaisua tapahtui loppujen lopuksi harvoin, minkä lisäksi yksi haastateltava sen sijaan ei pitänyt tarkkailusta sillä hänen mielestään sosiaalisessa mediassa kuvailtu elämä on yleensä illuusiota. Hän mainitsi katsovansa esimerkiksi Snapchatissa ainoastaan läheisten ystäviensä asioita säästääkseen kallisarvoista aikaa, mitä hän menettäisi tarkkaillessaan kaikkia sovelluksessa olleita henkilöitä.

Seuraavaan kysymykseen haastateltavat mainitsivat julkaisevansa pääosin erilaisia linkkejä ja kuvia. Julkaisut riippuivat kanavasta millä tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi Instagramissa ollessa julkaistiin ainoastaan kuvia tai Snapchatissa hauskoja videoita. Eli lyhyesti sanottuna erilaisissa kanavissa julkaistiin erilaisia asioita. Näissä kanavissa ei kuitenkaan julkaistu mitään omakohtaista sisältöä, minkä takia sen voidaan väittää tapahtuneen harvoin. Mielenpitoet ja henkilökohtaiset mietteet olivat asioita, joita haastateltavat eivät julkaisseet näihin kanaviin. Niitä ei pidetty paikkoina, missä avaudutaan sen kaltaisista asioista. Yksi haastateltava mainitsi kuitenkin avautuneen mielipiteistään nuorempana erilaisissa kanavissa, mutta hän oli tajunnut sen olleen virhe tutkiessaan vanhoja julkaisujaan häpeissään.

” Just jotain kuvii lähinnä en mä niiku mitää tilapäivityksii tai jotain linkkei ehkä. Mut sillee kuvii ja linkkei. ” - 23 vuotias, sinkku

Viimeisessä kysymyksessä päämääränä oli selvittää, minkä takia nämä profiilit oli luotu ja mitä niiden kautta haluttiin viestiä ulkomaille. Kaikki haastateltavat pitivät heidän profiilejaan enemmänkin eräänlaisena pintatasona. Pintatasolla tarkoitetaan sitä, että se on vain pieni osa heidän elämästään. Yksi haastateltavista jopa mainitsi, ettei pitänyt sosiaalisessa mediassa olemista tärkeänä. Sen sijaan hän halusi ihmisten muodostavan mielipiteen hänestä heidän tavatessaan kasvokkain. Sosiaalisen median profiiliin ei myöskään lisätty asioita, jotka

saattaisivat olla haitallisia kuten esimerkiksi huonoja kuvia. Kaikkien haastateltavien päämääränä oli julkaista enemmänkin pinnallisia asioita, kuten esimerkiksi iloisia hetkiä. Hirveän henkilökohtaisia profiileja ei löytynyt keneltäkään, missä esimerkiksi paljastettiin kaikki ajatukset ja mietteet. Lisäksi vaikka profiileista ei välitetty hirveästi niitä hoidettiin kuitenkin ajatuksella niiden ollessa jossain määrin peilikuvia parhaista puolista.



”Eii, en mä siinä niiku ittestäni hirveesti loppujen lopuks anna sillee tietoo. Enemmänki haluu niiku, viestii niiku sitä että, mitä niiku itse näkee ja sit haluu julkasta niitä eteenpäin. Et se ei oo hirveesti niiku muhun ittee perustuva, vaan enemmänki sitä, et mitä itse niiku kuvaa ja näin. Et aika vähän niiku itsestään antaa tietoo.” - 22 vuotias, parisuhteessa

Yhteenvetona voidaan sanoa, että haastateltavat uskovat deittailusovellusten pysyvän ja kehittyvän, minkä lisäksi perinteinen kasvokkain tapahtuva vuorovaikutustilanne aikoo pysyä. Ensimmäinen vuorovaikutustilanne aikoo kuitenkin siirtyä todennäköisesti sovelluksiin ja sivustoihin vähentäen kasvokkain tapahtuvia ensikohtamisia. Tinderin vaikutus sosiaalisessa mediassa käyttäytymiseen jäi kuitenkin vähän hämärän peittoon. Pääosin sen takia, että haastateltavat eivät asettaneet mitään painoarvoa näihin kanaviin.

Netnografian tulokset

Tinderissä suoritettu tutkimus oli verkossa suoritettua havainnointia ja se antoi jonkinlaisen pintatason vastauksen vaikka tutkimus sai odottamattoman käänteen, mikä johti vastausten vähäisyyteen. Netnografian oli suunniteltu kestävän 14 päivää, joista ensimmäiset seitsemän päivää osallistuin sovellukseen omalla henkilökohtaisella profiilillani. Toiset seitsemän päivää olin suunnitellut osallistuvani valeprofiililla, jossa profiilikuvana oli oman kuvani sijasta nuoren naisen kuva. Molemmissa profiileissa säädettiin sovelluksessa kiinnostuksen kohteeksi miehet. Tämän takia voidaan todeta vastausten tulleen miehiltä, joilla on erilaisia seksuaalisia suuntautumisia.

Tinder pareja saatiin ensimmäisellä tutkimusviikolla 16 kappaletta ja vastauksia yhdeksän. Toisella tutkimusviikolla sovelluksessa ehdittiin olemaan ainoastaan pari päivää, minkä aikana pareja saatiin yli 50 kappaletta. Vastausten määrä jäi kuitenkin aika vähäiseksi yhdeksän hen-

kilön vastauksella. Vastauksia olisi ehkä saatu enemmän ellei ilmoituksia olisi tehty, mikä lopulta johti valeprofiilin lakkauttamiseen. Vastauksia saatiin kuitenkin yhteensä 18 kappaletta ja eniten vastauksia saatiin 22- vuotialta. Kysymyksiä oli yhteensä kolme kappaletta ja ne oli suunniteltu liittymään deittailuun ja Tinderiin.

Ensimmäisessä kysymyksessä otettiin selvää siitä, minkä takia Tinderiin liityttiin ja mitä sieltä haettiin. Ystävän tai seurustelukumppanin löytyminen on hyvä esimerkki, miksi sovellukseen liityttiin. Lisäksi uteliaisuuttakin voidaan esimerkiksi pitää hyvänä syynä liittymiseen.

Suurin osa vastaajista oli liittynyt Tinderiin eron jälkeen. Muita mainittuja asioita minkä vuoksi sovellukseen liityttiin olivat puhtaasta mielenkiinnosta sovellusta kohtaan, erilaisten suhteiden luomisten kuten seurustelu tai ystävyysuhteiden takia sekä harmittoman ajanvietteen vuoksi. Lisäksi pari vastaajaa olivat sitä mieltä, että sovelluksen välityksellä on helpompi tavata ihmisiä. Tähän lisättiin että sovelluksessa ollessaan heidän ei välttämättä enää tarvitse esimerkiksi käydä baareissa.

” Mä erosin 6 vuoden suhteesta hiljattain, ja koska yöelämässä riekkuminen ei enää niin sytytä ja mun kaveri sai mut ylipuhuttua tähän appiin. Hetken epäröinnin ja naureskelun jälkeen mä sanoin ” okei katotaan mitä tulee ”. Mä haen hauskaa ja harmitonta seuraa kokeilumielessä ja on sitä kyl löytynyt siks mä varmaa liityin. ” - Mies 30 vuotias

Toisessa kysymyksessä haluttiin saada vastaajien ajatuksia liittyen Tinderiin ja deittailuun. Kysymyksessä selvitettiin, että mitä aikaa pidettiin parempana deittailulle. Aika ennen sovelluksen saapumista vai sen jälkeen, minkä lisäksi päämääränä oli selvittää mitä nämä mahdolliset syyt olivat sekä kummasta ajasta pidettiin enemmän. Mahdollisena vaihtoehtona esiintyi myös se, ettei kumpaakaan aikaa pidetty parempana kuin toista.

Suurin osa vastaajista piti nykyaikaa parempana deittailulle sovelluksen ansiosta. Nykyaikaa pidettiin parempana, koska sovelluksen myötä siitä oli tullut helpompaa. Kaikki vastaajat eivät kuitenkaan olleet samaa mieltä sillä yksi heistä oli sitä mieltä, että deittailu oli mennyt huonompaan suuntaan. Hän kuitenkin mainitsi sen olevan parempi vaihtoehto, kuin baariin

lähtö joten hän ei ollut täysin sovellusta vastaan. Tämä oli myös monen muun vastaajan mielipide. He eivät kuitenkaan pitäneet aikaa ennen sovellusta tai sen jälkeistä aikaa huonompaa, kuin toista. He olivat sitä mieltä, että molemmista löytyi huonoja sekä hyviä ominaisuuksia. Esimerkkejä sovelluksen huonoista ominaisuuksista oli sen pinnallisuus ja suhteiden muuttaminen kertakäyttöisemmäksi. Lisäksi voidaan sanoa, että nykyistä aikaa pidettiin vain erilaisena. Sovelluksen vaikutusta pidettiin myös aika vähäisenä, minkä lisäksi sen sanottiin olevan vain yksi treffipalvelu monien sen tapaisten palvelujen joukossa. Tämä oli yhden haastateltavan mielipide asiasta ja lopuksi pari osallistujaa vastasivat heidän deittailunsa olleen niin vähäistä, etteivät he oikein pystyneet vastaamaan kysymykseen. He olivat nuorimpien vastaajien joukossa, sillä he olivat 21 ja 22-vuotiaita. Nämä vastaukset saatiin ensimmäisellä tutkimusviikolla.

” Sanoisin että parempaa, koska kaikilla ihmisillä ei ole aikaa deit-
tailla pitkän kaavan mukaan ja tinderin avulla pystyy tavoittamaan
suuren määrän ihmisiä. ” - Mies 21 vuotias

Viimeisessä kysymyksessä haluttiin selvittää vastaajien mielipide Tinderistä, minkä takia heitä pyydettiin antamaan käyttämälleen sovellukselle arvosanan. Mikäli annettuun arvosanaan oli jokin tietty syy, niin sekin haluttiin selvittää. Ensimmäisellä tutkimusviikolla eniten annettu arvosana oli kolme. Toisella tutkimusviikolla vastaajat antoivat sovellukselle vähän korkeampia arvosanoja, mutta eniten annettu arvosana oli neljä. Suurin osa vastaajista jätti perustelematta, minkä takia he antoivat sovellukselle tietyn arvosanan. Vastaajien joukosta löytyi kuitenkin viisi henkilöä, jotka selittivät syynsä heidän antamalleen arvosanalleen. Perustelun antaneet jakautuivat siten, että ensimmäisellä viikolla heitä oli neljä joten toisella viikolla perustelu saatiin vain yhdeltä osallistujalta. Ensimmäisellä viikolla suurin syy tiettyyn arvosanaan oli sovelluksen toimivuus, mutta sitä ei kuitenkaan pidetty täydellisenä. Sen sijaan se nähtiin liian pinnallisena, minkä lisäksi sovelluksella mainittiin olevan välillä teknisiä ongelmia. Yksi vastaajista lisäsi ettei hän saanut mitään deittailusovelluksia puhelimelleen, minkä seurauksesta hän oli tyytynyt Tinderiin. Toisella viikolla arvosana annettiin lähinnä samasta syystä kuin ensimmäisellä viikolla, jossa ilmaistiin sovelluksen toimivan hyvin mutta siinä olevan kuitenkin pieniä ongelmia.

” Arvosanaksi sovellukselle antaisin 4, kaikista edellä mainituista syistä.
Itse sovellus toimii hyvin, vaikkakin joitakin kehityksiä ja parannuksia toki
voisi olla. ” - Mies 22 vuotias

Pitkän mietinnän ja ohjaajan kanssa käydyn keskustelun jälkeen tulin siihen päätökseen, ettei tuloksista tarvitse tehdä erilaisia kuvioita vastausten jäädessä liian vähäiseksi. Suurin syy vastausten vähäisyyteen oli luultavasti toisella viikolla kohdattu vastoinkäyminen sillä pareja oli tullut runsaasti, mutta arvoitukseksi jäi jos heiltä saatiin vastauksia. Siitä huolimatta netnografia oli toteutettu onnistuneesti.

5.2 Tulosten analysointi

Tämä kappale sisältää tutkimuksesta saatuja tuloksia ja niiden analysointia. Tähän analysointiin ollaan valittu erilaisia menetelmiä. Valitut menetelmät ovat SWOT- analyysi ja tulevaisuuden skenaarioita. Analyysimenetelmä mikä haluttiin alussa suorittaa oli persoonakortit, mutta ne jätettiin tekemättä pitkän pohdinnan jälkeen.

Nämä persoonakortit oltaisiin luotu pääosin netnografiasta saatujen vastausten pohjalta, mutta niiden jäädessä vähäiseksi niin persoonakorttien luominen muuttui liian hankalaksi. Lisäksi ne yritettiin luoda haastattelusta tulleiden vastausten avulla, mikä kuitenkin osoittautui miltei mahdottomaksi. Lyhyesti sanottuna kortit jätettiin pois työstä tiedon puutteen takia.

SWOT-analyysi

SWOT- analyysi tunnetaan myös nimellä nelikenttäanalyysi ja sitä käyttämällä, minkä tahansa hankkeen arviointi on mahdollista. Siinä arvioidaan vahvuuksia (Strengths), heikkouksia (Weaknesses), mahdollisuuksia (Opportunities) ja uhkia (Threats). (Krogerus & Tschäppeler 2012, 12.) Analyysin kohteena voi olla monia asioita kuten oma toiminta koko laajuudessaan, oman toiminnan tai tietyn palvelun ja tuotteen asema sekä kompetenssi. Mikäli analysoinnin kohteena on kilpailija, niin sitä on mahdollista arvioida samoista asioista. Tärkeä asia mikä tulee muistaa on rajata mitä arvioida sen johtaessa siihen, että tuloksista saadaan vertailukelpoisia. Lisäksi analyysistä tulleet vastaukset voivat olla menetelmän eri osa-alueilla samanlaisia. (Lindroos & Lohivesi 2006, 217.)



Kuvio 4: SWOT-analyysi deittailusta nykyään ja sen tulevaisuudesta

Nykyään tapahtuvan deittailun analysointiin valittiin SWOT-analyysi, mikä tunnetaan myös nimellä nelikenttäanalyysi kuten oltiin edellä mainittu. Lisäksi kuten aiemmin selitettiin, mistä osista analyysi koostui niin aihetta tuotiin esille neljästä eri suunnasta.

Tämän päivän deittailussa vahvuksina pidetään sen helppoutta, tarjontaa ja teknologiaa. Ensinnäkin helppoudella tarkoitetaan sitä, että nykyään mikään ei ole hirveän vaativaa kuten esimerkiksi ihmisten kanssa kommunikointi on yksinkertaistunut todella paljon erilaisten sosiaalisen median kanavien ja deittailusovellusten ansiosta. Nykyään tarjonta on laaja ja kattava eikä deittailu enää rajoitu pelkästään tuttava piiriin, vaan seuraa voi hankkia joka puolelta. Teknologiaan tietenkin sisältyy kaikki sovellukset ja sivustot, jotka on luotu deittailun avuksi.

Nykyään deittailua ei kuitenkaan pidetty täydellisenä ja kuten analyysille on ominaista, niin tutkittavasta asiasta löytyi myös heikkouksia. Heikkouksina pidettävät asiat olivat pinnallisuus, kertakäyttöisyys sekä tarjonta mitä pidettiin myös vahvuutena. Pinnallisuus on aina ollut deittailulle ominainen piirre ihmisten kiinnittäessä huomionsa ensimmäisenä ulkonäköön. Tämän takia voidaan sanoa sen olevan ihan normaali asia, mutta nykyään siitä on muodostunut ongelma sillä sitä painotetaan liikaa. Se tulee selvästi esille deittailusovelluksissa, kun päätöksiä tehdään pääosin ulkonäön perusteella. Laaja tarjonta on hyvä olla niin kuin oli

aiemmin mainittu, vaikka se voi samanaikaisesti olla ongelma. Sen johtaessa siihen ettei kukaan halua enää sitoutua sillä uskotaan esimerkiksi siihen, että jostain löytyy aina joku parempi. Lisäksi haluttomuus sitoutua paitsi ehkä yhdeksi yöksi kuvastaa kertakäyttöisyyttä täydellisesti.

Mahdollisuuksina pidettiin uutta teknologiaa ja erilaisia kanavia, jotka voivat olla sovelluksia tai erilaisia sivustoja. Nämä asiat tietenkin liittyvät toisiinsa, koska uuteen teknologiaan kuuluvana asiana pidetään luonnollisesti erilaisia verkossa olevia kanavia. Teknologian kehittymisen myötä nämä erilaiset kanavat tietenkin kehittyvät ja lisääntyvät. Nämä erilaiset kanavat aikovat monipuolisuutensa takia olla kaikille sopivia johtaen siihen, että monen henkilön on siten mahdollista ottaa osaa deittailuun. Kanavien avulla ujommat ihmisetkin saavat rohkeutta esimerkiksi lähestyä henkilöä, josta he ovat kiinnostuneita. Uusi teknologia aikoo mahdollistaa monia asioita ja menetelmiä, jotka aikovat helpottaa deittailua ja täten muovata deittailukulttuuria sekä samalla rikkoa vanhoja sääntöjä.

Nykypäivän deittailulle oli asioita, joita pidettiin uhkina. Nämä asiat olivat perinteisen vuorovaikutustilanteiden väheneminen ja aiemmin mainittu uusi teknologia. Perinteisellä vuorovaikutustilanteella tarkoitetaan esimerkiksi kasvokkain tapahtuvaa sosiaalista tilannetta, jossa ei käytetä mitään digitaalisia apuvälineitä kuten puhelinta. Sen huomattava väheneminen johtaa siihen että deittailusta saattaa kadota tietty elementti, joka on pieni vaikeus ja jännittävyys. Lisäksi tilanteisiin ei tulla enää heittäytymään yhtä helposti kuin aiemmin, mutta sen sijaan ihmisiin tutustuminen siirtyy kokonaan sovelluksiin ja sivustoihin. Tämä johtaa siihen että ihmiset aikovat pitää kaikkea liian helppona ja itsestäänselvyytenä, mikä puolestaan tuo kerta-käyttöisyyden deittailuun. Uusi teknologia on myös sidoksissa edellä mainitun uhan kanssa, koska sovellusten ja sivustojen saapumisen jälkeen suurin osa kommunikoinnista siirtyy verkkoon. Se tuo mukanaan monia uhkia johtaen siihen, ettei ihmisten enää tarvitse edes käydä treffeillä. Kaiken henkilökohtaisten tietojen löytyessä esimerkiksi jostain sivustosta tai sovelluksesta. Eli toisin sanoen teknologian ollessa tietoa, niin liika tieto saattaa tuhota deittailukulttuurin.

Tulevaisuuden skenaariot

Haastatteluihin ja netnografiaan sekä SWOT-analyysiin perustuvalla tiedolla luotiin kuvitteellisia deittailu skenaarioita. Nämä skenaariot ajoittuvat tulevaisuuteen ja niissä pureudutaan kunnolla siihen, miten deittailua ympäröivät asiat aikovat muovautua.

Tinder deittailumaailman huipulla

Ensimmäisessä tulevaisuuden skenaariossa Tinder säilyttää asemansa deittailusovellusten kärjessä, minkä lisäksi se kehittyy jatkuvasti uusilla toiminnoilla. Nämä uudet toiminnot saavat ihmiset olemaan riippuvaisia sovelluksesta, koska se on kaikkia vanhoja sekä uusia kilpailijoitaan valovuosia edellä. Lisäksi sovelluksen menestys aiheuttaa joidenkin kilpailijoiden vetäytymisen markkinoilta.

Tämä johtaa siihen etteivät ihmiset enää käytä muita kanavia vuorovaikutukseen ja kaikki deittailuun liittyvä ensitapaaminen tapahtuu ainoastaan Tinderin välityksellä. Sovelluksen käytön normalisoituessa negatiivinen stigma nettideittailusta, jonka voitiin väittää olevan tosiaasia menneisydessä katoaa kokonaan.

Se nostaa myös deittien määrää huomattavasti. Sovelluksen tuoma helppous saa kaikenlaiset ihmiset innostumaan deittailusta. Vähemmän sosiaalisetkin ihmiset uskaltavat ottamaan osaa deittailuun esimerkiksi. Kääntöpuolella ihmisten halu sitoutua tulee vähenemään, koska tullaan aina uskomaan paremman kumppanin olevan vain yhden pyyhkäisyn päässä. Eli toisin sanoen sovellus tulee helpottamaan deittailua niin paljon, että se aiotaan nähdä tietynlaisena pelinä.

Vallankahva vaihtuu

Toinen tulevaisuuden skenaario oli melkein samanlainen kuin ensimmäinen, mutta tässä skenaariossa esiintyy pieni muutos. Tämä muutos on Tinderin asema, mikä on heikentynyt ja samalla sovellus on menettänyt johtoasemansa.

Tilalle tulee uusi sovellus tai sivusto, joka on kaikin puolin parempi kuin Tinder ja kaikki siirtyvät käyttämään sitä. Sosiaalisen median kanavien ja deittailusovellusten määrä lisääntyy räjähdysmäisesti, mutta Tinder pysyy kuitenkin markkinoilla heikentyneestä asemastaan huolimatta.

Johtoaseman menetykseen löytyy useita syitä, mutta suurimmaksi syyksi voidaan väittää sovelluksen tylsyyttä ja sen kautta tulevaa tietyn kaavan toistamista vuorovaikutustilanteissa. Johtava deittailusovellus tai sivusto on kaikkea, mitä Tinder ei koskaan ollut. Lisäksi ihmisten halutessa kaiken olevan helpompaa, niin deittailu tulee helpottumaan huomattavasti tällä kanavalla. Se tulee helpottumaan niin paljon, että perinteisten vuorovaikutustilanteiden määrä tulee vähenemään huomattavasti. Kaikkien vuorovaikutustilanteiden siirtyessä pääosin tähän

johtavaan kanavaan. Vuorovaikutustilanteet aikovat myös siirtyä muihin sovelluksiin ja sivustoihin, jopa Tinderiin.

Lyhyesti sanottuna skenaario tulee säilymään samanlaisena. Lukuun ottamatta seikkaa, että johtoasemaan nousee uusi sovellus tai sivusto.

Virtuaalimaailman pauloissa

Kolmannessa eli viimeisessä skenaariossa teknologia on kehittynyt niin pitkälle, ettei mikään deittailusovellus tai sivusto toimi enää pääkeinona parien haussa. Teknologian nopea kehittyminen on jättänyt sivustot ja deittailusovellukset menneisyyteen, minkä lisäksi ihmisten korkea halu saada koko ajan jotain uutta voidaan pitää osasyynä näiden muotojen katoamiseen.

Teknologia on edennyt niin pitkälle, että deittailu on siirtynyt kokonaan virtuaalitodellisuuteen. Virtuaalitodellisuudessa ihmiset pääsevät luomaan tavallisen profiilinsa sijasta virtuaalihenkilön, joka edustaa heitä. Tähän virtuaalimaailmaan pääsee kirjautumalla lasien kautta joita käyttämällä henkilön ei tarvitse edes poistua talosta deittejä varten, mikä lisää menetelmän mukavuutta. Lasien käyttö on tehty mahdollisimman yksinkertaiseksi ja kaikki vuorovaikutustilanteet tapahtuvat virtuaalimaailmassa.

Perinteiset deitit jossa tavataan fyysisesti ovat vähentyneet huomattavasti ja suurin osa deittailusta tapahtuu virtuaalimaailmassa, missä on mahdollista tehdä samoja asioita kuin perinteisillä deiteillä. Nämä asiat ovat esimerkiksi elokuvissa tai kahvilassa käynnit. Uuden deittailumenetelmän käyttäjät ovat pääosin nuoria aikuisia.

Ne henkilöt jotka eivät käytä virtuaalilaseja haluavat käyttää menetelmiä joihin he ovat totuneet kuten sivustoja ja deittailusovelluksia, minkä lisäksi heidän mielestään deittailu virtuaalimaailmassa vie pois aitouden tunteen. Samaa mieltä ovat myös ne henkilöt, jotka eivät käytä mitään teknologisia apuvälineitä deittailuun. Nämä henkilöt, jotka eivät käytä virtuaalilaseja pidetään vähemmistönä.

Deittailu tulee helpottumaan ja ihmiset tulevat olemaan rohkeampia, mikä johtaa siihen että virtuaalideiteillä tullaan käymään jatkuvasti. Kuitenkin päinvastoin kuin deittailusovellusten ja erilaisten sivustojen valtaaikana ihmiset sitoutuvat enemmän, mikä syrjäyttää vahvan keräkäyttökulttuurin missä keskitytään hakemaan lyhyempiä suhteita.

Virtuaalimaailma voidaan nähdä todellisena, vaikka se onkin keinotekoinen. Siitä huolimatta kaikki siinä tapahtuvat vuorovaikutustilanteet tuntuvat aidolta. Näiden lasien kysyntä tulee

olemaan jatkuvasti nousussa ihmisten tarpeen säilyessä tavata mahdollisia kumppaneitaan. Lasit pidetään ilmaisina, koska sen halutaan olevan mahdollisia kaikille. Skenaariossa virtuaalilaseja pidetään enemmän positiivisena, kuin negatiivisena asiana deittailun maailmalle. Menetelmän mukavuus, aitous sekä yksinkertaisuus ovat ominaisuuksia, minkä takia se on monien käytössä. Näiden syiden takia se on pääosin syrjäyttänyt muut sähköiset deittailun apuvälineet.

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimus oli jaettu kahteen osaan, jotka olivat teemahaastattelu ja verkossa suoritettava havainnoinnin muoto eli netnografia. Teemahaastatteluun osallistui kahdeksan henkilöä ja netnografiassa saatiin 18 vastausta sovelluksen käyttäjiltä. Tutkimus luotiin heidän vastaustensa perusteella ja sen takia tuloksia ei ole mahdollista yleistää.

Tutkimus sisälsi kaksi laadullisen tutkimuksen menetelmää, joilla kerättiin tietoa osallistujilta. Edellä mainitut menetelmät olivat teemahaastattelu ja netnografia. Näiden tarkoituksena oli tukea ja täydentää toisiaan. Teemahaastattelun kautta tuli tietynlainen näkökulma, jota voidaan pitää ominaisena laadulliselle tutkimukselle kun siihen osallistuneet pääsivät ilmaisemaan mietteitään ja ajatuksiaan keskustelun muodossa. Netnografiassa oli myös jotenkuten samanlainen näkökulma osallistujien ilmaistessa mielipiteitään. Siinä ei kuitenkaan käyty samalla tavalla keskustelua, kuin haastatteluissa oli mahdollista.

Menetelmään olisi ehkä saatu määrällisen tutkimuksen näkökulma, mutta odottamaton tapahtuma vaikutti tutkimukseen. Netnografiassa ei osattu ennakoida vastausten määrää paitsi ensimmäisellä tutkimusviikolla vastausten arveltiin jäävän vähäiseksi. Toisella tutkimusviikolla pareja saatiin runsaasti, joten odotettavissa oli monia vastauksia. Vastaukset jäivät kuitenkin toisella viikolla vähäiseksi aiemmin mainitun odottamattoman ongelman takia.

Teemahaastatteluun osallistuneet olivat jo ennestään tuttuja minulle, mutta sen sijaan kaikki netnografiaan osallistuneet olivat tuntemattomia. Tutuille henkilöille tämänkaltaisista asioista puhuminen on helpompaa, sillä keskusteltavat asiat ovat jollain tasolla henkilökohtaisia. Lisäksi tunnelman ollessa rento ihmiset yleensä avautuvat helpommin kokemuksistaan. Kääntöpuolella haastattelu tutun henkilön kanssa voi vähentää luotettavuutta, mutta mielestäni tuttujen henkilöiden haastattelu oli silti tutkimuksen kannalta parempi. Huolimatta siitä, että yritin saada tutkimukseen yhden tuntemattoman henkilön huonoin tuloksin.

Teemahaastattelussa esiintyneet teemat ja rakenne suunniteltiin huolellisesti ennen tutkimuksen toteutusta. Toisin kuin aiemmin jolloin tutkimuksista saadut vastaukset eivät oikein johtaneet mihinkään ja koko tutkimus oli aloitettava alusta. Tällä kertaa jokainen teema ja siihen liittyvät kysymykset mietittiin kunnolla, minkä lisäksi ennen tutkimuksen toteutusta ne käytiin läpi ohjaajan kanssa. Netnografialle tehtiin sama prosessi paitsi ettei siinä ollut teemoja, mutta siinä olevien kysymysten suunniteltiin menevän samaan suuntaan kuin teemahaastattelussa.

Tutkimuksessa oli ainoastaan yksi analysoija ja se olin minä. Analysointi suoritettiin laadullisen tutkimuksen eri keinoilla, minkä lisäksi tarkoituksena oli tehdä tämä mahdollisimman perusteellisesti.

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyössä aiheena oli deittailu ja deittailusovellus Tinder, sekä sen mahdollinen vaikutus deittailuun. Päämääränä oli saada selville 22-30 vuotiaiden suomalaisten miesten näkökulma siitä, onko deittailu mahdollisesti muuttunut. Tutkimuksissa esiintyi kuitenkin pieni ero sillä toista osaa suorittaessa, mikä oli netnografia niin ikärajaa oli alennettu vuodella eli siinä selvitettiin jopa 21-vuotiaiden näkökulmaa. Vastauksia saatiin kuitenkin vain kolmelta sen ikäiseltä.

Tinder aiheena on todella mielenkiintoinen, koska sovelluksen ollessa ilmiö ja ainutlaatuinen edelläkävijä. Sen voidaan väittää kehittyneen arkipäiväiseksi asiaksi. Tämän lisäksi se on saamaan aikaan käytetyin ja suosituin kanava seuran haussa nykypäivänä.

Opinnäytetyössä tehdyissä tutkimuksissa tavoitteena oli ottaa selvää minkälaisia tunteita ja mielteitä Tinder herättää tutkittavissa. Tutkimuksen tarkoituksena oli saada selville, jos deittailukulttuuri on säilynyt samanlaisena tai muuttunut aikojen saatossa ja millaista se aikoo olla tulevaisuudessa. Tämän takia haastateltavilta kysyttiin minkälaista deittailu oli viisi vuotta sitten ja tänä päivänä. Heiltä myös kysyttiin minkälaista se tulee olemaan tulevaisuudessa, millä tarkoitettiin aikaa kymmenen vuoden päästä. Lisäksi otettiin selvää, jos sovellus oli vaikuttanut käyttäytymiseen sosiaalisessa mediassa.

Tutkimuksen avulla saatiin selville deittailun kokeneen merkittävän muutoksen verrattuna aikaan ennen Tinderiä. Deittailua ennen sovellusta eli viisi vuotta sitten pidettiin aidompana ja jännittävämpänä, mutta samalla sitä pidettiin vaikeampana sekä epävarmempana. Deiteillä ei käyty niin usein, mutta silloin kun niillä käytiin se oli usein henkilön kanssa josta oltiin aidosti kiinnostuneita. Ihmisiin tutustuttiin paikoissa kuten baareissa ja kouluissa, minkä lisäksi uusien ihmisten tapaaminen onnistui yleensä tuttavien kautta.

Tämänhetkinen deittailutilanne koettiin enemmän kertakäyttöisemmäksi, sillä siinä esiintyy yleensä korkea tarve tavata ihmisiä nopeaan tahtiin. Se johtaa tietenkin siihen, ettei kehenkään haluta sitoutua. Sitoutumisen sijasta ihmisten päässä liikkuu nykyään ajatus, että miksi sitoutua kun jostain löytyy aina joku parempi kumppani. Deittailu nykypäivänä oli haastateltavien mielestä pinnallisempaa, kuin yleensä eli todella ulkonäkökeskeistä ja tylsää. Niillä käydään nykyään enemmän, mutta se on pääosin vain itsevarmuuden lisäämiseen. Nykyaikana siitä on tullut arkipäiväisempää, eikä siihen enää suhtauduta samalla innolla kuin ennen. Kääntöpuolella nykypäivän deittailua pidettiin kuitenkin helpompana ja kiinnostavampana. Esimerkiksi ihmisten deittailu oman tuttavapiirinsä ulkopuolelta onnistuu nykyään ongelmitta sovellusten kuten Tinderin avulla. Nettideittailun negatiivisen stigman koettiin olevan vanha

asia, mikä ei enää näkynyt nykypäivänä. Siitä huolimatta parisuhdetta ei kuitenkaan haettu sovelluksesta, koska se nähtiin enemmän pelinä tai väylänä uusien ihmisten tapaamiseen.

Näiden saatujen tietojen avulla voidaan todeta näiden aikojen eroavan täysin toisistaan, minkä lisäksi viidessä vuodessa on ehtinyt tapahtua paljon asioita. Teknologian kehityksen vaikutuksen huomaa, silloin kun näitä aikoja vertaillaan. Asiat jotka ovat pysyneet samanlaisina ovat kiinnostavuus ja deittien tapaamispaikat. Ihmisiä tavataan vieläkin samoissa paikoissa kuten esimerkiksi kahviloissa.

Kiinnostava viisi vuotta sitten ja tänä päivänä tietenkin eroavat toisistaan. Viisi vuotta sitten sitä pidettiin kiinnostavana, koska se oli jännittävää. Lisäksi mikään ei myöskään mennyt kaavan mukaan jonkin yllättävän asian aina löytyessä sieltä. Tämän hetken kiinnostavuudella taas tarkoitetaan valikoimaa, joka on laajentunut valtavasti sekä helpottanut seuran hankkimista oman tuttavapiirin ulkopuolelta tai jopa ulkomailla.

Muutosten koetaan tapahtuneen erilaisten tekijöiden seurauksesta. Teknologian kehittyminen oli deittailukulttuuria muuttava tekijä, joka toi mukanaan tutkittavan sovelluksen eli Tinderin. Sosiaalinen media on toinen tekijä, mikä on vaikuttanut deittailuun. Nämä apuvälineet ovat muuttaneet ihmisten tapoja tavata toisiaan. Ensimmäinen vuorovaikutustilanne tapahtuu nykyään entistä enemmän verkon välityksellä, jonkin sivuston tai sovelluksen avulla.

Deittailutavat eivät ainostaan muuttuneet, vaan asenteetkin kokivat muutoksen. Muutos on tehnyt deittailusta rennompaa, mikä on johtanut siihen ettei deittailuun enää suhtauduta yhtä vakavasti kuin ennen. Sen huomaa siitä että nykyään deiteillä käydään paljon useammin, minkä lisäksi tänä päivänä on tavallista käydä deiteillä monen eri ihmisen kanssa lyhyessä ajassa kuten esimerkiksi viikossa. Teknologiset apuvälineet ovat suuri syy siihen, miksi tämä on mahdollista. Tämän takia voidaan väittää ihmisten muuttuneen vapaamielisemmiksi. Lisäksi deittien päätyttyä ei enää oleteta osallistujien seurustelevan tai pitävän yhteyttä toisiinsa. Deiteillä käydään nykyään enemmän harmittoman hauskanpidon takia.

Tinderin vaikutusta sosiaalisessa mediassa käyttäytymiseen oli vaikea selvittää, sillä haastateltavien ja netnografiaan osallistuneilta ei saatu riittävästi kaivattua tietoa. Esimerkiksi haastateltavien vastausten perusteella mikään ei oikein vaikuttanut heidän käyttäytymiseen sosiaalisessa mediassa, koska erilaisissa kanavissa olevia profiileja pidettiin niin pienenä osana identiteettiä. Eli lyhyesti sanottuna Tinderin vaikutus sosiaalisessa mediassa käyttäytymiseen pysyi hämärän peitossa tiedon puutteen takia.

Tutkimuksessa saatiin selville valtaosan Tinderin käyttäjistä näkevän sovelluksen apuvälineenä, jolla voidaan hakea harmitonta hauskanpitoa. Sovellusta pidetään enemmän jonkinlaisena pelinä, jossa pääsee tapaamaan uusia ihmisiä ja kasvattamaan itseluottamusta mahdollisten kumppanien lukumäärällä. Lisäksi sitä pidetään tavallisena muiden sovellusten joukossa. Tinderiä ei kuitenkaan nähty sopivana seurustelukumppanin hankkimiseen, mutta sellaisen löytymistä sieltä ei myöskään pidetty ongelmana. Sovelluksessa alkunsa saanutta suhdetta pidettiin tavallisena asiana. Haastateltavilta ja netnografian osallistujilta saatiin ristiriitaisia mielipiteitä sovelluksesta, mutta suurin osa piti sitä kuitenkin positiivisena sekä uutena väylänä tavata ihmisiä. Lopuksi voidaan sanoa, että Tinderin tulon myötä Suomeen on syntynyt deittailukulttuuri.

Tutkimuksessa päätettiin ottaa käyttöön kaksi analysointimenetelmää. Ensimmäinen analysointimenetelmä oli tunnettu SWOT-analyysi, mitä käytettiin deittailun nykytilanteen ja sen tulevaisuuden tarkasteluun. Näiden analyysien ja haastateltavien vastausten perusteella luotiin kolme tulevaisuuden skenaariota, mihin suuntaan deittailu on menossa ja miltä se aikoo näyttää. Näissä skenaarioissa tarkoituksena oli mennä astetta pidemmälle ja kuvailla ne mahdollisimman tarkasti, että mitä tulee mahdollisesti tapahtumaan.

Jatkotutkimus

Tutkimuksen päämääränä oli saada selville, jos deittailu oli muuttunut. Haastattelujen ja netnografian perusteella saatiin yksimielinen vastaus, että se on muuttunut. Siitä huolimatta, että muutos tapahtui erilaisten tekijöiden vaikutuksesta niin osa asioista oli säilynyt samanlaisena.

Haastateltavat ja netnografiaan osallistuneet olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä sovellukseen, eivätkä oikein löytäneet sieltä mitään valitettavaa. Pieniä teknisiä ongelmia ja tylsyyttä lukuunottamatta. Näiden tietojen perusteella voitaisiin tehdä jatkotutkimusta kyseisten pienien teknisten vikojen paikkaamiseen. Sen voi tehdä tuomalla jotain uutta sovellukseen tai tehostamalla vanhoja toimintoja kuten tykkäysten jakamista, mikä voisi mahdollisesti ennaltaehkäistä tylsyyttä. Sovelluksen nähtiin myös kehittyvän jatkuvasti, jota pidettiin positiivisena asiana. Teemahaastattelussa tutkittiin haastateltavien profiileja, joita oltiin luotu erilaisiin sosiaalisen median kanaviin. Heidän käyttäytymistään tutkittiin näillä kanavilla. Haastateltavien vastausten perusteella teemaan liittyen voisi kehitellä jatkotutkimuksen, missä käsiteltäisiin asioita kuten verkossa olevia profiileja sekä niiden rooleja tai tapoja miten käyttäytyä sosiaalisessa mediassa. Lisäksi työmaailmaan liittyen voidaan ottaa selvää sosiaalisen median kanavilla olevien profiilien merkityksestä työnantajille. Tulevaisuudessa ja nykyaikana.

Tutkimuksen kohteena olivat Tinderin peruspalvelua käyttävät käyttäjät. Peruspalvelulla tarkoitetaan seuranhakupalvelua. Tutkimuksesta ei kuitenkaan suljettu henkilöitä, jotka käyttivät mahdollisesti sovelluksen lisäpalvelua nimeltä Tinder Social. Heiltä ei vain kysytty, jos he käyttivät sitä. Tämän takia lisäpalvelusta voitaisiin kehittää mielenkiintoinen tutkimus. Siinä voitaisiin esimerkiksi tutkia sen toimivuutta eli onko sen avulla mahdollista saada uusia tuttavuuksia. Lisäksi onko se vaikuttanut jollain tavalla ihmisten tapoihin ja asenteisiin heidän hakiessaan uusia tuttavuuksia.

Tinder aikoo jatkaa laajenemistaan, mikä on tullut osoitettua palvelulla kuten Tinder Social. Asia jota ei kuitenkaan tiedetä on, että mihin suuntaan se aikoo laajentua sillä mahdollisuuksia on lukuisia. Tämän takia olisi kiehtovaa nähdä miten, sitä voisi hyödyntää esimerkiksi työmaailmaan liittyvissä asioissa tai joidenkin tuotteiden myynnissä ja markkinoinnissa. Esimerkiksi aiotaanko työmarkkinoita varten kehittää sellainen sovellus, jossa työhaastatteluun valitaan henkilöitä pyyhkäisyjen avulla kuten Tinderissä.

Lähteet

Aalto, T. Uusisaari, M. 2010. Löydy-Brändää itsesi verkossa. Helsinki: BTJ Finland Oy

Cameron, S. Collins, A. 2000. Playing the love market- Dating romance and the real world. London: Free association books ltd

Dahl, S. 2015. Social media marketing- Theories & applications. London: Sage publication ltd

Eskola, J. Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Osuuskunta Vastapaino

Haasio, A. 2009. Facebook-opas. Helsinki: BTJ-Kustannus

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing Oy

Hirsjärvi, S. Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu- Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press

Ilmarinen, V. Koskela, K. 2015. Digitalisaatio- Yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum media Oy

Juslén, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Hämeenlinna: Talentum Media Oy

Kalliala, E. Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Helsinki: Finn Lectura

Kananen, J. 2014. Netnografia-Verkkoyhteisöjen tutkiminen opinnäytettyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Krogerus, M. Tschäppeler. 2012. Pieni suuri päätösten kirja - 50 toimivinta ratkaisumallia. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy

Leino, A. 2012. Sosiaalinen netti. Helsinki: Infor Oy

Lindroos, J. Lohivesi, K. 2006. Onnistu strategiassa. Helsinki: WS Bookwell Oy

Miles, J. 2014. Instagram Power - Build your brand and reach more customers with the power of pictures. New York: Mcgraw Hill Education

Moilanen, T. Ojasalo, K. Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät- Uudenalaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy

Niemermeyer, R. Seyffert, M. 2004. Motivaatio. Helsinki: Oy Rastor AB

Sydänmaanlakka, P. 2014. Tulevaisuuden johtaminen 2020. Espoo: Pertec consulting Oy

Wilenius, M. 2015. Tulevaisuuskirja-metodi seuraavan aikakauden ymmärtämiseen. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava

Sähköiset lähteet

Allen, S. 31.03.2015. Millennials are the gayest generation. Haettu 14.01.2017
<http://www.thedailybeast.com/articles/2015/03/31/millennials-are-the-gayest-generation.html>

Axelsson, S. & Hakkarainen, M. 20.05.2014. Miltton Creative: Tinder Suomessa/Tinder in Finland. Haettu 14.01.2017
<http://imgur.com/aTNpMhz>

Buxton, M. 21.07.2013. Refinery29: You´ll want to use Tinder´s new feature (even if you don´t want a relationship). Haettu 14.01.2017
<http://www.refinery29.com/2016/07/117440/tinder-social-groups>

Cecconi, E. 18.12.2012. Quora: How does dating differ today than it did 10 years ago? 20 years ago? Haettu 14.01.2016
<https://www.quora.com/How-does-dating-differ-today-than-it-did-10-years-ago-20-years-ago>

Facebook. Sivun tiedot. Haettu 09.04.2017
https://www.facebook.com/pg/facebook/about/?tab=page_info

Gray, E. 20.04.2012. Huffingtonpost: Adult Sexting: Does it help or hurt relationships? Haettu 13.01.2012
http://www.huffingtonpost.com/2012/04/20/adult-sexting-relationships_n_1439404.html

Koskinen, P. 10.04.2012. Kauppalehti: Facebook ostaa Instagramin miljardilla dollarilla. Haettu 10.04.2017
<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/facebook-ostaa-instagramin-miljardilla-dollarilla/Jn63PDMP>

Lampinen, A. 10.12.2014. Demoshelsinki: Vuorovaikutuksen digitalisoituminen muokkaa luottamussuhteita. Haettu 26.12.2016
<http://www.demoshelsinki.fi/2014/12/10/vuorovaikutuksen-digitalisoituminen-muokkaa-luottamussuhteita/>

Lassila, L. 13.07.2014. Menaiset: Tinder mullisti deittailukulttuurin- Toisen tunteiden huomioimiselle ei enää aikaa. Haettu 20.12.2016
http://www.menaiset.fi/artikkeli/suhteet/ihmissuhteet/tinder_mullisti_deittailukulttuurin_toisen_tunteiden_huomioimiselle

Lebowitz, S. 27.07.2016. Businessinsider: There's a key difference in how men and women use Tinder – and it makes the whole experience frustrating for everyone. Haettu 13.03.2017
<http://www.businessinsider.com/difference-in-how-men-and-women-use-tinder-2016-7?r=US&IR=T&IR=T>

Moreau, E. 10.04.2016. What is Instagram anyway? - Here's what Instagram is all about and how people are using it. Haettu 09.04.2017
<https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>

Nations, D. 04.10.2016. What is Facebook? - What Facebook is, where it came from and what it does. Haettu 09.04.2017
<https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>

Neumann, F. 11.01.2013. Dating then and now - The social rules for dating and dating expectations change overtime. Haettu 14.01.2017
<https://www.psychologytoday.com/blog/fighting-fear/201301/dating-then-and-now>

OkCupid. 20.01.2010. The 4 big myths of profile pictures. Haettu 12.04.2017
<https://theblog.okcupid.com/the-4-big-myths-of-profile-pictures-41bedf26e4d>

Ortega, J. 15.02.2016. The Tinder Stable Marriage Problem. Adam Smith Business School. University of Glasgow. Haettu 20.12.2016
https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=SCW2016&paper_id=177

Pohjanpää, K. 29.09.2013. Satenkaariperheet tuovat väriä tilastoihin. Haettu 15.01.2017
https://tilastokeskus.fi/artikkelit/2013/art_2013-09-23_001.html

Ruckenstein, M. 30.09.2016. Kuritettavaa teknologiaa. Haettu 13.01.2017
<http://www.tiedetoimittajat.fi/tag/teknologia/>

Tinder Team. 15.11.2015. Tinder Blog: Introducing More Genders on Tinder. Haettu 22.12.2016
<http://blog.gotinder.com/genders/>

Murto, R. 01.08.2014. Näin nettideittailun uusi aalto valtasi Suomen. Haettu 06.01.2017
<http://www.hs.fi/nyt/art-200002749965.html>

Kuviot

Kuvio 1: Tutkimusongelma	10
Kuvio 2: Deittailu menneisydessä ja nykyaikana	34
Kuvio 3: Käytetyt sosiaalisen median kanavat	38
Kuvio 4: SWOT-analyysi deittailusta nykypäivänä ja sen tulevaisuudesta	44

Liitteet

Liite 1: Teemahaastattelulomake.....	60
Liite 2: Netnografialomake.....	62
Liite 3: Sähköposti	64

OHJE

Liiteluettelosivulla on osanvaihto ennen sivunvaihtoa. Näet osanvaihdot laittamalla kappalemerkit näkyviin (¶ Aloitus-välilehdeltä). ([OHJEVIDEO](#))

Jos liitteitä ei ole, on liitesivu poistettava:

- avaa ylätunniste kaksoisklikkaamalla sivun yläosassa
- poista teksti Liite 1 - seuraavan sivun ylätunnisteesta
- palaa takaisin tekstiin
- poista liitesivut
- mene johdantosivun ylätunnisteeseen ja laita päälle valinta ”Erilainen ensimmäinen sivu.

Jos liitesivut poistetaan poistamatta ylätunnisteen liitetekstiä, näkyy Liite 1 -teksti jokaisella raportin sivulla.

Kun työssä on enemmän kuin yksi liite, liitteen numerointi ylätunnisteeseen korjataan seuraavasti ([OHJEVIDEO](#)):

- tee viimeisen liitesivun loppuun osanvaihto (Sivun asettelu - Vaihdot - Seuraava sivu)
- poista linkitys edelliseen osaan seuraavasti
 - avaa uuden osan ylätunniste
 - napsauta Linkitä edelliseen
 - kirjoita ylätunnisteeseen uuden liitteen numero (esim. Liite 2)
 - palaa takaisin tekstiin
- Lisää uuteen liitesivuun otsikko
 - valitse Viittaukset ja Lisää otsikko
 - valitse otsikkolajiksi Liite ja kirjoita Lisättävä otsikko kenttään liitteen otsikko
 - päivitä Liitteet luettelo.

Liite 1: Teemahaastattelulomake

Teemahaastattelun kysymysrunko

Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Taustatiedot

Haastateltavina ovat miespuoliset henkilöt, jotka kuuluvat 22-30 vuotiaiden ikähaarukkaan, koska he deittailivat ennen erilaisten sovellusten, kuten Tinderin saapumista markkinoille. Lisäksi haastateltavana ovat ainoastaan miehet, koska tutkimuksessa tuodaan esiin heidän näkökulmastaan. Ennen haastattelun toteutusta pitää varmistaa, jos haastateltava suostuu äänitykseen ja heidän nimiään ei merkitä ylös tutkimuksessa. Sen sijaan heidän ikänsä ja suhdestatusensa on asia, jotka mainitaan tutkimuksen yhteydessä.

Haastateltavan alkutiedot

- Ikä
- Suhdestatus

Tinder ja Deittailu

- Milloin on hankittu? Onko poistettu ja lisätty sitten uudestaan? Entinen käyttäjä?
- Mitä sinun mielestäsi Tinderin tai muiden deittailusovellusten kautta haetaan? Miksi? Onko siihen joku syy miksi sitä haetaan?
- Mitä sinä haet palvelusta/Mitä sinä hait palvelusta? Miksi? Onko siihen joku syy?
- Valitsetko Tinder parin ulkonäön vai luonteen perusteella? Kiinnostaaako sinua enemmän henkilön profiilikuva tai persoonallinen esittelyteksti? Miksi?
- Vastaako sinun luoma profiili itseäsi Tinderissä? Miksi vastaa tai ei vastaa?
- Millä tavalla deittailusovellus, kuten Tinder on vaikuttanut deittailuun? Miksi se on vaikuttanut siihen? Millä tavalla se on sitä muuttanut? Näkyykö muutos nyky-yhteiskunnassa?
- Minkälaista deittailu oli 5 vuotta sitten? Mitkä 3 sanaa, kuvaavat deittailua silloin? Miksi?
- Minkälaista deittailu on tällä hetkellä? Mitkä kolme sanaa kuvaavat deittailua nyt? Miksi?
- Mistä te itse pidätte enemmän ennen vai nykyisestä tilanteesta? Miksi? Ellei voi sanoa minkä takia toinen on toista parempi, niin onko siihen syytä?
- Onko nettideittailun luoma vanha negatiivinen stigma vielä tosiasia tänä päivänä? Minkä takia se on sitä tai ei ole?
- Minkälaista deittailu aikoo olla 10 vuoden päästä? Miksi? Mitä deittailusovelluksille, kuten Tinderille käy? Katoaako esimerkiksi jotain elementtejä, kuten perinteinen vuorovaikutus tilanne?

Verkkoidentiteetti sosiaalisen median kanavalla

- Mitä sosiaalisen median kanavia käytätte? Kuinka usein? Mikäli käytätte enemmän kuin yhtä kanavaa niin mitä käytätte eniten? Miten pistäisitte ne tärkeysjärjestyksessä (missä olette eniten)?
- Mitä erilaisia asioita teette sosiaalisen median kanavassa/kanavissa? Esimerkiksi julkaiseteke vai tarkkailette muiden julkaisuja vai molempia? Jotain muuta? Miksi?
- Mitä yleensä julkaiset sosiaalisen median kanavaan/kanaviin? Miksi? Miksi et julkaise?
- Mitä haluat viestiä itsestäsi luotujen sosiaalisen median profiilin tai profiilien avulla sosiaalisen median kanavassa/kanavissa? Miksi?

Liite 2: Netnografialomake

Netnografia

Netnografiassa tarkkaillaan ja päämääränä on päästä vuorovaikuttamaan miespuolisten henkilöiden kanssa, jotka kuuluvat 21-30 vuotiaiden ikähaarukkaan. Ikähaarukka oltiin päätetty samasta syystä kuin teemahaastattelussa, joka oli se, että he deittailivat ennen erilaisten sovellusten, kuten Tinderin saapumista markkinoille.

Tutkimuksen vuoksi tutkija liittyi itse seuranhaku palvelu Tinderiin havainnoinnin ja sen takia, että hän pääsee kommunikoimaan miesten kanssa, joiden kanssa hänelle muodostuu ”match”, mikä mahdollistaa sen, että he voivat keskustella. Tutkimuksessa keskitytään ainoastaan miehiin, samoista syistä, kuin teemahaastattelussa, koska tutkimuksessa tuodaan asiat julki heidän näkökulmastaan.

Nämä asiat, jotka tuodaan netnografiassa julki voivat, kuitenkin olla erilaisia teemahaastattelun osallistuvien kanssa, sillä tutkittavana on miehiä, jotka voivat olla kiinnostuneita samasta sukupuolesta tai molemmista. Tutkittavien nimiä tai heidän parisuhdestatustaan ei, myöskään julkaista tutkimuksessa, sillä ne eivät ole tärkeitä. Ainoastaan heidän ikänsä aiotaan merkitä.

Netnografiaan osallistujien alkutiedot

- Ikä

Netnografiassa esitetyt kysymykset

1. Miksi olet liittynyt Tinderiin? (Esimerkiksi haetko ystäviä tai kumppania)
2. Miksi deittailu on parempaa vai huonompaa Tinderin tulon myötä?
3. Minkä arvosanan antaisitte sovellukselle 1-5? (1=huono, 5=täydellinen)

Esittelytekstit Tinderissä

Profiili

Hei!

Olen opiskelija Laureasta en ole etsimässä seuraa vaan teen opinnäytetyöhöni kuuluvaa tutkimusta, johon kuuluu miespuolisten Tinder käyttäjien pienimuotoinen utelu, joten jos olette kiinnostuneita auttamaan miestä hädässä, niin arvostaisin tekoanna.

Huomio: NIMIÄ EI MAINITA TUTKIMUKSESSA!!

Valeprofiili

Hei!

Olen miespuolinen opiskelija Laureasta en ole etsimässä seuraa vaan teen opinnäytetyöhöni kuuluvaa tutkimusta, johon kuuluu miespuolisten Tinder käyttäjien pienimuotoinen utelu, joten jos olette kiinnostuneita auttamaan miestä hädässä, niin arvostaisin tekoanne.

Huomio: NIMIÄ EI MAINITA TUTKIMUKSESSA!!

Liite 3: Sähköposti

Hey, Sage

Hello my name is Julien Oyer and I am a 24 year old man from Helsinki Finland. I study at Laurea which is a University of applied science located in a district called Leppävaara.

The reason why I´m contacting you all the way from Finland is because I am doing my final work at school. In my work I join in Tinder for two weeks and during that time the first week I´m with my own profile however the second week I am as woman. And I found your picture in google so I took your picture and have use it since tuesday without realizing I didn´t ask for your permission for using your picture. That is why I´m asking you if it is possible for me to use your picture or should I take it down? Also I am sorry that I used without contacting you first. However I am waiting eagerly for your response and also have a nice weekend.

Yours truly, Julien Oyer