

“Tuntuu, että vietän liikaakin aikaa Internetissä.” – Verkon pieni maailma virtuaalisena kotiseutuna

Elisa Kannasto

Seinäjoen ammattikorkeakoulu

elisa.kannasto@seamk.fi

<https://orcid.org/0000-0003-1758-982X>

Ari Haasio

Seinäjoen ammattikorkeakoulu

ari.haasio@seamk.fi

<https://orcid.org/0000-0003-3723-4890>

Internet and its use form a significant part of everyday life. In this article, a concept of virtual homeland is defined as those online applications and services which individuals find most appealing and essential to them in their everyday life. In this study, students reported their internet use by filling out an online diary in the form of a webropol survey. Four virtual homelands and user profiles were outlined and introduced as a result of these diaries. Individuals have specific forced applications that they must use discussed as part of an online universe. However, those sites that draw them back, offer meaning and represent an important part of their online use construct their virtual homeland. The use of online services is not necessarily an active form of doing and producing content as much as passive consumption of different media or following friends and communities.

Asiasanat: verkon käyttö, verkkopäiväkirja, virtuaalinen tila, informaatiokäyttäytyminen



Artikkeli on lisensoitu Creative Commons Nimeä-EiKaupallinen-JaaSamoin 4.0 Kansainvälinen -lisenssillä

Pysyvä osoite: <https://doi.org/10.23978/inf.107929>

Johdanto

Internetistä on tullut kahden viime vuosikymmenen aikana keskeinen osa kansalaisten arkea, ja siellä vietettyä aikaa ja käyttötarkoitusta on jatkuvasti vaikeampi määrittää. Koronapandemian siirrettyä yhä lisää arkisista toiminnoista verkkovälitteisiksi, rajat reaali maailman ja verkon välillä ovat hämärtyneet edelleen. Riukulehto ja Haasio (2020) käsittelevät virtuaalista kotiseutua paikkana, jolla tarkoitetaan tuttuja, itselle tärkeitä kotoisia verkon sivustoja ja palveluita, joissa halutaan viettää aikaa ja joihin palataan toistuvasti. Esimerkiksi sosiaalisen median eri palvelut, kuten Facebook tai virtuaaliset pelimaailmat ovat hyviä esimerkkejä tämänkaltaisista virtuaalisista tiloista. Virtuaalinen kotiseutu on verrattavissa virtuaalisen pienen maailman (ks. esim. Burnett, Besant & Chatman 2001; Haasio 2015; Savolainen 2009) käsitteeseen, jolla kuvataan henkilön elämänpiiristä riippuvan elämäntavan ohjaamaa tiedonhankintaa. Virtuaalisen kotiseudun käsitettä avataan tarkemmin jäljempänä.

Tutkimuksen tavoitteena on mallintaa verkkoa paikkana, josta muodostuu käyttäjilleen reaali maailmalle rinnakkainen kotiseutu, jossa elämäntavat ohjaavat yksilön toimintaa sekä testata tuon kotiseudun hahmottamista kyselylomakkeen avulla. Käytännössä tämä ilmenee valintoina ja mieltymyksinä, joita tehdään käytettyjen verkkopalvelujen ja niissä vietetyn ajan suhteen sekä niihin annettuina merkityksinä. Artikkelin lähtökohtana on kuvata opiskelijoiden virtuaalista maisemaa ja sen kulttuurisia piirteitä analysoimalla tutkittavien henkilöiden verkon käyttöä kvalitatiivisin menetelmin. Näistä luodaan käyttäjäprofileja ja virtuaalisten kotiseutujen arkkityyppejä.

Tutkimuskysymyksenä on se, mistä virtuaalinen kotiseutu muodostuu. Toisena kysymyksenä on, millaisia piirteitä on nähtävissä muodostuvissa virtuaalisissa kotiseuduissa. Niihin vaikuttavat elämäntapana heijastuvat arvot ja asenteet. Yhtenäisen taustan ja intressit jakavilla henkilöillä, joilla on yhtenevä elämäntapa, tiedonhankinnan on havaittu olevan samansuuntaista (vrt. Savolainen 1993; 1995; 2008; 2009). Tätä taustaa vasten voidaan olettaa, että informaatiokäyttäytyminen ja siten myös verkkokäyttäytyminen on laajemminkin yhtenevää samanlaisen elämäntavan jakavissa eri ryhmissä (vrt. Savolainen 1993; 1995). Ryhmiin kuuluville henkilöille muodostuu pitkälti samankaltainen virtuaalinen kotiseutu. Tässä tutkimuksessa elämäntavan samankaltaisuus muodostuu ennen muuta elämäntilanteesta (opiskelu) ja kulttuurialan opinnoista.

Artikkeli yhdistää informaatiotutkimuksen, erityisesti tiedonhankinta-tutkimuksen ja kulttuurintutkimuksen traditioita avaten uusia näkökulmia verkon kulttuuriseen merkitykseen yksilön arjessa. Tutkimusaihe esittää

ajatuksen henkilön elämäntavasta ja elämänpiiristä verkon käyttöprofiilin ja yksilöllisen verkkokäyttäjytymisen määrittäjänä. Artikkelin keskeinen kontribuutio on virtuaalisen kotiseudun käsitteen kehittäminen empiirisen aineiston perusteella. Millaisia ihmisten virtuaaliset kotiseudut ovat, ja kuinka sekä mistä ne muodostuvat? Millaisia merkityksiä niiden yhteydessä annetaan? Artikkelissa esitellään tuloksena neljä erilaista virtuaalisen kotiseudun arkkityyppiä, jotka havainnollistavat yksilöiden verkon käyttöä. Virtuaalisen kotiseudun käsite on uusi, eikä siihen liittyen ole juurikaan tehty empiiristä tutkimusta Riukulehtoa ja Haasiota (2020) lukuun ottamatta. Samalla testaamme lomakemuotoista verkkopäiväkirjaa ja sen käyttökelpoisuutta informaatiokäyttäjytymisen tutkimuksessa sovellettuna menetelmänä.

Aiempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys

Suomalaisten verkon käyttöä seurataan useilla tilastoilla, mutta käyttäjätutkimukset käsittelevät usein esimerkiksi käytön määrää ja tapoja motiivien sijaan. Esimerkiksi Tilastokeskus merkitsee, onko jotain palvelua käytetty viimeisen kolmen kuukauden aikana ja monissa raportoinneissa, kuten Pönkän (2021) tilastoissa, rajataan käyttäjätilastointi sosiaalisen median palveluihin. Tutkimuksissa Suomi näyttää aktiivisena, kun puhutaan verkon käytöstä ja sen merkityksestä osana arkea, ja esimerkiksi sosiaalisen median palveluissa käyttäjiä on 16–89-vuotiaissa suomalaisista 69 prosenttia (Pönkä 2021; Tilastokeskus 2020).

Tiedonhankintatutkimuksen saralla taas on analysoitu elämäntavan (Savolainen 1993; 2009) vaikutusta informaatiokäyttäjytymiseen ennen muuta tiedonhankintaprosessin näkökulmasta tiedontarpeiden tyydyttymisen kannalta ja kanavien sekä lähteiden valinnan näkökulmasta. Ymmärrämme tiedon olevan informaation tulkinnasta muodostuvaa, yksilöllistä ainesta, jonka rakennusaineina voidaan käyttää niin faktaa, fiktiota, oletuksia, luuloja jne. (vrt. Dervin 1998). Elämäntavan voidaan katsoa olevan arkielämän informaatiokäyttäjytymistä ohjaava tekijä; taustalla ovat yksilön eri asioille määrittämät arvot ja merkitykset, sosiaalinen, henkinen ja aineellinen pääoma sekä elämäntilanne.

Tutkiessaan verkon käytön motiiveja Savolainen (1998) on havainnut elämäntavan olevan yksi keskeinen verkkopalvelujen käyttöä selittävä tekijä. Tätä taustaa vasten voidaan ajatella, että elämäntapa vaikuttaa myös verkon pienen maailman sekä virtuaalisen kotiseudun syntyyn. Ne ovat elämäntavan heijastumia, verkossa tapahtuvan informaatiokäyttäjytymisen osa. Elämäntapa

konkretisoituu toiminnassa, ts. mitä teemme verkossa ja mistä verkon virtuaalisista tiloista muodostuu meille rakkaita, mutta sen lisäksi verkko tuo myös reaali maailmasta irrallisia asioita elämään. Tämä sama näkyy myös fyysisessä kotiseudussamme: elämäntapamme ohjaavat sitä, mitkä paikat muodostuvat meille tärkeiksi. Elämäntavan on todettu vaikuttavan keskeisesti arkielämän ei-ammattillisen tiedonhankinnan käytäntöihin ja laajemminkin henkilön informaatiokäyttäytymiseen (Savolainen 1998). Aikaisemmassa tutkimuksessa ei kuitenkaan ole analysoitu verkkopalvelujen käytön merkitystä ja ennen muuta käytön kumuloitumista tiettyihin palveluihin, mihin esimerkiksi Riukulehto ja Haasio (2020) viittaavat puhuessaan virtuaalisesta kotiseudusta (ks. myös Riukulehto 2020).

Savolaisen (1993) elämäntavan teoriaa arkielämän tiedonhankintaa ohjaavana tekijänä sekä Riukulehdon ja Haasion (2020) konseptia virtuaalisesta kotiseudusta on sovellettu tämän artikkelin teoreettisen viitekehyksen luomisessa. Lisäksi virtuaalisen kotiseudun sukulaiskäsitettä, virtuaalista pientä maailmaa (Burnett, Besant & Chatman 2001) on käytetty tutkimuksen teoreettisena taustaoletuksena. Se pohjautuu Elfreda Chatmanin (1987; 1990; 1991; 1998; 1999) pienen maailman käsitteeseen, joka on alun perin kuvannut informaatioköyhyydestä kärsivien henkilöiden tiedonhankintaa ja viestintäkäyttäytymistä. Se kuvaa nähdäksemme laajemminkin samankaltaisen taustan omaavien henkilöiden yhteneviä tiedonhankinnan muotoja ja sitä voi laajemmin soveltaa verkon käytön tutkimukseen eri aloilla. ”Pieni maailma” ei kuitenkaan ole välttämättä sosio-ekonomiseen puutteeseen tai informaatioköyhyyteen liittyvä termi, vaan pikemminkin yksilön elämä maailma (Jaeger & Burnett 2010, 21), jollaisena se ymmärretään myös tässä tutkimuksessa. Se perustuu siten yksilön tekemiin valintoihin, ei niinkään ympäristön asettamaan pakkoon. Pienen maailman käsite korostaa toiminnan piirin suppeutta, kun taas virtuaalinen kotiseutu ei ota kantaa laajuuteen – joillain ihmisillä se voi olla suppea, joillain hyvinkin laaja.

Reaali maailman ja verkon rajat ovat hämärtyneet ja monet toiminnot ovat päällekkäisiä ja/tai toisiaan täydentäviä. Virtuaalisuus tukee reaali maailmaa ja toisinpäin. (Ks. Jordan 2009; Lee 2018; Markos & Labreque 2009; Ridell, Kymäläinen & Nyssönen 2009). Tästä huolimatta käsittelemme tässä tekstissä verkon tiloja erillisinä julkisina paikkoina, joissa käyttäjät rakentavat virtuaalisia ympäristöjään toimintansa kautta. Tässä rajanvedossa ajattelemme myös, että yksilön virtuaalinen kotiseutu, vaikkakin se heijastelee myös tämän reaali maailman kytköksiä, voi rakentua täysin erilliseksi ja omanlaisekseen todellisuudeksi, jossa merkitykset voivat olla irrallisia reaali maailmasta.

Riukulehto ja Haasio (2020) määrittelevät virtuaalisen kotiseudun yhtäältä olemassa olevan kotiseudun virtuaalisiksi representaatioksi ja toisaalta digitaalisessa ympäristössä tutuksi tulleiksi ja kotoisiksi paikoiksi, joita ei ole reaali maailmassa. Kotiseutu voidaan ymmärtää Riukulehdon (2020) mukaan kotoisaksi tunnetuksi ympäristöksi kotoisine tunnettuine asioineen. Perinteinen kotiseutu on meille rakkaita paikkoja: koti, kesämökki tai työpaikka ovat osa sitä yhtä lailla kuin vaikkapa kuntosali tai kirjasto, joissa vierailamme mielellämme säännöllisin väliajoin. Kaikissa näissä tapauksissa kotiseutuun liittyy positiivisia ja mielekkäitä kokemuksia ja merkityksiä.

Kotiseudun virtuaalisia representaatioita ovat esimerkiksi reaali maailmassa toimivien yhdistysten virtuaaliset toimintamuodot, kuten esimerkiksi kotiseutuyhdistyksen sosiaalisen median sivustot, joita Mäki ja Ylitalo (2020) ovat tutkineet Facebookin osalta. Ne täydentävät fyysisessä maailmassa tapahtuvaa harrastustoimintaa ja mahdollistavat ihmisille osallistumisen vaikkei heillä olisi siihen mahdollisuutta fyysisesti. Virtuaalinen elämys täydentää fyysistä elämystä ja kumpikin on yhtä lailla merkityksenkäs kokonaisvaltaisen elämyksen syntymiseksi. Reaali maailmasta puuttuvat virtuaalisen kotiseudun osat muodostuvat niistä verkon palveluista ja sivustoista, joiden pariin palataan uudelleen ja uudelleen vaikka fyysistä vastinetta ei ole. Esimerkiksi virtuaalinen peli, chatti tai keskustelupalsta voivat olla luonteeltaan tällaisia. Ne ovat tärkeitä kohtaamispaikkoja ja mielekkäitä virtuaalisia tiloja, joissa viettää aikaa.

Tutkimus kuuluu internetin käyttöä koskevan tutkimustradition piiriin. Verkon käyttötutkimus on keskittynyt käytön useuteen (Tilastokeskus 2020), käytettyjen palvelujen suosituimmuuteen (Ebrand 2020) ja sosiaalisen median palvelujen käyttöön (esim. Oh & Syn 2015). Myös verkkopalvelujen käyttöön liittyvien ongelmien, kuten verkkoriippuvuuden tutkimus on yleistynyt ennen muuta psykologian ja psykiatrian näkökulmasta (esim. Kato, Shinfuku & Tateno 2020; Young & De Abreu 2011). Tiedonhankintatutkimuksen saralla useat tutkimukset ovat käsitelleet eri ammatti- tai harrasteryhmien tiedonhankintaa (esim. Daei ym. 2020). Myös eri alakulttuurien informaatiokäyttötymistä on analysoitu eräissä tutkimuksissa (esim. Haasio 2015; Haasio, Harviainen & Savolainen 2020). Kansalaisten verkon käytöstä on saatavilla runsaasti tilastollista materiaalia (esim. Pönkä 2021; Tilastokeskus 2020). Kvalitatiivista tutkimusta verkon käytöstä on tehty eri näkökulmista esimerkiksi informaatiotutkimuksen saralla verkon käytön syistä erityisesti tiedonhankinnan näkökulmasta (esim. Kari & Savolainen 2007; Kim ym. 2015, Savolainen 2020).

Tässä artikkelissa keskitymme määritelmän jälkimmäiseen virtuaalisen kotiseudun osioon ja sen määrittämiseen opiskelijoiden keskuudessa. Haasio

(2020) käyttää tästä esimerkkinä hikikomorien alakulttuuria ja sen keskusteluryhmää. Haasio ja Riukulehto (2020) puolestaan toteavat pelimaailmojen olevan myös tyypillinen esimerkki jälkimmäiseen kategoriaan kuuluvasta virtuaalisesta kotiseudusta.

Tutkimusongelma, -aineisto ja -menetelmä

Tutkimusongelma voidaan kiteyttää seuraavasti:

1. Mistä opiskelijan virtuaalinen kotiseutu muodostuu?
 - a) Mihin verkkopalveluihin käyttö keskittyy?
 - b) Missä verkkopalveluissa kulutetaan eniten aikaa?
2. Millaisia piirteitä on nähtävissä muodostuvissa virtuaalisissa kotiseuduissa?

Verkkopalvelujen käytön useus ja toistuvuus voidaan ymmärtää osana virtuaalisen kotiseudun muotoutumista. Itseä kiinnostaviin ja itselle merkityksellisiin palveluihin palataan yhä uudelleen ja uudelleen ja niissä vietetään paljon aikaa. Näin muodostuu virtuaalinen kotiseutu, jonka voimme ajatella muodostavan yksilön verkkoprofilin, eräänlaisen virtuaalisen pienen maailman, kuten Burnett, Besant ja Chatman (2001) ovat sitä kuvanneet. Havainnollistaaksemme asiaa, luvussa *Verkko kotiseutuna – käytön keskittyminen* esittelemme neljä erilaista käyttäjätyyppiä ja heidän virtuaaliset kotiseutunsa.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin Webropol-lomakkeelle täydennettävää anonymia verkkopäiväkirjan omaista kyselyä, jossa osallistujien tehtävänä oli kirjata ylös ne verkkopalvelut, joita he kahden viimeisen päivän aikana olivat käyttäneet. Myös palvelussa käytetty aika ja käyttötarkoitus pyydettiin merkitsemään ylös kunkin palvelun osalta. Lisäksi vastaajat saivat vapaasti kommentoida omaan verkon käyttöön liittyviä piirteitä.

Webropol valittiin kyselyn toteuttamistavaksi sen käyttäjäystävällisyyden takia. Lisäksi se oli kohderyhmälle tuttu palvelu. Vastauksissa oli selkeästi havaittavissa se, että lähes kaikki vastaajat toivat vapaamuotoisesti esiin verkkokäyttäytymiseensä liittyviä piirteitä ja analysoivat sitä. Vastaavaa menetelmää on aiemmin käyttänyt esimerkiksi Anders Hektor (2001) verkon käytön muotoja käsittelevässä väitöskirjassaan.

Verkkopäiväkirja toteutettiin lähettämällä kohderyhmälle sähköpostitse Webropol-linkki. Lomakkeessa oli taustatietojen lisäksi kahdelle tutkimuspäivälle identtinen kaavake, jossa oli mahdollisuus kuvata käytettyjä palveluja

ja niihin kulunutta aikaa valmiiden vaihtoehtojen avulla sekä vapaamuotoisesti. Kyselyn kohderyhmälle jaetun linkin yhteydessä täsmennettiin, että kyselyssä täytetään vastauksia kahden päivän ajalta päiväkirjamaisesti. Vastaajia pyydettiin huomioimaan tämä ja kirjaamaan verkon käyttöönsä ylös kahden päivän ajan ennen kyselyyn vastaamista. Varsinainen lomake oli ohjeistettu täytettäväksi kerralla omien muistiinpanojen perusteella. Kyselylomakkeelle oli täytetty helposti valittavaksi jo osa yleisistä palveluista, että se olisi mahdollisimman helppo täyttää ja osallistumisen kynnyksensä olisi näin matalampi. Koska verkkopalvelujen kirjo on todella laaja, on mahdotonta antaa kattavaa listaa keskeisistä ja eri henkilöille mieleisistä palveluista. Listalle valittiin keskeisiä suomalaisten käyttämiä palveluja (Tilastokeskus 2020). Vapaiden vastausvaihtoehtojen käyttäminen, ts. jos osallistujat olisivat täyttäneet lomakkeen täysin itsenäisesti, olisi voinut johtaa siihen, ettei kaikkia keskeisiä vaihtoehtoja olisi muistettu. Osittain valmiit vaihtoehdot myös nopeuttivat lomakkeen täyttämistä. Osallistujat nimesivät useita muita palveluja valmiiden vaihtoehtojen lisäksi, joten mahdollisuus tähän oli olennainen osa lomaketta.

Verkkopäiväkirjaa koskeva tutkimuspyyntö lähetettiin Seinäjoen ammattikorkeakoulun kirjasto- ja tietopalvelualan (n=106) sekä kulttuurituotannon (n=138) tutkinto-opiskelijoille. Vastausprosentti (9,8 %) jäi alhaiseksi, sillä tutkimukseen vastasi vain 24 opiskelijaa. Tämä kuitenkin vastasi kvalitatiiviselle tutkimusotteelle tyypillistä pientä vastaajajoukkoa, kuten esimerkiksi Hektorilla (2001), jonka aineistoon sisältyi yhdeksän haastatteluilla täydennettyä verkkopäiväkirjaa viikon ajalta. Tässä tutkimuksessa katettiin ajallisesti kaksi vuorokautta, mikä nähtiin riittäväksi menetelmän ja virtuaalisen kotiseudun empiiriseen testaamiseen. Ajanjakso rajattiin kahteen päivään, koska tutkijat arvioivat viikon olevan ajanjaksona liian pitkä päiväkirjan täyttämiseen sitoutumiseen.

On mahdollista, että koska vastaajien tuli täyttää kahden päivän ajalta verkkopäiväkirja, jo se saatettiin kokea liian työlääksi, minkä vuoksi kyselyyn ei vastattu kovin aktiivisesti. Kyselyn avasi 96 henkilöä, joista 24 vastasi siihen. Koska vastaukset osuivat osin viikonloppukäyttöön, on tutkimuksen reliabiliteetin ja tulosten merkityksen kannalta huomioitava eri päivien (arki vs. viikonloppu) väliset mahdolliset poikkeavuudet käytön sisällöissä. Tällöin esimerkiksi viihdekäyttö saattaa painottua liikaa. Pidemmällä tarkastelujaksolla olisi kenties saatu kokonaisvaltaisempi kuva eri käytön kohteista.

Koska vastaajien määrä oli alhainen, ei vastausten perusteella voida tehdä laajempia yleistyksiä. Myöskään kahden eri vastaajaryhmän vertailu ei ole mielekästä, koska 75 prosenttia vastaajista (18 hlö) oli kirjastoalan opiskelijoita.

Vastaajista 19 oli naisia, neljä miestä ja yksi muunsukupuolinen. Ikäryhmä vastaajien kesken jakaantui. Laajimmat vastaajaryhmät olivat iältään 18–22 vuotta (11 vastaajaa) sekä 23–29 vuotta (9 vastaajaa). Vastaajien identiteetin häivyttämisen kannalta ongelmaksi muodostui se, että miesten (4 henkilöä) ja muunsukupuolisten osuus on pieni. Emme kuitenkaan halunneet jättää jälkimmäistä vaihtoehtoa pois taustatiedoista, koska se olisi sotinut sukupuolen moninaisuuden ajatusta vastaan. Lisäksi kohderyhmä on sen verran laaja (n=244), että tunnistamisen mahdollisuutta ei nähdä yksittäisten vastaajien osalta tulosten raportoinnissa, erityisesti koska vastauksista kootaan arkkityppejä.

Taustakysymyksissä tiedusteltiin myös henkilön mielenkiinnon kohteita. Koska ryhmä on taustaltaan melko homogeeninen (kaikki opiskelevat ammattikorkeakoulussa kulttuuri- tai kirjastoalaa), myös mielenkiinnon kohteet olivat hyvin samansuuntaisia. Ne painoutuivat erityyppisiin kulttuuriharrastuksiin kirjallisuudesta elokuvaan ja musiikista peleihin. Esimerkiksi liikunta ja urheilu saivat melko vähän mainintoja. Tämä luonnollisesti vaikuttaa yhtenä elämäntavan ilmentymänä (vrt. esim. Savolainen 1993) henkilön tiedonhankintakäyttäytymiseen ja sitä kautta myös laajemminkin informaatiokäyttäytymiseen.

Verkkopäiväkirjaa täytetään anonyymina ja itselle sopivaan aikaan, joten sen täyttäminen mahdollistaa pysähtymisen aiheen äärelle ja arkaluontoistenkin asioiden kirjaamisen. Siksi verkkopäiväkirjaan tulee liittää vapaa-muotoisen pohdinnan mahdollistava osio. Asiaa on käsitelty tarkemmin tulosten analyysissä. Vaihtoehtoisesti analyysiin voitaisiin hankkia lisää syvyyttä Hektorin (2001) tavoin haastatteluin. Lampinen ja kumppanit (2013) ovat myös huomauttaneet, että lyhytaikaiset käyttökokeet saattavat vääristää tuloksia erityisesti jos koe on luonteeltaan keinotekoinen. Rajoitteena tässä tutkimuksessa on lyhyt ajanjakso, mutta toisaalta tutkimustilanne ei ole Lampisen ym. mainitsema laboratoriotilanteeseen perustuva koe vaan todelliseen verkkokäyttäytymiseen perustuvat tilanteet.

Verkkopäiväkirjojen analyysi

Analyysi tehtiin verkkopäiväkirjoja tulkitsemalla (vrt. Hektor 2001). Informaatiotutkimuksen saralla verkkopäiväkirjojen hyödyntäminen menetelmänä on ollut vähäistä, mutta viestinnän piirissä niitä on käytetty enemmän. Esimerkiksi Uusitalo, Vehmas ja Kupiainen (2011) ovat lasten ja nuorten medioiden käyttöä koskevissa tutkimuksissaan käyttäneet verkkopäiväkirjoja.

Artikkelissa hyödynnettiin kvalitatiivista tutkimusotetta, joka perustui päiväkirjojen laadulliselle sisällönanalyysille. Erityistä huomiota kiinnitet-

tiin juuri avoimiin vastauksiin, joissa käyttäjät kommentoivat eri palveluille annettavia merkityksiä. Sitaatteja näistä esitetään anonyymeina analyysin yhteydessä. Tämä auttaa selittämään eri palveluihin kytkeytyviä merkityksiä ja yleisesti verkon käytön motiiveja, joita käyttäjät toivat ilmi vastauksissaan. Artikkelin ensimmäinen kirjoittaja luki useampaan kertaan läpi vapaat vastaukset ja teki niistä yhteenvedon ensin jaottelemalla aineiston sisältämät teemat aineistolähtöisesti ja sitten luokittelemalla vapaat vastaukset, jotka syvensivät teemoista saatua informaatiota. Näin pyrittiin löytämään niitä yhteneviä ja eriäviä muotoja, joita samanlaisen taustan, yhtenevän opintosuuntauksen, jakavat henkilöt noudattavat verkkokäyttäytymisessään. Havainnoimme kulttuuri- ja kirjastoalan opiskelijoiden verkkokäyttäytymistä ja siinä havaittavia samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia eri henkilöiden kesken. Lisäksi huomiota kiinnitettiin vastauksista esiin nousseisiin yksilöllisiin erityispiirteisiin, joiden avulla muodostuu kunkin käyttäjän yksilöllinen virtuaalinen kotiseutu. Viimeisessä lähilukuvaiheessa molemmat kirjoittajat kävivät läpi kyselyn vastaukset ja laativat niistä kirjallisen yhteenvedon analyysityökaluksi. Tästä muodostettiin arkkityyppien koodauskehys. Arkkityypit muodostettiin koodauksen perusteella. Kun kukin vastaaja oli saanut koodaukseen perustuvan käyttäjäprofiilin, niitä vertailtiin keskenään. Profiilit muodostettiin käytön painopistealueista, jotka kategorisoitiin eri palveluja sisältäviksi klustereiksi (S=some, TH=tiedonhankinta, V=musiikki, elokuvat ym. viihdepalvelut, Sis=sisällöntuotanto, UU=Uutisten ym. verkkomedian seuranta ajankohtaisissa asioissa, O&T=Opinnot, työskentely, P=pelit, VK=Viranomaiset, verkko-ostokset, muu asiointi). Analyysin tuloksena syntyi neljä arkkityyppiä verkon virtuaalisen kotiseudun ”asukeista”.

Pieni vastaajamäärä asettaa tutkimukselle omat rajoitteensa. Myös se, että aineistoa kerättiin vain kahdelta päivältä, ei välttämättä luo kokonaisvaltaista kuvaa eri verkkopalvelujen käytöstä. Näistä rajoitteista huolimatta aineistosta nousee esiin selkeitä typologioita, joiden perusteella on ollut mahdollista rakentaa arkkityyppejä erilaisista (vrt. Heinström 2002) verkon käyttäjistä, mikä havainnollistaa sitä, millainen heidän kotiseutunsa on.

Tulokset

Suosituimmat verkkopalvelut ja käytön motiivit

Vähintään neljännes vastaajista oli käyttänyt tutkimusajankohtana Moodlea (16), YouTubea (14), Instagramia (14), Facebookia (12), Spotifya (9), Ylen sivua (8), verkkopankkia (7), Snapchatia (8), Twitteriä (6), Netflixiä (6),

iltapäivälehtien (Iltasanomat, Iltalehti) sivustoja (7) sekä oman oppilaitoksen verkkosivuja (5). Tämän lisäksi esimerkiksi TikTok (4), verkkokaupat (2), sanomalehtien sivustot (4), kirjastojen sivut (3) ja Discord (3) saivat kukin mainintoja. Vastaajat saivat valita ennalta annetusta listauksesta käyttämänsä palvelut ja lisäksi nimetä valmiista listauksesta puuttuneet palvelut, joita he olivat käyttäneet. Tämän lisäksi he saivat avata avoimissa vastauksissaan, millaisia merkityksiä näihin palveluihin kytkeytyi ja heiltä kysyttiin myös, oliko jokin palvelu erityisen rakas tai merkityksellinen.

Moodlen korostuminen vastauksissa selittyy ennen kaikkea sillä, että kaikki vastaajat olivat ammattikorkeakouluopiskelijoita, joiden verkkooppimisympäristö Moodle on. Oletusarvona olikin, että Moodlen käyttö vastaajien keskuudessa on korkeahkoa ja siellä vietetään runsaasti aikaa – tosin ei niinkään vapaaehtoisesti vaan pakosta, opiskelujen ohjaamana. Moodlelle ei perusteltukaan erityisiä merkityksiä, vaikka lähes kaikki käyttivät sitä useamman kerran viikossa. Moodle ei siis kuulunut virtuaaliseen kotiseutuun, erityisen merkitykselliseen osaan verkkouniversumia vaan osaksi muista syistä käyttäjälle välttämättömiä palveluita. Vaikka kyse on oppimisympäristöstä, sen voidaan katsoa olevan osa virtuaalista kotiseutua vain siinä tapauksessa, mikäli henkilö itse mieltää sen itselleen mielekkääksi tai merkitykselliseksi paikaksi esimerkiksi harrastuneisuuden tähden.

Useille vastaajille YouTube oli keskeinen osa virtuaalista kotiseutua, jossa viihdytään. Kun vastaajilta tiedusteltiin mikä tai mitkä palvelut ovat erityisen tärkeitä ja mielekkäitä, sai YouTube selvästi eniten mainintoja. YouTubeen viihdearvo korostui. Sen parissa vietettiin myös poikkeuksellisen paljon aikaa. Viisi henkilöä kertoi käyttäneensä YouTubea vähintään kolme tuntia päivässä tarkasteluajanjaksolla. YouTubeen monikäyttöisyydellä sekä käytettävyydellä selitettiin sen runsasta käyttöä: “Youtube on ympäristönä mielekkäin ja monipuolisin.” Käytön ensisijainen motiivi oli itsensä viihdyttäminen 12 käyttäjälle. Huomionarvoista kuitenkin on se, että YouTubeen merkitys myös tiedonhankinnassa oli melko merkittävä, sillä sitä käyttäneistä henkilöistä viisi hyödynsi palvelua viihteellisyyden lisäksi tiedonhakuun ja yksi ilmoitti YouTubeen olleen käytössä koulutehtävien suorittamisessa. YouTubeen merkitystä kuitenkin perusteltiin enemmän käyttöominaisuuksien kuin erityisen merkityksen rakentumisen kautta: “YouTubeen katsominen olisi vaikea lopettaa, jos sitä tällä tarkoitetaan. En kuitenkaan ”rakkaaksi” mitään sanoisi.” Palvelu nähtiin monella tavalla hyödyllisenä ja sillä tavalla jopa niin sanotusti yleishyödykkeenä, jonka arvo rakentuu juuri käytettävyyden kautta. Käyttäjän kommentti viittaa myös siihen, että verkkopalveluita ei välttämättä haluta tai osata nimetä erityisen rakkaaksi, vaikka niiden merkitys nähdäänkin välttämättömänä, eikä käyttöä haluta lopettaa.

Sama vastaajamäärä käytti Instagramia, tosin aikamääreissä oli runsasta vaihtelua alle tunnista jopa 3–5 tuntiin päivittäin. Sen aikaa vievän ominaisuuden lisäksi palvelulle annettiin merkityksiä tiedonhaussa ja verkostoitumisessa: “Instagram on eniten aikaa vievä sovellus. Antaa paljon tietoa ja yhdistää ihmisiä matalalla kynnyksellä”. Samaan aikaan kaksi käyttäjää koki jäävänsä jumiin palveluun: “Instagramissa vietän aikaa eniten turhaan, eli jään jumittamaan sinne, enkä tee mitään ‘järkevää’.” Uskin (2015) esittelemä profiilityön ajatus korostuu Instagramin tyyppisissä palveluissa, joissa omia sisältöjä julkaistaan luoden samalla omaa verkkoidentiteettiä. Vastaavia sisällöntuotannon palveluita oli käytössä esimerkiksi erilaisten videoalustojen muodossa: yhdellä käyttäjällä oli käytössä “videosovellus, johon kerään videokoostetta vuodestani (1 sek. video vuoden jokaiselta päivältä)”.

YouTubeen ja Instagramin suosiota voidaan selittää ainakin osittain vastaajien ikärakenteella. Ebrandin (2020) tutkimuksen mukaan YouTube on WhatsAppin jälkeen toiseksi suosituin sosiaalisen median palvelu 13–29-vuotiaiden keskuudessa ja tässä tutkimuksessa kolmanneksi suosituin Instagram on samalla sijalla myös sosiaalisen median palvelujen suosiossa kyseisessä ikäryhmässä. Kuten edellä todettiin, vastaajien ikärakenne oli kohde-ryhmästä johtuen alhainen, ja 84 prosenttia vastaajista kuului ikäryhmään 18–29 vuotta.

Merkillepantavaa on myös se, että muutamat verkkopalvelut ovat luonteeltaan sellaisia, ettei niiden käyttöä välttämättä mielletä verkon käyttöksi perinteisessä merkityksessä. Esimerkiksi musiikin kuuntelu Spotifysta tai elokuvien ja TV-sarjojen katsominen Netflixistä tapahtuu verkon välityksellä, mutta toimintana se saattaa olla passiivisluonteista “toisella korvalla kuuntelua tai katselua” ja on rinnastettavissa esimerkiksi television katseluun tai radion ja äänitteiden kuunteluun. Verkkopalvelut tarjoavat vastaajille samantyyppistä mediasisältöä, kuin radio ja televisio aikaisemmin kodin keskeisinä laitteina (Varis 2002, 91; Hietala 2007, 48; Huokuna 2010, 136). Tämänkaltaiset palvelut nostavat verkkopalveluihin kuluvan kokonaisajan määrää, vaikka siellä ei oltaisi itse jatkuvasti aktiivisia: “suurin osa ajasta menee varmaan YouTubeen, mutta se on taustalla soittamassa musiikkia tehdessäni muita asioita”.

Monen asian tekeminen yhtä aikaa on yleistä: kuusi vastaajista kertoi tekevänsä samanaikaisesti koneella muuta, esimerkiksi koulutehtäviä, ja käyttävänsä verkkoa yhtäaikaisesti esimerkiksi musiikin kuunteluun. Palveluita, joissa päivittäinen käyttöaika oli enemmän kuin tunti, perusteltiin avoimissa vastauksissa esimerkiksi siten, että viihteellistä sisältöä tarjoavat palvelut, kuten Spotify tai YouTube, pyörivät taustalla.

Ensisijaisena motiivina oli suurimmaksi osaksi itsensä viihdyttäminen useimmissa muissa suosituissa verkkopalveluissa: “Käytän verkkoa suurimmalta osin viihdekäyttöön, johon sekoittuu myös tiedonhankintaa.” Esimerkiksi Facebookissa tiedonhankinnan rooli oli vähäinen (1 maininta). Netflix ja Spotify miellettiin puhtaasti viihhteellisiksi palveluiksi ja tiedonhankinnan näkökulmasta niiden merkitys oli vähäinen. Ylen ja muiden verkkomediodien käyttö liittyi useimmin tiedonhankintaan, vaikka esimerkiksi iltapäivälehtien lukemisen motiivina mainittiin, ei pelkkä tiedonhankinta, vaan myös ajanviete ja itsensä viihdyttäminen. Ylipäänsä ajanvietteen ja itsensä viihdyttämisen merkitys nousi esiin merkittävänä käytön motiivina opintoihin liittyviä verkkopalveluja (Moodle, oman oppilaitoksen sivut) lukuun ottamatta.

Verkkopalveluista haettiin myös yhteisöjä. Esimerkiksi Instagram, Reddit, Discord ja TikTok nousivat vastauksissa palveluina joiden avulla seurattiin ystävien elämää, osallistuttiin keskusteluihin, löydettiin samanmielisiä yhteisöjä (ks. Haasio 2015; Rheingold 1993) ja osallistuttiin niihin. Yhteydenpito ystäviin ja sosiaalinen kanssakäyminen tuli esiin useissa vastauksissa. Sosiaalinen media oli tuonut elämään myös uusia, tärkeitä yhteisöjä: “TikTokin kautta olen löytänyt ystäviä ja yhteisön, johon tunnun kuuluvani.” Verkon yhteisöt voivat tarjota siis jopa reaali maailmaa voimakkaampia sosiaalisia verkostoja, joiden ansiosta niistä rakentuvat virtuaaliset kotiseudut ovat entistä tärkeämpiä. Monessa tapauksessa kommunikointi virtuaalimaailmassa jopa sellaisten henkilöiden kanssa, joita ei koskaan ole fyysisesti tavattu, saattaa henkilölle itselleen olla todella merkityksestä (vrt. myös Haasio 2015). Reaali maailman ja virtuaalimaailman raja onkin yhä voimakkaammin hälventynyt.

Yksikään vastaajista ei ilmoittanut käyttäneensä verkosta löytyviä pelejä, vaikka useampi vastaaja pohti omaan pelaamiseen kuluvaan aikaa. Tämä saattaa selittyä sillä, että verkkopäiväkirjassa kysyttiin verkkopalvelujen käyttöä. Vastauksissa oli yksittäisiä mainintoja eri pelien pelaamisesta, mutta kaikkia verkon välityksellä pelattavia pelejä ei välttämättä kirjattu ylös. Lisäksi on mahdollista, että vastaajat pelasivat myös konsolipelejä, jolloin niiden käyttö ei näy vastauksissa vaikka pelaamiseen kuluvaan aikaa oli pohdittu niissä, sillä vastauksissa ei oltu eritelty pelien tyyppisiä. Mainintojen yhteydessä perusteltiin, että pelaaminen ei ole ongelma tai muuten haitallista verkkokäyttämistä.

Kolmella vastaajalla eri palveluiden käytön motiivina oli myös pakokeino: “viettemästani ajasta kulutan niin, että yritän viihdyttää itseäni. Sen sijaan että aloittaisin vaikka jonkin kiinnostavan projektin päädyinkin aloittamaan vain uuden 16 kautta kestävän TV-sarjan. Korvaan oman elämäni toimettomuutta

keksimällä jatkuvasti jotain mukavaa puuhaa netissä. Yritän saada ajatukseni pois siitä, etten ole kuukausiin saanut aikaan mitään konkreettista”. Virtuaalinen kotiseutu rakentaa osalle käyttäjistä paikan, jossa reaali maailman asioita ei joudu miettimään. Verkko tarjoaa pakopaikan, mahdollisuuden olla ajattelematta todellisuutta, joka reaali maailmassa on vastassa. Kyse saattaa myös olla eskapismista, jossa arjen ikävyyttä ja reaali maailmaa paetaan pelimaailmoin (Ks. Calleja 2010; Kuo, Lutz & Hiler 2016).

Joitain palveluita jaettiin tietoisesti erilaisten käyttötarkoitusten välillä: “Minulla on kaksi twittertiliä, ensimmäistä käytän ulkomailla asuvien ystävien kanssa yhteydenpitoon ja toisella seuran politiikkaa ja yhteiskunnallisia asioita.” Tämän Twitter-käyttäjän tapauksessa toinen Twitter-tili palvelee yhteydenpitoa ja sosiaalisia suhteita, ja toinen muodostaa käyttäjälle tiedonhaun ja osallistumisen kanavan poliittisiin ja yhteiskunnallisiin asioihin. Tällä tavalla hän rakentaa ikään kuin mikrokotiseutuja virtuaalisen kotiseutunsa sisälle ja eriyttää niitä käyttötarkoituksen mukaan.

Eräille vastaajille verkko ei ole keskeisessä roolissa heidän elämässään. Ikäryhmään 40–49 vuotta kuuluva vastaaja totesikin: “En käytä pitkiä aikoja verkossa, aikani ei kulu, en keksi tekemistä siellä”. Virtuaalinen kotiseutu saattaaakin aineiston perusteella jäädä suppeammaksi, jopa merkitykseltään olemattomaksi osalle käyttäjistä. Selittävä tekijänä ovat ennen kaikkea yksilölliset erot preferensseissä ja verkolle koetuissa merkityksissä. Virtuaalisen kotiseudun merkitys onkin hyvin yksilöllistä: joillekin se on keskeinen osa elämää, osa vierailee siellä harvemmin eikä rakenna siitä välttämättä kovin laajaa.

Neljä käyttäjää, neljä kotiseutua

Verkkopäiväkirjojen avulla muodostettiin yksilökohtaiset käyttöprofiilit tutkitulta ajanjaksolta. Ne osoittavat miten verkon käyttö kohdistuu palvelukohtaisesti ja ajallisesti eri käyttäjillä ja muodostaa virtuaalisen kotiseudun, jota voidaan käsitteellä verrata myös virtuaaliseen pieneen maailmaan (ks. Haasio 2015). Oheiset neljä kotiseutua ovat erilaisiin käyttäjiin yhdistyviä arkkityyppejä, jotka esitellään taulukossa 1. Ne muodostettiin etsimällä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia eri käyttäjäprofileista. Arkkityypin luominen vahvisti myös vastaajien anonyymiteetin turvaamista.

Taulukko 1. Virtuaalisen kotiseudun arkkityypit.

Tyyppi	Kuvaus
Tyyppi A	Sosiaalinen ja viihteellinen kotiseutu: Verkko keskeinen ajankäytön ja sosiaalisten suhteiden väline. Palveluissa kuluttajan roolissa. Yhteisö- ja viihdepalvelujen klusteri.
Tyyppi B	Kotiseudun rakentaja ja verkostoaktiivi: Aktiivinen sisällöntuottaja. Ajan viettäminen ja sosiaalisuus keskeistä. Yhteisö- ja viihdepalvelujen klusteri.
Tyyppi C	Pienen maailman asukki: Keskittyy kuluttamaan ja tuottamaan sisältöjä kontekstisidonnaisesti, fokus intressien mukaan. Klusterit muodostuvat asiasisällöistä, ei palvelutyypeistä.
Tyyppi D	Tarvekäyttäjä: Kuluttaa itselle tarpeellisia sisältöjä, perinteisten palvelujen verkkoversiot klusterina.

Tyyppi A – Sosiaalinen ja viihteellinen kotiseutu

Tyyppi A opiskelee päätoimisesti eikä käy töissä. Opinnoista johtuvan Moodlen ja oman oppilaitoksen verkkosivuston käytön lisäksi verkko on keskeinen väline sosiaalisten suhteiden ja ajanvieton kannalta. Oppilaitoksen sivujen lisäksi tyyppi A käyttää tiedonhakuun Facebookia.

Virtuaalisen kotiseudun keskeinen klusteri muodostuu tällä tyypillä suosituista yhteisö- ja viihdepalveluista (ks. Tilastokeskus 2020; Pönkä 2020), kuten Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube, Spotify, Netflix, Discord ja verkkopeliyhteisö Steam. Kuten listauksesta voidaan havaita, käyttäjätyyppi suosii yhteisöllisiä sekä musiikkia ja elokuvia, tv-sarjoja ja videoita tarjoavia palveluita vapaa-ajallaan. Moodle ja oppilaitoksen sivut puolestaan liittyvät opintoihin ja ovat enemmänkin osa käyttäjätyypin verkkouniversumia, sillä niihin ei liity erityistä merkityksellisyyttä, vaan tarve.

Ajankäytöllisesti merkittävimmit nousevat YouTube, jota käytettiin kolmesta viiteen tuntia videoiden, elokuvien ja sarjojen katsomiseen sekä musiikin kuunteluun ja TikTok (1–2 h), joka on lyhyiden videoiden jakamiseen tarkoitettu mobiilisovellus. YouTuben merkitys suosituimpana palveluna tulee hyvin esiin seuraavassa käyttäjätyypille tyypillisessä vapaassa kommentissa: “YouTubea tulee käytettyä eniten, koska sieltä löytyy paljon erilaista aineistoa. Joskus se pyörii taustalla opiskellessa, silloin yleensä kuuntelen musiikkia sieltä, joka on suunnattu auttamaan opintoihin keskittymisessä”. YouTuben korkeita käyttömääriä selittää osittain myös se, että se on usein auki taustalla ja osana muita arjen toimintoja.

Myös TikTokilla on vastaajan elämässä selvästi tärkeä merkitys, sillä sieltä on löytynyt oma yhteisö. Verkko saattaakin olla eräissä tapauksissa merkittävä sosiaalisen kanssakäymisen väylä ja mahdollistaa samanhenkisten ystävien löytämisen myös silloin kun se saattaa olla reaali maailmassa vaikeaa (vrt. Haasio 2015). Lisäksi tyyppin harrastuksissa mainitsema mielenkiinto sarjakuviin näkyy myös verkon kotiseudussa: e-sarjakuvusivustossa on vietetty kumpanakin havainnointipäivänä runsaasti aikaa (1 h ja 50 min.) sarjakuvia lukien.

Tyyppin A kotiseutua voidaan pitää harrastuksista (sarjakuvat), sosiaalisesta kanssakäymisestä (TikTok, Snapchat, Instagram) ja ajanvietteestä (YouTube, Spotify, Netflix, Steam) koostuvana kokonaisuutena, jota täydentävät satunnaisemmin ja lyhyemmän aikaa käytetyt palvelut, kuten Facebook sekä opintoihin liittyvien palvelujen käyttö (Moodle, oppilaitoksen sivut). Kun elämäntilanne muuttuu, muokkautuu virtuaalinen kotiseutukin. Omien intressien kannalta keskeisten palvelujen käyttö jatkuu ja täydentyy, kun henkilölle tulee uusia mielenkiinnon kohteita ja elämäntilanne muuttuu. Tällä hetkellä kotiseudussa painottuu kaksi elementtiä: sosiaalisuus ja viihteen kuluttaminen.

Tyyppi B – Kotiseudun rakentaja ja verkostoaktiivi

Tyyppin B arjessa verkko näyttää merkittävää osaa niin ajanvietteen kuin yhteydenpidon osalta. Käyttäjätyyppi kuuluu ikäryhmään 18–22-vuotias, eikä ole parisuhteessa. Aikaa verkossa kuluu runsaasti; vähintään 11 tuntia päivässä tarkasteluajanjaksolla. Sosiaalisen median palvelut, kuten YouTube, Snapchat, Discord ja Reddit ovat ahkerassa käytössä ja muodostavat näin tyyppille keskeisen klusterin. Palveluissa ollaan myös itse aktiivisia ja niihin tuotetaan omaa sisältöä. Vaikka käytetyt palvelut ja niiden motiivit muistuttavat tyyppi A:n virtuaalista kotiseutua, oma sisällöntuotanto on merkittävä ero verrattuna palveluiden kuluttamiseen. Merkillepantavaa on, että Instagramia ja Facebookia ei ole käytetty tarkasteluajanjaksolla lainkaan, mikä viittaa selkeisiin henkilökohtaisten preferenssien ohjaamiin valintoihin palveluissa. Verkon välityksellä katsotaan myös elokuvia ja TV-sarjoja sekä kuunnellaan musiikkia. Tähän käytetään Spotifyä (3–5 h/pv), YouTubea (1–2 h) ja Crunchyrollia (30–60 min./pv).

Tämän käyttäjätyyppin kotiseutu näyttäytyy ennen muuta interaktiivisena paikkana, jossa ei passiivisesti pelkästään kuluteta viihdettä, vaan kommunikaatio ja sisällöntuotanto ovat leimaa-antavia piirteitä. Tyyppi B on eräänlainen “kotiseutuaktiivi” – hän luo uutta virtuaaliseen maailmaan tuottamalla sisältöjä.

Tyyppi C – Pienen maailman asukki

Siinä missä osalle käyttäjistä internet on tärkeä yhteydenpitoväline ja siellä hyödynnetään useita palveluja, on tyyppi C:n verkkokäyttäytyminen voimakkaasti yksittäisiin asiasisältöihin tai konteksteihin ja omaan intressiin keskittyntä. Klusterit eivät siten muodostu tiettyjen palvelujen, vaan pikemminkin niiden asiasisältöjen perusteella. Tyyppi C on 18–22-vuotias. Hänen virtuaalisen kotiseutunsa tärkein elementti on fanifiktiosivut, joille tuotetaan itse sisältöä ja joilta voi lukea muiden tuottamia fanifiktio-kirjoituksia. Kumpanakin havainnointipäivänä henkilö käytti Archive of our own -sivustoa aktiivisesti: toisena päivänä 1–2 tuntia ja toisena 3–5 tuntia. SCP Wiki oli toinen fanifiktiosivusto, jolla aikaa kului toisena havainnointipäivänä 2–3 tuntia. YouTube kuului myös säännöllisesti vierailtuihin palveluihin ja toisena havainnointipäivänä hän käytti Discordia. Opintojen takia käyttäjä tyyppi C hyödynsi myös Moodlea kumpanakin päivänä.

Merkillepantavaa on se, että lähes kaikkien käyttäjien suosima YouTube kiinnosti, mutta ikäryhmässä suosittuja sosiaalisen median sivustoja (esim. Instagram, Snapchat) ei käytetty lainkaan. Opintojen ohella lähes ainoita verkon käyttöä motivoivia tekijöitä olivat fanifiktiosivut ja YouTuben tarjonta. Tässä tapauksessa virtuaalinen kotiseutu muodostui hyvin suppeaksi ja voimakkaasti oman harrasteen määrittämäksi, eikä tietyn tyyppiin palveluihin, kuten tyyppi A:n ja B:n tapauksessa.

Tyyppi D – Tarvekäyttäjä

Ikäryhmään 50–59 vuotta kuuluva käyttäjä tyyppi D poikkesi selkeästi nuorempien käyttäjien profilista ja hänen virtuaalinen kotiseutunsa näkyi täysin erilaisena. Sosiaalinen media, Pinterestiä lukuun ottamatta, ei kiinnostanut. Käyttäjä tyyppille keskeiset klusterit muodostuivat pakollisista palveluista, kuten virkamiessivustot sekä perinteisistä palveluista, joilla oli verkkosivusto, kuten esimerkiksi verkkomediat. Iltapäivälehdet, YLE ja oma maakuntalehti olivat ensisijaisesti käytettyjä palveluja Pinterestin ohella. Lisäksi henkilö käytti K-kaupan sivuja ja oman kirjastonsa palveluja. YLE Arena oli sivusto, jolla viihdyttiin pisimpään (1–2 h) katsomassa TV-ohjelmia.

Tyyppin D virtuaalinen kotiseutu on konventionaalinen ja koostuu perinteisistä verkkomedioista. Pinterestiä lukuun ottamatta ne eivät myöskään ole interaktiivisia vaan toimivat perinteisen sanomalehden ja television korvikkeena. Pinterestin käyttö selittyi kiinnostuksena seurata omaan harrastukseen liittyviä kuvia. Sosiaalinen kanssakäyminen ja yhteydenpito ystäviin

sen sijaan puuttuu tekemisen motiiveista. Käyttäjätyyppi D:n virtuaalinen kotiseutu perustuu pitkälti perinteisiin palveluihin, joita tarjotaan kuluttajille nykyisin myös elektronisessa muodossa. Avainasemassa ovat konkreettiset tarpeet ja hyödyt, viihteellisenä verkon palveluja ei käytetä, lukuun ottamatta YLE Areenaa, joka sekkin on verrattavissa perinteiseen TV:n katseluun. Median kulutus on perinteistä, mutta se tapahtuu osin verkon välityksellä kohdistuen kuitenkin samoihin sisältöihin. Palveluille ei anneta yhtä vahvoja merkityksiä, mutta ne muodostavat silti merkittävän osan arkea ja ovat tärkeitä. Virtuaalinen kotiseutu muistuttaa reaali maailman mediaympäristöä.

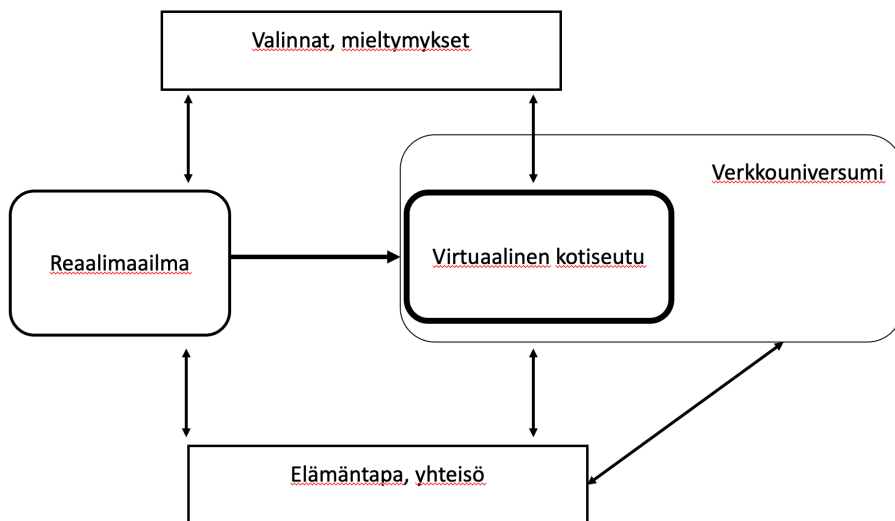
Verkko kotiseutuna – käytön keskittyminen

Tutkimuksen perusteella opiskelijoiden verkon käyttö keskittyy vahvasti muutamaan keskeiseen palveluun, joiden ympärillä tehdään tarvittaessa lyhyitä hyppäyksiä muihin palveluihin. Näistä voidaan muodostaa käyttäjätyypeille keskeisiä klustereita verkottuneessa ympäristössä. Esimerkiksi verkkopankki tai tietyt tiedonhaun sivustot näkyivät aineistossa pakollisina tarvittaessa käytettävänä palveluina, kuten vastaavat palvelut myös reaali maailmassa; niihin ei mennä viettämään aikaa vaan hoitamaan pakolliset tehtävät ja toiminnot. Nämä muodostivat niin sanotut viranomais- ja tiedonhankinta-klusterit.

Palveluiden osalta käyttö keskittyi vahvasti YouTubeen, Spotify-musiikkisuoratoistopalveluun videoiden ja musiikin kuluttamisessa ja Moodle-oppimisympäristöön opintojen määrittämisen pakon takia. Nämä palvelut toistuivat kaikilla vastaajilla, ja esimerkiksi viihteellisten palveluiden klusteriin kuuluva YouTube näyttäytyy enemmän kaikkia käyttäjiä yhdistävänä virtuaalisten kotiseutujen toisiaan linkittävänä keskuksena. Verkon keskinäinen linkittyneisyys ja verkosto näkyy näin myös virtuaalisten kotiseutujen yhteydessä; niiden kokonaisuudet eivät muodostu täysin toisistaan riippumattomista tai erillisistä palveluista vaan niitä voisi tarkastella myös verkostona, jossa on erilaisia klustereita. Näissä keskeisimmissä palveluissa yli puolet vastaajista vietti vähintään tunnin päivässä.

Opiskelijoiden kohdalla Moodlen näkyminen aineistossa eniten käytettynä palveluna oli odotettu tulos. Se on opiskelijalle keskeinen toimintaympäristö, etenkin tutkimuksen ajoituksessa Seinäjoen ammattikorkeakoulussa toteutettuun hybridimuotoisen opetuksen ajanjaksoon, mutta koska vastaajat eivät kommentoineet Moodlen käyttöä, se näkyi heille pakotettuna ympäristönä eikä osana virtuaalista kotiseutua. Muiden palvelujen osalta motiivina vapaa-ajan vietto ohjaa käyttäjät sinne, mistä he löytävät mielekkäimmän sisällön.

Kuviossa 1. esitetään kehämuotoinen virtuaalisen kotiseudun rakentuminen. Kuviossa yhdistyy aiempi hahmotelma virtuaalisen kotiseudun käsitteestä tämän tutkimuksen avulla tehtyihin havaintoihin. Yksilön elämäntavat ja yhteisöt reaali maailmassa vaikuttavat siihen millaisia mieltymyksiä hänellä on ja millaisia valintoja hän tekee verkkopalveluissa. Nämä vaikuttavat siihen, millainen virtuaalinen kotiseutu yksilölle muodostuu näiden ohjaamana. Virtuaalinen kotiseutu, siellä muodostuva yhteisö ja näiden myötä muotoutuva elämäntapa taas vaikuttavat yksilön toimintaan reaali maailmassa ja edelleen taas virtuaalisessa maailmassa. Elämäntavat ja yhteisö vaikuttavat myös yksilön verkkouniversumiin, jossa hänen on pakko toimia, esimerkiksi hoitaakseen pakollisia asioita, kuten pankki- ja viranomaistoimintoja tai koulutukseen sekä työhön liittyviä ympäristöjä. Nämä palvelut eivät ole erityisen tärkeitä tai merkityksellisiä yksilölle eikä niihin tästä syystä muodostu erityistä sidettä kuten virtuaalisen kotiseudun kohdalla.



Kuvio 1. Virtuaalisen kotiseudun ja reaali maailman kehä.

Virtuaalinen kotiseutu muodostuu mielenkiintoisista ja itselle mielekkäistä verkkopalveluista ja tekemisestä netissä (Riukulehto & Haasio 2020). Vain murto-osa verkon mahdollisista palveluista kuuluu tähän virtuaaliseen kotiseutuun, joka subjektiivisesti määritetään itselle mielekkääksi ja joka voi muuttua erilaisten elämänvaiheiden aikana. Voidaan ajatella, että verkkouniversumiin taas kuuluvat kaikki verkkopalvelut, erityisesti ne, joita joudutaan käyttää tarpeen, kuten opintojen tai asioiden hoitamisen edellyttämänä mutta myös ne, joita emme käytä tai joista emme ole tietoisia. Tuohon universu-

miin tehdään satunnaisia vierailuja uusien kokeilujen sekä erilaisten tarpeiden tai pakon ajamana. Mikäli sieltä löydetään mielekästä sisältöä tai uusi itselle läheinen yhteisö, näistä muodostuu merkityksellisyyden myötä osa virtuaalista kotiseutua. Esimerkiksi jonkin uuden tuttavuuden kautta aletaan käyttää uutta sovellusta yhteydenpitoon ja sovelluksesta löytyy itselle uusi yhteisö, kuten eräs vastaaja kommentoi TikTokin kohdalla käyneen.

Virtuaalinen kotiseutu on tällä tavalla osa verkkouniversumia. Käytännössä verkkouniversumi kattaa koko internetin tarjonnan, ja jokainen yksilö muodostaa verkkouniversumin tarjonnasta oman virtuaalisen kotiseutunsa. Eri virtuaalisten paikkojen, eli verkkopalvelujen, merkitys vaihtelee yksilöittäin. Eri ihmiset painottavat eri asioita, mutta yhtä kaikki kotiseutuun kuuluvat elementit ovat painotuksesta riippumatta itselle mieleisiä virtuaalisia paikkoja. Reaalimaailman kotiseudut täydentävät virtuaalista kotiseutua ja toisinpäin.

Pohdinta

Vaikka pieni vastaajajoukko estää tekemästä laajempia havaintoja virtuaalisen kotiseudun muodostumisesta ja merkityksestä yksilölle, voi tämän tutkimuksen tuloksista vetää tiettyjä johtopäätöksiä. Vastoin alussa esittämäämme ajatusta, toisin kuin tiedonhankinnan ja elämäntavan yhtenevästä suhteesta on aiemmin raportoitu (vrt. Savolainen 1993; 1995), ei esimerkiksi opiskeltava ala vielä riitä yhtenäistämään virtuaalista kotiseutua, vaikka joitain yhtymäkohtia tutkimuksessa löytyneissä kotiseuduissa onkin. Virtuaalista kotiseutua määrittävätkin mahdollisesti opintoalaa spesifimmät kiinnostuksen kohteet tai elämäntavat.

Siinä missä reaalimaailmassa henkilö A ja B harrastavat teatteria, toinen käymällä aktiivisesti katsomassa näytelmiä, toinen näyttelemällä harrastajateatterissa, on sama käyttäytymismalli havaittavissa myös virtuaalisella kotiseudulla. Tyyppi A ja C katsovat runsaasti esimerkiksi YouTube-videoita, Tyyppi B paitsi katsoo, myös tuottaa itse sisältöä. Näin ollen voidaan ajatella, että samaan palveluun ja sen käyttöön kohdistuu eri tyyppisiä intressejä, joiden tutkimus vastaisuudessa on nähdäksemme hedelmällistä.

Tutkimuksen perusteella verkon käyttö näyttäytyy laajasti samanlaisena kuin Matikaisen ja Villin (2015) johtopäätökset käyttäjien asennoitumisesta passiiviseksi mediayleisöksi. Verkkopalveluihin ei mennä pääasiassa tuottamaan omia sisältöjä eikä niihin asemoiduta aktiivisena toimijana, vaan sisältöjä kulutetaan, niiden parissa viihdytään ja vietetään vapaa-aikaa. Verkkopalveluista haetaan lähtökohtaisesti valmista materiaalia, erityisesti

musiikkia ja videoita, tai oman yhteisön tuottamaa sisältöä, eikä ajankäyttö ainakaan pääosin keskity omaan sisällöntuotantoon. Useissa tutkimuksissa on kiinnitetty huomiota etenkin nuorten verkossa käyttämään aikaan (esim. EU Kids Online 2020). Tutkimuksemme tulokset antavat kuitenkin aihetta olettaa, että aikamäärä ei todellisuudessa ole suoraan sidoksissa aktiiviseen verkon käyttöön, koska osa palveluista on taustalla olevaa viihteellistä ohjelmavirtaa, esimerkiksi musiikin muodossa.

Vaikka verkon informatiivinen ja viihteellinen tarjonta on lähes rajaton, voidaan havaita, että ihmiset tottuvat käyttämään tiettyjä, mielekkääksi kokemiaan verkkopalveluja niin viihteen kuin tiedonhankinnan saralla. Näin muodostuu virtuaalinen kotiseutu, jota voidaan verrata virtuaaliseen pieneen maailmaan, josta Burnett, Besant & Chatman (2001) puhuvat. Virtuaalisen pienen maailman käsite lähtee siihen sisäänrakennetusta ajatuksesta, että siinä missä reaali maailmassa on Elfreda Chatmanin (1990) kuvaamia informaatioköyhiä pieniä maailmoja, niitä esiintyy myös verkossa. Ajatus sisältää nähdäksemme latentin oletuksen virtuaalisen pienen maailman suppeudesta. Virtuaalinen kotiseutu taas voi olla hyvinkin monimerkityksellinen ja laaja, jopa perinteistä kotiseutua merkityksekkäämpi paikka (vrt. Haasio 2020). Näitä kotiseutuja usein yhdistävät tietyt kaikista löytyvät keskuspaikat, jotka ovat yleisesti suosituimpia verkon palveluja, kuten esimerkiksi YouTube.

Virtuaalinen kotiseutu voi muotoutua uudelleen myös esimerkiksi ympäristössä tapahtuvien muutosten, kuten koronapandemian tai uuden mielenkiinnon kohteen tai harrastuksen löytymisen myötä. Voidaan myös olettaa, että elämäntilanteen muutokset yleisemminkin voivat vaikuttaa virtuaalisen kotiseudun maisemaan, toisin sanoen niihin palveluihin, joita halutaan kulloinkin aktiivisesti käyttää ja jotka koetaan mielekkäiksi. Tämä onkin jatkotutkimuksen kannalta kiintoisa kysymys, joka vaatisi pitkittäistutkimuksen tekemisen pidemmällä ajanjaksolla.

Jatkotutkimuksen näkökulmasta on mietittävä, miten motivoida osallistujat vastaamaan pidemmän ajanjakson verkkopäiväkirjaan ja saada laajempi osallistujamäärä. Myös teemahaastattelut, joilla syvennettäisiin käsitystä eri taustaisten henkilöiden virtuaalisesta kotiseudusta, toisivat nähdäksemme arvokkaan kontribuution termin empiiriselle todentamiselle. Ajatusta virtuaalisten kotiseutujen keskuspaikoista voisi tutkia empiirisesti verkostanalyysillä, joka vaatisi huomattavan laajaa vastaajajoukkoa. Eräänä tässä tutkimuksessa käytetyn menetelmän etuna voidaan myös pitää sitä, että sen avulla voidaan selvittää myös sitä, miksi joitain palveluja käytetään ja mitä niissä tehdään. Samalla tarjoutuu myös mahdollisuus selvittää palvelun merkityksiä ja tärkeyttä, kun vastaajille annetaan mahdollisuus arvioida palvelukohtaisesti näitä asioita. Koska virtuaalinen kotiseutu määrittyy näiden henkilön

itsensä palveluille määrittämien merkitysten kautta, ei virtuaalista kotiseutua ja sen rakentumista voida tutkia ilman kvalitatiivista tutkimusotetta. Avoimia vastauksia mahdollistava kysely tai verkkopäiväkirja antaa vastaajille mahdollisuuden kommentoida käyttämiään palveluja, ja se on ainut tapa käsittää virtuaalisen kotiseudun, mahdollisten mikrokotiseutujen ja laajemman verkkouniversumin häilyviä rajoja sekä yksittäisten käyttäjien että laajempien käyttäjäjoukkojen kohdalla.

Päiväkirjamuotoinen kyselylomake toimii parhaassa tapauksessa välineenä, joka saa käyttäjän itsensä analysoimaan verkon käytön piirteitä. Avoin vastausmahdollisuus sai erään vastaajan pohtimaan omaa verkossa käytettyä aikaa ja palveluiden käyttötapoja: “---Kuitenkin samaan aikaan toivoisin voivani hieman rajata tätä, etenkin nyt, kun muutenkin on verkossa ja näytön ääressä vietetty aika lisääntynyt huomattavasti.” Verkkopäiväkirjan rajoitteena voidaan pitää sen viemää aikaa. Tutkittavan täytyy sitoutua täyttämään verkkopäiväkirjaa useamman päivän ajan, mikä saattaa tuntua työläältä. Toinen ongelma on muistiin merkittyjen tietojen totuudenmukaisuus. Jätetäänkö joitakin sivustoja ja niillä vietettyä aikaa mainitsematta esimerkiksi häveliäisyyden tai arkaluontoisuuden takia? Mielletäänkö kaikkia sivustoja edes erillisiksi palveluiksi, kun niiden käytöstä on tullut niin rutiinia. Esimerkiksi hakupalvelu Google ei ollut kyselyssä valmiina vaihtoehtona, eikä kukaan vastaajista maininnut sitä kyselyn muut sivustot -kohdassa. Nykyisin verkkoa käytetään useilla eri laitteilla: pöytätietokoneen, kannettavan tietokoneen, padletin ja älypuhelimien avulla. Eri laitteiden kesken hajautunut käyttö ei välttämättä tule täysin dokumentoiduksi esimerkiksi lokianalyysin avulla. Kyselyssä pyrimme kirjaamaan kyselyyn vaihtoehtoiksi yleisesti käytettyjä palveluja, mutta nämä muuttuvat nopeasti ja vaihtelevat eri käyttäjäryhmien välillä. Valmiina rakennetusta listasta tulee väistämättä laaja, hankalasti hallittava, eikä se välttämättä päde jokaisen käyttäjäryhmän kohdalla.

Laajamittaisempi verkkopäiväkirjoja hyödyntävä tutkimus mahdollistaisi verkon pienen maailman typologisoinnin, joka loisi kokonaiskuvan siitä, millaisia verkon eri käyttäjäprofileja ihmisillä on. Tämä edellyttäisi huomattavasti laajempaa vastaajajoukkoa niin demografisesti, määrällisesti ja ajallisesti. Oman tutkimuksemme rajoittavia tekijöitä olivat pieni vastaajamäärä sekä tutkimukseen valittu lyhyt ajanjakso, jotka saattoivat vaikuttaa painotamalla ja pois sulkemalla tietyn tyyppisiä palveluita, joita käytetään juuri tiettyinä viikonpäivinä tai tietyissä vastaajademografiassa. Lisäksi valittu kohderyhmä myös määrittä vastauksia osittain; tiedonhaun merkityksen sanoittaminen ei olisi välttämättä korostunut jonkin muun alan opiskelijoiden keskuudessa yhtä vahvasti. Myös mielenkiinnon kohteita määrittänyt tausta-

kysymys osoitti vastaajajoukon olevan varsin homogeeninen, minkä takia ei ollut mahdollista tutkia, miten erilaiset mielenkiinnon kohteet tai harrastukset vaikuttavat virtuaalisen kotiseudun muodostumiseen. Tämän vastaajajoukon kohdalla kiinnostus kirjallisuuteen, peleihin, elokuvaan ja musiikkiin kuitenkin näkyi myös muodostuvissa virtuaalisissa kotiseuduissa.

Virtuaalinen kotiseutu on tullut osaksi elämäämme ja on siten myös olen- nainen verkkoa käsittelevän tutkimuksen kohde. Sen avulla voidaan hahmot- taan sekä yksityiselämää että yksilöiden verkossa rakentamia ja toteuttamia kulttuureja, jotka eivät välttämättä ole yhteydessä reaalia maailmaan. Verkon käyttö on arkipäiväistynyt, joidenkin yksilöiden arkea jopa hallitseva asia, minkä takia virtuaalisten kotiseutujen merkitys korostuu. Vaikka käyttäjä- profiileissa ja muodostuvissa virtuaalisissa kotiseuduissa on nähtävissä eroja yksilöllisten valintojen ja merkitysten välillä, ovat verkon kautta eletty elämä ja toteutetut toiminnot erityisesti nuoremmille sukupolville yhä tärkeämpi osa arkea.

Lähteet

- Burnett, G., Besant, M., & Chatman, E. A. (2001). Small worlds: Normative behavior in virtual communities and feminist bookselling. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 52(7), 536. <https://doi.org/10.1002/asi.1102>
- Calleja, G. (2010). Digital Games and Escapism. *Games and Culture*, 5(4), 335–353. <https://doi.org/10.1177/1555412009360412>
- Chatman, E. (1999). A theory of life in the round. *Journal of American Society of Information Science*, 50(3), 207–217.
- Chatman, E. (1996). The impoverished lifeworld of outsiders. *Journal of the American Society for Information Science*, 47(3), 193–206.
- Chatman, E. A. (1991). Life in a small world: Applicability of gratification theory to information-seeking behavior. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(6), 438–449.
- Chatman, E. A. (1990). Alienation theory: Application of a conceptual framework to a study of information among janitors. *RQ*, 355–368.
- Chatman, E. A. (1987). The information world of low-skilled workers. *Library and Information Science Research*, 9(4), 265–283.
- Daei, A., Soleymani, M. R., Ashrafi-Rizi, H., Zargham-Boroujeni, A., & Kelishadi, R. (2020). Clinical information seeking behavior of physicians: A systematic review. *International journal of medical informatics*, 139, 104144. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2020.104144>
- Dervin, B. (1998). Sense-making theory and practice: An overview of user interests in knowledge seeking and use. *Journal of knowledge management*, 2(2), 36–46. <https://doi.org/10.1108/13673279810249369>
- Ebrand. (2020). Some ja nuoret -tutkimus. [Verkkosivu]. Haettu 30.4.2021 <https://www.ebrand.fi/some-ja-nuoret/>

- EU Kids Online (2020). London School of Economics. [Verkkosivu]. Haettu 30.4.2021 <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/eu-kids-online>
- Haasio, A. (2020). Sosiaalisesti vetäytyneet ja internetin pieni maailma. Teoksessa S. Riukulehto, & A. Haasio (toim.), *Virtuaalinen kotiseutu* (s. 124–142). Tietolipas 266. SKS.
- Haasio, A. (2015). *Toiseus, tiedontarpeet ja tiedon jakaminen tietoverkon "pienessä maailmassa": Tutkimus sosiaalisesti vetäytyneiden henkilöiden informaatiokäyttäytymisestä* [Väitöskirja]. Acta Universitatis Tamperensis 2082. Tampereen yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9878-7>
- Haasio, A., & Riukulehto, S. (2020). Pelit virtuaalisena kotiseutuna. Teoksessa S. Riukulehto, & A. Haasio (toim.), *Virtuaalinen kotiseutu* (s. 198–216). Tietolipas 266. SKS.
- Heinström, J. (2002). *Fast surfers, broad scanners and deep divers. Personality and information-seeking behaviour* [Väitöskirja]. Åbo Akademi University Press.
- Hektor, A. (2001). *What's the Use? Internet and Information Behavior in Everyday Life* [Väitöskirja.] Linköping studies in arts and science 240. Linköping University.
- Hietala, V. (2007). *Media ja suuret tunteet – Johdatusta 2000-luvun uusromantiikkaan*. BTJ Kustannus.
- Huokuna, T. (2010). Kodin materiaalit ja muutokset. Teoksessa K. Häggman, P. Markkola, M. Kuisma, & P. Pulma (toim.), *Suomalaisen arjen suuri tarina* (s. 128–141). WSOY.
- Jaeger, P. T., & Burnett, G. (2010). *Information Worlds. Social context, technology, and information behavior in the Information age of the internet*. Routledge.
- Jordan, B. (2009). Blurring Boundaries: The "Real" and the "Virtual" in Hybrid Spaces. *Human Organization*, 68(2), 181–193. <https://doi.org/10.17730/humo.68.2.7x4406g270801284>
- Kari, J., & Savolainen, R. (2007). Relationships between information seeking and context: A qualitative study of Internet searching and the goals of personal development. *Library & Information Science Research*, 29(1), 47–69. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2006.08.011>
- Kato, T. A., Shinfuku, N., & Tateno, M. (2020). Internet society, internet addiction, and pathological social withdrawal: the chicken and egg dilemma for internet addiction and hikikomori. *Current opinion in psychiatry*, 33(3), 264–270. <https://doi.org/10.1097/ycp.0000000000000601>
- Kim, W., Kreps, G. L., & Shin, C. N. (2015). The role of social support and social networks in health information-seeking behavior among Korean Americans: a qualitative study. *International journal for equity in health*, 14(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s12939-015-0169-8>
- Kuo, A., Lutz, R. J., & Hiler, J. L. (2016). Brave new World of Warcraft: a conceptual framework for active escapism. *Journal of Consumer Marketing*, 33(7), 498–506. <https://doi.org/10.1108/JCM-04-2016-1775>
- Lampinen, A., Suhonen, E., & Lehtinen, V. (2013). Verkkopalvelut paikallisyhteisöjen arjessa - käyttäjätutkimus living lab -ympäristössä. Teoksessa S.-M. Laaksonen, J. Matikainen, & M. Tikka (toim.), *Otteita verkosta* (s. 341–356). Vastapaino.
- Lee, K. (2018). Everyone already has their community beyond the screen: reconceptualizing online learning and expanding boundaries. *Educational Technology Research and Development*, 66, 1255–1268. <https://doi.org/10.1007/s11423-018-9613-y>

- Markos, E., & Labrecque, L. (2009). Blurring the Boundaries Between Real and Virtual: Consumption Experiences and the Self Concept in the Virtual World. Teoksessa A. L. McGill, & S. Shavitt (toim.), *Advances in Consumer Research*, 36 (s. 884–885). Association for Consumer Research.
- Matikainen, J. T., & Villi, M. O. (2015). Aktiivinen yleisö? Tutkimus yleisön asenteista sisällön tuottamista ja jakelua sekä verkossa osallistumista kohtaan. *Media & viestintä*, 38(3), 147–164. <https://doi.org/10.23983/mv.62088>
- Mäki, M., & Ylitalo, T. (2020). Nurmoo-seura goes Facebook. Teoksessa S. Riukulehto, & A. Haasio (toim.), *Virtuaalinen kotiseutu* (s. 38–59). Tietolipas 266. SKS.
- Oh, S., & Syn, S. Y. (2015). Motivations for sharing information and social support in social media: A comparative analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube, and Flickr. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(10), 2045–2060. <https://doi.org/10.1002/asi.23320>
- Pönkä, H. (2021). Sosiaalisen median tilastoja Suomesta ja maailmalta. [Verkkosivu]. Haettu 10.8.2020 <https://harto.wordpress.com/sosiaalisen-median-tilastoja/>
- Rheingold, H. (1993). *Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Ridell, S., Kymäläinen, P., & Nyssönen, T. (Toim.) (2009). *Julkisen tilan poetiikkaa ja politiikkaa. Tieteidenvälisiä otteita vallasta kaupunki-, media- ja virtuaalituloissa*. Tampere University Press.
- Riukulehto, S. (2020). Kotiseutukokemus verkossa. Teoksessa S. Riukulehto, & A. Haasio (toim.), *Virtuaalinen kotiseutu* (s. 12–37). Tietolipas 266. SKS.
- Riukulehto, S. & Haasio, A. (2020) Kotiseutukokemuksia verkkoympäristössä. Teoksessa S. Riukulehto, & A. Haasio (toim.), *Virtuaalinen kotiseutu* (s. 7–11). Tietolipas 266. SKS.
- Savolainen, R. (1993). *Elämäntapa, elämänhallinta ja tiedonhankinta. Arkielämän ei-ammattilaisen tiedonhankinnan viitekehysten hahmotelua*. Kirjastotieteen ja informatiikan laitos. Julkaisuja n:o 39. Tampereen yliopisto.
- Savolainen, R. (1995). Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of “way of life”. *Library & information science research*, 17(3), 259–294.
- Savolainen, R. 1998. *Tietoverkot kansalaisten käytössä. Internet ja suomalaisen tietoyhteiskunnan arki*. Finnish Information Studies; 12. Tampereen yliopisto.
- Savolainen, R. (2008). *Everyday information practices. A social phenomenological perspective*. Scarecrow Press.
- Savolainen, R. (2009). Small world and information grounds as contexts of information seeking and sharing. *Library & Information Science Research*, 31(1), 38–45.
- Savolainen, R. (2020). Dialogue processes in online information seeking and sharing: a study of an asynchronous discussion group. *Information Research*, 25(3), paper 863. <https://doi.org/10.47989/irpaper864>
- Tilastokeskus. (2020). Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Liitetaulukot. [Tilasto]. Haettu 30.5.2021 <https://www.stat.fi/til/sutivi/tau.html>
- Uski, S. (2015). *Profile work for authenticity: Self-presentation in social network services* [Väitöskirja]. Helsingin yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-51-1032-9>

- Uusitalo, N., Vehmas, S., & Kupiainen, R. (2011). *Naamatusten verkossa: Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 2*. Tampereen yliopisto. <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8354-7>
- Varis, T. (2002). Yleisradiotoiminta eilen. Teoksessa A. Ruusunen (toim.). *Media muuttuu – viestintä savitauluista kotisivuihin* (s. 67–95). Gaudeamus.
- Young, K. S., & De Abreu, C. N. (2011). *Internet addiction. A handbook and guide to evaluation*. John Wiley & Sons Inc.