

Opinnäytetyö AMK

Diakin viestinnän koulutusohjelma

Journalismi

2012

Pauliina Tamminen

SOSIAALINEN MEDIA JA PAINOTUOTESUKUPOLVI

– millaisia merkityksiä ja arvotuksia kirjallisen
sivistyksen aikana kasvaneet internetin käyttäjät
antavat sosiaaliselle medialle?



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Viestinnän koulutusohjelma | Journalismi

Kevät 2012 | s. 76

Ohjaaja Samuel Raunio

Pauliina Tamminen

SOSIAALINEN MEDIA JA PAINOTUOTESUKUPOLVI – MILLAISIA MERKITYKSIÄ JA ARVOTUKSIA KIRJALLISEN SIVISTYKSEN AIKANA KASVANEET INTERNETIN KÄYTTÄJÄT ANTAVAT SOSIAALISELLE MEDIALLE?

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia vuosien 1937–1980 välillä syntyneiden internetin käyttäjien suhdetta sosiaaliseen mediaan ja arvioida, millaisia merkityksiä ja arvotuksia he palveluille antavat. Tutkittavan ikäryhmän edustajia yhdistää vahva yhteys kirjalliseen sivistykseen ja kirjalliseen julkisuuskäsitykseen. Enemmistö tutkittavista henkilöistä oli syntynyt ennen 1960-lukua, joten tutkimustuloksienkin voi katsoa kuvaavan parhaiten heidän ikäryhmäänsä.

Empiirisen tutkielmani aineistona on käytetty ET-lehden verkkosivustolla, nettiET-sivustolla olleen kyselytutkimuksen vastauksia. Vastaajia oli kaikkiaan 314 henkeä. Vastaajista otettiin lähempään tarkasteluun tutkielman kannalta iän puolesta sopiva 96 hengen ryhmä ja vastauksia tulkittiin määrällisesti. Kysely oli esillä nettiET-sivustolla kevättalvella vuonna 2012. Tutkielmaan on haettu perspektiiviä ja näkökulmaa joukkoviestinnän historiasta ja mediatutkimuksesta, erityisesti mediasukupolvi- ja julkisuuskäsityksestä.

Kyselytutkimuksen tuloksissa korostui ihmissuhteiden merkitys vastaajille: sosiaalista mediaa käytettiin ihmissuhteiden ylläpitämiseen sekä pinnallisesti, että syvällisemmällä tasolla. Osin sosiaalinen media oli korvannut vanhempia viestintävälineitä ja osin se auttoi tilanteessa, jossa viestiminen ei olisi muiden viestimien välityksellä mahdollista.

ASIASANAT:

Sosiaalinen media, empiirinen tutkimus, vuorovaikutteinen media, kyselytutkimus, kvantitatiivinen analyysi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor of Applied Sciences | Journalism

Turku autumn 2012 | 76 pages

Instructor Samuel Raunio

Pauliina Tamminen

SOCIAL MEDIA AND PRINTED PUBLICATION GENERATION – WHAT MEANINGS AND VALUE THE INTERNET USERS BORN IN THE ERA OF LITERACY SOPHISTICATED GIVE TO SOCIAL MEDIA?

The purpose of this empiric research was to examine the meanings and values given to social media by the printed publication generation. The target group was born between years 1937–1980. The members of the researched group are connected to each other by a strong bond to literary culture and a literary conception of publicity. In order to understand the results of this study one must know that the vast majority of the target group was born before the 1960's and therefore also the results tell us more about that age group, not so much the younger ones.

Data for this study was collected by an Internet survey that had 314 participants. Out of this number a group of 96 persons was picked up by their birth year. The results were analyzed in quantitative manner. Also the 314 persons' answers have been analyzed in quantitative manner and the results have been compared with the results of the target group of the 96 answerers. The results between these two groups were somewhat similar, the age didn't seem to make any difference. The survey was published on nettiET-web page, the Web site of ET-magazine. The perspective to this study has been found by looking at things from the point of view of mass media history and media research, as well as the conception of media generation.

The final result of this thesis was that people mostly wanted to connect with their friends and relatives through social media. In general the target group was not too eager to find new online contacts. The results of the study show as well that human relations were the most popular topic in discussion forums. Social media had partly replaced older media like letters. It had also enabled communication in situations where the traditional face to face communication wasn't possible, for example because of hearing defect.

KEYWORDS:

Social media, empiric research, internet survey, interactive media, quantitative analysis

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 SOSIAALISEEN MEDIAAN LIITTYVIÄ KÄSITTEITÄ	4
2.1 Kyselyyn vastanneiden profiili	6
3 VUOSIEN 1937–1980 VÄLILLÄ SYNTYNEIDEN MEDIAMENNEISYYS	11
3.1 Sosiaalinen läsnäolo sosiaalisessa mediassa	14
3.2 Internetin anonyymit – uhka ja mahdollisuus	16
3.3 Onko bittitodellisuus totta – onko virtuaaliminä oikeasti olemassa?	22
4 KESKI-IKÄISTEN HAASTEET	27
4.1 Muutokset julkisuuskäsityksessä	29
4.2 Tuottaja, käyttäjä ja julkkis	31
4.3 Iän yhteys netinkäyttöön	33
5 SOSIAALINEN MEDIA JA DEMOKRATIA	37
5.1 Ruohonjuuritaso muokkaa maailmaa	39
5.2 Demokratia ja teknoapartheid	40
6 SOSIAALISEN MEDIAN MERKITYKSIÄ	45
6.1 Keskustelupalstojen imu: toiset ihmiset ja ajankuluttaminen	47
6.2 Vastaajien suhde yhteisöpalveluihin	50
7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	56
7.1 Verkkokeskustelujen merkitykset	57
7.2 Sosiaalisen median vaikutus puhelimen ja sähköpostin käyttämiseen	60
7.3 Tulevaisuuden sosiaalinen media ja uudet tutkimusaiheet	61
LÄHTEET	64
LIITTEET	70
Liite 1: Kyselytutkimus	70

1 JOHDANTO

Olin kesällä 2011 työharjoittelussa ET-lehdessä. Työskentelin pääasiallisesti lehden verkkosivuilla, nettiET-sivustolla, jonka keskustelupalstat ovat suhteellisen vilkkaita ja niillä on omat vakiokäyttäjensä. Työharjoittelun innoittamana mietin tuona kesänä paljon ikäihmisten internetin käyttöä; onhan ET-lehti suunnattu yli 60-vuotiaille. Tein tuohon aikaan myös mielenkiintoisen huomion K-kaupan ilmoitustaululla, jossa asiakkaat saavat kysyä tuotteisiin liittyviä asioita kaupan henkilökunnalta. Seinällä oli tärisevällä, vanhalla kaunokirjoituksella kirjoitettu kysymys, jossa kysyttiin mistä kirjoittaja saisi tilattua Pirkka-lehden. Arvioin kysyjän käsialan perusteella noin 80-vuotiaaksi. Kaupan antama ytimekäs vastaus kuului: ”Www.pirkka.fi, sivun alakulma, palaute”. Tulin ajatelleeksi, että jos veikkaukseni iästä meni oikein, todennäköisesti kysyjä ei hyödy vastauksesta. Kuitenkin tiesin, että osa vanhemmasta väestä on kuin onkin onnistunut löytämään tiensä verkkoon, olivathan nettiET-sivuston keskustelupalstat siitä hyvänä todisteena. Samalla huomasin, että vanhempien netinkäyttäjien suhdetta sosiaaliseen mediaan ei puida läheskään yhtä innokkaasti kuin lasten. Päätin, että kirjallisen sivistyksen aikana kasvaneiden käyttäjien suhteessa sosiaaliseen mediaan olisi ainesta opinnäytetyöksi.

Empiirisen tutkielmani ydinkysymys hioutui suunnitelmaksi selvittää, millaisia merkityksiä ja arvotuksia kirjallisen sivistyksen aikana kasvaneet käyttäjät antavat sosiaaliselle medialle. Tutkielman aineisto on hankittu kyselytutkimuksen avulla, joka oli nettiET-sivustolla esillä kevättalvella 2012. Kyselytutkimus oli esillä sivustolla 1,5 kuukauden ajan ja kyselyyn tuli kaikkiaan 314 vastausta. Tutkittavaksi ryhmäksi valikoitui iän perusteella vastaajat, jotka olivat syntyneet vuosien 1937–1980 välillä. Valtaosa tutkittavan ryhmän henkilöistä oli kuitenkin syntynyt jo ennen 1960-lukua, 1950-luvulla tai aiemmin.

Suomalaisten mediamaailma ja julkisuuskäsitys on liittynyt vahvasti painettuun sanaan aina 1950-luvun loppuun saakka, minkä vuoksi suomalaiset on ollut pitkään helppo jaotella erilaisiin mediasukupolviin. Painetun sanan aikakauden jälkeen 1960-luvulta eteenpäin syntyi televisiosukupolvi, jota seurasi 1980-luvun jälkeen syntynyt videosukupolvi. Television parissa kasvanut sukupolvi sai kuitenkin vielä voimakkaasti vaikutteita kirjallisesta kulttuurista ja visuaalinen mediakulttuuri sai merkittävämpää jalansijaa vasta 1980-luvulta lähtien. Vasta 1990-luvulta saakka nuoriso voidaan luokitella internetsukupolviin. (Herkman 2010, 64.)

Opinnäytetyöni etenee siten, että käsittelen ensin yleisesti sosiaaliseen mediaan liittyviä termejä ja käsitteitä, sen jälkeen kerron verkossa harjoitetun viestinnän sosiaalisuudesta. Seuraavaksi luon katsauksen viestinnän historiaan, jossa käsittelen tarkemmin tutkittavien mediasukupolvia ja julkisuuskäsityksiä, josta etenen teemaan, sosiaalinen media ja demokratia. Olen pyrkinyt selvittämään sitä, miten käyttäjät kokevat internetissä saamansa julkisuuden? Onko suhde julkisuuteen luonteva ja hyväksyvä, vai häiritseekö se käyttäjiä? Yhtäältä olen myös kysynyt, miten käyttäjäryhmä kokee muut ihmiset verkossa. Yritetäänkö sosiaalisen median avulla saada yhteys vanhoihin koulukavereihin vai pyritäänkö sen avulla tavoittamaan pikemminkin uusia tuttavuuksia?

Opinnäytetyön loppupuolella kokoan yhteenvedon ja päätelmät kyselytutkimuksen tuloksista. Kyselyyn käytettiin alustaa, joka tekee automaattisesti tilastot vastauksista, joten kokonaisvastausmäärästä (314) sain tilastot valmiina. Tutkittavan ryhmän vastaajien (96) tilastot on laskettu itse Exceliä apuna käyttäen. Analysoin saamiani tuloksia määrällisesti ja tein niiden perusteella johtopäätöksiä. Tuon analyysissa esiin sosiaaliselle medialle annettuja merkityksiä ja arvoituksia, jotka osoittautuivat hyvin ihmisläheisiksi, sosiaalisiksi.

Lähestyn tutkielman aihetta mediatutkimuksen ja joukkoviestinnän tutkimuksen näkökulmista. Joukkoviestinnän osalta olen keskittynyt lähinnä joukkoviestinnän

historiaan, ja sen avulla pyrkinyt ymmärtämään kohderyhmän rooleja suomalaisen yhteiskunnan mediatarinoissa.

2 SOSIAALISEEN MEDIAAN LIITTYVIÄ KÄSITTEITÄ

Sosiaalisella medialla tarkoitetaan verkkopalveluja, joissa käyttäjät ovat sekä sisällöntuottajia, että kuluttajia. Sosiaalisen median käsite tuli tunnetuksi vuoden 2005 tienoilla, mutta jo aiemmin oli olemassa määritelmään sopivia palveluja, kuten esimerkiksi IRC (Internet Relay Chat) ja keskustelupalstat. Sosiaalinen media -termiä alettiin käyttää kuitenkin vasta myöhemmin, määritelmään sopivien palveluiden ja ohjelmien yleistyttyä. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 13–16.) Sosiaalisessa mediassa viestinnän tarkoitus on olla vuorovaikutuksessa toisten käyttäjien kanssa tekniikan luomien mahdollisuuksien mukaan, ja luoda sen avulla yhteistä ymmärrystä ja yhteisiä merkityksiä (Säntti & Säntti 2011, 17).

Nykyisin usein käytetty uusmedia-termi liittyy niin ikään olennaisesti sosiaalisen median kehittymiseen. Uusmedia-sanalla viitataan digitaaliseen mediaan, esimerkiksi sanomalehtien digitaalisiin versioihin, jotka ovat luettavissa verkosta. Uusmedia sai alkunsa 1990-luvulla, jolloin se kävi läpi kokeiluvaihetta, josta se eteni esikaupalliseen vaiheeseen. Esikaupallisen vaiheen jälkeen se valui hiljalleen tavallisenkin kuluttajan työpöydälle, korvaamaan muun muassa perinteistä paperilukemistoa. Tietokoneiden yleistyessä uusmedia tuli entistä laajemmalle yleisölle tutuksi ja sen suosio sai osittain jopa hysterian piirteitä. Neljästä kehityskaskelta alettiin kutsua nimellä Web 2.0, joka merkitsee sosiaalista mediaa tai vertaismediaa. (Simanowski 2008, 75 ja Sirkkunen 2008, 350 Jaakkolan mukaan 2010, 38.)

Web 2.0 puolestaan viittaa teknologioihin, jotka mahdollistavat sosiaalisen median palvelut (Meriranta 2010, 238). Maarit Jaakkola (2010) käyttää termiä myös kuvaamaan millenniaalien julkisuuskäsitystä, josta kirjoitan luvussa 4 lisää. Termillä ei ole yksiselitteistä merkitystä, mutta tässä tutkielmassa sanalla viitataan edellä mainittuihin merkityksiin. Web 2.0 on saanut seuraajia sellaisista käsitteistä kuin education 2.0, enterprise 2.0 ja journalism 2.0. Tämä 2.0-alkuisten käsitteiden keksimisen runsaus kuvastaa kasvavaa kiinnostusta

verkon vuorovaikutteiseen luonteeseen; kaikessa halutaan hyödyntää verkon sosiaalisuutta. (Majava 2006, 87.) Web 2.0 -teknologia onkin tehnyt verkosta alustan, joka on rinnastettavissa vuorovaikutteisudessaan jopa kaupungin käsitteeseen. Verkossa pystyy nykyisin tekemään virtuaalisesti kaikkea, mitä urbaanissa miljöössä IRL-elämässäkin (In real Life), kuten käydä virastossa, tavata ihmisiä, tehdä rikos ja katsoa televisiota. (Aula, Matikainen ja Villi 2006, 10.)

Internet on vaikuttanut voimakkaasti myös eri viestintävälineiden kehityssuuntaan ja muuttanut, parantanut ja eheyttänyt esimerkiksi videon sellaiseksi, että sitä saatetaan katsoa tietokoneen avulla vaikka ennen siihen olisi tarvittu erillinen laite, videonauhuri. Tätä ilmiötä voidaan kuvata remediaation käsitteellä, jolla viitataan viestintäteknologian taipumukseen korvata ja parantaa vanhoja välineitä uusilla, paremmilla välineillä tai ohjelmilla. Esimerkiksi tietokonegraafikko pystyy tekemään fotorealistisen kuvan paremmin kuin maalaaja, jopa paremmin kuin valokuvaaja. Erityisesti internet remedioi voimakkaasti aiempia välineitä. (Bolter & Grusin 2000, 11–46.) Remediaatio vaikuttaa myös yksilöön eli itseemme ja tapaan, jolla tulkitsemme muita ihmisiä. Median läsnäolo ja mediaatio vaikuttavat olemukseemme, me myös ymmärrämme yksittäiset viestintävälineet aina suhteessa vanhempiin välineisiin. (emt., 231.) Tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksen tulosten mukaan remediaation käsite on olennainen, sillä sosiaalinen media on remedioinut ihmisten välisiä, aiempia viestintävälineitä ja tapoja, kuten kirjettä ja postikorttia.

Tutkielman kehyksenä on käytetty mediatutkimuksen näkökulmaa. Mediatutkimuksessa yhdistyy kiinnostus teknologioihin ja mediakulttuuriin. Oppiaineessa yhdistyvät myös humanistiset tieteet, yhteiskuntatieteet, kulttuurintutkimus ja taiteiden tutkimus sekä joukkoviestinnän tutkimus. (Turun yliopisto 2012.) Tässä tutkielmassa olen keskittynyt kuitenkin mediakulttuuriin ja joukkoviestinnän historian tutkimukseen voidakseni hahmotella painotuotesukupolven mediamaailmaa kuvaavan katsauksen menneisyyteen,

jota tarkastelemalla heidän antamiaan merkityksiä sosiaaliselle medialle voisi ymmärtää syvemmin.

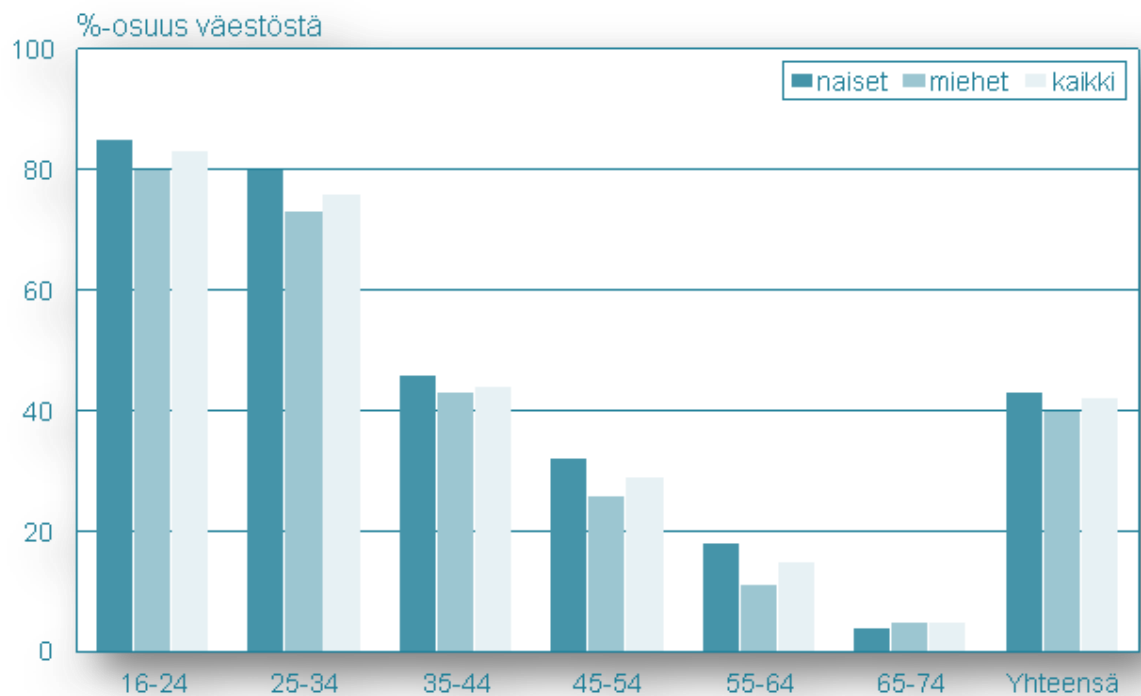
Sosiaalinen media -käsite puolestaan vaatii niin ikään tarkennusta. Se ei kuvaa vain yhdenlaista palvelua vaan se on yläkäsite useille erilaisille palveluille. Lietsala ja Sirkkunen (2008, 12–13) ovat määritelleet sosiaalisen median eri palvelut omiin genreihinsä. Jaottelun mukaan sisällön tuottaminen ja julkaisu (content creation and publishing) kuvastaa parhaiten blogin ylläpitämistä, sisällön jakaminen (content sharing) luonnehtii YouTube- ja Flickr-palvelujen olemusta, sosiaaliset yhteisöpalvelut -genre (social network) taas sisältää Facebookin, IRC-gallerian, Match.comin, LinkedInin ja MySpacen kaltaiset palvelut. Yhteistuotannot -genreen (collaborative productions) kuuluvat Wikipedian ja OhmyNewsin tapaan toimivat palvelut. Virtuaaliset maailmat -osioon lukeutuvat erilaiset maailmaa jäljittelevät, vuorovaikutteiset ympäristöt, kuten Second Life, World of Warcraft ja Habbo Hotel. Viimeinen genre, liitännäiset (add-ons), käsittää erilaisia sosiaalisen median palveluihin lisättäviä sovelluksia, kuten Slide ja RockYou.

Lietsalan ja Sirkkusen (2008, 156) mukaan määritelmät eivät kuitenkaan ole ehdottomia, sillä jokin palvelu voi olla kyllin moniulotteinen sopiakseen useampaankin genreen. Tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksen vastauksista voi huomata, että tarkat genret eivät ole tavallisen käyttäjän näkökulmasta kovin tuttu asia: käsitteitä käytetään melko sekavasti keskenään. Esimerkiksi sosiaalinen media-, keskustelupalsta- ja yhteisöpalvelu -käsitteet, tuntuvat toisinaan merkitsevän vastaajille samaa asiaa. Tämä ei ole mikään ihme, sillä tarkka genrejaottelu onkin melko teknistä ja käyttäjän kannalta tarpeetonta tietoa. Tässä tutkielmassa käsitellään sosiaalisen median aihepiiristä lähinnä keskustelupalstoja ja yhteisöpalveluja.

2.1 Kyselyyn vastanneiden profiili

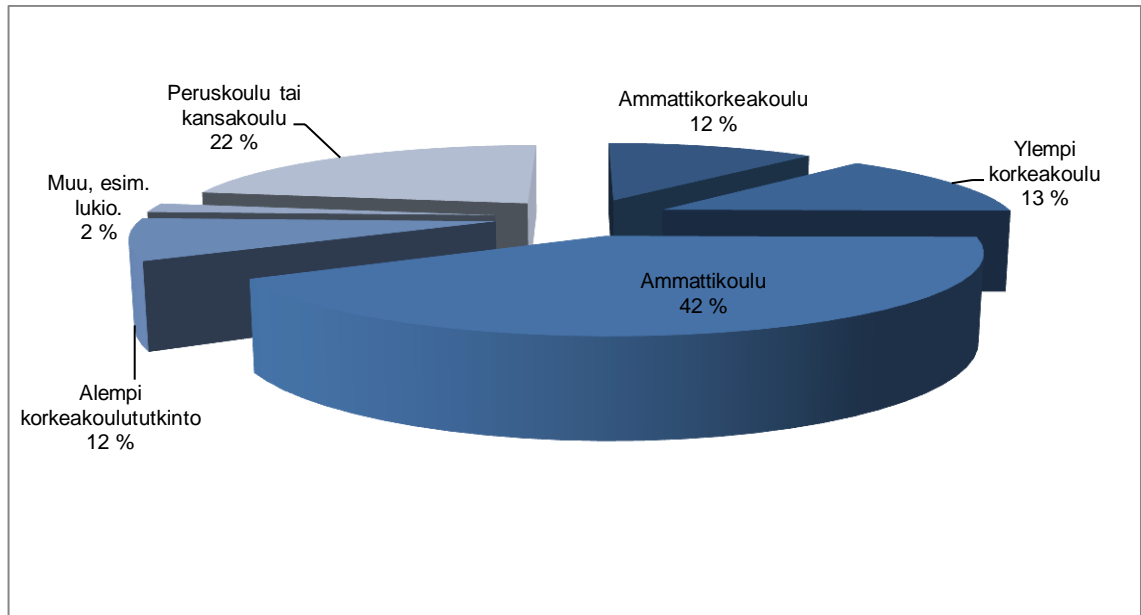
Kysely oli esillä nettiET-sivustolla 1,5 kuukautta ja sen kysymyksien avulla on kartoitettu ja tutkittu sosiaalisen median merkityksiä ja arvotuksia vastaajille (ks. Liite1). Valitsin kyselyyn vastanneista 96 hengen ryhmän, jota tutkin syvemmin. Vastaajat olivat syntyneet vuosina 1937–1980, mutta heistä vain 26 henkeä oli syntynyt 1960-luvulla tai sen jälkeen, joten painopiste vastauksissa on 1950-luvulla tai sitä ennen syntyneiden vastauksissa. Myös muiden 314 vastaajan vastauksista syntyneet tilastot otettiin analysoinnissa huomioon siten, että olen useassa kohdassa verrannut tutkittavan ryhmän tuloksia kokonaisvastauksien synnyttämiin tilastoihin. Kaikkien vastaajien kesken nuorimmat vastaajat olivat 1990-luvulla syntyneitä. Nuorempien vastaajien panos kyselyn kokonaistuloksissa näkyi mm. siinä, että sosiaalisen median suosio oli hieman suurempi kuin tutkittavan ryhmän kesken. Yleisesti ottaen erot eivät kuitenkaan olleet kovin merkittäviä, tulokset olivat pikemminkin aina samansuuntaisia. Tutkielmassa puhutaankin tutkittavasta ryhmästä ja vastaavasti kaikista vastaajista, jolla keinolla olen erotellut lukijalle mistä ryhmästä kulloinkin puhutaan.

Kaikkien vastaajien kesken eniten vastauksia tuli Helsingistä (32), Turusta (22), Tampereelta (21) ja Vantaalta (12). Tutkittavan ryhmän kesken helsinkiläisiä ja turkulaisia vastaajia oli molempia seitsemän, tamperelaisia kolme ja Vantaalta vastaajia oli kaksi henkeä, loput vastaajat olivat muualta Suomesta, lähinnä yksittäisiä asuinkuntansa edustajia. Valtaosa kaikista vastaajista oli naisia, myös tutkittavassa 96 vastaajan ryhmässä naisten osuus oli suuri, miesten osuus oli vain 10 prosenttia. Tulkitsen eron johtuvan osittain siitä, että ET-lehti on naistenlehti, vaikka toisaalta ET-lehdellä on melko paljon myös aktiivisia mieslukijoita. Tätä voi perustella ainakin sillä, että miehiä on em. verkkosivuston ystäväpalvelussa kirjautuneena. Eräs selitys voisi liittyä naisten hieman runsaampaan kiinnostukseen yhteisöpalveluja kohtaan, joka käy ilmi seuraavasta Tilastokeskuksen tutkimuksesta (ks. kuvio 1).



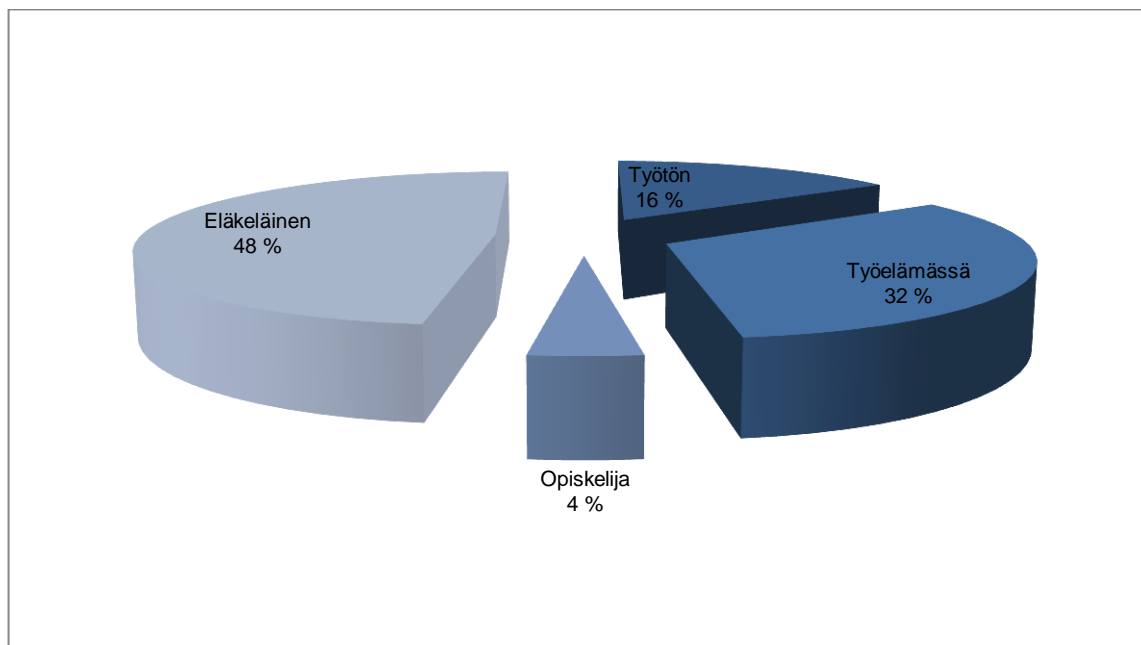
KUVIO 1. Facebookiin, Twitteriin tai vastaavaan palveluun rekisteröityminen vuonna 2010. (Lähde: Tilastokeskus 2010.)

Tutkittavan ryhmän vastaajista suurin osa oli suorittanut ammattitutkinnon korkeimpana tutkintonaan (ks. kuvio 2.) Seuraavasta kuviosta käy ilmi nimenomaan tutkittavan ryhmän koulutuksen jakautuminen, ei koko vastaajaryhmän.



KUVIO 2. Kyselytutkimukseen vastanneiden koulutus prosenttiyksikköinä

Enemmistö tutkittavan ryhmän vastaajista oli jo siirtynyt eläkkeelle (ks. kuvio 3). Kuitenkin varsin suuri osa heistä oli vielä työelämässäkin, muutama myös opiskeli päätoimisesti.



KUVIO 3. Vastaajien työllisyys ja muut toimet

Verkossa vietetty aika oli kaikkien 96 vastaajan kesken verrattain suuri, sillä reilu 40 prosenttia ilmoitti viettävänsä netissä aikaa päivittäin useita tunteja ja lähes samansuuruinen osa vastaajista kertoi olevansa netissä reilun tunnin päivää kohden. Kahdesta neljään tuntia viikossa verkossa viettävien osuus oli reilu 10 prosenttia ja tätäkin harvemmin netissä käyvien osuus oli vain 3 prosenttia.

Tutkittavan ryhmän vastauksista ilmeni, että ylempään korkeakoulututkinnon suorittaneista 14 vastaajasta vain 4 vietti verkossa ollessaan eniten aikaa Facebookissa. Ammattikoulutettujen kesken suosio oli hieman suurempi, sillä heistä 10 henkilöä vietti internetissä useimmin aikaa Facebookissa. Ikä ei vaikuttanut siihen, miten paljon Facebookissa vietettiin aikaa: 13/22 edelliseen kysymykseen vastanneista henkilöstä oli syntynyt 1950-luvulla tai ennen. Myös eläkeikäiset vastaajat viihtyivät Facebookissa usein, sillä 22 vastaajasta 9 oli eläkkeellä. Facebook oli mieluisin internetin palvelu 7 henkilön mielestä, jotka olivat vielä työelämässä. Ehkä merkittävin huomio tämän kysymyksen kohdalla oli kuitenkin se, että vain 2 henkilöä, jotka olivat syntyneet 1960-luvulla, kertoivat viettävänsä verkossa eniten aikaa Facebookissa. Sen sijaan 1950-luvulla ja sitä ennen syntyneitä ja myös 1970-luvulla syntyneitä oli vastauksissa melko tasaväkisesti, ensiksi mainittuja 13 henkilöä ja 1970-luvulla syntyneitä 5 henkilöä.

3 VUOSIEN 1937–1980 VÄLILLÄ SYNTYNEIDEN MEDIAMENNEISYYS

Tutkittavaa ikäryhmää yhdistää vahva yhteys kirjalliseen kulttuuriin. Vahva yhteys sukupolvien välillä on olemassa siltikin, vaikka 1960-luvun kasvatteja kutsutaan vielä erikseen televisiosukupolveksi ja 1980-luvun lapsia videosukupolveksi. Kirjallinen kulttuuri alkoi hiljalleen menettää yksinvaltiaan asemaansa 1960-luvulta lähtien, television tullessa yhä yleisemmäksi. Ensimmäinen internetsukupolvi syntyi vasta 1990-luvulla. 2000-luvun millenniaalit puolestaan ovat ainoa elossa oleva sukupolvi, joka on syntynyt suoraan uuden teknologian keskelle. (Herkman 2010, 64.) Heidän elinaikanaan teknologia on ollut luonteva osa arkea ja sen luonteeseen on aina kuulunut jatkuva, tiheä muutos ja kehitys. Varhemmat sukupolvet puolestaan ovat nähneet otettavan kerralla isompia yksittäisiä teknologisia kehitysaskelaita, kuten television tulemisen ja videoiden yleistymisen.

Alun perin teknologisten innovaatioiden voittokulku alkoi teollistumisen seurauksena, ja teollistumisen jälkeinen informaatio- ja kommunikaatioteknologian (ICT) kehitys on ollutkin varsin nopeaa. ICT-kehityksen primusmoottorina oli höyryvoiman keksiminen, joka puolestaan mahdollisti sellaisen volyymin tuotannossa, että aiempi logistiikkajärjestelmä ei enää kyennyt kuljettamaan tavaraa riittävän nopeasti paikasta toiseen. Ratkaisuna tähän oli kontrollivallankumous, jonka aikana luotiin byrokraattiset organisaatiot, infrastruktuuri ja ennen kaikkea uudenlainen joukkoviestinnän tutkimus. (James Benigerin 1986 mukaan van Dijk 1999, 49–50.) Toinen viestintävallankumous tapahtui toisen maailmansodan jälkeen, jolloin kehitettiin paljon uusia innovaatioita (emt., 50–51). Eräs merkittävimmistä keksinnöistä oli vuonna 1946 julkistettu maailman ensimmäinen Eniac-niminen tietokone (Kotilainen 2006). Vaikka kirjapaino keksittiin jo 1440-luvulla, niin siitä huolimatta Suomessa lehdistö syntyi verrattain hitaasti (EDU.fi - opettajan

verkkopalvelu 2012). Verkkaiseen kehittymiseen vaikutti pohjoinen sijainti, maan historia osana Ruotsia ja Venäjää sekä myöhäinen teollistuminen ja hidas kaupunkien syntyminen (Herkman 2010, 66).

Varhainen lehdistö oli pitkään hyvin elitististä, siksi suomalaisen mediajärjestelmän perustakin on vakavassa kirjallisessa sivistyskulttuurissa. Vielä toisen maailmansodan jälkeen Suomen valtio oli vahvasti mukana jokaisella yhteiskunnan osa-alueella, mediakaan ei ollut vapaa ilmaisussaan, sillä poliittista lehdistöä säädeltiin tukien avulla. Vakava ilmapiiri alkoi kuitenkin murtua 1960-luvulla, jolloin Suomen nuoriso sai vaikutteita angloamerikkalaisesta nuorisokulttuurista; ilmiö ennakoiki koko yhteiskunnan vapautumista. Silti kirjallinen kulttuuri ja politiikan taholta johdettu YLE vaikuttivat suuresti suomalaisten arvomaailmaan. (Herkman 2010, 67.)

Ensimmäinen tietokone tuli Suomeen jo vuonna 1958, mutta yleisesti tietokoneet eivät olleet aivan heti tavallisen kuluttajan saatavilla tai käytettävissä (Ala-Mutka, Rintala, Savikko 2002). Sen sijaan perinteisemmät viestintävälineet ja keinot, kuten puhelin, postikortit ja kirjeet olivat yleisiä välineitä, joiden avulla tavallinen ihminen saattoi kommunikoida tuttaviensa kanssa. Kiireisten liikemiesten avuksi kehitettiin 1980-luvulla hintavat autopuhelimet ja nopeasti tekstiä lähettävä faksi-kone. Amerikkalainen tutkija Nicholas Negroponte (1995, 196–199) kritisoi kirjassaan Digitaalinen todellisuus faksilaitteen erinomaisuutta ja totesi sen kömpelöksi. Erityisesti hän oli pettynyt faksilaitteen kykenemättömyyteen keskustella tietokoneen kanssa. Tällä hän tarkoitti telefaksin ominaisuutta digitoida tietokoneella tehty tekstiasiakirja pelkäksi kuvaksi, jolloin vain ihminen kykeni ymmärtämään, että kuva oli luettavaa tekstiä. Tietokonevisionääriksi kutsuttu Negroponte oli kritiikissään aikaansa edellä, sillä kirjan kirjoittamisesta ei kulunut kovinkaan pitkää aikaa siihen, että sähköposti yleistyi ja meni lopullisesti telefaksin edelle. Kenties telefaksilaitteen kaltaisen keksinnön elinkaaren lyhyyttä ei osannut ennustaa kukaan, eikä myöskään internetin mukanaan tuomaa valtavaa muutosta joukkoviestinnässä.

Länsimaiden kehitys sähköisestä viestinnästä kohti digitaalista viestintää on tapahtunut nopeasti (ICT-tutkimus). Muutos on koskettanut myös useita vanhempia välineitä, joita uusi teknologia on remedioinut, niinpä esimerkiksi sanomalehteä voi nyt lukea paitsi paperilta myös digitaalisessa muodossa. Teknologia on vaikuttanut suuresti myös ihmisten väliseen viestintään, joka tapahtuu tietokoneiden avulla. Verkossa tapahtuva vuorovaikutus on tuttu ilmiö jo ajalta ennen Web 2.0 -teknologioiden syntyä. Toisaalta Web 2.0 -pohjaisten teknologioiden etu on siinä, että uudet sosiaalisen median palvelut ovat varsin helppokäyttöisiä ja sen ansiosta esimerkiksi ikääntyneemmillä käyttäjillä on pienempi kynnys käyttää palveluja. Varhemmat tietokoneen avulla tapahtuvat kommunikointi- ja vuorovaikutuskeinot kysyvät käyttäjältä enemmän tietämystä. Tällaisesta lähtökohdasta lienee hyvin haasteellista sulattaa nykyisenlaista mediamaailmaa, erityisesti sosiaalista mediaa, jossa tieto on usein yksittäisten käyttäjien luomaa eikä se ole kulkenut yhdenkään tuottajan sormien lävitse, eikä välttämättä nojaa mihinkään yleisesti hyväksytyihin arvoihin. Toisaalta teknologian kehittyminen ei ole tapahtunut yhdessä yössä, vaan suomalaiset kuluttajat ovat saaneet totutella ajatukseen tietokoneista jo yli puoli vuosisataa. Yksi suurimmista internetin muutoksista kuluttajan näkökulmasta lienee nimenomaan kuluttajan ja tuottajan roolien totaalinen muuttuminen: mediakulutus on muuttunut pelkästä vastaanottamisesta osallistumiseksi (Matikainen 2008, 1).

Tietokonevälitteinen vuorovaikutus voidaankin jakaa kahteen ryhmään: uuteen ja vanhaan CMC-teknologiaan (computer-mediated communication). CMC merkitsee tietokoneiden välityksellä tapahtuvaa kommunikointia. Vanhaan CMC-teknologiaan (computer-mediated communication) lukeutuvat esimerkiksi IRC (Internet Relay Chat), roolipelimäisiä MOO- ja MUD-ryhmiä (roolipelimäinen ympäristö) ja perinteiset kotisivut. Uudemmassa CMC-teknologiassa korostuu puolestaan mm. äänen ja kuvan liittäminen vuorovaikutukseen. Ilman uusia, leveitä internetkaistoja tällainen informaation siirtämisen runsaus ei olisi mahdollista. Tässä suuntauksessa uuden ja vanhan ero ei tosin liity teknologian käyttöön ja käyttäjiin, vaan teknologiaan itsessään.

Monessa suhteessa vuorovaikutuksen tavat ovat samanlaisia kuin aiempien välineiden kanssa harjoitettu vuorovaikutus. (Herring 2004, 1, 6, 26–36, Matikaisen mukaan 2006, 178.) Myös Ullamaija Kivikuru on huomannut, että käyttäjien käyttötappaa on hankalampi uudistaa kuin itse teknologiaa, joka puolestaan mahdollistaisi uudenslaisiakin vuorovaikutuksen tapoja.

Ani harvoin vanhempi väline on tyystin hävinnyt, mutta välineiden funktiot ja voimasuhteet ovat muuttuneet tulokkaiden myötä. Usein on myös niin, että viestintäkäytännöt ovat jääneet huomattavasti konservatiivisemmiksi kuin teknologia antaisi myöden. (Kivikuru 1994, 11).

Toisaalta teknologia ei itsessään luo itselleen merkityksiä. Esimerkiksi työpaikan uusi viestintätapa ja teknologia muokkautuu viimeiseen muotoonsa vasta käytössä, eli jotta voisi ymmärtää viestintävälinettä, pitäisi ensin tutustua sen käyttäjiin. (Kallio 2000, 153.) Laajemmasta näkökulmasta katsoen muutoksia on kuitenkin tapahtunut. Keskeisimpiä pysyviä yhteiskuntia muuttaneita asioita ovat globalisaatio, verkostojen vahvistuminen, kehittyvä teknologia ja sen mahdollistama huikea tiedonkulun nopeus, joka on puolestaan tehnyt tiedon hallitsemisesta ja osaamisesta keskeisiä kilpailutekijöitä monella elämänalueella. (Aula, Matikainen ja Villi 2008, 9.)

3.1 Sosiaalinen läsnäolo sosiaalisessa mediassa

Tutkijaryhmä Short, Williams ja Christie (1976) kehittivät jo vuosikymmeniä sitten teorian sosiaalisesta läsnäolosta, siinä selvitettiin, millainen kyky erilaisilla viestimillä on saada vastapuoli tietoiseksi viestijän sosiaalisesta ja psykologisesta mielentilasta. Ryhmä ymmärsi, että kasvokkain kannattaa selvittää vakavammat konfliktit, joissa nonverbaalisella viestinnällä on suurempi merkitys kuin rutiininomaisissa asioissa. Rutiininomaiset asiat hoituvat puolestaan parhaiten kirjallisesti viestimällä. (Kallio 2000, 154–155.)

Daftin tutkijaryhmä kehitti 1980-luvulla hieman vastaavan teorian, joka koski viestintävälineiden monipuolisuutta (media richness). Sen mukaan välineet

voidaan luokitella monipuolisiin ja yksipuolisiin sen mukaan, mikä kyky niillä on siirtää tietoa. Yksipuolinen väline sopii yksinkertaisen tiedon levittämiseen tai jakamiseen. Jos väline on tilanteeseen nähden liian monipuolinen ja pystyvä, niin vastaanottaja voi ahdistua informaation liiallisuudesta, eikä osaa erotella oleellista epäoleellisesta. (Kallio 2000, 155–156.) Sosiaalinen media, erityisesti yhteisöpalvelut, ovat tiedonvälityskyvyltään ylivertaisia verrattuna moneen varhempaan viestintävälineeseen. Onkin ilmeistä, että niiden käyttäjä voi joskus kokea hukkuvansa informaatioon, joka ei tunnu kovin merkityksellistä tai tarpeellista käyttäjälle. Toisaalta esimerkiksi Facebookissa asetuksia voi muuttaa siten, ettei käyttäjä saa kaikkea informaatiota, mitä yhteisöpalvelulla olisi tarjota. Kaikille käyttäjille asetusten räätälöinti ei ole itsestäänselvyys. Kyselytutkimuksesta kävi ilmi, että noin 25 prosenttia tutkitavan ryhmän vastaajista oli räätälöinyt asetuksia. Suhteutettuna vastaajien määrään, joka kertoi ylipäänsä käyttävänsä yhteisöpalveluja, voi ymmärtää, että noin joka toinen tutkitavan ryhmän yhteisöpalvelun käyttäjästä oli muokannut oman sivunsa asetuksia. On kuitenkin hyvä muistaa, että muokkaamisen motiivi voi olla muukin asia kuin informaatioähky; asetusten muuttaminen voi liittyä myös yksityisyyden varjelemiseen.

Verkossa harjoitettuun vuorovaikutukseen liittyykin paitsi valinta siitä kenen kanssa jaetaan, myös se, miten viestejä jaetaan ja tulkitaan. Viestien tulkitseminen ei ole samanlaista kuin kasvokkain, sillä verkkovuorovaikutusta pidetään yleisesti vajavaisena siksi, että siitä puuttuvat sosiaaliset vihjeet (Matikainen 2001, 60–79, Matikaisen 2006 mukaan, 181). Verkossa tapahtuvan vuorovaikutuksen köyhyydestä on kuitenkin olemassa eriäviäkin näkemyksiä, sillä sosiaalisen informaation prosessointi -teorian mukaan (social information processing SIP) painottaa, että verkossa tapahtuva vuorovaikutus ei ole köyhää ja vihjeetöntä, paitsi nonverbaalisten vihjeiden osalta. Nonverbaalisten vihjeiden sijaan vastaanottaja voi tulkita niitä vihjeitä viestissä, jotka liittyvät lähetysaikaan, viestin tyyliin, sisältöön ja lähetystapaan. Tekstipohjaisessa viestinnässä on kokonaan omia vihjejärjestelmiä kuten hymiöt. (Walther & Parks 2002, 535–539, Matikaisen 2008 mukaan, 182.) Verkossa on myös tunteita,

emootioita, mutta ne eivät välity itsekseen vastaanottajalle, vaan ne pitää erikseen välittää. Verkosta saadut kimmokkeet tuntee tunteita eivät siis sinänsä poikkea reaali maailman tunteista, mutta niiden havaitseminen on vain välimatkan vuoksi vaikeampaa. (Matikainen 2008, 184.) Verkkomaailmassa vaikkapa keskustelukumppanin suuttumisen voi tulkita paitsi aiemmin mainittujen hymiöiden ansiosta, niin myös isoilla kirjaimilla kirjoittamisesta, huutomerkeistä, sarkasmista ja muusta ivallisuudesta.

NettiET-sivustolla olleessa kyselyssä annettiin vastaajille mahdollisuus kertoa tarkemmin, olivatko he joskus katuneet verkkoon kirjoittamaansa asiattonta viestiä. Monet vastaajista kokivat, että olivat käyttäytyneet asiattomasti usein juuri vihaisten eli vahvan emotionin vallassa.

3.2 Internetin anonyymit – uhka ja mahdollisuus

2000-luvun alussa tutkijoilla on ollut suuri tarve määritellä uusmedia ja siihen liittyvät ilmiöt. Pohdinnan keskiössä on ollut kysymys muun muassa siitä, millaista julkaisemista pidetään hyväksyttävänä ja laillisena. (Jaakkola 2008, 38–39.) Mahdollisuus käyttää sananvapauttaan verkossa anonyymina henkilönä, mahdollistaa irtipääsemisen sosiaalisista normeista, jotka parhaimmillaan pidättelevät meitä kasvokkaisessa viestinnässä esimerkiksi sanomasta asiattomuuksia. Anonyymina verkossa esiintyminen on varsin normaali tapa olla osa verkkomaailmaa, sen sijaan yhteisömediassa ja verkon roolipeleissä toimitaan lähes poikkeuksetta omalla nimellä tai pitkäaikaisella nimimerkillä eli nikillä. Kyselytutkimuksesta käy ilmi, että anonyymina netissä esiintyminen on ilmiö, jonka suosio ei tunnu muuttuvan juurikaan eri ikäryhmiä vertailtaessa. Kaikista vastaajista 30,8 prosenttia ilmoitti esiintyvänsä verkossa aina samalla nimimerkillä, kun tutkittavan ikäryhmän kohdalla luku oli 29 prosenttia. Pienen eron voi tulkita johtuvan siitä, että yhteisöpalvelut ovat suosittumia nuorempien käyttäjien keskuudessa: Facebookiin kirjautuneena voi nykyisin kommentoida blogeja ja uutisia, ja mielipiteet esitetään Facebookin tyylille ominaisesti omalla nimellä.

Kaikista 314 vastaajasta 69,2 prosenttia kirjoitti ainakin joskus verkon keskustelupalstoille anonyymisti. Omalla nimellään verkossa kirjoittaminen on monella tavalla merkittävämpi asia kuin vastaavista asioista rupattelu torilla, sillä verkkokirjoittelusta jää pysyvä digitaalinen jälki. Kirjoittaja ei myöskään tunne yleisöään, toisin kuin kasvokkain tapahtuvassa viestinnässä. Nämä syyt voivat osaltaan selittää, mikä anonyymina kirjoittelussa houkuttelee. Kolmas merkittävä syy lienee se, että monelle keskustelupalstalle kirjoittaminen vierailija-statuksella on varsin helppoa, eikä vaadi salasanojen muistamista. Sen sijaan nimimerkilliselle kirjoittajalle verkkoon kirjoitettu viesti on kuin rakennusainetta, josta viestijän verkkopersona rakentuu, ja jonka perusteella muu yhteisö hiljalleen tutustuu nimimerkin takana olevaan persoonaan.

Nimimerkillä kirjautuneet kirjoittajat tuntuvatkin kirjoittavan usein asiallisemmin kuin anonyymit. Tätä väitettä tukee huomio, että niissä sosiaalisissa yhteisöpalveluissa, missä ei ole mahdollisuutta anonyymiuteen, törmää vähemmän epäasialliseen kirjoitteluun kuin keskustelupalstoilla: nimimerkkien takana olevilla ihmisillä lienee tarve tulla yhteisön hyväksymiksi. Myös esimerkiksi Facebookin teknologinen alusta antaa ymmärtää, että kanssakäymisen luonne on positiivinen, onhan palvelussa mahdollisuus tykätä kaverin kirjoituksesta, mutta ei osoittaa negatiivista tuntemusta tilapäivytystä tai muuta viestiä kohtaan. Aina ei kuitenkaan ole niin, että nimimerkki toisi yhteisöön tai yksittäiseen keskusteluun rakentavan ja positiivisen hengen.

Esimerkiksi Laukkanen (2005, 15–16) on havainnut, että tytöille IRC:iin perustetussa keskusteluryhmässä käytettiin kolmenlaista valtaa: ylläpitäjien käyttämää toiminnallista valtaa, toisena kielellistä valtaa, jolla vaalittiin oikeakielisyyttä ja joka liittyi myös mm. sanavalmiuteen ja kolmanneksi identiteettikategorioihin, joilla Laukkanen viittaa siihen, että vakituisilla kirjoittajilla oli keskusteluissa vahvempi asema kuin vierailijoilla. Vierailijat ja vähemmän keskusteluissa mukana olevat tytöt saattoivat saada osakseen ilkeilyä ja vähättelyä. Laukkasen (emt.) tutkimuksesta käy myös ilmi, että

tutkittavat tytöt kokivat nimimerkin hyvin tärkeäksi osaksi identiteettiään; heille se oli enemmän kuin pelkkä nimi. Tekstipohjaisessa viestinnässä on luonnollistakin, että nimimerkkiin panostetaan, koska keholla ja olemuksellaan verkossa ei voi viestiä, kuten reaali maailmassa. Nimimerkin merkitys muistuttaa jossain määrin kehoa viestintävälineenä, sillä siitä on parhaimmillaan mahdollista päätellä ihmisen ikä, sukupuoli ja luoda myös mielikuva persoonallisuudesta tai kiinnostuksenkohteista, kuten suosikkiartistista tai elokuvasta.

Sosiaalisen median yhteisöpalveluissa harvoin ilkeillään kavereille, mutta sielläkin voi olla ikävää kommentointia vieraiden kesken, jos ollaan eri mieltä esimerkiksi politiikasta. Ilkeilyyn törmää usein myös keskustelupalstoilla. Seuraava viesti on poimittu nettiET-sivuston keskustelupalstalta, vähähiilihydraattista ruokavaliota koskevasta ketjusta:

Kyllä meitä niin maan perskeleesti kiinnostaakii sun ruokavalios ja menukoostumukset. Syödään sitä muuallii...voi sitä viestien paljout jos kaik ruppeis tääl ruokalistojaan kuuluttamaa. Älä juo kaffet enää iltasel, ei tuu uni silmään! (NettiET:sivuston keskustelupalstan ruokakeskustelu)

Yllä olevan viestin anonyymi kirjoittaja osoittaa nikillä kirjoittavalle keskustelijalle, että tämän aiemmin ketjussa jakamat lounaantekosuunnitelmat ärsyttävät häntä. Kasvokkaisviestinnässä ärsytystä tuskin ilmaistaisiin ainakaan samalla voimakkuudella kuin esimerkki viestissä, jos ollenkaan. Voisikin siis ajatella, että tässäkin anonyymius tuo keskusteluun vireen, jonka mukaan anonyymina kirjoitteleva henkilö on hieman epäuskottavampi, epätodellisempi, kuin henkilö, jolla on nimimerkki tai joka esiintyy omalla nimellään. Nimettömyys tuntuisi merkitsevän myös sitä, että nimettömyyden suojista voi heittää asiattomampia kommentteja kuin omalla nimellä tai nimimerkillä. Esimerkiksi tässä lounaantekosuunnitelmistaan kertova nimimerkki ei varmasti loukkaantunut nimettömän kritiikistä yhtä paljon, kuin olisi loukkaantunut, jos sanoja olisi ollut esimerkiksi Facebookissa oleva *todellinen* henkilö.

Toisaalta kyselytutkimuksesta käy ilmi, että 12 prosenttia tutkittavasta ikäryhmästä, oli kokenut katumusta esimerkiksi suutuspäissään kirjoitetun viestin vuoksi. Viesti oli saatettu kirjoittaa vihaisena, jolloin arvostelukyky petti, kuten neljä vastaajaa yhdeksästä eritteli. Toisaalta ongelmia ja väärinymmärryksiä oli aiheuttanut myös sellaiset viestit, jotka vastaanottaja oli tulkinut väärin ja sen seurauksena loukkaantunut viestin sisällöstä. Tällaisia tapauksia oli kolme yhdeksästä. Tämäkin ilmiö muistuttaa hyvin paljon ihmisten vuorovaikutusta yleensä: voimakkaan emotionin vallassa harkintakyky pettää ja suusta pääsee sammakko, joka kaduttaa myöhemmin. Toisaalta väärinymmärryksiä tapahtuminen saattaa viitata edellisessä luvussa käsiteltyyn nonverbaalisten vihjeiden puuttumiseen, joita ilman moniselitteisiä viestejä voi olla vaikea tulkita. Positiivisena ilmiönä voi pitää sitä, että kyselyyn vastaajat kykenivät erittelemään suuttumisien ja konfliktien syitä. Tämän voi tulkita siten, että konflikti ei ole ollut yhdentekevä ja unohtunut saman tien. Vastaajat olivat siis päinvastoin erityisesti miettineet tapausta, tunteet katumusta ja sitten oivaltaneet syyn sille, miksi kirjoittivat esimerkiksi ikäväsyisen viestin. Tässä suhteessa verkko ja sosiaalinen media tuntuvat olevan vastaajille kuin mikä tahansa paikka, jossa ihmiset kohtaavat, tuntevat tunteita ja joutuvat välillä myös ikäviin tilanteisiin, josta seuraa selvittelyä ja oman käytöksen peilaamista sekä katumusta.

Kaikista 314 vastaajasta 22 prosenttia oli katunut verkkoon kirjoittamaansa viestiä. On kuitenkin mahdoton sanoa, kuinka suurta osaa kaikesta ikävästä verkkokirjoittelusta nuo prosenttimäärät edustavat. Siinä mielessä 22 prosenttia näyttää jopa varsin isona lukuna, jos ottaa huomioon, että vain 15 prosenttia kaikista vastaajista kertoi käyttävänsä aktiivisesti keskustelupalstoja ja reilut 49 prosenttia ei käyttänyt niitä ollenkaan, ts. lähes puolet verkkokirjoittelijoista oli tuntenut katumusta viestiensä vuoksi. Viestejä kaduttiin myös muista syistä kuin, että ne olisivat sisältäneet vihaisina lauottuja asiattomuuksia (ks. taulukko 1).

TAULUKKO 1. Kaikkien vastaajien kertomia syitä, miksi jokin verkkoon kirjoitettu viesti oli kaduttanut

- **Inhottaa ajatella, että jos joku tunnistaa minut viestistä.**
- **Internet ja alkoholi eivät sovi yhteen.**
- **Jos olen vastannut ilkeästi tai ivallisesti, se kaduttaa. Ei netissä saisi olla sen epäkohteliaampi kuin muulloinkaan.**
- **Mielipiteet ovat osoittautuneet myöhemmän tiedon valossa vääriksi.**
- **Olen kertonut miksen usko siten, kuin kansankirkossamme opetetaan. Kirkkouskova saattaisi mielipiteistäni järkyttyä.**
- **Kun on verkkomaailmassa pörrännyt jo vuosia, niin tietyt asiat vuosien takaa ovat niitä, joita ehkä haluaisi pyyhkiä bittiavaruuteen, mutta... Se on mennyttä elämää.**
- **Helmiä sioille.**
- **Facebookissa tulee välillä sanottua nopeammin kuin ajattelee...**

Joillekin vastaajille sosiaalinen media näyttäytyi paikkana, jonka avulla saattoi tavoittaa vertaisryhmän sellaisissakin asioissa tai näkemyksissä, joita vastaajien lähipiiri ei kyennyt sulattamaan. Tällaisessa tapauksessa internet siis soi mahdollisuuden välttää konflikteja vastaajan lähipiirissä, koska verkossa piilee mahdollisuus tavoittaa samanhenkisiä ihmisiä, joiden kanssa voi jakaa radikaalejakin ajatuksia politiikasta tai uskonnosta. Vastaajien mielipiteet eivät kuitenkaan olleet sellaisia, jotka olisivat olleet varsinaisesti asiattomia tai hyvän maun vastaisia, vaan liittyivät esimerkiksi erimielisyyksiin kirkon oppien kanssa, kuten eräästä edellisestä taulukko-osasta poimitusta vastauksesta käy ilmi.

Se, etteivät mitkään yhteiskunnan sosiaaliset normit pidättelee kirjoittajia, voi parhaassa tapauksessa tarjota näköalapaikan todellisten mielipiteiden ja ajatustenvaihdon äärelle, jotka ovat esimerkiksi liian epäsovinnaisia tai arkaluontoisia ääneen sanottavaksi, tässä anonyymejakin tietenkin rajoittaa

sananvapauteen ja toisten ihmisten kunniaan liittyvät asiat. Silti nimettömänä esiintyminen ja nimellä esiintyminen ovat tapoja, joista kumpikaan ei ole yksiselitteisesti toista parempi.

Nimettömyys antaa uudenlaisen mielipiteenvapauden myös niille, jotka ovat vaikka ammattinsa vuoksi pakotettuja salaamaan näkemyksiään. Julkisen sanan neuvosto lisäsi Journalistin ohjeisiin vuonna 2011 liitteen, jossa määritellään tiedotusvälineiden verkkosivuilla olevien keskustelupalstojen eettisiä rajapyykkejä, joita kirjoittajien ei tulisi rikkoa (JSN 2011). Ohjeiden mukaan tiedotusvälineiden pitäisi vahtia, ettei niiden verkkosivujen keskustelupalstoilla loukata ihmisarvoa, yksityisyydensuojaa, lietsota vihaa tai syrjintää. Toimituksien on JSN:n mukaan poistettava ei-toivotut kirjoitukset sivuiltaan viipymättä. Liitteen 4. kohdassa varmistetaan se, että palstoja todella luetaan toimituksen piirissä ahkerasti, sillä toimitus on velvoitettu kuittaamaan lähettäjälle ilmoitukset asiattomasta sisällöstä.

Jokin aihe voi silti sopia paremmin käsiteltäväksi verkossa anonyymien kanssa kuin kasvokkain, sillä aihe, joka voisi aiheuttaa konflikteja kasvokkaisessa viestinnässä, ei välttämättä aiheuta niitä verkossa esimerkiksi siksi, koska siellä kaikkien puhujien välillä ei useinkaan ole syvää suhdetta. Yhtenä voisi mainita terveyteen liittyvät aiheet, sillä ne on helppo ottaa henkilökohtaisesti ja kokea syyllistämisenä kasvokkaisviestinnässä. Vastaavasti nimettömänä voi vaihtaa mielipiteitä sellaisista asioista, joista ei kasvotusten voisi kuvitellakaan keskustelewansa ison joukon kanssa. NettiET-sivuston keskustelupalstalla on eräs suosittu keskustelu, jossa aloittajakirjoittaja kertoo, että lasten lihavuus on äidin raskaudenaikaisen ruokavalion syy:

On kauan jo tiedetty, että odottavan äidin runsashiilihydraattinen ruokavalio stimuloi äidin insuliini tuotantoa, ja insuliini yhdessä sokerin kanssa menee istukan kautta sikiöön, joka stimuloi siellä sikiön haimaa tuottamaan lisää insuliinia. Insuliinistimulaatio tapahtuu, vaikka olisi nälkäkuurilla. Kun lapsi sitten syntyy, hän on saanut valmiit eväät läskinä elämiseen vilkastuneen insuliini tuotannon takia. Tämä on todettu useissa tutkimuksissa: kun väestö on sodan tai pula-ajan jälkeen joutunut elämään pelkästään hiilihydraattien varassa, niin seuraava polvi on ylipainoinen juuri edellä mainitusta syystä. Lisäksi äidin raskausaikainen hiilihydraatti ajaa väistämättä äidin ylipainoon, kohonneeseen

insuliinitasoon ja jopa raskausajan diabetekseen, mikä on lisääntynyt huimasti nykysuositusten aikana. (NettiET-sivuston keskustelupalstan terveyskeskustelu)

Anonyymin kirjoitus on hyvä esimerkki aiheesta, jonka voisi tulkita kasvokkaisviestinnässä syyllistäväksi ja loukkaavaksi, mutta joka saattaa silti olla relevantti ja tarpeellinen keskustelunavaus. Juuri tämän nimenomaisen hiilihydraatti-lihavuus -väitteen todenperäisyys jää arvoitukseksi, mutta on positiivinen asia, että keskustelufoorumit tarjoavat areenan mille tahansa keskustelulle. Suuttuminen ja loukkaantuminen ovat toki tämän positiivisen ilmiön lieveilmiöitä, mutta kenties sen myönteinen vaikutus sananvapauden harjoittamisen edistämiseen on kuitenkin merkittävämpi osa kirjoittelua. Ehkä tahallaan aiheutettu paha mieli on vain marginaalinen ilmiö, joka liittyy osittain siihen, että verkkokirjoittelussa vasta haetaan rajoja ja sosiaalisia normeja.

Myös Maarit Jaakkola (2010) kritisoi sellaista kysymyksenasettelua, jossa pyritään selvittämään, onko sosiaalinen media ylipäätään hyvä vai paha asia. Hän näkee sosiaalisen median tahona, joka uhkaa toisaalta varhempien valtamedioiden asemaa, mutta jossa piilee paljon positiivisia voimavaroja. Hänen mukaansa kyse ei ole ylipäätään niinkään sosiaalisen median luonteen selvittämisestä, vaan käyttäjistä ja heidän intresseistään sekä kehitysaskeleesta viestintäkulttuurissamme. Media on myös tärkeä kulttuuristen ajatusmallien muokkaaja. Mediassa syntyvät ajattelumallit ovat niin voimakkaita, että jokaisen kansalaisen olisi syytä varmistua siitä, ettei tule sulkeneeksi itseään pois tästä yhteiskunnallisesta vuoropuhelusta kieltäytymällä omaksumasta uutta teknologiaa ja sisältöjä. Suurin vuoropuhelua estävä voima ovat ennakkoluulot, joita eri ikäryhmillä on uusmediaa kohtaan. (Jaakkola 2010, 38–40.)

3.3 Onko bittitodellisuus totta – onko virtuaaliminä oikeasti olemassa?

Sosiaalista mediaa kohtaan liittyvistä ennakkoluuloista osa liittyy ajatukseen, että verkkotodellisuudessa tapahtuvat asiat ovat epätosia suhteessa reaali maailman tapahtumiin, jotka puolestaan koetaan todellisiksi.

Epätodellisuuden kokemus voi liittyä tuttavuuksien laatuun tai ihmissuhteisiin. Jälkimmäisestä Maarit Jaakkolalla (2010) on hyvä esimerkki, jossa hän kuvailee Helsingin Sanomien toimittajan kohtaamaa pettymystä.

Muutama tunti Kauhajoen kouluampumistapauksen jälkeen Helsingin Sanomien Kuukausiliitteen toimittaja oli saanut sähköposti 18-vuotiaalta tytöltä, joka kertoi tunteneensa kouluampujan. (Sillantaus 2008, 34–40.) Toimittaja sopi tytön kanssa tapaamisen kahvilaan haastatellakseen häntä. Haastattelutilanteessa tyttö kuitenkin kertoi, että oli tuntenut ampujan vain netin välityksellä. Toimittajan reaktiona oli pettymys: ”Sitten tyttö sanoi, ettei ole koskaan tavannut Pekka-Eric Auvista oikeasti, he vain juttelivat netissä. Ajattelin, ettei mitään haastattelua voi tehdä, koska *hän ei todellisuudessa ollut tuntenutkaan Auvista.*” (Sillantaus 2008, 5 Jaakkolan mukaan 2010, 50.)

Myös kyselytutkimuksen tuloksissa korostui se, että ihmiset hakivat esimerkiksi sosiaalisesta mediasta sellaisia ihmisiä, jotka olivat alun perin tavanneet reaalityodellisuudessa. Toisaalta vaikka virtuaalityodellisuutta kohtaan tunnettiin epäluuloa, niin silti osa kyselyyn vastanneista kertoi, että verkkoyhteisöt tarjoavat heille tietoa, hyödyllisiä kokemuksia ja informaatiokanavan, joten ainakin näiden vastaajien mielestä verkkoon tuotettu informaatio on jossain määrin luotettavaa ja siis totta. Silti internet tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden esittää toista ihmistä tai toista sukupuolta, valheellisestikin. Toisaalta jotkut sosiaalisen median eri genret, kuten virtuaalipelit, suhtautuvat tällaiseen esittämiseen hyvinkin suopeasti. Me Naiset -lehden numerossa 9/2012 Sanna Wallenius kirjoittaa Karoliina Jylhän ja Jeroen Streefkerkin suhteesta, joka sai alkunsa virtuaaliroolipeli World of Warcraftissa (WoW). Toimittaja kuvailee virtuaalipeleissä piilevää yllätyksellisyyttä.

Yllätyksiäkin WoW:ssa voi tulla: on täysin mahdollista, että kurvikas naismetsästäjä onkin nelikymppinen australialainen mies tai paksuun haarniskaan pukeutunutta soturia ohjastaa nuori brittityttö. (Wallenius 2012.)

Media vaikuttaa pelikenttien ulkopuolellakin ihmisen identiteettiin ja olemukseen, sillä ihminen käyttää ympäröivää mediaa määrittelemään vallitsevaa kulttuuria ja identiteettiään. Verkottuneessa tietokonekulttuurissa elävän ihmisen minuus onkin remedioitunut. (Bolter & Grusin 2000, 231.) World

of Warcraftin pelihahmot ovat hyvä esimerkki minän remediaatiosta, jonka avulla pelaaja voi rakentaa tai parantaa verkkominäänsä.

Reaalimaailman keho on jo itsessään viestinnän väline. Kehoa voi koristaa perinteisillä koruilla, vaatteilla ja moderneimmilla keinoilla, kuten kehonmuokkauksella. Tällä tavalla teknologia on vaikuttanut myös reaalimaailmaan, jossa kehon ja maailman suhde paitsi hämmentää, niin samalla se rikkoo rajaa välissään. (Haraway 1991, Bolterin & Grusinin mukaan 2000, 237.)

Kysymys siitä, onko verkkominä todellinen, lienee lopulta tulkintakysymys. Vaikuttaisi kuitenkin siltä, että yhä enemmän internetin maailma nähdään rinnakkaistodellisuutena, jossa esimerkiksi keskusteltavaan tietoon voi luottaa yhtä hyvin kuin reaalimaailmasta vastaavalla tavalla kuultuun kuulopuheeseen ja jossa virtuaalipelin hahmoon voi tuntea todellisia tunteita, jopa rakastua tähän, kuten MeNaiset -lehden artikkelissa kahdelle WoW:n pelaajalle näyttää käyneen.

Kyselytutkimuksen tulosten mukaan näyttäisi kuitenkin siltä, että vaikka verkossa oleva tieto ja keskustelut koetaan suhteellisen luotettaviksi ja tyydyttäväiksi, niin ne eivät tunnu tarjoavan todellista vastinetta reaalimaailman ihmissuhteille. Valtaosa tutkittavan ryhmän vastaajista (91,7 %) kertoi, että verkossa olevat yhteisöt tai keskustelupalstoihin liittyvät keskustelijaryhmät eivät peittoa merkityksellisyydessään reaalimaailman yhteisöjä. Vain reilu 7 prosenttia koki, että internetin yhteisöt ovat tärkeämpiä kuin IRL-elämän (In Real Life) yhteisöt. Kaikkien vastaajien mielestä verkkoyhteisöjen ja keskustelupalstojen merkitys oli hieman suurempi kuin tutkittavan ryhmän, sillä 10,2 prosenttia koki, että virtuaalimaailma peittoa tässä suhteessa reaalityodellisuuden yhteisöt. Varmaa syytä osuuden nousemiseen on mahdoton sanoa, mutta nousun voisi johtua mukana olleiden nuorempien vastaajien panoksesta.

Reilu 13 prosenttia kaikista 314 vastaajasta kuitenkin koki, että vuorovaikutus verkossa on yhtä tyydyttävää kuin kanssakäyminen ihmisten kanssa arkitodellisuudessa. Merkittävämpi osa kyllä-vastauksen antaneista (28 %) myös ajatteli, ettei sillä ole väliä, onko keskustelukumppani entuudestaan tuttu. Noin 7 prosenttia puolestaan koki, että vuorovaikutusta parantaa se, jos keskustelukumppani on tuttu jo entuudestaan. Tutkittavan ryhmän vastaajista vain reilu 8 prosenttia koki, että vuorovaikutus verkossa on yhtä tyydyttävää kuin ihmisten kanssa seurustelu kasvotusten.

Toisaalta yli 90 prosenttia ei siis kokenut, että vuorovaikutus verkossa ajaisi saman asian kuin ystävän tai tutun tapaaminen IRL-elämässä. Vain reilu 20 vastaajaa 96:sta piti virtuaalisia kohtaamisia aivan yhtä pätevinä, kuin kohtaamista kasvokkain. Tässäkin käy ilmi iän tuoma vaikutus siihen, miten oikeana ja tyydyttävänä verkkotodellisuutta ja sen tapahtumia pidetään suhteessa reaali maailmaan: kyselytutkimuksen valossa näyttää siltä, että ikääntyneemmät kaipaavat hieman enemmän kasvokkaiskontakteja kuin nuoremmat vastaajat keskimäärin.

Vastaajien motiivit kohdata ihmisiä enemmän sosiaalisessa mediassa kuin kasvokkain eivät aina olleet suoraan verrannollisia siihen, miten paljon palveluita tai kohtaamisien laatua arvostettiin. Kaikkien vastaajien kesken syiksi käyttää sosiaalista mediaa mainittiin esimerkiksi sellaisia perusteluja, joiden mukaan vastaaja oli syystä tai toisesta estynyt tapaamaan ihmisiä muuten kuin sosiaalisen median puitteissa.

TAULUKKO 2. Kaikkien vastaajien kesken mainittuja syitä käyttää sosiaalista mediaa

-
- **Olen huonokuuloinen, joten olen yhteydessä toisiin huonokuuloisiin sähköpostilla, joita olen tavannut sopeutumiskursseilla tai kerhoilloissa. On kiva vaihtaa kuulumisia. Toinen huonokuuloinen ymmärtää, mitä elämä on kuulolaitteiden ja muiden apuvälineiden kanssa.**
-

- Hyvä yhteydenpitotapa ja nopeuttaa usein tiedotteiden antamista. Säästää myös rahaa ja paljon, kun esim. tekstiviestien lähettäminen vähenee.
- Mieluummin tapaisin ihmisiä livenä, jos se vaan olisi helpompaa.
- Pidän päivittäin yhteyttä lapsiini, sukulaisiin, ystäviin. Merkitsee rahansäästöä, kun netissä juttelu ei maksa mitään.
- Siellä voi jutella sellaisten ihmisten kanssa, joiden kanssa muuten ei kauheasti ole tekemisissä. Olen aika ujo eikä small talk kauhean hyvin suju "tosielämässä".

Sosiaalinen media siis tekee viestimisen pitkienkin matkojen päähän niin edulliseksi, että sitä voi harjoittaa vaikka päivittäin eikä viestimistä rajoita oikeastaan mikään muu, kuin mahdollisesti viestijöiden erilaiset päivärytmit ja kellonaika. Vielä 40 vuotta sitten pitkän välimatkan päähän viestimiseen olisi käytetty verrattain hidasta välinettä, kirjettä tai puhelinta. Sosiaalisen median etu on paitsi nopeus, mutta myös sen kyky välittää runsaasti informaatiota, kuvia, tekstiä ja linkkejä. Sen ansiosta esimerkiksi sukulaiset voivat olla eri tasolla yhteydessä toisiinsa kuin ennen. He voivat jakaa arkisiakin asioita keskenään, sellaisia, joille ei ehkä kirjeestä olisi löytynyt tilaa. Eräs vastaaja mainitsikin, että sosiaalisessa mediassa yhteydenotto tuttavaan ei ole niin *juhlallista* kuin toisenlainen yhteydenottotapa saattaisi olla.

Edellä mainittujen syiden kohdalla voi myös nähdä yhteyden remediaatioon ja siihen, miten teknologia osaltaan parantaa niitä vastaajien ominaisuuksia, jotka he kokevat puutteellisiksi. Sosiaalinen media voi auttaa ihmistä viestimään paremmin kuuloviasta huolimatta tai tarjoaa käyttäjälle areenan, jossa tämä voi toimia aktiivisena viestijänä, vaikka onkin persoonaltaan ujouteen taipuvainen. Kysymys siitä, onko bittitodellisuus totta, konkretisoituu ainakin näiden vastaajien elämässä tapahtumina, yhteydenottoina, taloudellisena säästönä, tunteina ja yhteisöinä, joita ei olisi välimatkojen vuoksi mahdollista pitää yllä arjessa muulla keinolla.

4 KESKI-IKÄISTEN HAASTEET

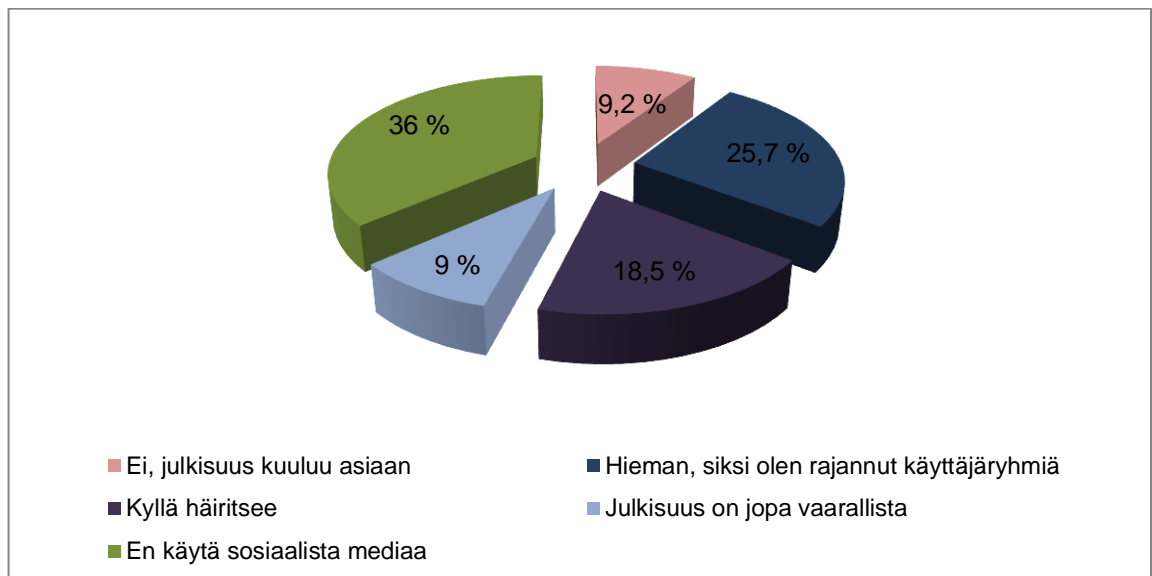
Pragmatistifilosofi John Dewey (Dewey 2006, 18 Jaakkolan mukaan 2010, 41–42) on esittänyt, että toiminta on yksityistä silloin, kun se vaikuttaa vain välittömässä yhteydessä ja vuorovaikutuksessa mukana oleviin. Toiminta on potentiaalisesti julkista silloin, kun sillä on epäsuoria, keskinäistoimintaa laajempialaisia seurauksia. Deweyn teorian mukaan potentiaalinen julkisuus muuttuu varsinaiseksi julkisuudeksi silloin, kun toiminnan seuraukset on havaittu ja niiden mukaan aletaan toimia; toimijat ovat yleisö (public). Julkisen käsitteellä hän tarkoittaa paitsi kahden ihmisen vuorovaikutuksen synnyttämää yhteistä, kahdenkeskistä tilaa, niin myös lähipiirin ulkopuolella ulottuvaa julkisuuden tilaa.

Julkisuus voidaan jakaa kolmeen erilaiseen julkisuuskäsitykseen: arkijulkisuus, sisäpiirijulkisuus ja mediavälitteinen julkisuus (Nieminen 2006, 27–42 Jaakkolan mukaan 2010, 42). Mediavälitteinen julkisuus on usein suunniteltua, mutta se voi olla myös suunnittelematonta (Isohookana 2007, 19 Jaakkolan mukaan 2010, 42). Suunnittelematon julkisuus voi olla eettistä ja painokelpoista tai epäeettistä ja yksityisyyttä loukkaavaa. Esimerkiksi yrityksessä voi tapahtua jotain sellaista, että sisäiseksi tarkoitettun ja laaditun tiedon välittämisestä tulee yleisesti merkityksellistä. Toisaalta se voi tarkoittaa yksityisen tapahtuman tallentamista salaa kuvauksen kohteelta ja tallenteen julkaisemista yhteisöpalvelussa. (Jaakkola 2010, 43.)

Sosiaalinen media, erityisesti YouTube- ja Vimeo-palvelut lisäävät suunnittelematonta julkisuutta. Televisiossa oli aikoinaan suosittuja ohjelmia, joihin ihmiset lähettivät kotivideoitaan, joissa tapahtui jokin hauska kummellus. Nykyisin videokameroiden halpeneminen ja sosiaalinen media ovat nostaneet videoiden saatavuuden määrää runsaasti. Esimerkiksi YouTube kertoo sivuillaan, että palveluun ladataan uutta materiaalia 48 tuntia joka minuutti, sivusto konkretisoi määrää kertomalla, että määrä kuukaudessa vastaa samaa

määrää kuin mitä Yhdysvaltojen kolme suurinta televisiokanavaa on tuottanut 60 vuodessa (Youtube Press 2012). Näin ollen internetsukupolven kuulumattomien mediakäyttäjien suurimpia haasteita onkin määritellä oma suhteensa julkisuuteen, sillä julkisuus on sosiaalisen median luonteen keskeinen osa. Nykyisin jokaisella on teoreettinen mahdollisuus julkaista ajatuksiaan tai itse kuvaamiaan videoita joukkoviestinnän tavoin ainakin sosiaalisessa mediassa. Televisiojulkisuuteen pääseminen on tosin yhä harvojen oikeus. Toisin sanoen, jokaisella on mahdollisuus tuoda ajatuksensa julkisiksi, ja tuoda ne Dewayn määrittelemään julkiseen tilaan, jossa esimerkiksi blogiin kirjoitettu viesti havaitaan laajasti, tai ainakin kirjoittajan omaa lähipiiriä laajemmin.

Tutkimani ryhmän suhtautuminen julkisuuteen vaihtelee suuresti (ks. kuvio 4). Reilu neljännes piti julkisuutta siedettävänä asiana, mutta suhteellisen iso osa piti sosiaalisen median julkisuutta jopa vaarallisena (9 %).



KUVIO 4. Tutkittavan ryhmän varovaisuus suhteessa julkisuuteen

Vastaajille annettiin mahdollisuus myös kertoa, jos sosiaalinen media arveluttaa heitä tai he eivät pidä siitä. Vastaukset jakaantuivat siten, että tutkittavan ryhmän vastaajista 53,6 prosenttia kertoi, että se epäilyttää tai ei miellytä heitä. Perusteluina oli muun muassa se, että vastaajat näkivät vaarana sen, että

rikolliset seuraavat yhteisöpalveluja ja saavat sieltä liikaa tietoa ihmisistä. 44,3 prosenttia kertoi, että heillä ei ole negatiivisia oletuksia tai pelkoja sosiaalista mediaa kohtaan.

Omalla tavallaan kuitenkin turha varomattomuuskin on arveluttavaa, sillä muun muassa Aula, Matikainen ja Villi (2006, 19) kuvailevat nykyisenlaista verkkomaailmaa paitsi hyödylliseksi paikaksi niin myös paikaksi, jossa on mahdollisuus toteuttaa kontrollia ja tarkkailua tiedon avulla, jota kerätään jatkuvasti erilaisiin tietokantoihin. He tuovat (emt., 15) esiin myös sen, että verkossa todella esiintyy rikollisia ryhmittymiä, joiden läsnäolo ilmenee eri tavoilla. Toisaalta ihminen ei välttämättä ole verkossa sen haavoittuvampi kuin reaalielämässäkään, jos osaa huolehtia riittävästä turvallisuuskäytännöistä, kuten ajan tasalla olevasta virustorjunta- ja palomuuriohjelmista ja tutustua yhteisöpalvelujen asetuksien muokkaamismahdollisuuksiin: kaikkea ei ole pakko jakaa kaikkien kanssa.

4.1 Muutokset julkisuuskäsityksessä

Buckingham on havainnut eri sukupolvilla olevan erilaisia julkisuuskäsityksiä. Ne perustuvat teknologisiin muutoksiin, yhteiskunnallisiin ja kulttuurillisiin käsityksiin siitä, mitä mediavälitteinen viestintä on. (Buckingham 2000, 46–47 Jaakkolan mukaan 2010, 45). Määritelmä voidaan tehdä siten, että jaotellaan sukupolvet luokkiin X, Z, Y ja millenniaalit. Sukupolvi X syntyi vuodesta 1945 lähtien ja heidän julkisuuskäsityksensä ulottui lähinnä painettuun sanaan, jonka vuoksi sitä nimitetään kirjajulkisuudeksi. Sukupolvi Y on syntynyt vuosina 1980–1994 ja tämän polven julkisuuskäsitys on joukkoviestintäjulkisuus. (Jaakkola, 2010, 45–46.) Tässä tutkielmassa joukkoviestintäjulkisuuden merkitys on käsitelty niin, että sillä viitataan erilaisten joukkoviestintävälineiden kirjoon: televisioon, lehdistöön ja radioon. Nämä välineet ovat yhdessä muodostaneet Y-sukupolven julkisuuskäsityksen ja muokanneet heidän käsitystään todellisuudesta ja joukkoviestinnästä, mediasta.

Sukupolvi Z:n edustajat ovat saaneet alkunsa vuosina 1995–2001 ja heidän julkisuuskäsityksensä on Web 1.0. (Jaakkola, 2010, 45–46.) Käsitteellä Web 1.0 viitataan internetin vaiheeseen, jolloin käyttäjän osana oli olla lähinnä kuluttaja, jolla ei ole juurikaan mahdollisuuksia tuottaa omaa sisältöä käyttämiinsä palveluihin, toisin kuin Web 2.0 -teknologioihin pohjautuvissa palveluissa. (Cormode ja Krishnamurthy 2008, 2.) Viimeisin tähänastinen sukupolvi on saanut nimekseen millenniaalit, nämä diginatiivit ovat syntyneet vuodesta 2001 lähtien ja heidän julkisuuskäsityksensä on Web 2.0 eli sosiaalinen ja vuorovaikutteinen media. (Jaakkola, 2010, 45–46.) Maarit Jaakkola (emt.) havainnollistaa julkisuuskäsityksiä taulukon avulla, jossa X-sukupolven päättymisajankohta on jätetty auki (ks. taulukko 3). Tulkitsen tämän johtuvan siitä, että kirjajulkisuus on vaikuttanut voimakkaasti vielä joukkoviestintäjulkisuuden alkaessakin, joten päättymisvuotta ei ole sen vuoksi määriteltä, vaikka sen varsinainen yksinvaltiaan kausi tuntuisi päättyneen vuoteen 1979.

TAULUKKO 3. Eri sukupolvien julkisuuskäsitykset

Sukupolvi	Ajankohta	Julkisuuskäsitys
Sukupolvi X	1945-	"Kirjajulkisuus"
Sukupolvi Y	1980–1994	"Joukkoviestintäjulkisuus"
Sukupolvi Z	1995–2001	Web 1.0
Millenniaalit	2001-	Web 2.0

(Taulukko: Jaakkola 2010, 46)

Kahteen viimeiseen sukupolveen kuuluvien diginatiivien etu internetin ja uusmedian käyttämisessä on se, että heiltä puuttuu analogisten laitteiden käyttämiseen tarvittu logiikka. Se logiikka on jo vanhanaikaista eikä ole kuin haitaksi digilaitteita käytettäessä. Tämäkin tuo diginatiiveja iäkkäämmille internetin ja uusmedian käyttäjille haasteita toimia verkossa. Vaikein suhde digitaaliseen mediaan arvellaan olevan X- ja Y-sukupolvilla. (Jaakkola 2010,

45–47.) Tutkielman tutkittava ryhmä koostuu niin ikään X- ja Y-sukupolvista. Tosin 314 vastaajan joukossa oli myös runsaasti X- ja Y-sukupolven edustajia, kun taas esimerkiksi millenniaalit olivat vähemmistönä.

4.2 Tuottaja, käyttäjä ja julkkis

Vaikka lukijaa eivät estä journalistit, kustantajat tai muut porttivahdit, kuten kirjajulkisuuden jyllätessä, jolloin ainoa julkisuuden tila oli painettu sana (Poster 1995, Aulan, Matikaisen ja Villin mukaan 2006, 12), osa internetin käyttäjistä voi siltikin suhtautua uusmediaan kuten perinteiseen massamediavälineeseen ja ajatella käyttävänsä sitä kuten analogista välinettä ja olla vain kuluttaja. Myös sosiaalista mediaa voi käyttää vain kuluttajan roolissa, ilman, että luo palveluun uutta sisältöä. (Jaakkola 2010, 47.)

Esimerkiksi YouTube-videopalvelua voi käyttää, vaikka ei itse lataisi palveluun yhtään videota. Sosiaalisen median lähemmän tarkastelun kannalta on kuitenkin hedelmällisempää keskittyä niihin käyttäjiin, jotka lisäävät valokuviaan Flickr-palveluun tai videoita YouTube-sivustolle. Lietsala ja Sirkkunen (2008) näkevät myös, että käyttäjän rooli on pääasiallisesti samalla tuottajan rooli sosiaalisessa mediassa; toisaalta he tietävät, että on olemassa myös käyttäjiä, jotka käyttävät sosiaalisia alustoja yksityisesti (emt., 18–19). Kolme tämän tutkielman kyselyyn vastanneista ilmoitti myös vastauksissa, että he ainoastaan lukevat keskustelufoorumeja, eivätkä tuota uutta sisältöä palveluihin.

Tutkittava ikäryhmä ei kirjoittanut esimerkiksi blogeja kovin aktiivisesti. Reilu 38 prosenttia kohderyhmän vastaajista ilmoitti, ettei heidän toimintansa verkossa useinkaan liity seuraaviin asioihin: Facebook, blogit, Wikipedia, Youtube, Vimeo, Flickr tai keskustelupalstat. Sen sijaan 22,9 prosenttia vastaajista ilmoitti, että viettää useimmin aikaa Facebookissa. 7,2 prosentin osuus vastaajista teki montaa yllämainittua asiaa samaan aikaan. Tutkimustulos on mielenkiintoinen, sillä se todistaa osaltaan esimerkiksi Juha Herkmanin (2010, 64) väitteen todeksi siitä, että myös muut ikäryhmät kuin vain millenniaalit,

harjoittavat simultaanikäyttöä. Toisaalta alla olevasta taulukosta (ks. taulukko 4) voi havaita, että varsin iso osa vastaajista ja verkon käyttäjistä ei käytä ollenkaan etupäässä verkon sosiaalisia palveluja. Netinkäyttäjät, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa, eivät joudu tekemisiin myöskään julkisuuden kanssa.

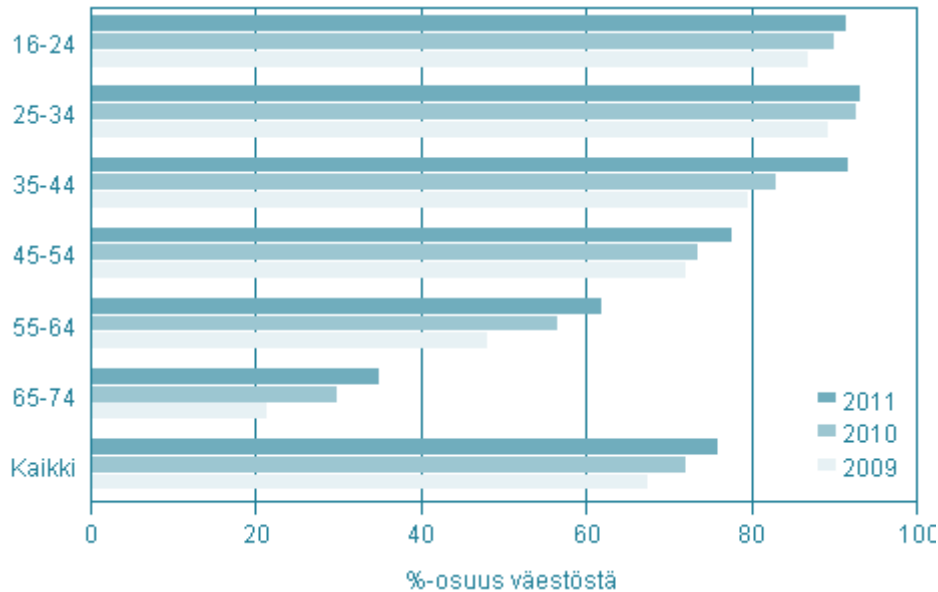
TAULUKKO 4. Sosiaalisen median palveluiden suosion jakautuminen

En mitään ylläolevista	38,54 %
Olen Facebookissa	22,91 %
Luen keskustelupalstoja ja kirjoitan niihin	9,37 %
Luen blogeja	7,29 %
Teen melkein kaikkea yllämainittua samanaikaisesti	7,29 %
Käytän Wikipediaa	6,25 %
Käytän Youtubea tai Vimeota	3,12 %
Käytän valokuvapalvelua	3,12 %
Kirjoitan blogia	2,08 %

4.3 Iän yhteys netinkäyttöön

Juha Nurmela (2006, 50) on tutkinut eri-ikäisten ihmisten internetin käyttöä ja havainnut, että ihmisen elinkaaren vaihe (lapsuus, nuoruus, työikä, vanhuus) vaikuttaa merkittävästi siihen hankitaanko kotitalouteen ylipäättään tietokone ja verkkoyhteys. Suomessa ja länsimaissa yleensä internetyhteys hankitaan useammin, jos perheessä on lapsia. Vuonna 2006 57 prosenttia suomalaisista omisti verkkoyhteyden (emt.).

Tilanne on siis hankala ikääntyvien yhden ja kahden ihmisen talouksien kohdalla, joihin Nurmelan mukaan hankitaan vähiten viestintäteknologiaa. Yhden hengen talouksissa, joissa asuvat olivat 55–74-vuotiaita, oli tietokone ja verkkoyhteys vain 40 prosentilla talouksista. Vuonna 2011 hieman yli 80 prosenttia kaikista suomalaisista käytti tavalla tai toisella internetiä (Tilastokeskus 2011). Tilastokeskus täsmentää, että internetin käyttäjien nopeimmin kasvava käyttäjäryhmä ovat iäkkäämmät ihmiset, sillä muissa ikäryhmissä käyttö on jo ennestään miltei 100 prosenttia. Seuraavasta Tilastokeskuksen tutkimuksesta (ks. kuvio 5) voi todeta, että kokonaisuudessaan ikäihmisten netinkäyttö on pientä suhteessa muuhun väestöön.



KUVIO 5. Päivittäin internetiä käyttävien osuus väestöstä iän mukaan 2009–2011

(Lähde: Tilastokeskus 2011.)

Uusien keksintöjen, kuten sosiaalisen median positiivinen arkipäiväistyminen vaatii aikaa ja käyttäjiä, jotka rohkenevat tarttua innovaatioihin rohkeasti. NettiET-sivustolla olleesta kyselytutkimuksesta käy ilmi, että ikä vaikuttaa paitsi internetin hankkimiseen, myös sosiaalisen median suosittuuteen käyttäjien elämässä. Tutkittavan ikäryhmän parissa 46,3 prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä sosiaaliseen mediaan laskettavia yhteisöpalveluja, Facebookia tai Twitteria. Verratessani tulosta kaikkiin 314 vastaajaan, joiden mukana oli myös 1990-luvulla syntyneitä vastaajia, oli sosiaalista mediaa käyttävien määrä jo 61,9 prosenttia. Tässä on havaittavissa ns. trickle down -ilmiö, jonka mukaan uudet innovaatiot valuvat vasta eliitin jälkeen laajemman yleisön käyttöön (Nurmela 2006, 43–44). Ainakin silloin, jos voi katsoa diginatiivien olevan eliittiä teknologisten taitojensa ansiosta. Nurmelan (2006) mukaan trickle down -ilmiön lisäksi innovaatioiden leviämisteoriat, sukupolvi ja elinkaarenvaihe ovat hyviä työkaluja, joiden avulla esimerkiksi sosiaalisen median yleistymistä voidaan tutkia ja ymmärtää. Alla olevasta taulukosta voi havaita osaltaan, miten miehet ja naiset eri ikäryhmistä käyttävät internetiä (ks. Taulukko 4): huomattavaa on, että vanhemmissa ikäryhmissä internetin käyttäminen laskee radikaalisti,

toisaalta internetpuhelut ovat ikäihmisten ja ikääntyvien suosiossa, kuten taulukosta voi havaita.

TAULUKKO 4. Internetin käyttö viestintään, miehet ja naiset yhteensä, % internetin käyttäjistä

10 VUOTTA TÄYTTÄNEET		Sähköposti	Viestien kirjoittaminen keskustelupalstoille, uutisryhmiin verkossa	Pikaviestien lähettäminen	Internetpuhelut	Oman blogin ylläpito	N (painot.)
Miehet ja naiset yhteensä	2009	91	33	36	20	5	3615
Miehet	2009	89	34	36	21	3	1744
Naiset	2009	93	31	35	19	6	1870
10-14 vuotta	2009	75	32	55	12	5	231
15-24 vuotta	2009	98	54	79	22	10	624
25-44 vuotta	2009	96	41	37	21	5	1267
45-64 vuotta	2009	87	18	14	19	2	1256
65-vuotta	2009	82	11	8	23	1	236

(Lähde: Ajankäyttötutkimus Tilastokeskus 2009.)

Nurmela (2006, 63) on myös havainnut, että ikä vaikuttaa siihen, kuinka moneen tarkoitukseen internetiä käytetään. Nurmelan mukaan yli 50-vuotiaiden käyttäjien joukossa joka toinen käyttää nettiä vain yhteen tai kahteen tarkoitukseen, nuorten parissa käyttötarkoituksia on huomattavasti enemmän. Nurmelan tutkimuksesta selviää, että valtaosalla 15 – 29-vuotiaista miehistä on internetille 8–12 käyttötarkoitusta. Nurmelan mukaan asiakäyttö puolestaan on yleisintä 30–49-vuotiaiden kesken (Nurmela 2006, 64). Asiakäytöllä Nurmela viittaa tekstissään käyttöön, joka ei ole viihdekäyttöä. Asiakäytön yleisyys keski-ikäisten ja yli 30-vuotiaiden nuorten aikuisten piirissä selittää osaltaan sitä, miksi kyselytutkimuksen tutkittavan ryhmän vastaajien kesken reilu 38 prosenttia ilmoitti, ettei käytä pääasiallisesti mitään mainituista sosiaalisen median palveluista, ne kun voi pitkälti laskea viihdekäytöksi.

5 SOSIAALINEN MEDIA JA DEMOKRATIA

Demokratia on ihmisten järkeen pohjautuvaa, organisoitua vallankäyttöä, oikein toteutettu demokratia suo ihmisille myös mahdollisuuden osallistua koko valtiota koskevaan päätöksentekoon ja harjoittaa vapauden keskustella yhteisistä asioista (Sassi 1994, 100). Sosiaalinen media tarjoaa kansalaisille alustan, jolla voi keskustella vapaasti kaikesta. Vaikka poliittista päätäntävaltaa ei jaetakaan verkossa, oman sisäpiirin ulkopuolelle ulottuva julkinen keskustelu ja mahdollisuus levittää tietoa, lisäävät osaltaan demokratiaa. Uuden teknologian mahdollisuudet voivat kuitenkin myös hämmentää verkossa surffaavia, sillä useiden päällekkäisten arvojen ja ideologioiden maailmassa on myös useita totuuksia, joista kuluttajan on osattava poimia itselleen oikein tieto.

Nykypäivän mediatodellisuus on muuttunut runsaasti vaikkapa 1960-luvun mediatodellisuudesta, jonka vallankahvassa oli poliittisesti säännelty YLE, jonka tuotoksissa seurattiin poliittisen siunauksen saanutta, ajalleen tyypillisen sivistyskäsityksen mukaista maailmankuvaa (Herkman 2010, 64, 67). Tämä nykyisenlainen laaja mediakenttä vaatii kuluttajalta erinomaista taitoa olla kriittinen, ja myös osaamista löytää luotettava lähde, josta epäilyttävän tiedon voi tarkistaa. Kriittisyys ei kuitenkaan ole esimerkiksi Maarit Jaakkolan (2010, 54) mukaan painotuotesukupolvelle ongelmallinen alue, päinvastoin, sillä hänestä vanhemmat ikäryhmät osaavat tulkita tietoa esimerkiksi nuoria ja verrattain kokemattomia millenniaaleja paremmin.

Toisaalta joukkoviestinnän tuottamaan julkiseen tilaan pääsi ennen internetin tuloa esille niin vähäinen määrä ihmisiä ja ääniä, että maailma saattoi vaikuttaa johdonmukaisemmalta paikalta kuin nykyisessä mediatodellisuudessa, jossa vallitsee päinvastoin eri ideologioiden ja äänien kakofonia. Talouseliitin ja politiikan vaikuttajien intressit ohittavat helposti kansalaisten kokemukset ja kiinnostuksenkohteet joukkoviestinnässä, mutta sosiaalinen media on osaltaan mahdollistanut sen, että kansalaisilla on nyt laajemmat mahdollisuudet

harjoittaa sananvapauttaan kuin milloinkaan kirjapaino-, radio- ja televisioviestinnän aikakausina (Sassi 1994, 100). Esimerkiksi vuoden 2012 presidentinvaalien presidenttitehtävissä sosiaalinen media oli tiiviisti mukana. Sen kautta tavallinen kansalainen saattoi saada minuuttien sisällä kommenttinsa esille suorassa lähetyksessä tai kysymyksensä esitettyä presidenttiehdokkaille; enää ei tarvinnut odotella, että posti vie palautekirjeen määränpäähän. Tosin, nykyäänkään kaikki halukkaat eivät pääse harjoittamaan sananvapauttaan televisiojulkisuuteen, mutta voi ajatella, että mahdollisuus siihen on kasvanut.

Yhtäältä on painovapauden ansiota, että Suomessa oli mittava sananvapauden traditio myös ennen sosiaalista mediaa, mutta toisaalta se on toteutunut käytännössä heikosti itsesensuurin vuoksi (Sassi 1994, 101). Sosiaalinen media ei tunne samanlaista sensuurin perinnettä kuin vaikka sanomalehti, joten sananvapauden näkökulmasta Web 2.0 -teknologia tarjoaa hyvän alustan erilaisille keskusteluille, jotka vahvistavat kansalaisten sananvapaudellisia ja demokraattisia oikeuksia. Kyselytutkimukseen vastanneen tutkittavan ryhmän kesken tosin vain 4 prosenttia ilmoitti, että politiikka on mieluisin puheenaihe verkossa.

On kuitenkin mahdollista, että sosiaalisen median positiivinen merkitys painottuu pikemminkin sananvapauteen kuin varsinaisesti demokraattiseen päätöksentekoon. Jos vallassa olevat virkamiehet eivät lisää esimerkiksi kansanäänestyksien määrää, pelkkä sananvapauden harjoittaminen ei vielä muuta päätöksentekoon liittyviä perinteitä. (Karonen 2000, 49.) Poliittiset puolueet suosivatkin yhä yhdeltä-monelle viestintää, vaikka se on vanhanaikaista. Positiivista kuitenkin on se, että useat yksittäiset poliitikot ovat alkaneet pitää blogia verkossa. (Aula, Matikainen ja Villi 2008, 14.) Verkkoon liittyy paljon positiivisia mahdollisuuksia, mutta sillä on myös varjopuolensa. Esimerkiksi erilaisten tietokantojen keräämiin tietoihin liittyy myös uhkia, sillä tietojen avulla kansalaisia on mahdollista kontrolloida aiempaa paremmin (Aula, Matikainen ja Villi 2008, 19). Jokainen ihminen on joutunut osoittamaan

sosiaalisen median palveluille oman, yksilöllisen paikkansa omassa arjessaan ja pohtimaan, miten sitä käyttää, mitä siellä jakaa ja millaisia merkityksiä sille antaa.

5.1 Ruohonjuuritaso muokkaa maailmaa

Voi myös nähdä, että sananvapaudessa piilee suuri voima, jos sitä käytetään tarpeeksi isolla volyymilla ja oikeassa paikassa. Piskuinen enemmistö myös kyselytutkimukseen vastanneista 96 henkilöstä (58,7 %) kertoi saavansa äänensä kuuluville entistä paremmin sosiaalisen median ansioista. Yleisöissä on siis voimaa siitäkin huolimatta, että demokraattista päätöksentekoa ei siirrettäisi tulevaisuudessakaan verkkoon tai kansanäänestyksiä ei lisittäisi. Eräs hyvä esimerkki yleisöjen voimasta on Esa Sirkkusen (2006, 138) artikkelissaan esiin nostama nettiaddressi vuodelta 2006, jossa paheksuttiin 7 päivää -lehden kansikuvaa, jossa komeili Lordi-yhtyeen laulaja ilman maskeja, vaikka hän oli ilmaissut selkeästi medialle halunsa esiintyä vain hirviömaskinsa kanssa julkisuudessa. Sirkkusen mukaan kansannousu johti muun muassa joidenkin mainostajien irtisanoutumiseen yhteistyöstä lehden kanssa.

Toinen esimerkki sosiaalisen median voimasta liittyy Wikipediaan. Tämä verkossa toimiva tietosanakirja on sinänsä epätyypillinen esimerkki wikeistä, sillä usein niiden käyttäjäryhmä on pienempi ja hallitumpi (Majava 2006, 89). Se on kuitenkin mainio esimerkki tietosanakirja-alustasta, jolla voi esittää uskottavaa faktatietoa aiheesta, jonka merkityksiä voi muokata vaihtamalla näkökulmaa. Sitä on käytetty esimerkiksi Kosovossa sodankäynnin välineenä siten, että tietosanakirjassa olevia artikkeleita on muokattu kirjoittajan omiin poliittisiin mieltymyksiin ja tarkoitukseen sopiviksi. Ilmiössä on kuitenkin ollut kyse lähinnä erilaisten näkökantojen yhteentörmäyksestä, ei varsinaisesti valheellisen tiedon levittämisestä. (Mikkonen 2011, 114–115.) Sosiaalisessa mediassa esiintyvä subjektiivisten näkemysten, erilaisten näkökulmien esiin pääseminen ilman sensuuria esittelee kuitenkin osuvasti sitä haastavuutta, minkä edessä vuorovaikutteinen media on.

Radikaalin mielipiteen esittäminen voi olla rakentavaa, mutta hajottava ja epäasiallinen keskustelu ei osaltaan lisää demokratiaa. Demokratian vahvistamisen kannalta on huono asia, jos keskustelussa on epäasiallisia kommentteja, jotka pilaavat järkipäisen keskustelun ja ilmapiirin. (Karonen 2000, 49.) Toisaalta, vain harva keskustelupalsta kykenee säilyttämään asiallisen tason viestistä toiseen. Hyvä esimerkki toimivasta keskustelukulttuurista on kuitenkin Tiede-lehden keskustelufoorumi, jonka keskustelukulttuuri on poikkeuksellisen asiallinen. Toisaalta rekisteröitymispakko ja sen mukanaan tuoma vaihtumaton nimimerkki merkitsee usein keskustelun siistiytymistä. Toisaalta ko. lehden keskustelujen aihepiiritkin sävyttävät keskustelua omalta osaltaan. Tiede-lehden foorumeilla kun on mahdollista keskustella lähinnä eri tieteenaloihin liittyvistä kysymyksistä, joista keskustelemiseen reaalielämässäkin liittyy usein asiallisuus. Myös nettiET-sivuston keskustelupalstat ovat verrattain siistejä, vaikka rekisteröitymispakkoa ei olekaan.

5.2 Demokratia ja teknoapartheid

Verkottunut tietokonekulttuuri liittyy useimpien länsimaisten ihmisten elämään, yhä enemmän myös iästä riippumatta. Niinpä myös monet yhteiskunnan palvelut on rakennettu siten, että asiat hoituvat verkossa nopeammin ja kätevämmän kuin sillä tavalla, että asiakas tapaisi kasvotusten asiakaspalvelijan esimerkiksi Kansaneläkelaitoksen toimipisteessä. Pahimmillaan ikäihmiset voivatkin syrjäytyä informaatioyhteiskunnasta ja joutua siten epätasa-arvoiseen asemaan yhteiskunnassa. Toisaalta positiivisena asiana voi nähdä kyselytutkimuksen vastaajien ikäjakauman, jonka painopiste oli ennen 1960-lukua syntyneissä ja mukana oli myös muutama 1930-luvulla syntynyt vastaaja. Toisin sanoen: aivan kaikki ikäihmiset eivät ole syrjäytyneitä tietoyhteiskunnasta. Parhaassa tapauksessa teknologinen kehitys on positiivinen asia ja helpottaa parhaimmillaan ihmisten arkea, mutta haittapuoli on se, että edut koskevat vain niitä, jotka käyttävät suvereenisti erilaisia

tietoverkkopalveluja. Näillä ihmisillä on teknologian myötä niin ikään paremmat mahdollisuudet harjoittaa sananvapauttaan ja hankkia tietoa mielipiteidensä tueksi. Oikeus elää tietoyhteiskunnassa ei kuitenkaan koske kaikkia suomalaisia, eikä varsinkaan kaikkia maailmankansalaisia.

Jan van Dijk on kirjoittanut kirjassaan *The Network Society* (1999) muun muassa sosiaalisesta epätasa-arvosta, josta hän puhuu digitaalisena kahtiajakona ja teknoapartheidinä. Van Dijk näkee ongelmallisena marginaaliryhmien kannalta sen, että median sisältöjä määräävät valtakulttuurit ja markkinavoimat. Hän on havainnut, että esimerkiksi talouselämästä on tullut markkinavetoista eikä se ole enää politiikan säätelystä. Tämän jatkumona van Dijk uskoo, että myös media kehittyy markkinoiden ehdoilla. Hänen mukaansa tätä epäedullista asetelmaa kärjistää sekin, että valtakulttuurien edustajat myös kehittävät verkon palvelut, ja ne vielä luodaan länsimaisesta kulttuurista ja kielestä käsin. Tämä syventää kuilua paitsi rikkaiden ja köyhien maiden välillä, mutta suurentaa myös eroa niiden välillä hyvinvointivaltion sisälläkin, jotka osaavat käyttää verkkopalveluita ja jotka eivät. Valtakulttuurit siis määrittelevät van Dijkin mukaan pitkälti myös verkon sisällön, niinpä sisältö ajautuu yhä kauemmas heistä, jotka eivät siihen pääse vaikuttamaan.

Verkon globaalin luonteen vuoksi on syytä tarkastella verrokiryhmiä myös oman kansan ulkopuolelta. Tilanne on suomalaisten kannalta lohdullinen, sillä Suomessa internetin piirissä on melkein koko kansa ja kansainvälisesti sijoitumme kärkimaiden joukkoon (ks. Taulukko 5).

TAULUKKO 5. Internetiä päivittäin käyttävien osuus väestöstä Euroopassa vuosina 2009–2010

	Internet-yhteyden yleisyys		Internetin käyttäjiä		Internetiä päivittäin käyttävät	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010

	%-osuus kotitalouksi sta	%-osuus kotitalouksi sta	%- osuus väestös tä	%- osuus väestös tä	%- osuus väestös tä	%- osuus väestös tä
Islanti	90	92	93	93	82	85
Norja	86	90	91	93	76	81
Ruotsi	86	88	90	91	73	76
Luxembou rg	87	90	86	90	71	74
Alankoma at	90	91	89	90	73	76
Tanska	83	86	86	88	72	76
Suomi	78	81	82	86	68	72
Britannia	77	80	82	83	60	66
Saksa	79	82	77	80	55	60
Ranska	63	74	69	79	50	62
Belgia	67	73	75	78	56	59
Slovakia	62	67	70	76	49	58
Itävalta	70	73	72	74	48	53
Viro	63	68	71	74	54	57
EU-27	65	70	65	69	48	53
Slovenia	64	68	62	68	47	54
Irlanti	67	72	65	67	40	47
Tsekki	54	61	60	66	34	38
Latvia	58	60	64	66	47	49
Espanja	54	59	60	64	39	44
Unkari	55	60	59	62	46	49
Malta	64	70	58	62	45	49
Liettua	60	61	58	60	43	45
Puola	59	63	56	59	39	42
Kroatia	50	56	47	54	37	40

Kypros	53	54	48	52	34	40
Makedonia	42	46	50	52	37	39
Italia	53	59	46	51	40	46
Portugali	48	54	46	51	33	38
Kreikka	38	46	42	44	27	31
Bulgaria	30	33	42	43	31	33
Serbia	37	..	38	..	25	..
Turkki	30	42	34	38	20	22
Romania	38	42	33	36	19	21

(Lähde: Eurostat)

Van Dijkin huolen aiheellisuuden köyhän etelän maiden ihmisten syrjäytymisestä voi todeta myös yllä olevasta taulukosta, josta esimerkiksi näkyy, että Suomessa internetiä päivittäin käyttävien osuus on 72 prosenttia kun Romaniassa vastaava luku on vain 21 prosenttia.

Suomessa teknologian tuntemusta on edistetty muun muassa erilaisten hankkeiden avulla, näistä esimerkkinä ovat Oppiva Vaara-Karjala- ja Oppivat Seutukunnat -hankkeet. Näissä projekteissa kansalaiset on saatettu osaksi projektien yhteisöllistä toimintaa. Verkkohankkeiden tavoitteena on saada aikaan digitaalista voimistumista, joka osaltaan edistää yhteisön jäsenien mahdollisuutta osallistua mediajulkisuuteen ja ilmaista itseään. (Mäkinen 2006, 166–167.) Tällaisten hankkeiden avulla myös vanhuksat ja työelämästä pois siirtyneet voidaan saada rakentavaksi osaksi tietoyhteiskuntaa, sillä tiedon hankkiminen uusista teknologisista laitteista ja käytännöistä ilman apua, voisi olla monelle ikääntyvälle liian hankala tehtävä yksinään suoritettavaksi.

Demokratian lisääminen teknologian avulla ei kuitenkaan aina onnistu. Esimerkiksi työyhteisöön tuotu uusi teknologia voi jopa lisätä epädemokraattista päätöksentekoa ja yksipuolista keskustelua, jos käy niin, että kaikki yhteisön jäsenet eivät opi käyttämään uutta teknologiaa. Tällöin ryhmä, joka hallitsee

laitteet, muodostaa hegemonian, joka päättää ja keskustelee tärkeät asiat keskenään, jättäen taitamattomat ulkopuolelle päätöksenteosta. (Kallio 2000, 163.)

6 SOSIAALISEN MEDIAN MERKITYKSIÄ

Internetissä ihmisten välinen viestintä on inhimillistä, vaikka se toteutuukin teknologian avulla. Internetin avulla ihmiset kykenevät välittämään toisilleen rakentamiaan tulkintoja ja merkityksiä maailmasta. (Aula, Matikainen ja Villi 2008, 13.) Kirsi Kallion (2000, 157) mukaan viestintävälineet auttavat jakamaan informaatiota ja sitten käsittelemään sitä, jonka seurauksena syntyy yhteisiä merkityksiä, yhteisesti ymmärrettävää tietoa. Hänen mukaansa yhteiset merkitykset ja niiden luominen avoimesti ovat tärkeitä sen kannalta, että esimerkiksi työyhteisöön saadaan luotua sosiaaliset normit, jotka helpottavat elämistä. Kallion esimerkki pätee hyvin työyhteisöön, joka viettää fyysisesti aikaa pääosin yhdessä, yhteisissä tiloissa. Toisaalta se sopii melko huonosti esimerkiksi Facebookin käyttäjiin, jotka eivät useinkaan muodosta perinteistä yhteisöä keskenään, eivätkä näin tunne toisiaan kyllin hyvin jakaakseen erilaisia normeja ja merkityksiä.

Vastaajien suhde keskustelupalstoihin ja vuorovaikutukseen verkossa ei ollut erityisen innokas. Keskustelupalstat eivät olleet tutkittavaan ryhmään kuuluvien 96 vastaajan parissa kovin suosittuja, sillä vain runsas 13 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttävänsä niitä aktiivisesti. Lähes 56 prosenttia kertoi, että niitä ei tule käytettyä ollenkaan. Noin 31 prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä keskustelupalstoja silloin tällöin. Vastaajilta kysyttiin niin ikään millä sivuilla he useimmiten keskustelevat muiden netinkäyttäjien kanssa. Ylivoimaisesti suosituimmiksi palveluiksi mainittiin yhteisöpalvelu Facebook (www.facebook.com) ja Suomi24-portaali (www.suomi24.fi), joka sisältää laajan kirjon erilaisia keskustelufoorumeja, chatteja, deittipalvelun sekä ilmaisia sähköpostilaatikoita. Kaikkien vastaajien avointen kysymysten vastauksissa Facebook mainittiin 39 kertaa ja Suomi24-portaali 49 kertaa. Kolmanneksi eniten tutkittavan ryhmän vastaajat keskustelivat erilaisten verkkolehtien tai printtilehtien verkkoversioiden keskustelufoorumeilla, näistä he mainitsivat

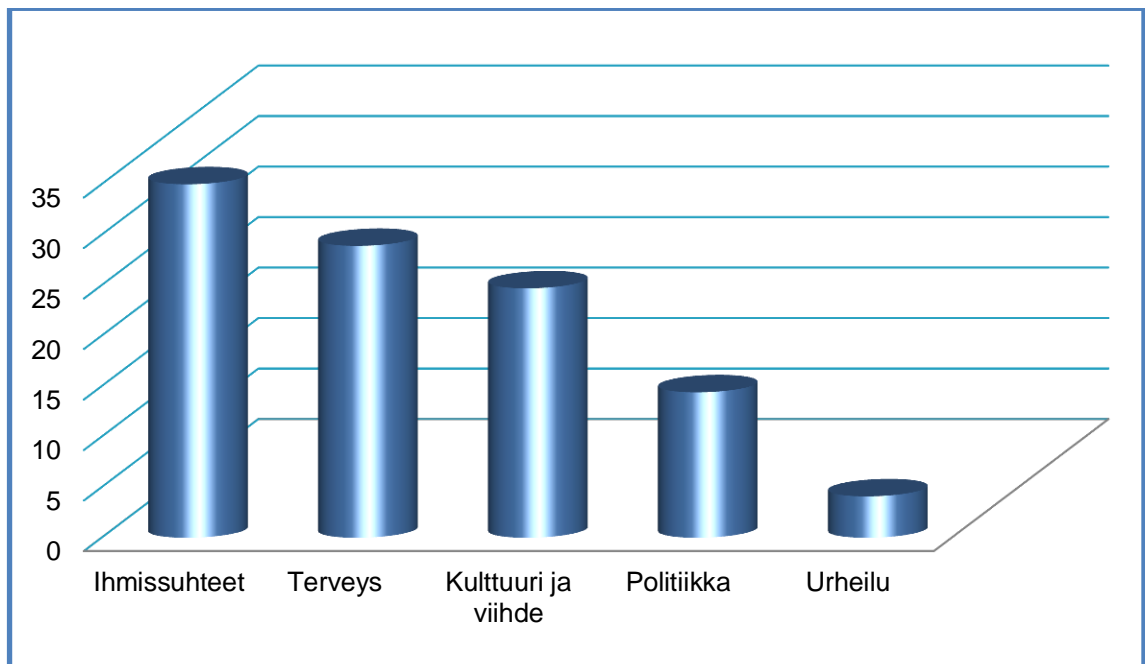
esimerkiksi nettiET-sivuston ja lisäksi muun muassa Iltalehden- ja Aamulehden verkkosivustoihin liittyvät keskustelufoorumit. Avoimissa vastauksissa mainittiin myös vastaajan urheiluharrastukseen liittyvä keskusteluryhmä, jossa tämä keskusteli muiden ryhmäläisten kanssa yhteisestä harrastuksesta. Pari vastaajaa tutkittavasta ryhmästä mainitsi, että käy käsityö-aiheisilla sivuilla. Toinen vastaaja mainitsi Ravelry.com-sivuston, jossa voi jakaa tekemiensä käsitöiden kuvia kansainvälisen käyttäjäryhmän kesken.

Kyselytutkimuksesta voi päätellä, että aktiiviset netinkäyttäjät ovat selvästi löytäneet oman paikkansa sosiaalisessa mediassa ja ymmärtäneet, että verkosta löytyy kohtalotovereita ja harrastajakollegoita kenelle tahansa, jos niitä osaa etsiä. Web 2.0 -teknologialla kyllästetty internet tarjoaa siis jokaiselle jotakin eikä verkko ole enää aikoihin ollut kenttä, jossa vain tietty, esimerkiksi teknologiaan erikoistunut, väestönosa viihtyy. Web 2.0 -teknologia on osaltaan edesauttanut tätä kehitystä, koska esimerkiksi blogin kirjoittaminen on tehty Web 2.0 -teknologioiden avulla helpoksi. Samoin omien sivujen ylläpitäminen ja päivittäminen Facebookissa on sen verran yksinkertaista, että pienellä harjoittelulla se onnistuu melkein keneltä tahansa.

Kaikkia vastaajia ei silti verkon vuorovaikutteiset mahdollisuudet kiinnostaneet. Kolme vastaajista mainitsi erikseen, että he vain lukevat palstoja ja muiden mielipiteitä, mutta eivät kirjoita sinne itse uutta sisältöä. Toisin sanoen sosiaalista mediaa käytetään myös yhdensuuntaisesti, perinteisen joukkotiedotusvälineen tavoin. Tällainen käytötapa on kuitenkin kyselytutkimuksen tutkittavan ryhmän tuloksien varjossa melko harvinaista: 53 henkilöä avoimeen kysymykseen vastanneesta kertoi, että ainoastaan lukee keskustelupalstoja, ei itse tuota sisältöä niihin. Toisaalta kolme 96 vastaajasta ilmoitti, ettei käy ollenkaan keskustelupalstoilla, ei edes lukemassa toisten käyttäjien tuottamaa sisältöä.

6.1 Keskustelupalstojen imu: toiset ihmiset ja ajankuluttaminen

Valtaosa vastaajista piti ihmissuhteita kiinnostavimpana aiheena, josta verkossa saattoi jutella muiden keskustelijoiden kanssa (ks. kuvio 6). Tutkittavan ryhmän vastaajista vain neljännes piti politiikkaa keskustelupalstojen kiinnostavimpana sisältönä. Hieman yli 1 prosentti vastaajista mainitsi erikseen, että leivonta- ja käsityöaiheet saavat osallistumaan keskusteluihin, samoin huumori, kauneudenhoito, valokuvaus ja uskonto kirvoittivat kirjoittamaan keskusteluihin. Kolme vastaajaa mainitsi erikseen kädentaitoihin liittyvät asiat, joiden merkitys korostui muutenkin vastauksissa. Usealle vastaajalle sosiaalisen median palvelut tuntuivatkin edustavan paikkaa, jossa voidaan esitellä sekä jakaa omia käsitöitä ja saada hyviä niksejä ja ideoita. Eräässä vastauksessa mainittiin myös kotoilun käsite, joka viittaa askarteluun, sisustamiseen ja yleensä sellaiseen elämäntyyliin, joka keskittyy kodissa puuhasteluun ja käsillä tekemiseen.



KUVIO 6. Keskustelupalstojen kiinnostavimmat puheenaiheet tutkittavan ryhmän mielestä

Vain reilu 13 prosenttia 96 vastaajasta koki, että sosiaalinen media ja sen yhteisöt ovat syventäneet vastaajien suhdetta heidän harrastuksiinsa.

Vastaajat, joiden suhde harrastukseen oli syventynyt, tarkoittivat syventymisellä esimerkiksi ristikko-aiheisia keskusteluja, joista saa vinkkejä ristikoiden täyttämiseen. Esiin nousivat myös käsityöt, neuleohjeet, leivonta ja sisustus. Yksi vastaaja kertoi, että keskustelupalstoilta saa tietoonsa esimerkiksi rikoksiin liittyvää lisätietoa sellaisilta lukijoilta, jotka tuntevat aiheen paremmin kuin toimittajat. Tällaisessa vastauksessa korostuu vastaajan luottamus informaatiota kohtaan, jota keskustelupalstoilta saa.

Kyselyssä kartoitettiin myös vastaajien motiivia käyttää sosiaalista mediaa ja vuorovaikutteisia palveluja. Kyselytutkimuksen tuloksista kävi ilmi, että 30,9 prosenttia tutkittavan ryhmän vastaajista halusi kuluttaa aikaa hovin vuoksi osallistumalla verkkokeskusteluihin. Vastaava määrä (30,9 %) halusi antaa oman mielipiteensä panokseksi mielenkiintoiseen keskusteluun. Hieman vähemmän vastaajia kiinnosti tuttujen ja ystävien hankkiminen verkosta, sillä vain reilu 7 prosenttia ilmoitti muihin ihmisiin tutustumisen motiivikseen. Muiksi motiiveiksi mainittiin yhden prosentin osuudella vertaistuen etsiminen ja tiedonhankinta. Motiiviksi mainittiin myös halu vaikuttaa jonkun asian puolesta, jonka vastaaja koki tärkeäksi. Tämän voisi tulkita siten, että jotkut käyttäjät käyttävät sosiaalisen median palveluita nimenomaan joukkotiedotusvälineen tapaan, pyrkimyksenään vaikuttaa yhteiskunnallisiin asioihin ja luoda uusia merkityksiä erilaisten kanavien kautta.

Valtaosa tutkittavan ryhmän vastaajista (91,7 %) kertoi, että verkossa olevat yhteisöt tai keskustelupalstoihin liittyvät keskustelijaryhmät eivät peittoa merkityksellisyydessään reaali maailman yhteisöjä. Vain reilu 7 prosenttia koki, että internetin yhteisöt ovat tärkeämpiä kuin reaalielämän yhteisöt. Janne Matikainen (2008, 9–11) on pohtinut sosiaalisen median yhteisöllisyyttä eri tutkijoiden esimerkkien kautta ja esittää ajatuksen, että yhteisöpalvelujen yhteisöllisyys ei ole itsestäänselvyys, sillä verkkoyhteisön jäsenien siteet toisiinsa saattavat olla hyvinkin löyhiä. Matikaisen esittämän ajatuksen mukaan ei siis olekaan ihme, että valtaosa vastaajista kokee, että toistaiseksi reaalielämään liittyvät ryhmät ovat kuitenkin tärkeämpiä kuin internetin virtuaaliset ryhmät ja yhteisöt. Joissain vastauksissa korostui kuitenkin

vastaajan kaipuu jakaa ajatuksiaan samanmielisten kanssa. Yhteisesti jaetut merkitykset ja mielipiteet tuntuivat kiinnittävän vastaajan tiukemmin omaan verkkoyhteisöönsä. Yhteinen nimittäjä yhteisössä oli esimerkiksi samanlainen suhde kirkkoon tai vain paikka verkossa, jossa vastaaja koki tulevansa hyväksytyksi omana itsenään. Joidenkin kirjoittajien motiivi kirjoittaa keskustelupalstoille oli arkisempi: nämä vastaajat mainitsivat, että he kirjoittavat ja lukevat keskusteluja sen vuoksi, että haluavat vaihtaa mielipiteitä sekä tuntea yhteenkuuluvaisuuden tunnetta muiden ihmisten kanssa. Yhtäältä sosiaalinen media edusti joillekin vastaajille eräänlaista ikkunaa, jonka kautta on mahdollista päästä lukemaan toisten ihmisten mielipiteitä eri puolilta Suomea ja ulkomailta.

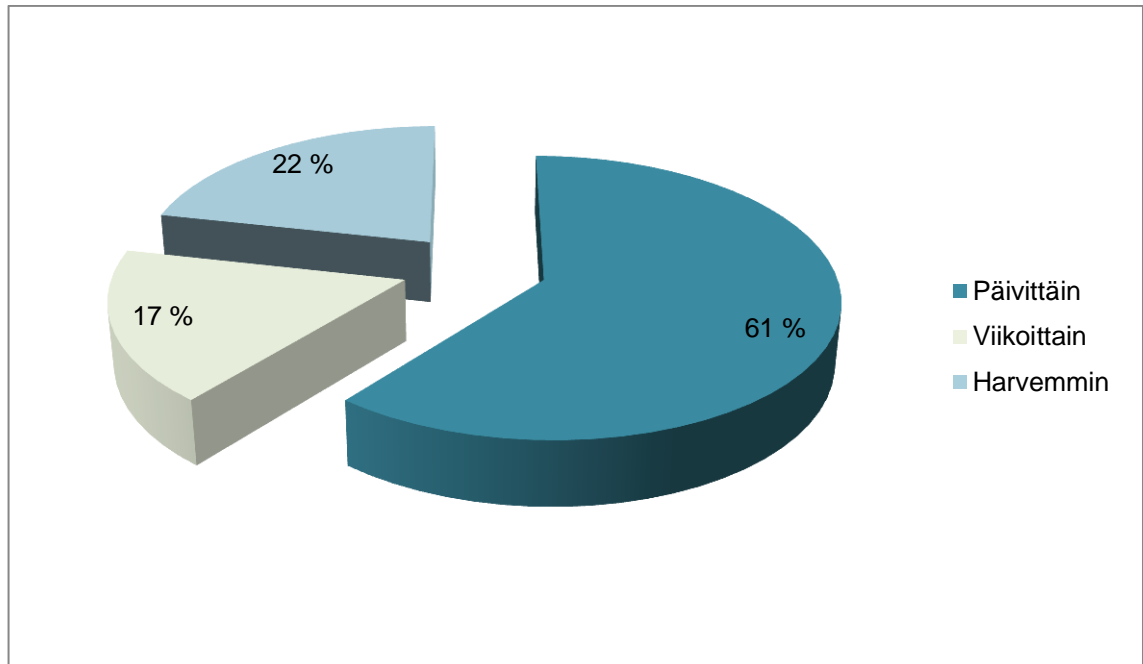
96 vastaajasta 40 henkeä oli kuvailut, mitä virtuaalinen yhteisö heille merkitsee. Heistä noin puolet, eli 21 vastaajaa, kertoi olevansa osa virtuaalista yhteisöä, koska siellä he saattoivat vaihtaa mielipiteitä muiden käyttäjien kanssa. Heistä erityisesti siis vuorovaikutuksellinen kanssakäyminen oli syy, miksi yhteisöön haluttiin kuulua. Joillekin mielipiteiden vaihtoon liittyi vahvasti vertaistuen saaminen ja myös antaminen esimerkiksi sairauden vuoksi. Hieman pienempi osa vastaajista käytti sosiaalista mediaa vain tiedonhankintaan siten, ettei itse ottanut osaa keskusteluihin. Näiden vastaajien määrä 40 vastaajasta oli vain viisi henkilöä. Loput vastaajat mainitsivat, että ottavat osaa erilaisten virtuaalisyhteisöjen keskusteluihin vain siitä syystä, että se on mukavaa ajanvietettä. Muutama vastaaja tunsu entuudestaan käyttämänsä yhteisön ihmisiä IRL-elämästä ja käytti verkossa olevaa kohtaamispaikkaa yhteydenpitovälineenä näihin ihmisiin. Yleisesti vastauksissa korostuikin ennen muuta tarve olla vuorovaikutuksissa muiden ihmisten kanssa. Näin ollen sosiaalinen media tuntuu edustavan useimmille vastaajille eräänlaista virtuaalista torikahvilaa, jossa voi rupertella arkisista asioista ihmisten kanssa.

Monella vastaajalla tuntui olevan kaipuu kasvokkaisviestintään, sillä kyselytutkimuksesta kävi ilmi, että vain reilu 8 prosenttia tutkittavan ryhmän vastaajista koki, että vuorovaikutus verkossa on yhtä tyydyttävää kuin ihmisten

kanssa seurustelu kasvotusten. Yli 90 prosenttia ei siis kokenut, että vuorovaikutus verkossa ajaisi saman asian kuin ystävän tai tutun tapaaminen IRL-elämässä. Hieman yli 20 vastaajaa taas koki, että vuorovaikutus verkossa on yhtä tyydyttävää kuin kasvotustenkin. Valtaosa heistä ajatteli myös siten, että sillä ei ole väliä, onko virtuaalikaveri entuudestaan tuttu vai täysin tuntematon. Reilu 20 vastaajaa 96:sta siis piti virtuaalisia kohtaamisia aivan yhtä pätevinä kohtaamisina kuin kasvotustenkin kohtaamisia. Kyselyn mukaan vain runsaat 29 prosenttia vastaajista esiintyi netissä aina samalla nimimerkillä, jopa 69 prosenttia kertoi vaihtelevansa nimimerkkiä tai esiintyvänsä anonyymina.

6.2 Vastaajien suhde yhteisöpalveluihin

Hieman yli 40 prosenttia tutkittavan ryhmän vastaajista kertoi käyttävänsä sekä keskustelupalstoja että Facebookia, Twitteriä tai vastaavaa palvelua. Hieman yli puolet heistä (52,5 %) ei käyttänyt yhteisöpalveluja ollenkaan. Yhteisöpalvelujen asiakkaina olevista 96 vastaajasta valtaosa käytti palvelua päivittäin. Viikoittain yhteisöpalvelua käytti 9,2 prosenttia vastaajista ja vielä harvemmin 11,3 prosenttia. Aktiivisimman ryhmän määrä on suhteellisen pieni tai ainakin siitä voi päätellä, että yhteisöpalvelu ei ole ainakaan vielä sulautunut osaksi tutkittavan ikäryhmän arkea kovin yleisesti. Päivittäin yhteisöpalvelua käyttävien osuus näyttäytyy kuitenkin suurena osuutena (ks. kuvio 7), jos sitä verrataan niihin Facebookin tai Twitterin käyttäjiin, jotka käyttävät palvelua vain viikoittain tai harvemmin. Jos päivittäin käyttävien osuus taas suhteutetaan myös niihin, jotka eivät käytä Facebookia ollenkaan, niin voi ymmärtää, että päivittäin käyttävien osuus on lopulta melko pieni.



KUVIO 7. Yhteisöpalvelun käyttäjien aktiivisuus toisiinsa suhteutettuna

Facebookin ja Twitterin kaltaisella palvelulla voisi ajatella olevan samanlainen merkitys arjessa kuin vaikka puhelimella, sillä yhteisöpalveluja tunnutaan käyttävän tarpeen mukaan sen sijaan, että niissä jaettaisiin esimerkiksi kaikki verkossa luetut artikkelit. Kyselystä kävi myös ilmi millaisen arvon tutkittavan vastaajat antavat sosiaaliselle medialla suhteessa vanhempiin viestintävälineisiin kuten puhelimeen ja postikortteihin. Vastaajista 25,7 prosenttia koki, että yhteisöpalvelu on korvannut osittain puhelimen. 37,1 prosenttia vastaajista ajatteli, että se on korvannut osin postikortit ja kirjeet. 18,5 prosentti vastaajista näki, että yhteisöpalvelu on korvannut osittain sähköpostin ja 14,4 prosenttia kyselyyn vastanneista tunsu, että yhteisöpalvelut ovat korvanneet osin myös kasvokkaisen viestinnän. 50 prosenttia 96 vastaajasta kertoi, että Facebook tai Twitter ei ole korvannut mitään edellä mainituista edes osittain, mutta toisaalta vain noin puolet vastaajista ilmoitti yleensä olevansa yhteisöpalvelujen asiakkaina, joten merkitysten puute johtuukin varmaan pitkälti siitä, etteivät nämä vastaajat käytä yhteisöpalvelua. Hieman reilu 28 prosenttia kertoi, että sosiaalinen media on korvannut kirjeet ja postikortit kokonaan. Muiden välineiden kohdalla ei koettu yhtä voimakkaasti, että niiden merkitys

olisi vähentynyt uusien Web 2.0 -teknologioiden myötä. Toisaalta silti jopa 6,1 prosenttia ajatteli, että sosiaalinen media on korvannut kokonaan puhelimen viestintävälineenä. Toiset 6,1 prosenttia tutkittavan ryhmän vastaajista koki, että yhteisöpalvelut ovat korvanneet kasvokkaisen viestinnän kokonaan. Kasvokkaisviestinnän korvaaminen kokonaan sosiaalisen median avulla ei tosin täydellisesti onnistu ainakaan Suomen kaltaisessa yhteiskunnassa, mutta voimme tulkita, että tässä kohtaa vastaajat ovat viitanneet tuttavien ja ystävien näkemiseen, eivät viranomaisten tai lääkäreiden tapaamisiin, joita ei kokonaan voi välttää. Toisaalta avoimissa vastauksissa kerrottiin, että ilman sosiaalista mediaa ja varsinkin yhteisöpalveluja yhteydenpito ystäviin olisi mahdotonta. Yhteydenpidon esteenä olivat mm. maantieteelliset etäisyydet ja kiire. Vain 2 prosenttia 96 vastaajasta kertoi, että heidän mielestään sosiaalinen media on korvannut sähköpostin kokonaan. Vain pieni osa tutkittavasta ryhmästä (4,1 %) koki, että on menettänyt jotain sosiaalisen median vuoksi, tällöin menetyksen kohteiksi mainittiin sähköpostit, postikortit ja kirjeet, joita ei enää tullut entiseen malliin viestinnän siirryttyä sosiaalisen median palveluihin.

Vastaajien mielestä Facebookista sai tietoa, jota olisi muuten mahdoton tai hankala saada. Valtaosa tutkittavan ryhmän vastaajista (28,8 %) kertoi, että tieto liittyy läheisten ja ystävien kuulumisiin. Toisaalta myös yhteiskunnallisiin ilmiöihin ja henkilöihin liittyvät asiat nousivat vastaajien intresseissä esiin, sillä 10,3 prosenttia 96 henkilöstä ajatteli, että yhteisöpalvelusta sai tietoa kansalaisliikkeistä ja yhteiskunnallisista ilmiöistä. 6,1 prosenttia näki, että he saivat yhteisöpalvelusta tietoa poliitikoista ja julkkiksista näiden omien sivujen kautta. 13,4 prosenttia tutkittavasta ryhmästä piti tärkeänä Facebookin ja Twitterin kaltaisia palveluja siksi, että sieltä sai tietoa erilaisista tapahtumista. Yhteisöpalvelujen eduksi vastaajien kesken mainittiin myös niiden kyky saattaa kadonneita sukulaisia ja koulukavereita takaisin viestintäyhteyteen. Myös kaikkien 314 vastaajan vastauksissa korostui ystävien merkitys yhteisöpalveluissa (ks. taulukko 6).

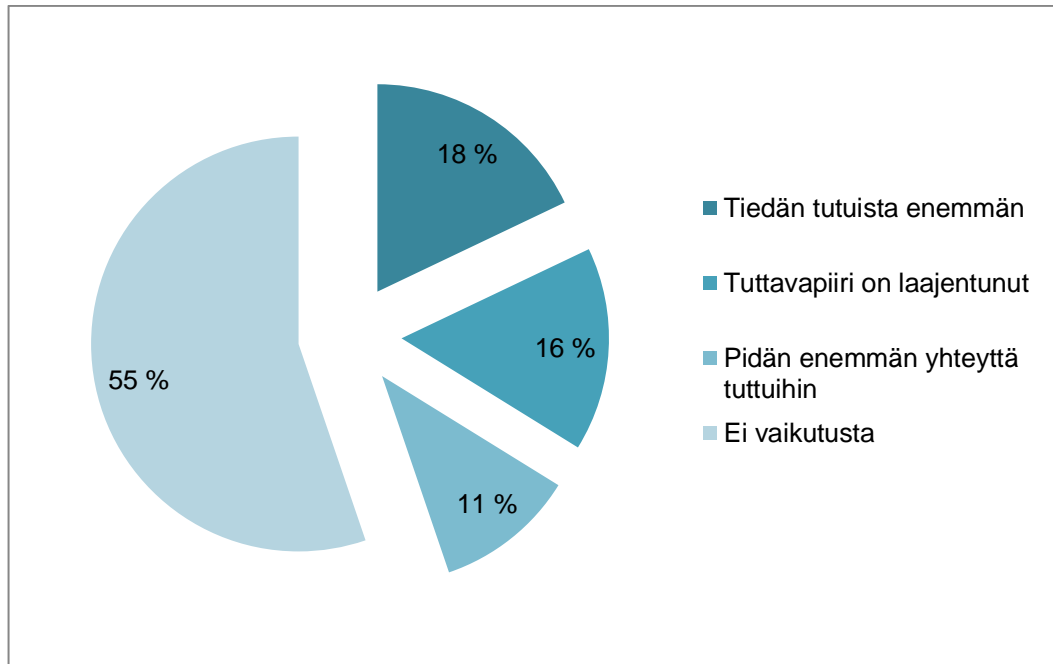
TAULUKKO 6. Mikä Facebookissa ja/tai Twitterissä on tärkeintä? (kaikki vastaajat)

Ystävät	134/314	42,7 %
En pidä niitä tärkeinä	103/314	32,8 %
Tiedon saaminen	86/314	27,4 %
Yhteiskunnallisten ilmiöiden seuraaminen	44/314	14 %
Tiedon levittäminen	36/314	11,5 %
Valokuvien jakaminen	30/314	9,6 %
Jokin muu asia	11/314	3,5 %

Facebookin ja Twitterin arvokkaimmaksi ominaisuudeksi nostettiin tutkittavan ryhmän kesken ystävät ja yhteydenpito heihin (26,8 %). 5,1 prosenttia heistä arvotti yhteisöpalvelujen merkittävimiksi eduiksi valokuvien jakamisen ja vastaava määrä puolestaan ajatteli, että sen tärkein merkitys oli toimia kanavana, jota kautta voi seurata yhteiskunnallisia ilmiöitä. Vain 2 prosenttia 96 henkilöstä piti tiedon levittämistä tärkeimpänä yhteisöpalvelujen ominaisuutena ja reilu 12 prosenttia arvosti eniten tiedonsaantia yhteisöpalveluissa. Tutkittavan ryhmän kesken yhteisöpalvelujen merkitys on olla ennen kaikkea välineenä ja alustana, jonka avulla pidetään ennen muuta yhteyttä ystäviin, tuttaviin ja sukulaisiin. Uusien ystävien hankintaan sosiaalista mediaa käytetään harvemmin, sillä vain 22,6 prosenttia kertoi solmineensa keskustelupalstojen tai yhteisöpalvelujen avulla kokonaan uusia suhteita. Hieman suurempi osuus 96 vastaajasta (36 %) kertoi elvyttäneensä hiipuneen suhteen ennestään tuttuihin ihmisiin. Heistä monelle sosiaalinen media näyttäytyi kohtaamispaikkana, jonka avulla oli mahdollista tavoittaa jopa vuosikymmeniä sitten kadotettuja ihmisiä, joiden puhelinnumerot ja sukunimet olivat vaihtuneet. Vastaajat kertoivat erikseen löytäneensä Facebookista koulukavereita, sukulaisia ja vanhoja ystäviä.

He mainitsivat myös, että ilman sosiaalista mediaa näihin ihmisiin ei tulisi pidettyä yhteyttä, mistä voisi päätellä että vaikka sosiaalinen media onkin korvannut esimerkiksi puhelimen osittain, niin vuorovaikutus on kuitenkin omanlaistaan, joidenkin vastaajien mukaan kevyempää. Vastauksissa mainittiin erikseen, että Facebookin kautta voi ottaa kevyemmin yhteyttä tuttaviiin, eikä ole vaaraa, että yhteydenotosta tulisi turhan juhlallinen tapahtuma. Vaikuttaisi siltä, että sosiaalisen median avulla yhteyden voi luoda sellaiseenkin ystävään, jonka elämä on ollut pimennossa vuosikausia. Kynnys sosiaalisessa mediassa on matalampi ja vuorovaikutus siis kevyempi kuin esimerkiksi puhelimesta. Toisaalta yhteisöpalvelun avulla voi jakaa esimerkiksi valokuvia elämästään kirjoitusten lisäksi, jolloin elämäntapahtumat ja tähtihetket on helpompaa jakaa kuin puhelimesta kertomalla. Elämän varrella unohtuneiden ystävien löytäminen oli oikeastaan varsin suosittua yhteisöpalveluissa, sillä 31 vastaajaa 96:sta kertoi löytäneensä palvelusta vanhan ystävän. 14 heistä kertoi löytäneensä Facebookin avulla yhteyden nimenomaan vanhoihin koulukavereihin. Lisäksi yhteisöpalvelujen avulla oli tavoitettu nuoruuden- ja lapsuudenystäviä, kotona asuneita vaihto-oppilaita sekä sukulaisia.

Silti noin puolet tutkittavan ryhmän vastaajista koki, että yhteisöpalvelu ei ollut vaikuttanut millään tavalla heidän tuttavapiiriinsä (ks. kuvio 8). Osa heistä kuitenkin kuuluneeseen siihen ryhmään, joka ei ole yhteisöpalvelujen asiakkaana. Osa tutkittavan ryhmän vastaajista eritteli, että Facebookista tavoittaa melkein kaikki. Vastauksissa nousi esiin myös se, että löyhistä tuttavapiireistä on sosiaalisessa mediassa muodostunut tiiviimpiä ryhmiä.



KUVIO 8. Yhteisöpalvelujen käyttämisen sosiaaliset edut tutkittavan ryhmän vastaajille

Tutkittavan ryhmän vastaajat kertoivat, että he puhuvat sosiaalisessa mediassa useimmin sekalaisista ajankohtaisista aiheista (40,2 %) ja toiseksi eniten (15,4 %) omista tekemisistään. Harrastuksistaan tapasi jutella niin ikään 15,4 prosenttia 96 vastaajasta. Sen sijaan politiikasta (5,1 %) puhuminen ja henkilökohtaisista tuntemuksista puhuminen (7,2 %) olivat vähemmän suosittuja aiheita. Kuitenkin jopa 46,3 prosenttia tutkittavasta ryhmästä kertoo, ettei puhu sosiaalisessa mediassa mistään. Tämä merkitsee joko sitä, että iso osa vastaajista ei käytä ollenkaan sosiaalista mediaa tai sitten he käyttävät sitä tiedonhankintaan eivätkä tuota palveluihin itse sisältöä.

7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma oli naisvoittainen, joten myös merkityksien tulkinnassa korostuvat ne asiat, joita ennen muuta naiset pitivät tärkeimpinä asioina sosiaalisessa mediassa. Toisaalta myös aiemmin esitelty Tilastokeskuksen tutkimus vuodelta 2010 (ks. kuvio 1) kertoo osaltaan, että naisten kiinnostus sosiaalista mediaa kohtaan on yleensäkin suurempi kuin miesten. Kyselytutkimuksen kaikista vastaajista 78 prosenttia oli naisia, tutkittavassa ryhmässä naisten osuus oli vielä suurempi (89 %).

Noin puolet tutkittavan ryhmän vastaajista käytti yhteisöpalveluja, kuten Facebookia tai Twitteriä. Vastaajat pitivät niiden avulla ennen muuta yhteyttä omiin tuttaviansa, joihin yhteydenpito muuten olisi ollut vaikeaa. Esimerkiksi Facebookin kautta yhteydenpito koettiin helpoksi ja vaivattomaksi. Se toimi monelle tutkittavan ryhmän vastaajalle kanavana, jota kautta oli helppo ottaa yhteyttä esimerkiksi kauan sitten kadotettuun ystävään.

Puolet tutkittavan ryhmän vastaajista kertoi, että minkään varhemman viestintävälineen merkitys ei ole vähentynyt sosiaalisen median vuoksi. Kuitenkin yli 37 prosenttia heistä, koki, että kirjeiden ja postikorttien lähettäminen on vähentynyt sosiaalisen median myötä. Jopa 28 prosenttia 96 vastaajasta koki, että kirjeitä ja postikortteja ei tule lähetettyä enää ollenkaan, koska tuttujen välinen viestittely ja tervehdykset ovat siirtyneet kokonaan sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisen median merkitys on siis olla samanaikaisesti alusta, jonka kanssa voi pitää yhteyttä ystäviin henkilökohtaisemmin ja syvällisellä tasolla, hieman sanoin kuin vaikka henkilökohtaisen kirjeen avulla. Yhteisöpalvelujen etuna on myös se, että sitä kautta voi lähettää postikortin omaisia tervehdyksiä ja toivotuksia tuttavien syntymäpäivinä tai juhlapyhinä.

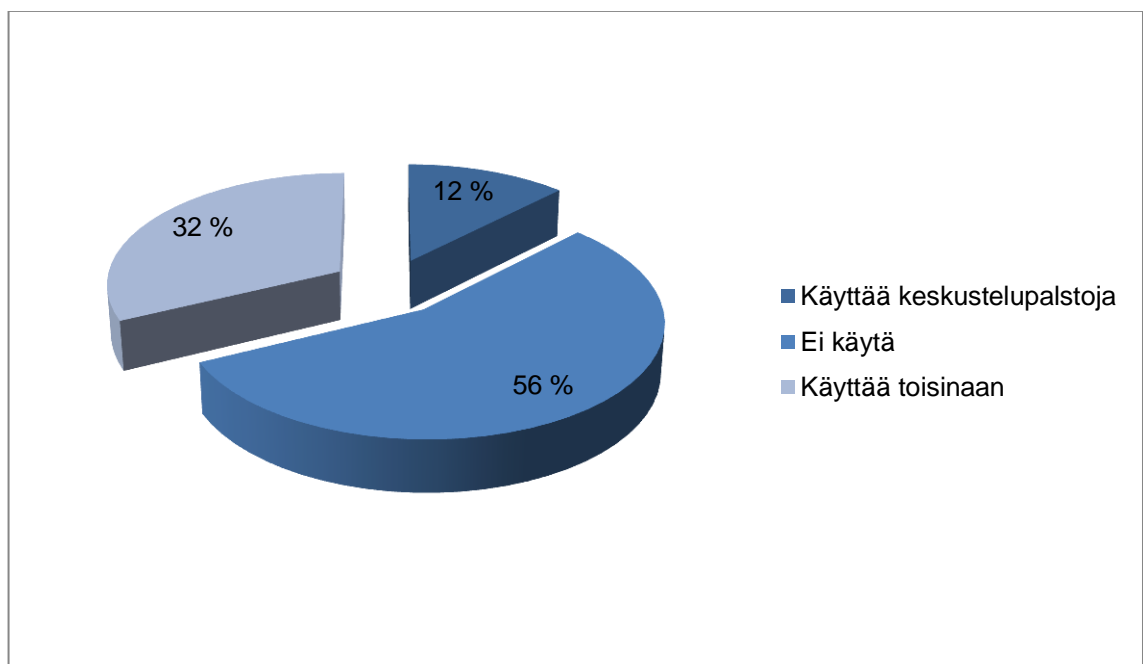
Sosiaalinen media ja erityisesti yhteisöpalvelut ovatkin siis tästä päätellen nousseet arvojärjestyksessä perinteisen kirjeen ja postikortin edelle ja lunastaneet paikkansa helpoudellaan varhemmilla välineillä ja tavoilla. Ainakin jos arvoa mitataan tutkimuksesta ilmi käyneellä suosiolla ja sillä, mikä tapa on korvannut toisen. Voihan toki olla, että perinteinen kirje, jossa on lähettäjän käsinkirjoitettu allekirjoitus, lämmittää vastaanottajaansa enemmän kuin digitaalinen viesti. Toisaalta joissain tutkittavan ryhmän vastauksissa korostettiin nimenomaan Facebookin kykyä tavoittaa ihmisiä. Facebookista oli esimerkiksi löydetty kaukainen sukulainen, vaikka hakijalla ei ollut hänestä muuta tietoa kuin nimi. Pelkän nimen perusteella kirjeen lähettäminen ei onnistuisi. Toisaalta digitaalinen viesti koettiin myös kyllin etäiseksi tavaksi tavoitella hyvinkin vanhoja tuttuja ilman, että tapauksessa oli dramaattisuuden tuntua. Tutkittavan ryhmän kesken sosiaalisen median avulla haluttiin pitää yhteyttä kuitenkin ennen muuta jo ennestään läheisiin ihmisiin (28,8 %). Yhteisöpalvelut eivät ole heille niinkään tapa tavoittaa uusia ystäviä vaan pitää yhteyttä jo ennestään tuttuihin ihmisiin. Tässä mielessä yhteisöpalvelut remedioivat kirjettä ja postikorttia, joiden tarkoitus on niin ikään tiedottaa, pitää yhteyttä ystäviin tai ilahduttaa tuttavaa esimerkiksi syntymäpäiväkortilla. Yhteisöpalvelu on todella vienyt kirjeen ja postikortin uudelle tasolle, eheyttäessään, remedioidessaan niitä, sillä yhteisöpalvelujen helppokäyttöisyys ja suuri tavoitavuus ovat asioita, jotka eivät kuulu perinteisen kirjeen ominaisuuksiin.

7.1 Verkkokeskustelujen merkitykset

Tutkittavan ryhmän vastaajien suhde verkkokeskusteluihin oli yleisesti ottaen melko kevyt, ei kovin vakava. Avoimien kysymysten vastauksissa vastaajat kertoivat, että he keskustelevat useimmiten Facebookissa (17/55) tai Suomi24-sivustolla, joka mainittiin 12 kertaa. Käsityösivustoista mainittiin erikseen yhden kerran Ravelry- ja Novita-sivustot. Martat mainittiin kahdesti ja nettiET-sivusto oli kahdeksan vastaajan mielestä paras paikka keskustella, tai ainakin useimmiten käytetty.

Tutkittava ryhmä ei ollut useinkaan löytänyt harrastuksiaan syventävää näkökulmaa verkosta. 314 vastaajan ryhmästä noin 16 prosenttia koki, että heidän harrastuksensa oli syventynyt internetin keskustelupalstan avulla. Kaikkien vastaajien kesken myös mainittiin, että harrastukset olivat syventyneet koska keskusteluista saa tietoa mm. lemmikkien hoidosta, siellä voi toisaalta jakaa esimerkiksi omatekoisia runoja ja sieltä saa tietoa harrastuksiin liittyvistä tapahtumista. Siispä kaikkien vastaajien kesken, jossa oli myös 1990-luvun jälkeen syntyneitä vastaajia, hieman suurempi määrä netinkäyttäjistä oli löytänyt verkosta harrastukseensa lisäulottuvuuksia.

96 henkilön ryhmästä hieman yli 12 prosenttia ylipäättään käytti aktiivisesti keskustelupalstoja. Kuitenkin jopa 30 prosenttia kertoi käyttävänsä niitä silloin tällöin ja reilu 55 prosenttia ilmoitti, ettei käytä niitä ollenkaan (ks. kuvio 9).



KUVIO 9. Tutkittavan ryhmän vastaajien aktiivisuus keskustelupalstoilla

Kaikkien 314 vastaajan kohdalla edellä mainittu luku oli hieman pienempi (49,5 %). Tutkittavassakin ryhmässä kuitenkin suunnilleen joka toinen vastaaja harrasti kirjoittamista ja lukemista keskustelupalstoilla vähintään silloin tällöin.

Keskustelupalstoille kirjoittamisen ja iän välillä ei tutkittavien kesken ollut juuri eroja, yhtä lailla 1970-luvulla syntyneet ja sitä iäkkäämmät ilmoittivat, etteivät käytä keskustelupalstoja ja päinvastoin.

Keskustelupalstojen yhteydessä korostui niin ikään ihmissuhteiden merkitys, sillä suurin osa 96 vastaajasta (35 %) koki ihmissuhde-aiheista puhumisen aiheeksi, joka sai helpoiten tempautumaan mukaan keskusteluun ja tuottamaan itse sisältöä ketjuun. Toinen aihe, minkä käsittelyn alustana keskustelupalstat koettiin hyvänä, oli terveys (28,8 %). Tulos on mielenkiintoinen, sillä jos ajatteleminen, että toisaalta keskustelupalstoilta kerrottiin haettavan ajankulua ja hupia, ja kuitenkin ihmissuhteet ja terveys ovat varsin perustavanlaatuisia kysymyksiä, eivätkä välttämättä kaikkein kevyimpiä. Voisikin ajatella, että hupi ei aina tarkoita viihdettä, vaan tutkittavalle ryhmälle hupi on myös vakavista asioista keskustelua anonyymisti. Kenties rentous ja viihdyttävyyys ovatkin seurausta juuri matalasta kynnyksestä avautua tai siitä, että keskustelu suoritetaan useimmiten anonyymisti. Kuitenkin varsinaiset viihdeaiheet ja kulttuuri kirjoittivat vastaajat osallistumaan keskusteluihin vain 24 prosentin osuudella.

Verkkoareenoilla käsiteltiin muitakin aiheita, sillä 14,4 prosenttia tutkittavasta ryhmästä otti osaa useimmin politiikka-aiheisiin ja vain murto-osa urheiluun (4,1 %). Kaikkien 314 vastaajan kesken ihmissuhteet, terveys sekä kulttuuri- ja viihde olivat suosituimpia aiheita, joista vastaajat keskustelivat kunkin noin 30 prosentin osuuksilla. Kaikkien vastaajien kesken myös urheilun osuus kiinnostavimpana keskustelunaiheena oli 9,6 prosenttia. 314 vastaajan kesken miesten osuus oli noin 20 prosenttia, kun tutkittavan ryhmän kohdalla miesvastaajien osuus oli vain noin 10 prosenttia. Kiinnostus urheilun seuraamisen verkon keskustelupalstoilla selittyy sukupuolten välisillä eroilla, sillä kiinnostus urheiluun nousee lähes samassa suhteessa kuin miessukupuolisten vastaajien määrä. Sosiaalinen media ei siis näyttäydä tälle naisvoittoiselle ryhmälle urheiludebattien areenana.

7.2 Sosiaalisen median vaikutus puhelimen ja sähköpostin käyttämiseen

Sosiaalinen media, etenkin yhteisöpalvelut, näyttävät tilastojen mukaan korvanneen osittain puhelimen. 25,7 prosenttia 96 vastaajasta kertoi, ettei käytä puhelinta enää entiseen malliin ja 6,1 prosenttia kertoi, ettei tarvitse sosiaalisen median vuoksi puhelinta enää ollenkaan. Puhelin on tosin yhä korvaamaton väline tietyissä elämäntilanteissa kuten ambulanssia tai palokuntaa tilatessa. Toisaalta esimerkiksi Kansaneläkelaitoksen palvelut ovat siirtyneet melko laajassa mitassa verkkoon, jossa asiat hoituvat kätevästi tietokoneen ja internet-yhteyden välillä. Tällöin emme kuitenkaan puhu sosiaalisesta mediasta.

Reilu kuusi prosenttia tutkittavasta ryhmästä näki, että sosiaalinen media korvaa ihmisten tapaamisen kasvokkain kokonaan. Tässä pätee samat asiat kuin puhelimenkäyttöön, sillä kasvokkaista kontaktia on vaikea sulkea pois kokonaan, hyvin pitkälle se kuitenkin onnistuu. Ystävien tapaamisen voi varsin helposti hoitaa netissä ja tähän tuo reilu 6 prosenttia viittaakin. Kaikkien vastaajien kesken eräs vastaaja esitti väitteen: ”Facebook tekee erakoksi”. Kuitenkin kaikkein tulosten mukaan voisi ajatella, että koska tutkittavaa joukkoa kiinnosti ihmissuhteet, terveys ja läheisten kanssa yhteydenpito yhteisöpalveluissa, niin kyse näillä em. 6 prosentilla, jotka eivät harjoittaneet kasvokkaisviestintää, on jonkinlaisesta mahdottomasta esteestä, kuten kuulovammasta, joka esti tavallisen kasvokkain tapahtuvan keskustelun. Tässä mielessä esimerkiksi Facebook näyttäytyisi sosiaalisen elämän pelastajana, ei alustana, joka vie pois kaikki inhimilliset kontaktit.

Kuten eräs tutkittavaan ryhmään kuuluva vastaaja kertoi, yksinhuoltajana ei ole aikaa tavata ihmisiä, joten kuulumiset vaihdetaan yhteisöpalvelussa. Tämän vastaajan kohdalla este oli siis kiireinen elämäntilanne, johon yhteisöpalvelu nimenomaan toi ratkaisun, ei aiheuttanut ongelmaa. Yhteydenpito olisi voinut toki olla mahdollista myös aiemmin mainitun kirjeen avulla, mutta toisaalta osoitekirjan ajan tasalla pitäminen ja kirjeen lähettäminen ovat paljon vaivalloisempia keinoja kuin viestin naputtelu Facebookissa. Kyselytutkimuksen satona tuli myös seuraava vastaus, josta voi hyvin huomata Facebookin kaksi

eri käyttötarkoitusta, joista toinen on syvälinen ja toinen pinnallisempi, joka ilmenee yleisenä keskusteluna ja rupatteluna.

Verkkoyhteisöistä Facebook on erityisen tärkeä, koska olen sieltä saanut uusia ystäviä ja vaihdamme syväliniäkin viestejä yleisen keskustelun ohella. (Kyselytutkimuksen avoimeen kysymykseen vastannut nainen.)

Sosiaalinen media merkitsee siis tutkittavalle ryhmälle välinettä, joka onnistuu yhdistämään ihmisiä vaivattomasti. Viestinnälle ei ole esteenä sellaiset uhat kuten sairaus tai kiire. Vaikka vastaajille verkossa tapaaminen ei ollut kaikkein mieluisin tapa tavata ystäviä, niin pakon sanelemana sitä pidettiin hyvänä keinona vaihtaa kuulumisia.

Kaikkiaan tutkittavan ryhmän vastaajat keskustelivat keskustelupalstoilla mieluiten ihmissuhteista, ja yhteisöpalveluiden kautta taas haluttiin pitää yllä ihmissuhteita. Sosiaalinen media näyttääkin siis muodostavan näille käyttäjille rinnakkaistodellisuuden, jossa voidaan tavata läheisiä maallisista esteistä, kuten aikaerosta, kiireestä tai sairauksista, huolimatta. Erityisesti yhteisöpalvelut tuntuvat tuovan tuttavat toistensa lähelle helposti, ajasta ja paikasta välittämättä, siitakin huolimatta, vaikka elämä olisi viskellyt vanhat tuttavat ympäri maailmaa. Tutkittavan ryhmän suhteessa keskustelupalstoihin puolestaan oli havaittavissa torikeskustelujen tuntua: ihmiset kertoivat käyvänsä keskustelufoorumeilla vaihtaakseen kuulumisia toistensa kanssa, eikä silläkään välttämättä ollut väliä, oliko anonyymi keskustelukumppani omalta kylältä vai kauempaa.

7.3 Tulevaisuuden sosiaalinen media ja uudet tutkimusaiheet

Sosiaalisen median suosio ei kaiketi tule hiipumaan tulevaisuudessakaan. Eri asia on, onko esimerkiksi juuri Facebook kymmenen vuoden kuluttua suosituin yhteisöpalvelu tai onko keskustelupalstoja enää olemassa, vai siirtyykö kaikki

mielipiteenvaihto yhteisöpalveluihin, joissa asioista keskustellaan omalla nimellä?

Voisi ajatella, että millenniaalien aikuistuesssa Web 2.0 -teknologioihin perustuva sosiaalinen media tulee yhä luontevammaksi osaksi ihmisten arkea, työelämää ja vapaa-aikaa. Tätä se ei vielä tämän tutkielman tekohetkellä ollut valtaosalle tutkittavasta ryhmästä. Kyselytutkimuksesta kuitenkin kävi ilmi, että 60 prosenttia tutkittavan ryhmän käyttäjistä, jotka olivat rekisteröityneet Facebookiin, kävivät siellä päivittäin. Toisin sanoen, palvelut olivat useimpien mieleen, kunhan niihin oli päästy ensin sisälle. Useat aktiiviset käyttäjät olivatkin onnistuneet rikastuttamaan elämäänsä merkittävästi sosiaalisen median avulla, etenkin yhteisöpalvelujen. Tosin, tutkittava ryhmä arvosti suuresti myös kasvokkaskontakteja.

Kyselytutkimuksesta ei selvinnyt, miten kirjapainosukupolven edustajat olivat löytäneet sosiaalisen median äärelle. Tutkielman aihetta olisikin mielekästä jatkaa selvittämällä, kuka tai mitkä asiat ovat edistäneet tutkittavan ryhmän sosiaalisen median käyttöä. Onko innoittaja ollut kunnallinen hanke, lapset ja lapsenlapset vai oma kiinnostus uutta kohtaan? Tämän selvittämisestä olisi hyötyä ikäihmisten ja informaatioyhteiskunnasta syrjäytymisvaarassa olevien henkilöiden mediakasvatusprojekteissa, sillä olisihan se tärkeää tietää, miten heitä voisi parhaiten motivoida tutustumaan uusiin teknologisiin innovaatioihin ja palveluihin.

Kyselytutkimuksesta kävi niin ikään ilmi, että varsinkin yhteisöpalvelut herättivät joissain internetin käyttäjissä pelkoa. Olisi kiinnostavaa selvittää lisää pelkojen syitä ja pohtia niiden realistisuutta. Maarit Jaakkola (2010, 54) puhuu iän tuomasta kyvystä punnita tietoa kriittisesti. Voi olla, että joidenkin vastaajien yhteisöpalveluihin liittyvät huolet ovat oikeastaan varsin relevantteja keskustelunavauksia, joita tulemme pohtimaan tulevaisuudessa yhä enemmän.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet:

Aula, P.; Matikainen, J.; & Villi, M. 2006. Verkkoviestintäkirja. Gaudeamus Helsinki University Press/Palmenia.

Beniger, J.R. 1986. The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the information Society. Cambridge, MA: Harvester.

Bolter, J.D. & Grusin, R. 2000. Remediation. Understanding New Media. Cambridge, MA: The MIT Press.

Buckingham, D. 2000. After the death of childhood. Growing up in the age of electronic media. Cambridge, Oxford, Malden: Polity Press.

Cormode, G. & Krishnamurthy, B. 2008. Key Differences between Web1.0 and Web2.0. New Jersey : AT&T Labs–Research.

Dewey, J. 2006. Julkinen toiminta ja sen ongelmat. Suom. Risto Kunelius. Tampere: Vastapaino.

Haraway, D. 1991. Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature. New York: Routledge.

Herkman, J. 2010. Median markkinoituminen, millenniaalit ja mediakasvatus. Teoksessa Meriranta, M. (toim.) Mediakasvatuksen käsikirja. EU: UNIpress, 63–83.

Herring, S.C. 2004. Slouching toward the ordinary: current trends in computer-mediated communication. *New media & society*, 6, 1, 26–36.

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOY.

Jaakkola, M. 2010. Uuden julkisuuden sääntöjä luomassa – keskustelevat vuorovaikutussuhteet keinona sukupolvien välisen digitaalisen kuilun kaventamiseen. Teoksessa Meriranta, M. (toim.) Mediakasvatuksen käsikirja. EU: UNIpress, 37–60.

Kallio, K. 2000. Näkökulmia uuteen mediaan. Teoksessa Hannu Nieminen, Petri Saarikoski ja Jaakko Suominen (toim.) Uusi media ja erkielämä. Gummerus: Turun yliopisto, 152–169.

Karonen, P. 2000. Pysyvän ja muuttuvan suhde digitaalisen tekniikan yhteiskunnassa. Teoksessa Hannu Nieminen, Petri Saarikoski ja Jaakko Suominen (toim.) Uusi media ja erkielämä. Gummerus: Turun yliopisto, 44–61.

Kivikuru, U. 1994. Kansainvälinen viestintä: lavenevan mediasfäärin täyttöä ja tulkintaa. Teoksessa Ihmiset mediat ja merkitykset. Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos. Sarja 2 B/1/94, 7–34.

Laukkanen, M. 2005. ”Onneks on irc:D” Nettikeskustelut tyttöjen vuorovaikutustilana. Nuorisotutkimus.

Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. Hypermedia Laboratory Net Series 17. Tampere: University Press.

Majava, J. 2006. Kohti sosiaalista verkkoa. Teoksessa (toim. Aula, P.; Matikainen, J.; & Villi, M.) Verkkoviestintäkirja. Gaudeamus Helsinki University Press/Palmenia, 87–98.

Matikainen, J. 2001. Vuorovaikutus verkossa – verkkopohjaiset oppimisympäristöt vuorovaikutuksen näyttämöinä. Helsinki: Palmenia-kustannus.

Matikainen, J. 2006. Vuorovaikutus ja sosiaalisuus verkossa. Teoksessa (toim. Aula, P.; Matikainen, J.; & Villi, M.) Verkkoviestintäkirja. Gaudeamus Helsinki University Press/Palmenia, 177–196.

Matikainen, J. 2008. Sosiaalinen media – millaista sosiaalisuutta? Tiedotustutkimus 4/2008, 24–41.

Meriranta, M. 2010. Mediakasvatuksen käsikirja. EU:UNIpress.

Mikkonen, T. 2011. Kosovon sota Wikipediassa. Teoksessa Terhi Aaltonen-Ogbeide, Pentti Saastamoinen, Heikki Rainio ja Tero Vartiainen (toim.) Silmät auki sosiaaliseen mediaan. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 3/2011, 114–125.

Mäkinen, M. 2006. Digitaalinen voimistaminen paikallisten yhteisöjen kehittämisessä. Tampere: Tampere University Press.

Negroponte, N. 1995. Digitaalinen todellisuus. Suomennos Petteri Bergius. Helsinki: Otava.

Nieminen, H. 2000. Medioituminen ja suomalaisen viestintämaiseman muutos. Teoksessa Hannu Nieminen, Petri Saarikoski ja Jaakko Suominen (toim.) Uusi media ja arkielämä. Gummerus: Turun yliopisto, 18–43.

Nieminen, H. 2006. Kansa seiso i loitompana: Kansallisen julkisuuden rakentuminen Suomessa 1809-1917. Tampere: Vastapaino.

Nurmela, J. 2006. Suomalaisten tieto- ja viestintäteknii kan käyttö – sosiologisia näkökulmia verkkoviestintään. Teoksessa Aula, P.; Matikainen, J.; & Villi, M. (toim.) Verkkoviestintäkirja. Gaudeamus Helsinki University Press/Palmenia, 43–68.

Poster, M. 1995. The Second Media Age. Cambridge: Polity Press.

Sassi, S. Kolme näkökulmaa uuteen viestintäteknii kkaan. Teoksessa Pertti Tiihonen (toim.) Ihmiset mediat ja merkitykset. Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos. Sarja 2 B/1/94, 95–130.

Sillantaus, T. Toisessa maailmassa. HS Kuukausiliite 12/2008, 34–40.

Sillantaus, T. Tyttö toisesta maailmasta. HS Kuukausiliite 12/2008, 5.

Simanowski, R. 2008. Digitale medien in der Erlebnisgesellschaft. Rein beg bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Sirkkunen, E. 2006. Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Aula, P.; Matikainen, J.; & Villi, M. (toim.) Verkkoviestintäkirja. Gaudeamus Helsinki University Press/Palmenia, 137–158.

Sirkkunen, E. 2008. Aidattu vai avoin verkko? Omaehtoisen toiminnan muodot ja rajat sosiaalisen median tiloissa. Teoksessa Ridell, S. & Kymäläinen, P. & Nyysönen, T. (toim.) Julkisen tilan poetiikkaa ja politiikkaa. Tieteiden välisiä otteita vallasta kaupunki-, media- ja virtuaalituloissa. Tampere: Tampere University Press, 350–375.

Short, J.; Williams, E. & Christie, B. 1976. The social psychology of telecommunications. Lontoo: John Wiley.

Säntti, P. & Säntti, R. Organisaatio ja sosiaalisen median ajattelutapa – tiedosta, määrittele ja hyödynnä. Teoksessa Terhi Aaltonen-Ogbeide, Pentti Saastamoinen, Heikki Rainio ja Tero Vartiainen (toim.) Silmät auki sosiaaliseen mediaan. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 3/2011, 16–47.

van Dijk, J. 1999. The Network Society. Social Aspects of New Media. SAGE Publications.

Wallenius, S. 2012. Rakkautta ensi taistelusta. Me Naiset 9/2012. Sanoma Magazines.

Walther, J.B. & Parks, M. R. 2002. Cues Filtered out, Cues Filtered In. Computer-Mediated Communication and Relationships. Teoksessa M.L. Knapp

& J.A. Daly (toim.) Handbook of Interpersonal Communication. 3rd edition. Thousands Oaks: Sage, 535–539.

Internet-lähteet:

Ala-Mutka, Rintala, Savikko 2002. Viitattu 19.3.2012

http://www.cs.tut.fi/etaopetus/titepk/luku14/tietokone_hist.html

EDU.fi - opettajan verkkopalvelu. Viitattu 15.2.2012

http://www2.edu.fi/medianmaailma/images/mm_aikajana.gif

(ICT-tutkimus. Viitattu 29.12.2011

http://www oulu.fi/hutk/historia/tutkimus/projektit/ICTtutkimus_historia.html.)

JSN 2011. Journalistin ohjeet ja liite. Viitattu 17.3.2012

http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/

Kotilainen, S. Viitattu 15.3.2012

http://www.tietokone.fi/uutiset/2006/ensimmainen_tietokone_taytti_60_vuotta

NettiET:sivuston keskustelupalstan ruokakeskustelu. Viitattu 26.2.2012

<http://www.nettiet.fi/forum/ruoka/1614/?page=34&text>

NettiET-sivuston keskustelupalstan terveyseskustelu. Viitattu 15.2.2012

<http://nettiet.fi/forum/terveys/2169-Lihavat-lapset-aidin-syyta>

Tilastokeskus 2011. Viitattu 29.4.2012.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkajulkaisu].

ISSN=1799-3504. 2011, 1. Internetyhteydet ja internetin käyttö . Helsinki:

Tilastokeskus [viitattu: 29.4.2012].

Saantitapa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_001_fi.html.

Turun yliopisto 2012. Mediatutkimus. Viitattu 19.3.2012

<http://www.hum.utu.fi/oppiaineet/mediatutkimus/oppiaine/>

Youtube Press 2012. Viitattu 26.2.2012

<http://www.youtube.com/t/press>

Taulukkolähteet:

TAULUKKO 2 / http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_001.fi.html 26.2.2012 Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkajulkaisu].

ISSN=1799-3504. 2011, 1. Internetyhteydet ja internetin käyttö . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 26.2.2012].

Saantitapa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_001.fi.html.

TAULUKKO 3. Eri sukupolvien julkisuuskäsitykset

Jaakkola 2010, 46.

TAULUKKO 4. Internetin käyttö viestintään, miehet ja naiset yhteensä, % internetin käyttäjistä

Suomen virallinen tilasto (SVT): Ajankäyttötutkimus [verkkajulkaisu].

ISSN=1799-5639. 2009, Liitetaulukko 25. Internetin käyttö viestintään 2009, miehet ja naiset yhteensä, % Internetin käyttäjistä . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 27.3.2012].

Saantitapa: http://www.stat.fi/til/akay/2009/akay_2009_2011-05-17_tau_025.fi.html.

TAULUKKO 5. Internetiä päivittäin käyttävien osuus Euroopassa vuosina 2009–2010

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkajulkaisu].

ISSN=1799-3504. 2010, 3. Sosiaalinen media: verkkomedian ja

yhteisöpalvelujen käyttö . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 19.3.2012].
Saantitapa: http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html. viitattu 19.3.2012

LIITTEET

Liite 1: Kyselytutkimus

Olet oikeissa vastata sosiaalisen median käyttöä koskevaan kyselyyn, halutessasi osallistut samalla kirja-arvontaan.

Kyselyn vastauksia käytetään Turun ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelman opiskelijan opinnäytetyön materiaalina.

Opinnäytetyössä tutkitaan, millaisia merkityksiä internetin käyttäjät antavat sosiaaliselle medialle omassa arjessaan. Kaikki tieto käsitellään luottamuksellisesti eikä yksittäistä vastaajaa voi tunnistaa vastauksista.

Vastanneiden kesken arvomme **kahdeksan kotimaista romaania ja elämäkertaa**

Mikko Kuustonen, Jaakko Heinimäki: Q-Lauluntekijän tarina,

Harri Tapper: Unhola,

Mika Waltari: Kolme pienoisromaanina,

Lauri Meri: Tauno Palo,

Hannu Väisänen: Toiset kengät,

Harri Nykänen: Ariel,

Kari Selen: Madame Minna Craucherin levoton elämä ja

Päivi Alasalmi: Valkoinen nainen

Vastaa 15. maaliskuuta mennessä, ja olet mukana arvonnassa!

Syntymäaikasi (kirjoita muodossa XX.XX.XXXX)

Sähköpostiosoitteesi arvontaa varten

Sukupuoli

- Nainen
 Mies

Asuinpaikkakuntasi

Koulutuksesi

- Peruskoulu, kansakoulu
 Ammattitutkinto
 AMK-tutkinto
 Alempi korkeakoulututkinto
 Ylempi korkeakoulututkinto
 Jokin muu

Olen tällä hetkellä

- Työelämässä
 Työtön
 Eläkkeellä
 Opiskelija

Sähköpostiosoitteesi

Halutessasi voit antaa katuosoitteesi

Kuinka paljon vietät aikaa internetissä?

- Useita tunteja päivässä
- Noin tunnin päivässä
- 2-4 tuntia viikossa
- Harvemmin

Käytätkö aktiivisesti keskustelupalstoja?

- Kyllä
- En
- Silloin tällöin

Millä sivustoilla keskusteleet useimmiten? (esim. www.nettiET.fi, suomi24.fi jne)**Millaiset aiheet saavat sinut osallistumaan keskustelupalstojen keskusteluihin?**

- Poliittikka
- Terveys
- Urheilu
- Kulttuuri tai viihde
- Ihmissuhteet
- Jokin muu, mikä?

Esiinnytkö netissä aina samalla nimimerkillä?

- Kyllä
- En

Mitä seuraavista haluat eniten saavuttaa osallistumalla verkkokeskusteluihin

- Tavoittelen uusia ystäviä ja nettituttuja
- Kuluten aikaa huihin vuoksi
- Haluan tuoda oman mielipiteeni esiin
- Jokin muu syy, mikä?

Onko jokin verkkoyhteisö tai keskustelupalsta sinulle yhtä tärkeä kuin reaali maailman kaveriporukka tai harrastusyhteisö?

- Kyllä
- Ei

Ovatko netin keskustelupalstat syventäneet suhdettasi harrastukseesi?

- Kyllä
 Ei

Jos vastasit edelliseen kyllä, voit kertoa, millä tavalla:

Mitä virtuaalinen yhteisö (esim. nettiET, tai jokin harrastuksiin liittyvä keskustelupalsta) merkitsee sinulle? Kuvaile muutamalla sanalla.

Onko vuorovaikutus verkossa yhtä tyydyttävää kuin vuorovaikutus kasvotusten ihmisten kanssa?

- Kyllä
 Ei

Jos vastasit edelliseen kyllä, niin onko sillä väliä, tunnetko netissä olevan keskustelukumppanin entuudestaan?

- Kyllä
 Ei

Onko sinua koskaan kaduttanut jokin verkkoon kirjoittamasi viesti?

- Kyllä
 Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, voit kertoa, miksi:

Käytätkö keskustelupalstoja, mutta et ole Facebookin, Twitterin tai vastaavan palvelun käyttäjä?

- Käytän keskustelupalstoja ja Facebookia.
 En käytä mitään mainituista.
 Käyn vain keskustelupalstoilla.

Käytätkö Twitteriä ja/tai Facebookia?

- Kyllä
 En

Jos vastasit edelliseen kyllä, niin käytätkö sosiaalista mediaa

- Päivittäin
 Viikoittain
 Harvemmin

Onko sosiaalinen media korvannut joitain vanhoja yhteydenpitotapoja OSITTAIN?

- Puhelimen
 Kirjeet tai postikortit
 Sähköpostin
 Kasvotusten tapaamisen
 Ei mitään
 Muun tavan, minkä?

Jos ajattelet, että sosiaalinen media on korvannut jonkun tavan tai viestintävälineen KOKONAAN, niin mikä väline on kyseessä?

- Kirjeet tai postikortit
 Puhelimen
 Sähköpostin
 Kasvotusten tapaamisen
 Jonkin muun, minkä?

Saatko Facebookista tai Twitteristä sellaista tietoa, mitä ei olisi muuten mahdollista saada?

- Poliitikkojen tai julkisten kuulumisia
 Tietoa tapahtumista
 Tietoa kansanliikkeistä tai ilmiöistä
 Läheisten kuulumisia
 En saa sellaista tietoa
 Jotain muuta, mitä?

Mikä Facebookissa ja/tai Twitterissä on sinulle tärkeintä?

- Valokuvien jakaminen
 Tiedon saaminen
 Tiedon levittäminen
 Ystävät
 Yhteiskunnallisten ilmiöiden seuraaminen
 En pidä niitä ollenkaan tärkeinä
 Jokin muu, mikä?

Häiritseekö sinua julkisuus, jonka viestisi tai kuvasi saavat sosiaalisessa mediassa?

- Ei, julkisuus kuuluu asiaan.
 Hieman, siksi olen rajannut käyttäjäryhmiä.
 Kyllä häiritsee.
 Kyllä, julkisuus on mielestäni jopa vaarallista.
 En käytä sosiaalista mediaa.

Oletko saanut uusia ystäviä Facebookin tai keskustelupalstojen ansioista?

- Kyllä
 En

Oletko elvyttänyt suhteita vanhoihin, unohtuneisiin tuttuihin tai ystäviin sosiaalisen median ansioista?

- Kyllä
 En

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, kerro lyhyesti tarkemmin:

Miten sosiaalinen media on vaikuttanut tuttavapiiriisi?

- Pidän enemmän yhteyttä tuttaviiin ja ystäviin
 Tiedän tuttavistani nyt enemmän
 Tuttavapiiriini on laajentunut
 Ei millään tavalla
 Kyllä, haluan kertoa miten:

Oletko menettänyt jotain sosiaalisen median vuoksi?

- Kyllä
 En
 Kyllä, haluan kertoa mitä?

En pidä sosiaalisesta mediasta tai se arveluttaa minua

- Totta
 Ei pidä paikkaansa
 Jotain muuta, mitä:

Millaisista aiheista puhut sosiaalisessa mediassa useimmiten?

- Poliitikasta tai uutisista
 Kerron henkilökohtaisista tuntemuksistani
 Kirjoitan tekemisistäni
 Harrastuksistani
 Milloin mistäkin
 En puhu mistään
 Jostain muusta, mistä:

Koetko, että sosiaalisen median ansiosta yhteiskunnallisiin keskusteluihin osallistuminen ja äänensä kuuluville saaminen on helpompaa kuin ennen internetiä?

- Kyllä
 En

Mitä seuraavista teet internetissä useimmin?

- Luen blogeja
 Kirjoitan blogia
 Käytän wikipediaa
 Käytän youtube- tai video-palveluita
 Käytän valokuvapalvelua
 Olen Facebookissa
 Luen keskustelupalstoja ja kirjoitan niihin
 Teen melkein kaikkea yllämainittua samanaikaisesti
 En mitään yllä olevista

Mikä nettiET-sivustossa on kiinnostavinta?

- Keskustelupalstat
 Kyselyt ja arvonnat
 Nettiartikkelit
 Lukijamatkat ja muut lukijaedut
 Käsityö- ja askarteluohjeet
 Reseptit
 Muiden lukijoiden kuvat ja jutut
 Ristikko, pelit
 Jokin muu, mikä?

Kerro lyhyesti, mitä sosiaalinen media sinulle merkitsee:

Saako sinulle lähettää lisäkysymyslomakkeen sähköpostitse (sis. 10 kysymystä, joihin vastaaminen on vapaaehtoista)? Kirja-arvontaan osallistuvat kaikki vastanneet.

- Kyllä
 Ei

Kerro kaverille

Sähköpostiosoitteesi:

Vastaanottajan sähköpostiosoite:

Viestisi (vapaaehtoinen):

Lähetä vastaus

