

Olli Kivioja ja Anton Pilli

MEDIAYMPÄRISTÖJEN MUUTOS SUKUPOLVIEN VÄLISEN KANSSAKÄYMISEN HAASTEENA

6.-luokkalaisten kokemuksia YouTubesta

TIIVISTELMÄ

OLLI KIVIOJA & ANTON PILLI: Mediaympäristöjen muutos sukupolvien välisen kanssakäymisen haasteena - 6.-luokkalaisten kokemuksia YouTubesta
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Kasvatustieteiden tutkinto-ohjelma
Huhtikuu 2020

Tutkimuksemme tarkoituksena on selvittää, millaisia kokemuksia 6.-luokkalaissilla on videopalvelu YouTubesta ja miten lapset kokevat vanhempiensa/hooltajiensa suhtautuvan heidän median kulutukseensa. Tutkittavien kokemuksiin perustava tutkimusasetelma nojaa laajasti katsottuna empiristiseen tutkimusperinteeseen. Tutkimusaineisto on kerätty fokusryhmähaastatteluja hyödyntäen erään pirkanmaalaisen koulun 6.-luokkalaisilta syksyllä 2019. Tutkimuksessa hyödynnettiin myös kansainvälisen EU Kids Online -tutkimusprojektin yhteydessä Suomessa keväällä 2019 kerättyä tilastollista aineistoa 6.-luokkalaisten mediankäytöstä. Litteroitu haastatteluaineisto analysoitiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla.

Analyysivaiheessa aineistossa nousi esille, että YouTube ja median kuluttaminen näyttävät lapsille ja heidän vanhemmilleen hyvin erilaisina. Lapsille YouTube näyttää monipuolisena viihtymisen ja oppimisen alustana. Monet haastateltavista kertoivat vanhempiensa suhtautuvan YouTube-videoihin lähes pelkästään negatiivisesti. Haastateltavat kokivat vanhempiensa pelkäävän liiallisen puhelimeen keskittymisen johtavan sosiaalisten suhteiden laiminlyömiseen ja jopa syrjäytymiseen. Haastateltavien mukaan vanhemmat eivät näe peleissä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vuorovaikutusta yhtä arvokkaana kuin kasvokkain tapahtuvaa vuorovaikutusta. Lasten ja vanhempien välillä on nähtävissä eroja myös median käytön tavoissa. Haastattelujen perusteella lapsille on vanhempiaan luonnollisempaa keskittyä useaan mediaan yhtä aikaa.

Digitaaliset mediat vaikuttavat aineiston perusteella kasvattaneen lasten ja vanhempien välillä olevaa sukupolvien välistä kuilua, jota avataan tutkimuksen teoriaosuudessa erityisesti esittelemällä Karl Mannheimin ajatuksia sukupolvien muodostumisesta ja Margaret Meadin prefiguratiivisen kulttuurin teoriaa.

Tutkimuksen perusteella perheiden suhtautuminen YouTubeen ja muihin digitaalisen median alustoihin vaihtelee suuresti. Vaikka suuri osa vanhemmista suhtautui YouTube-videoihin kielteisesti, osan kerrottiin osoittavan ymmärrystä ja aitoa kiinnostusta lastensa seuraamia tubettajia kohtaan. Sukupolvien välillä on eroja digitaalisten medioiden käyttötyyleissä, mutta on tärkeää muistaa, että saman sukupolvenkaan edustajat eivät muodosta koherenttia tai homogeenistä internetin käyttäjien ryhmää. Muuttuneessa mediaympäristössä keskusteleva, kuunteleva ja aitoon ymmärrykseen tähtäävä kommunikointi sukupolvien välillä on tutkimuksemme perusteella ensiarvoisen tärkeää.

Avainsanat: YouTube, tubettaminen, nuorten mediankäyttö, prefiguratiivinen kulttuuri, sukupolvi,

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 NUORTEN MEDIAN KÄYTTÖ	9
2.1 NUORTEN MEDIANKÄYTÖN MUUTOS	9
2.2 YOUTUBE JA TUBETTAMINEN	17
2.3. DIGINATIIVEJA VAI DIGIMAAILMAN ASUKKAITA?	19
3 SUKUPOLVIEN KUILU	21
3.1 MANNHEIMIN SUKUPOLVEN MÄÄRITTELYÄ	21
3.2 MARGARET MEAD JA PREFIGURATIIVINEN KULTTUURI	25
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	31
4.1 TIETEENFILOSOFISET LÄHTÖKOHDAT	31
4.2 FOKUSRYHMÄHAASTATELU	32
4.2.1 <i>Lapset ja nuoret haastateltavina</i>	33
4.2.2 <i>Haastateltavien valikointi</i>	35
4.3 AINEISTOLÄHTÖINEN SISÄLLÖNANALYYSI	36
5 TULOKSET	38
5.1 VANHEMMAT JA YOUTUBE	38
5.1.1 <i>Vanhempien aktiivisuus YouTubessa</i>	38
5.1.2 <i>Vanhempien erilaiset suhtautumistavat</i>	38
5.1.3 <i>Lasten antamat syyt vanhempien suhtautumiselle</i>	41
5.2 LASTEN KOKEMUKSIA YOUTUBESTA	42
5.2.1 <i>YouTube oppimisen ja viihtymisen tilana</i>	42
5.2.2 <i>Lasten suhtautuminen YouTube-sisällön julkaisemiseen</i>	44
5.2.3 <i>Lasten ymmärrys YouTuben markkinointimekanismeista</i>	45
5.2.4 <i>Lasten kokemuksia YouTuben kommentteista, kielenkäytöstä ja ikärajoista</i>	46
5.3 PERHEEN SISÄLLÄ TAPAHTUVA KESKUSTELU YOUTUBEEN LIITTYEN	47
5.3.1 <i>Neuvottelun puuttuminen</i>	47
5.3.2 <i>Yhteisen maaperän löytäminen</i>	49
5.3.3 <i>Lasten yksityisyys YouTubessa</i>	50
6 TULOSTEN TARKASTELU JA POHDINTA	53
6.1 TULOSTEN TARKASTELUA	53
6.2 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS	58
6.3 TUTKIMUKSEN EETTISYYS	60
6.4 JATKOTUTKIMUSIDEAT	61
6.5 POHDINTA	61
LÄHTEET	66
LIITTEET	70
LIITE 1: ESITIELOMAKE	70
LIITE 2: VIESTI OPPILAIDEN VANHEMMILLE	71

1 JOHDANTO

“Vielä vähän aikaa sitten vanhemmat saattoivat sanoa: “Tiedät, että minäkin olen ollut nuori, mutta sinä et koskaan ole ollut vanha.” Mutta tämän päivän nuoret voivat vastata: - “Sinä et koskaan ole ollut nuori siinä maailmassa missä minä olen nuori etkä sinä koskaan voikaan olla.”

-Margaret Mead

Digitaalisen teknologian räjähdysmäinen kehitys on muokannut ihmisten arkielämää radikaalilla tavalla 2000-luvun aikana. Digitaalisen median uudet alustat kuten YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp ja TikTok ovat miljoonien, jopa miljardien ihmisten käytössä. Ne ovat luoneet täysin uudenlaisen tavan kuluttaa mediaa, ja samalla mediasisällön kuluttajan ja tuottajan raja on hälventynyt. Etenkin suoraan median murroksen keskelle syntyneille lapsille ja nuorille uudet media-alustat ovat itsestään selvä ja luonnollinen osa arkielämää.

Uudet median muodot ovat luoneet myös uudenlaisia julkisuuden henkilöitä, jotka osaavat käyttää hyväkseen sosiaalisen median alustojen mahdollisuuksia luodakseen erityisen vahvan suhteen itsensä ja seuraajiensa välille. Varietyn vuosina 2014 ja 2015 tekemissä tutkimuksissa vertailtiin suosituimpien YouTube-sisällöntuottajien ja “perinteisten medioiden” edustajien suosioita 13–17-vuotiaiden amerikkalaisten keskuudessa. Vuoden 2014 tutkimuksessa 20 suosionsa mukaan tutkimukseen valituista henkilöistä viisi vaikutusvaltaisinta julkisuuden henkilöä olivat kaikki tubettajia. Tutkimuksen mukaan tubettajat olivat kiehtovampia, kiinnostavampia ja samaistuttavampia kuin perinteisten medioiden edustajat. (Ault 2014.)

Myös akateeminen maailma on uusien digitaalisten alustojen edessä uudenlaisessa tilanteessa. Sosiaalisen median ja nykyteknologian alati kiihtyvän kehityksen vaikutuksesta nykymaailmaan on kirjoitettu ja teoretisoitu paljon, niin positiivisesta kuin negatiivisestakin näkökulmasta. Teknologian salamannopea kehitys voi johtaa tietynlaiseen vauhtisokeuteen; näkemämme mullistukset ovat niin monisyisiä ja arvaamattomia, että digitaaliset teknologiat ovat helppo

vaihtoehto minkä tahansa nykyajan ilmiön syyksi. Kirjassaan *Kids on YouTube: Technical Identities and Digital Literacies*, Lange (2014) kuvaa YouTuben laajan valikoiman tekevän siitä sen käyttäjille eräänlaisen Rorschachin testin, joka peilaa jokaisen käyttäjän omia toiveita, fantasioita ja pelkoja (Lange 2014, 9). YouTuben ja muiden digitaalisten medioiden voi nähdä toimivan samalla tavalla myös siitä kirjoittavien akateemikkojen kohdalla.

Digitaaliset teknologiat voidaan nähdä, näkökulmasta riippuen, joko uhkana tai mahdollisuutena, etenkin lasten ja nuorten kohdalla. Buckinghamin mukaan on mahdollista erotella kaksi vastakkaista näkemystä lasten ja uusien medioiden suhteesta. Toisen näkemyksen mukaan perinteinen lapsuus on kuolemassa tai katoamassa pääsääntöisesti median kehityksen johdosta. Toinen näkemys taas näkee median lapsia vapauttavana voimana, joka synnyttää uuden avoimemman, demokraattisemman ja sosiaalisesti tietoisemman sukupolven. (Buckingham 2003, 19.) Internet on mahdollista esittää loputtoman potentiaaliin omaavana kokonaisuutena, jonka nuoret sukupolvet ottavat lennosta haltuun matkallaan kohti uutta, osallistavampaa ja avoimempaa, luovuuteen ja yhteiseen oppimiseen kannustavaa yhteiskuntaa. Toisaalta monet tutkijat näkevät digitaalisten teknologioiden tuhoavan oikean ja puhtaan yhteyden ihmisten välillä ja rapauttavan nuorten keskittymiskyvyn ja kyvyn paneutua isoihin kokonaisuuksiin.

Informaation hankinnan uusien alustojen näkeminen uhkana ja ongelmana ei ole uusi huoli. Antiikin maailmassa huoli koostui kirjoitettuun sanaan, jonka oman aikansa viisaat pelkäsivät vievän ihmisiltä kyvyn muistaa asioita tarkasti tai ajatella kriittisesti (Athreya & Mouza, 2017, 4). Samanlaisia sävyjä on havaittavissa, kun Sherry Turkle (2011) kirjoittaa teoksessaan *Alone Together: why we expect more from technology and less from each other*, että vaikka uuden teknologian keskellä kasvaneet nuoret ovat sulavia käyttämään teknologiaa, on mediakentän murros tuonut mukanaan myös paljon epävarmuutta. Turklen mukaan sosiaalisen median jatkuva läsnäolo on vienyt ihmiset kauemmas aidosta kanssakäymisestä ja muuttanut ihmissuhteita perustavanlaatuisesti pinnallisempaan ja keinotekoisempaan suuntaan (Turkle 2011). Mark Bauerlein (2008) taas kutsuu jo kirjansa otsikossa diginatiiveja suorasukaisesti "tyhimmäksi sukupolveksi". *The Dumbest generation: How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future* (2008) kuvaa Bauerleinin

pelkoja siitä, että perinteinen lukeminen jää sivuun uusien teknologioiden varastaessa lasten ajan ja ajatukset.

On selvää, että uudet digitaaliset alustat muodostavat tulevaisuudessa merkittävän tutkimuksen kentän tutkijoille alasta riippumatta. Tässä tutkimuksessa haluamme antaa äänen niille, joille digitalisoitunut elämä on kaikkein luonnollisin ja ominaisin osa elämää: lapsille, jotka ovat syntyneet suoraan "digi-aikaan". Revon ja Nättisen (2015, 107) mukaan media jäsentää lasten ja nuorten ajankäyttöä ja on olennainen osa elettyä ja koettua lapsuutta. Median käytön roolit ovat nykymaailmassa monenlaiset; sen välityksellä opitaan, viihdytään, seurustellaan ja rakennetaan omaa identiteettiä. Haluamme tuoda digitaalisen median alustojen, tarkemmin YouTuben, uhkakuvien lisäksi näkyville myös mahdollisuuksia, joita se lapsille ja nuorille monilla elämän osa-alueilla tarjoaa.

Lasten ääni ei arkielämässä tule usein kuulluksi, koska huolestuneet vanhemmat ja kasvattajat puhuvat lasten ohitse. Kasvattajat puhuvat usein siitä, miten lasten ja nuorten tulisi toimia ja ajatella sen sijaan, että he olisivat kiinnostuneita siitä, mitä lapset tosiasiallisesti tekevät, pohtivat ja ajattelevat. (Ruckernstein 2013, 18.) Modernissa lapsuudentutkimuksessa lapset nähdään monipuolisina toimijoina ja kyvykkäinä arvioimaan ja analysoimaan omaa toimintaansa ja heitä ympäröivää maailmaa. Tästä syystä heidät tulee myös ottaa osaksi tutkimushankkeita. (Repo & Nätti 2015, 82–83.) Alasen (2009, 23) mukaan maailman avaaminen lasten näkökulmasta vaatii, että lapsilähtöisyyden metodologinen periaate toteutuu niin tutkimuskysymysten valinnassa, aineistonkeruussa, kuin analyysivaiheessa. Koska tutkimuksemme keskiössä on lasten ja nuorten kokemusmaailman kartoittaminen, on meistä tärkeää antaa ääni lapsille ja nuorille itselleen.

Tutkimuksemme tarkoituksena on selvittää, millaisia kokemuksia 6.-luokkalaisilla on YouTubesta ja miten lapset kokevat vanhempiensa suhtautuvan heidän median kuluttamiseensa. Keskeisimmät tutkimuskysymyksemme ovat seuraavat:

1. Millaisia kokemuksia 6.-luokkalaisilla lapsilla on Youtubesta ja tubettamisesta?
2. Miten 6.-luokkalaiset kokevat vanhempiensa suhtautuvan heidän median kulutukseensa?

3. Millaisia jännitteitä sukupolvien väliset näkemuserot median kulutukseen liittyen aiheuttavat perheiden sisällä?

Keräsimme laadullisen tutkimusaineistomme fokusryhmähaastatteluilla, jotka toteutimme erään pirkanmaalaisen koulun 6.-luokkalaisille syksyllä 2019. Hyödynsimme tutkimuksessamme myös kansainvälisen EU Kids Online - tutkimusprojektin yhteydessä Suomessa keväällä 2019 kerättyä tilastollista aineistoa 6.-luokkalaisten mediankäytöstä.

Analyysivaiheessa mielenkiintomme herättivät erityisesti lasten ja heidän vanhempiansa väliset keskustelut ja näkemuserot YouTubeen liittyen. Lasten puheista kävi ilmi, että YouTube ja median kuluttaminen näyttäytyvät lapsille ja heidän vanhemmilleen hyvin erilaisina. Digitaaliset mediat vaikuttavat aineistomme perusteella kasvattaneen lasten ja vanhempien välillä olevaa sukupolvien välistä kuilua, jota ymmärtääksemme avaamme teoriaosuudessamme erityisesti Karl Mannheimin ajatuksia sukupolvien muodostumisesta ja Margaret Meadin prefiguratiivisen kulttuurin teoriaa.

2 NUORTEN MEDIAN KÄYTTÖ

2.1 Nuorten mediankäytön muutos

Digitaalisten medioiden nopea kehitys on johtanut siihen, että nykypäivän lapset ja nuoret kasvavat hyvin erilaisessa mediaympäristössä kuin heidän vanhempansa vielä jokin vuosikymmen sitten. Median käyttökokemukset ovat monipuolistuneet ja lisääntyneet, ja median käyttö aloitetaan entistä nuorempana. Nopea kehitys on johtanut siihen, että eri ikäryhmien mediakokemukset ovat etäännyneet toisistaan ja eri perheiden eri ikäisille jäsenille on kehittynyt medialaitteisiin hyvin erilaisia laitesuhteita. (Lahikainen 2015, 28.)

Suomalaiskotien mediavarustelun voidaan nähdä alkaneen asteittain toisen maailmansodan jälkeen. 1950-luvulta eteenpäin televisiot alkoivat yleistyä ihmisten olohuoneissa, eivätkä perheet näin ollen eläneet enää pelkän radion ja painetun tiedon varassa. Seuraava suuri harppaus tapahtui 1980-luvulla, kun ihmisille alkoi vähitellen mahdollistua tietokoneen hankkiminen koteihin. Samaan aikaan alkoivat yleistyä myös VHS-nauhurit. 1990-luvulla ja 2000-luvun alkupuolella matkapuhelimet ja internet kehittyivät kiihtyvällä nopeudella ja lopulta sulautuivat osaksi ihmisten jokapäiväistä elämää. 2010-luvulla mobiililaitteet, kuten älypuhelimet ja tabletit ovat vakiinnuttaneet paikkansa ihmisten arkielämässä. (Lahikainen 2015, 27.)

Digitaalisen kulttuuriin kehitykseen on aina liitetty erilaisia pelkoja ja utopioita. Uuden mediateknologian ilmestyessä kilpailemaan ihmisten ajankäytöstä, on käyty usein myös keskustelua uuden media-alustan hyvistä ja huonoista puolista ja sen vaikutuksista edeltäviin viestintävälineisiin. Esimerkiksi kirjallisuutta on vuosikymmenten saatossa nähty uhanneen milloin radion ja elokuvan, milloin television ja internetin. Tällaiset mediapelot ovat varsin luonnollinen osa kulttuurin muutosprosessia, mutta niissä ei useinkaan oteta huomioon uusien mediateknologioiden sijoittumista laajempaan historialliseen

kontekstiin. (Herkman 2001, 80.) Uusi laite kahmaisee usein osan edeltäjänsä ominaisuuksista ja luo niille uusia merkityksiä. Tästä hyvänä esimerkkinä mainittakoon television vähittäisen sulautumisen internetin netti-tv- ja suoratoistopalveluiksi. Ohjelmat ovat sinällään säilyneet melko samanlaisina, mutta niiden seuraamisesta on tullut kuluttajalle joustavampaa ja helpompaa. Toisena esimerkkinä voisi mainita äänikirjojen ja podcast-ohjelmien valtavan suosion. Kumpikaan edellä mainituista formaateista ei tarkemmin ajateltuna ole keksintöinä järin uusia; kirjat ja radion keskusteluohjelmat vain ovat mukautuneet nykyaikaisempaan ja kuluttajaystävällisempään muotoon.

Älylaitteiden yleistymisen ja niiden määrän valtavan kasvun voidaan nähdä muokanneen nuorten ajankäyttöä täysin ennennäkemättömällä tavalla. Aika ja tila ovat vuorovaikutteisista media-alustoista puhuttaessa hyvin problemaattisia käsitteitä, sillä vuorovaikutteisten verkkosovellusten parissa vietetty aika eroaa monella tapaa sitä edeltäneiden medioiden parissa vietetystä ajasta. Muutama vuosikymmen sitten perheissä saattoi olla vain yksi televisio, josta televisio-ohjelmia seurattiin tiettyyn aikaan. Nykyisin erilaiset internetin videopalvelut taas ovat nuorten saatavilla ajasta ja paikasta riippumatta. Internetin eri alustoilla vietetystä ajasta puhuttaessa onkin mielekkäämpää kiinnittää ajan kulku käyttäjän netin parissa viettämään konkreettiseen aikaan, tarinassa kuvatun aika-akselin sijaan. Monet mediatutkijat puhuvatkin verkkosovellusten yhteydessä mieluummin vuorovaikutuksen tiloista kuin ajallisesti rakentuvista kertomuksista. (Herkman 2001, 149.) Jokainen siis periaatteessa rakentaa internetiä selatessaan itse oman reittinsä haluamansa sisällön ääreen, vaikkakin erilaisten algoritmien ja mainosten avulla ihmisiä pyritään ohjailemaan tietynlaisten sisältöjen pariin.

Tilastokeskuksen vapaa-ajan osallistumista mittaavan tutkimuksen mukaan vielä vuonna 2002 80 prosenttia 10–14-vuotiaista katsoi televisiota tai netti-tv:tä päivittäin, mutta vuonna 2017 luku oli pudonnut 43 prosenttiin (Tilastokeskus 2019). On kuitenkin huomioitavaa, että suomalaisten lasten ja nuorten ruutuaika on lisääntynyt paljon, ja vaikka television katselu vapaa-aikana on vähentynyt, on viimeisen kolmenkymmenen vuoden aikana kokonaisruutuaika tietokoneiden ja älylaitteiden johdosta jatkuvasti kasvanut (Lahikainen & Arminen 2015, 266). Lasten ja nuorten ruutuaika on kasvanut myös siksi, että laitteiden liikuteltavuuden myötä niiden käytöstä on tullut joustavampaa ja

helppokäyttöisempää. Älylaitteet sisältävät usein myös rajattoman pääsyn internetiin. (Repo & Nätti 2015, 100.) Kasvaneen ruutuajan merkitystä alleviivaa myös se, että liikuntaan, perinteiseen lukemiseen, ulkoiluun sekä sosiaaliseen kanssakäymiseen käytetty aika on useiden tutkimusten mukaan vähentynyt. (Repo & Nätti 2015, 100; viitattu Miettinen & Rotkirch 2012, 108; Pääkkönen 2014, 57.)

Myös perinteisten kirjojen lukeminen on Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimuksen mukaan muuttunut paljon, sillä vuonna 1981 61 prosenttia 10–14-vuotiaista kertoivat lukevansa kuuden kuukauden aikana 10 kirjaa tai enemmän, kun taas vuonna 2017 yhtä innokkaasti luki vain 23 prosenttia saman ikäisistä vastaajista (Tilastokeskus 2019). Tässäkin on syytä huomioida, että vaikka perinteisten kirjojen lukeminen on kolmen vuosikymmenen aikana tilastojen valossa romahtanut merkittävästi, viettävät lapset erilaisten tekstien parissa aikaansa enemmän kuin koskaan. Kerronnan tavat vain ovat monipuolistuneet tarkastelujakson aikana.

Median käytöllä on erilaisia rooleja lasten nuoren elämässä oppimisesta viihtymiseen ja kommunikoinnista identiteetin rakentamiseen. Internetistä haetaan apua koulutehtäviin, pidetään yllä sosiaalisia suhteita, lähetetään pikaviestejä, katsotaan videoita ja pelataan erilaisia pelejä. Internetvälitteisen ajankäytön merkityksen kasvu jäsentää lasten ja nuorten arkea yhä enenevässä määrin ja voidaankin sanoa, että mediasta on tullut oleellinen osa elettyä ja koettua lapsuutta. (Repo & Nätti 2015, 107.)

Teknologiset innovaatiot ovat monipuolistaneet ihmisten välistä kommunikointia ennalta arvaamattomissa mittasuhteissa. Nopea kehitys koskee sekä laitteita, että niiden sisältöjä ja sovelluksia. Esimerkiksi erilaiset ryhmäviestinnän mahdollistavat sovellukset ovat lasten ja nuorten keskuudessa hyvin suosittuja ja ne ovat avanneet uudenlaisia mahdollisuuksia olla yhteydessä eri viiteryhmiin, kuten perheen, ystävien ja harrasteryhmien kesken. (Noppari 2014, 54.) Ryhmäviestinnästä ja sosiaalisesta mediasta on tullut kiistatta kiinteä osa monen varhaisnuoren arkea. Suonisen (2013, 69) mukaan yli puolet 10–12-vuotiaista lapsista kokee sosiaalisen median käytön tärkeäksi, jotta “pysyy mukana kaveriporukan asioista”.

Lapset ja nuoret viettävät yhä enemmän aikaa medioiden parissa ja elävät yhä modernimpien medialaitteiden kyllästymissä kasvuympäristöissä.

Tietoteknisen vallankumouksen voidaan nähdä muuttaneen paljon koko lapsuuden ja nuoruuden käsitettä. Keskustelua lasten ja nuorten mediakäyttytymisestä kuitenkin leimaa usein ristiriita. Lapsia pyritään toisaalta suojelemaan mediaan liittyviltä vaaroilta, ja taas toisaalta lasten ja nuorten ajatellaan olevan lähes synnynnäisiä tietoteknisiä neroja, joille kaikki on tulevaisuuden bittimaailmoissa mahdollista. David Buckingham (1998) on esittänyt, että lapsuutta on usein tyypillistä lähestyä joko suojelevasta, tai oppimiseen kannustavasta näkökulmasta. Mikäli haluamme saada tietoa lasten ja nuorten mediasuhteesta tai heidän omista mediakokemuksistaan, ei kumpikaan lähestymistavoista ole riittävä. On kyettävä näkemään lasten ja nuorten mediankäytön monikerroksisuus ja moninaisuus, sekä tutkittava lasten ja nuorten mediasuhdetta heidän omia kokemuksiaan kuunnellen. (Repo & Nätti 2015, 81–82.)

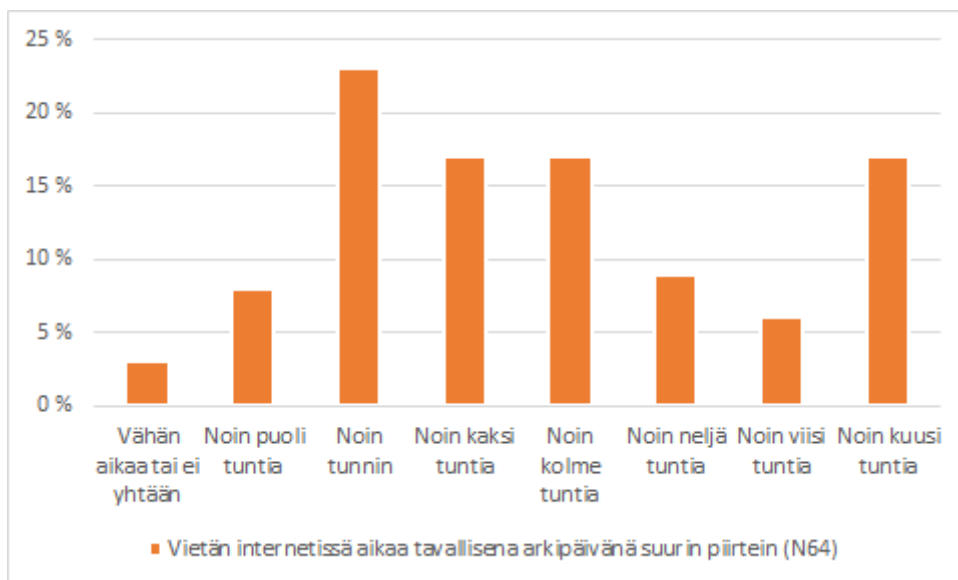
Uudet medialaitteet ja internet muuttavat jatkuvasti perheiden ajankäyttöä ja perheenjäsenten välistä vuorovaikutusta. Medialaitteiden parissa vietetyn ajan määrä on kasvanut viime vuosina paljon. Koska aika on rajallinen resurssi, vaikuttaa yhdenkin perheenjäsenen laitteen parissa viettämä aika kaikkien perheenjäsenten ajankäyttöön ja toimintoihin. Erityisesti lasten internetissä viettämän ajan määrä puhuttaa perheiden sisällä paljon. Perheen eri-ikäisille jäsenille onkin kehittynyt uusiin laitteisiin usein hyvin erilainen laitesuhde. Nykyperheiden voidaankin jatkuvan kehityksen takia nähdä olevan jatkuvassa käymistilassa uusia teknisiä innovaatioita omaksuessaan. (Lahikainen 2015, 30.)

Hyödynnämme tutkimuksessamme kansainvälisen EU Kids Online - tutkimusprojektin yhteydessä kerättyä kotimaista tilastoaineistoa lasten ja nuorten mediankäytöstä. Tutkimusprojektin tavoitteena on lisätä tietoa internetin eurooppalaisille lapsille tarjoamista mahdollisuuksista, sekä niihin liittyvistä riskeistä. Tutkimusprojekti on osa maailmanlaajuista Global Kids Online - projektia, johon kuuluu tällä hetkellä 33 maata.

Suomessa tutkimus toteutettiin verkkokyselynä keväällä 2019. Aineisto kerättiin maantieteellisesti painotetulla satunnaisella otannalla suomalaisista peruskouluista. 2400 kyselylomakkeen saaneesta vastaajasta 1321 vastasi ainakin osaan kysymyksistä. Tutkimukseen osallistujien ikähaarukka oli 9–17 vuotta, ja he vastasivat kyselylomakkeeseen koulupäivän aikana tietokoneella. Alkuperäinen kyselylomake käännettiin kääntäjän ja tutkimustiimin toimesta

suomeksi ja ruotsiksi. Otannan muodostamisessa käytettiin hyväksi Tampereen yliopiston hallussa olevia suomalaisten peruskoulujen yhteystietoja, joista tutkimukseen osallistuvat koulut valittiin satunnaisella otannalla. Kyselyyn vastaamatta jättäneiden koulujen tilalle otantaan lisättiin uusia luokkia. Tämän tutkimuksen puitteissa tarkastelemme tutkimuksen toteutushetkellä kuudennella luokalla olleiden, siis vuonna 2006 syntyneiden informanttien vastauksia valikoituihin kyselylomakkeen kohtiin.

Noin 90 prosenttia kysymykseen vastanneista 6.-luokkalaisista oppilaista kertoi viettävänsä tavallisena arkipäivänä internetissä aikaa vähintään tunnin ajan. Yli puolet vastaajista arvioi käyttävänsä internetiä tavallisena arkipäivinä yhdestä kolmeen tuntia. 17 prosenttia vastaajista kertoi viettävänsä internetissä arkipäivänä keskimäärin kuusi tuntia.

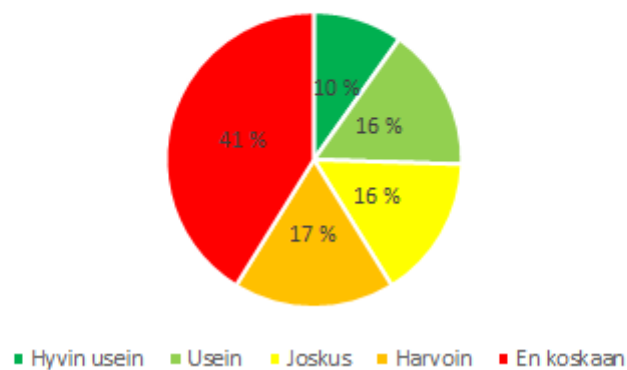


KUVIO 1.

Kun älylaitteen kautta internet on aina saatavilla, ja sen käytöstä on tullut arkea lävistävää, on myös hyvin hankalaa määritellä, minkä verran ja millaista sisältöä päivän aikana internetin välityksellä tulee kulutetuksi. Erityisesti nuorille on hyvin tavallista seurata eri medioita samanaikaisesti ja käyttää monia sovelluksia yhtäaikaisesti, joten niiden parissa käytettyä aikaa voi nuorista olla hyvin haastavaa arvioida. (Noppiari 2014, 19.)

Kuviosta 2 näemme, että yli puolet kyselyyn vastanneista 6.-luokkalaisista on jättänyt kertomatta, tai on kertonut hyvin harvoin vanhemmalle/hooltajalle, mikäli jokin sisältö internetissä on vaivannut tai järkyttänyt. Joko kyselyyn vastanneet 6.-luokkalaiset eivät ole törmänneet internetissä järkyttävään materiaaliin, josta vanhemmalle/hooltajalle olisi ollut syytä kertoa, tai sitten lapset ovat kokeneet helpommaksi jutella järkyttävästä internetsisällöistä joidenkin muiden kanssa.

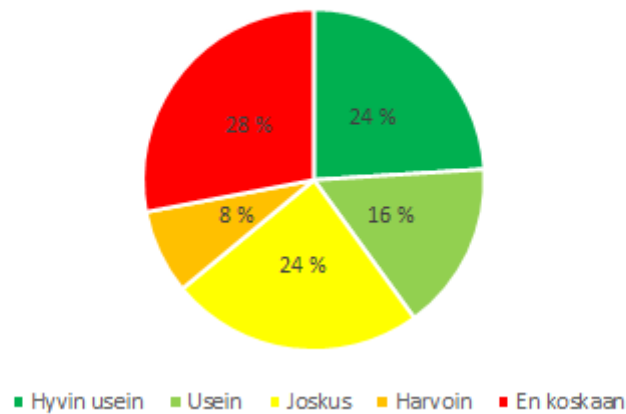
Olen kertonut vanhemmalleni/hooltajalleni asioista, jotka vaivaavat tai järkyttävät minua internetissä (N51)



KUVIO 2.

Kuten kuviosta 3. näemme, suurin osa 6.-luokkalaisista lapsista kertoo vanhemman tai hooltajan auttavan edes joskus, mikäli jokin vaivaa internetissä. Toisaalta reilu kolmannes vastaajista taas koki, että vanhempi auttaa internetissä vaivaavissa asioissa harvoin tai ei koskaan. Kokemus siitä, ettei vanhempi auta internetiin liittyvissä asioissa voi yksinkertaisesti johtua siitä, ettei lapsi koe tarvitsevänsä vanhemman apua internetiin liittyvissä asioissa. Voi myös olla, että apua internetiin liittyvissä asioissa haetaan joko ensisijaisesti vertaisilta ja vasta toissijaisesti vanhemmilta/hooltajilta.

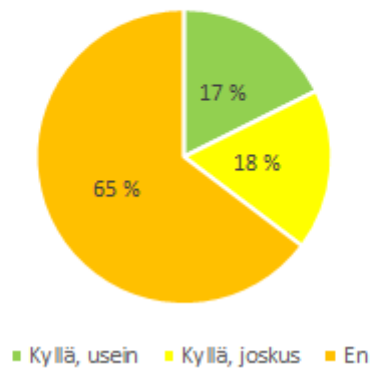
Vanhempani/huoltajani auttaa minua, jos jokin vaivaa minua internetissä (N50)



KUVIO 3.

Kuviosta 4 voimme nähdä, että suurin osa kyselyyn vastanneista 6.-luokkalaisista noudattaa vanhemman/huoltajan internetin käyttöön liittyviä ohjeistuksia. Vajaa viidennes kertoo laiminlyövänsä vanhempien ohjeita usein. Monilla 6.-luokkalaisilla älylaitteen käyttöön on sovittu erilaisia rajoituksia ja sen parissa vietettyä aikaa rajoitetaan vanhempien toimesta. Noin kolmannes vastaajista kertoo jättävänsä huomioimatta vanhempien antamia ohjeita usein tai joskus. Esimerkiksi televisioon tai tietokoneeseen verrattuna älylaitteen käyttöä on melko hankala kontrolloida.

Jätän huomiotta sen, mitä
vanhempani/hooltajani sanoo siitä, kuinka ja
koska voin käyttää internetiä (N51)



KUVIO 4.

Nuorten tarve luoda vain heille itselleen tarkoitettuja sosiaalisia tiloja, joissa aikuisten asettamat odotukset ja säännöt eivät päde, on pitkään olemassa ollut ilmiö. Nuorisokulttuurit pohjautuvat haluun tehdä elinympäristöistä omanlaisia riippumattomia tulkintoja, jotka toimivat itsetarkoituksellisesti vastareaktiona vanhempien sukupolvien ajatuksille ja elämäntyyliille. (Lauha 2015, 14.) Sosiaalisen median alustojen avulla tämä nuorison omien sosiaalisten tilojen luominen on ennennäkemättömän helppoa.

Lapset käyttävät medialaitteita nykyisin moniin eri tarkoituksiin, eikä median käyttöä määrää enää vain ohjelmatarjonta tai laitteen sisäiset sovellukset. Medialaitteiden avulla tutkitaan ympäröivää maailmaa, viihdytään ja ollaan yhteydessä toisiin ihmisiin. Tästä syystä vanhempien on syytä olla laitteen äärellä vietetyn ajan tarkkailun lisäksi kiinnostuneita siitä, mitä lapset laitteiden parissa tekevät. (Lahikainen & Arminen 2015, 267.) Vanhempien ja hooltajien on kyettävä keskustelemaan lapsen käyttämistä sovelluksista ja median sisällöistä lapsen kanssa, vaikkei itse viettäisi aikaa samojen sisältöjen äärellä. Jo pelkkä aidon kiinnostuksen osoittaminen ja lapsen aktiivinen kuunteleminen voivat auttaa lasta kertomaan kokemuksistaan vanhemmille rehellisesti ja avoimesti.

2.2 YouTube ja tubettaminen

YouTube on vuonna 2005 perustettu, Googlen omistama maailman suosituin videonjakopalvelu, jossa käyttäjät voivat katsoa muiden käyttäjien tuottamia videoita ja ladata palveluun omaa videosisältöään. YouTube'n käyttäjä voi videoiden julkaisemisen ja katsomisen lisäksi jakaa muiden videoita, kommentoida ja tykätä niistä, ja tilata muiden käyttäjien kanavia. Käyttäjätilin perustamisen ikäraja on 13 vuotta. Vanhemmat voivat luoda lapsille käyttäjätilin YouTube Kids -alustalle, joka tarjoaa rajoitetun määrän lapsille sopivia YouTube-videoita. YouTube:ssa käy joka kuukausi yli 1,9 miljardia kirjautunutta käyttäjää, ja sen videoita katsotaan päivittäin yli miljardi tuntia. Sivustoa voi käyttää 80 eri kielellä, mikä kattaa 95 prosenttia kaikkien internetin käyttäjien kielistä. Yli 70 prosenttia YouTube'n katseluajasta kertyy tätä nykyä mobiililaitteilla. (YouTube, 2019.)

Alkuvuosinaan YouTube toimi yhtenä uusien digitaalisten media-alustojen suunnannäyttäjistä, ja se nähtiin haastajana perinteisille valtavirtamedian muodoille. Viimeistään 2010-luvun aikana YouTube on kuitenkin muuttunut valtavirtamedioiden, kuten television, radion ja sanomalehtien uudentlaisesta haastajasta osaksi mediakentän ydintä. Siinä missä vielä vuonna 2009 Jean Burgess ja Joshua Green otsikoivat teoksensa *Youtube: online video and participatory culture* toisen luvun *YouTube and the mainstream media*, vuonna 2018 julkaistuun päivitettyyn versioon luvun nimi oli yksinkertaistettu muotoon *YouTube and the media*. Burgessin mukaan ei ole enää järkevää erottaa YouTubea valtavirtamediasta; YouTube on monissa osissa maita dominoiva median muoto, ja mediaympäristö on kaikinensa tätä nykyä niin monimuotoinen ja digitalisoitunut, että valtavirtamedian määrittely on lähtökohtaisestikin äärimmäisen vaikeaa. (Burgess & Green 2018, 8.)

Perinteisiin audiovisuaalisiin medioihin verrattuna uudenlaiset internetin media-alustat ovat muuttaneet käsitystämme median käytöstä. Internet on avannut ihmisille mahdollisuuden muuttua kuluttajista ja katsojista myös itse tuottajiksi ja tekijöiksi. (Herkman 2001, 77.) YouTube'n alkuvuosina alustan sisällöt olivat kohtuullisen helppo jakaa dikotomisesti perinteisten "ammattimaisten" median toimijoiden tuottamaan sisältöön ja käyttäjien itsensä luomiin amatöörivideoihin (Burgess & Green 2018, 66). YouTube'n suosion

kasvun myötä nämä kategoriat ovat kuitenkin sekoittuneet toisiinsa, kun alustalla toimivat sisällöntuottajat, tubettajat, ovat muodostuneet täysin uuden tyyppiseksi julkisuuden henkilöiksi. Tubettajat toimivat luovasti erilaisissa medioissa, keskittyen useasti yhteen tiettyyn kanavaan kuten YouTubeen. Tubettajien tekemä sisältö vaihtelee suuresti: suosittuja ovat tiettyihin tietokone- tai konsolipeleihin liittyvät videot, joissa tubettaja kuvaa omaa pelaamistaan ja yleensä kommentoi sitä taustalla, vlog-videot, joissa tubettaja kuvaa omaa arkeaan ja kertoo yleensä suoraan kameralle puhuen omasta elämästään, sekä erilaiset käsikirjoitetut sketsi- ja huumorivideot. Jotkut tubettajat taas keskittyvät omaan erikoisosaamiseensa, kuvaten elämäänsä esimerkiksi huippu-urheilijana tai antaen askarteluvinkkejä oman ammattitaitonsa pohjalta. Tubettaminen on edellisen kymmenen vuoden aikana muuttunut harrastustoiminnasta monien tekijöiden kohdalla varteenotettavaksi uramahdollisuudeksi. Suomen suosituimmilla tubettajilla on vuonna 2019 yli miljoona erillistä tilaajaa, ja heidän kanaviltaan löytyviä videoita on katseltu jopa satoja miljoonia kertoja. (Suomitube.fi, 2019.)

Tubettajien tuottamassa sisällössä korostuvat välittömyys ja samaistuttavuus. Nämä uudet julkisuuden henkilöt luovat kiinteää suhdetta itsensä ja yleisönsä välille olemalla videoillaan mahdollisimman avoimesti omia itsejään, kaikkine virheineen. Tubettajien videoiden tavaramerkkejä ovat juuri ne hetket, jotka välittävät autenttisuutta ja aitoutta, hetket kuten sanoissa sekoaminen ja editoimatta jätetty aivastus (Duplantier 2016, 112). Kolme vaikutusvaltaista tubettajaa, ruotsalaista Felix Kjellbergiä (PewDiePie), englantilaista Zoe Suggia (Zoella) ja yhdysvaltalaisista Grace Helbigiä (itsgrace) tutkinut Margaret Holland (2017) huomauttaa artikkelissaan *How YouTube Developed into a Successful Platform for User-Generated Content*, että kaikki kolme kutsuivat seuraajansa henkilökohtaiseen tilaansa kuvaamalla videoita omassa kodissaan. Suositut tubettajat luovat ilmapiirin, jossa katsojista tuntuu, kuin he kuuntelisivat ystävänsä juttuja. Tällaisessa ympäristössä katsojat voivat osallistua yhteisöön, joka nauttii samanlaisesta sisällöstä. (Holland 2017, 59–60.) Vlog-muotoiset YouTube-videot muistuttavat katsojia kasvokkain tapahtuvasta kommunikaatiosta, ja ne tekevät yhä eroa digitaalisten alustojen videotuotosten ja perinteisen television välille. Lisäksi vlogin perusmuoto, jossa puhutaan suoraan kuulijalle, kannustaa palautteen antamiseen ja keskustelemaan sekä

interkreatiiviseen osallistumiseen, toisin kuin perinteisemmät median muodot (Burgess & Green 2018, 81).

2.3. *Diginatiiveja vai digimaailman asukkaita?*

Käsitteen *diginatiivi* lanseerasi ensimmäisenä käyttöön Marc Prensky (2001) artikkelissaan *Digital Natives, Digital Immigrants*. Prenskyn mukaan uudenlaisten teknologioiden ympäröimänä kasvaminen on muuttanut perustavanlaatuisesti sitä tapaa, jolla nuoret sukupolvet prosessoivat ja hankkivat informaatiota – kenties jopa aivojen fyysisten muutosten muodossa, mutta ainakin ajattelun tavoissa. Prensky kuvaa 2000-luvun alun nuoria diginatiiveiksi, tietokoneiden, videopelien ja internetin kielen natiivipuhujiksi. Vastaavasti jopa internetistä innostuneet ja sen saloihin huolella pureutuvat vanhempien sukupolvien edustajat eivät koskaan pysty yltämään diginatiivin internet-kielitaitoon. Sen sijaan he säilyttävät aina jonkinasteisen aksentin, joka erottaa heidät *digimaahanmuuttajiksi*. (Prensky 2001, 1–3.)

Etenkin diginatiivi on käsitteenä yleistynyt kuvaamaan nuorempia digitaalisten teknologioiden parissa olonsa kotoisaksi tuntevia sukupolvia akateemisen keskustelun ulkopuolellakin, mutta internetin ja sen alustojen kehittyessä entisestään, on Prenskyn käsitepari saanut puoleensa myös paljon kritiikkiä. Jenkins, Ito ja Boyd (2016) kiinnittävät huomionsa diginatiivi- ja digimaahanmuuttaja-käsitteiden sisäänrakennettuun tapaan korostaa sukupolvien asemien eroa digitaalisten medioiden suhteen. Diginatiivi-retoriikka nostaa nuoria alustalle, mutta samalla myös tietyllä tavalla patologisoi heitä. Käsite luo todellisuutta, jossa lasten ja nuorten asema digiosaajina on ikään kuin valmiina annettu, eikä diginatiiveja lapsia ja nuoria nähdä todellisina itsenäisinä toimijoina, jotka käyttävät uusia teknologioita monimuotoisilla ja suuresti toisistaan eroavilla tavoilla. (Jenkins ym. 2016.) Prenskyn kielimetaforaa jatkaen voisi todeta, että diginatiivien yhteisen “äidinkielen” sisällä on erotettavissa loputon määrä erilaisia murteita, jotka voivat erota toisistaan radikaalisti.

White ja Le Cornu (2011) ehdottavat käsitteiden diginatiivi ja -maahanmuuttaja tilalla käytettäväksi termejä *vierailija* ja *asukas*. He esittävät, että Prenskyn termipari ei kuvaa internetin käytön monipuolisia tavoitteita ja merkityksiä sen yleistyessä kaikkien ikäryhmien keskuudessa, ja toteavat

käsitteiden tarjoavan liian yksioikoisen kuvan eri sukupolvien internet-osaamisesta ja -käyttäytymisestä. Etenkin sosiaalisen median kehittymisen myötä Whiten ja Le Cornun mukaan kieleen ja ikään liittyvien käsitteiden sijasta internetin käytön kokemuksia kuvaisivat osuvammin metaforat *työkalu*, *paikka* ja *tila*, jotka korostavat digitaalisten alustojen tilallisuutta – puhutaanhan yleisesti esimerkiksi Facebookissa tai YouTubessa käymisestä.

Vierailijat näkevät internetin ikään kuin työkalupajana: he menevät valitsemaan pajasta tilanteeseen sopivan välineen, kun heillä on jokin tavoite tai tehtävä, johon he tarvitsevat apua, mutta he eivät vietä asiasta tehden aikaansa tässä pajassa. Internetin *asukkaat* sen sijaan näkevät digitaaliset alustat paikkoina, joissa he elävät elämäänsä, rakentavat identiteettiään ja viettävät aikaa muiden ihmisten seurassa. White ja Le Cornu muistuttavat myös, etteivät nämä kaksi ryhmää ole selkeästi toisistaan eroteltavia, ja suuri osa internetin käyttäjistä sijoittuu johonkin näiden ryhmien välimaastoon. Olennaista on myös huomata, ettei jako ryhmien välillä liity välttämättä tietotekniseen osaamiseen, vaan siihen, mihin tavoitteisiin ja tarpeisiin eri ihmiset internetillä yrittävät vastata (White & Le Cornu 2011).

3 SUKUPOLVIEN KUILU

3.1 Mannheimin sukupolven määrittelyä

Sukupolvi on käsitteenä aiheuttanut tutkijoille päänvaivaa jo ainakin vuosisadan ajan, mutta monista merkityksistään ja määrittelyistään huolimatta se on hyväksytty osaksi arkista puhetta. Erityisen yleisesti käsite esiintyy teknologian kehittymiseen liittyvissä keskusteluissa, esimerkiksi puhuttaessa ”uuden sukupolven tietokoneesta” tai ”seuraavan sukupolven pilvipalvelusta”. (Järvensivu, Nikkanen & Syrjä 2014, 20). Sukupolviretoriikka on avainasemassa myös, kun Marc Prensky (2001) kategorisoi digitaalisen teknologian ympäröimänä kasvavat nuoret diginatiiveiksi.

Sosiologi Karl Mannheim pohti laajasti sukupolvien ongelmaa artikkelissaan *Das Problem der Generationen* (1928), joka on käännetty englanniksi nimellä *The Problem of Generations* (1952). Mannheim esittää oman sukupolviteoriaansa vastalauseena positivistiselle ja historiallis-romanttiselle käsitykselle sukupolven käsitteestä. Positivistisen käsityksen Mannheim toteaa näkevän sukupolvien ongelman suppeasta kvantitatiivisesta näkökulmasta. Positivistiset teoreetikot yrittävät määrittää sukupolvet lineaarisiksi, tasaisin väliajoin vaihtuviksi kokonaisuuksiksi. Historiallis-romanttiset näkemykset ottavat mukaan myös kvalitatiivisia elementtejä puhuessaan samaan aikaan elävistä sukupolvista, jotka jokainen muodostavat oman entelekiänsä, ja näiden entelekiöiden kokonaisuus muodostaa niin kutsutun ajan hengen, zeitgeistin.

Historiallis-romanttinenkin näkemys sukupolvien luonteesta jää kuitenkin vajavaiseksi, sillä se jättää huomiotta sosiaalisten voimien vaikutuksen sukupolvien muodostumiseen. Mannheim kuvaa sukupolvea tietynlaisena sosiaalisen lokaation tyyppinä. Jokainen sosiaalinen lokaatio rajaa siihen kuuluvat ihmiset tiettyjen potentiaalisten kokemusten piiriin, ja samalla ohjaa heitä tietynlaisen ajatteluun, käytökseen ja kokemukseen. Sukupolven näkökulmasta saman sosiaalisen lokaation tai sukupolviaseman jakamiseen ei

riitä vain se, että henkilöt ovat syntyneet samaan aikaan, vaan heillä täytyy olla myös mahdollisuus kokea samoja kokemuksia ja jakaa samoja tietoja. Samanaikaisuus muuttuu merkittäväksi vasta kun siihen liittyy osallisuus samoihin historiallisiin ja sosiaalisiin olosuhteisiin. (Mannheim & Kecskemeti 1952, 286–303.)

Sukupolviasema antaa kuitenkin vasta mahdollisuuden varsinaisen aktualisoituneen sukupolven syntymiselle. Aktualisoituneen sukupolven syntymiseen vaaditaan Mannheimin mukaan “osallistumista sukupolviyksikön yhteiseen kohtaloon”. Vasta yhteinen konkreettinen kokemus sosiaalisesta ja intellektuaalisesta muutoksesta muodostaa saman sukupolviaseman jakavista yksilöistä aktualisoituneen sukupolven. Mannheim huomauttaa myös, että aktualisoituneesta sukupolvesta voi olla mahdollista erottaa erillisiä sukupolviyksiköitä – saman kokemuksen jakaneita ryhmiä, jotka reagoivat tähän kokemukseen erilaisilla tavoilla. (Mannheim & Kecskemeti 1952, 303-304.)

Modernin ajan sukupolvia on Suomessa ja muissa länsimaissa jaoteltu niin akateemisissa yhteyksissä kuin arkisemmissäkin teksteissä julkaisusta ja tekstin aiheesta riippuen monin eri tavoin. Eräänlaisena peruspohjana länsimaiselle sukupolvijaolle voi pitää muun muassa Don Tapscottin (2009) esittelemää Yhdysvaltain yhteiskunnan kehitykseen perustuvaa jaottelua. Siinä sukupolvet on jaettu suuriin ikäluokkiin (1946–1964), X-sukupolven (1965–1976), Y-sukupolven (tunnetaan myös internet-sukupolvena, 1977–1997) ja Z-sukupolven (1998–). Nämä neljä sukupolvea toistuvat suurella osalla sukupolvijaotteluja, maasta ja alasta riippuen hieman vaihtelevilla vuosilukujaoilla ja nimillä. Esimerkiksi Järvensivu ja Syrjä (2014) käyttävät oman työelämässä olevien suomalaisten sukupolvien jaottelunsa pohjana Suomen talouden kehitystä. Heille Y-sukupolvi kattaa välillä 1980–1990 syntyneet suomalaiset, ja Z-sukupolvi sisältää vuonna 1991 tai myöhemmin syntyneet. (Järvensivu ym. 2014, 56.)

Mannheimin käsitystä sukupolvien muodostumisesta voi tämän tutkimuksen kontekstissa havainnollistaa seuraavasti. Z-sukupolven edustajat, Tapscottin mallin mukaan siis vuonna 1998 tai myöhemmin syntyneet henkilöt, voivat jakaa tiettyjä yhteisiä ominaisuuksia, mutta eivät kaikki kuulu saman sukupolviaseman piiriin. Esimerkiksi Afrikan kehittyvien maiden Z-sukupolven edustajat ja Pohjoismaissa samaan aikaan syntyneet ihmiset eivät kuulu samaan

sukupolviasemaan. Jos otetaan tarkasteluun pohjoismaiset Z-sukupolven edustajat, heistä samanlaisia kokemuksia tietotekniikan ja internetin käytön yleistymisestä jakaneet muodostavat aktualisoituneen sukupolven, jota voidaan kutsua vaikkapa diginatiiveiksi. Näiden diginatiivien joukossa on vielä monia kulttuurillisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti toisistaan eroavia sukupolviyksiköitä, jotka ovat reagoineet kokemaansa muuttuvaan yhteiskuntaan eri tavoilla. (Mannheim & Kecskemeti 1952, 305–306.)

Mannheim eroaa siis häntä edeltäneistä sukupolviteoreetikoista siinä, että hän näkee aktualisoituneen sukupolven syntymisen sosiaalisista tekijöistä riippuvana prosessina, mistä johtuen sitä ei voi suoraan yhdistää biologiseen ihmissukupolvien vaihtumisen rytmiiin. Hitaasti kehittyvässä yhteiskunnassa sukupolvi voi aktualisoitua kerran vuosisadassa, nopeasti kehittyvässä taas vaikkapa vuosittain. Nykypäivänä teknologia kehittyy niin nopeaan tahtiin, että mahdollisuuksia uusien aktualisoituneiden sukupolvien syntyyn tulee entistä nopeammalla tahdilla.

Mannheimin käsitys sukupolvista on hyvä pitää mielessä silloin, kun nykyajan nuorista niputetaan median murrosta käsittelevissä teksteissä yhtenäistä diginatiivien joukkoa. Kaikki Z-sukupolven edustajat eivät ole diginatiiveja tai digitaalisen maailman asukkaita, eivätkä kaikki aktualisoituneeseen diginatiivisukupolveen kuuluvat edusta samaa sukupolviyksikköä. Tavat käyttää internetiä ja uusia digitaalisia alustoja vaihtelevat saman aktualisoituneen sukupolven sisälläkin. Samaan ikäryhmään kuuluvilla lapsilla voi olla hyvin erilaisia taipumuksia sen suhteen, millaisia medioita he kuluttavat ja käyttävät, ja millaisessa nettiympäristössä he kokevat olonsa kaikkein mukavimmaksi (Lange 2014, 12). Vaikka pelkän nettiympäristössä toimimisen voi tietyllä tavalla nähdä jaettuna sosiaalisena lokaationa, tarjoaa internet ja sitä hyväksi käytävä teknologia nykyään niin laajan kirjon erilaisia mahdollisuuksia, että kokemukset netin käyttämisestä voivat erota merkittävästi. Janne Matikainen (2011, 15) epäileekin selkeiden ikäpolvia yhdistävien kokemusten puuttumisen tai kokemusten sirpaleisuuden myötä muodostuneiden erilaisten sukupolviyksikköjen olevan syynä siihen, että viime vuosikymmenten aikana syntyneitä sukupolvia ei olla jaoteltu yhtä selkeästi kuin aiempia vastaavia.

Toisaalta esimerkiksi Suominen (2013) toteaa teknologian kehityksen tuottaneet 1970-luvulta eteenpäin merkittäviä sukupolvikokemuksia. Suominen huomauttaa, että perinteisiin sukupolvikokemuksiksi miellettyihin yhteiskunnallisiin mullistuksiin tai suuriin uutistapahtumiin verrattuna sosiaalinen media ja informaatioteknologia koskettavat läheisemmin ja konkreettisemmin lähes jokaista sukupolven jäsentä. (Suominen, Saarikoski, Turtiainen & Östman 2013, 11–12.) Suuret historialliset käännekohtat taas eivät yleensä näyttäydä kaikkien yksilöiden arkikokemuksessa itsestään selvinä ja radikaaleina muutoksina (Vehkalahti & Suurpää 2014, 15). Sosiaalisen median alustat ovat lähtökohtaisesti aktiiviseen osallistumiseen ja yhteisöllisyyteen kannustavia, mikä edistää aktualisoituneiden sukupolvien syntymisen mahdollisuutta. Uusien digitaalisten alustojen yhteydessä monet teoreetikot puhuvatkin osallistumisen kulttuurista.

Osallistumisen kulttuuri on ollut käsitteenä olemassa jo kauan ennen sosiaalisen median syntymistä. 1990-luvun alusta asti osallistumisen kulttuurista kirjoittanut Henry Jenkins (2009) määritteli teoksessa *Confronting the Challenges of a Participatory Culture* osallistumisen kulttuurin kulttuuriksi, jossa on “verrattain matala kynnyks taiteelliselle ilmaisulle, jossa tuetaan vahvasti luomista ja omien luomuksien jakamista, ja jossa tapahtuu jonkinlaista informaalia mentorointia, jolloin kokeneimmat jakavat tietoaan eteenpäin noviiseille. Osallistumisen kulttuurissa sen jäsenet uskovat osallistumisensa olevan arvokasta, ja tuntevat jonkintasoista sosiaalista yhteyttä toisiinsa.” (Jenkins & Purushotma 2009.)

Siinä missä YouTubeissa ja muilla digitaalisen median alustoilla vahvana elävä osallistumisen kulttuuri voi muodostaa näiden alustojen käyttäjistä tiiviitä yhteisöjä, voi se samalla aiheuttaa myös eri tavalla uusiin medioihin suhtautuvien ihmisryhmien välille entistä syvempää eriytymistä. Danah boyd (2016) näkee diginatiiveihin liitetyn sukupolviretoriikan reittinä siihen, että vanhemmat näkevät nuoremmat sukupolvet “toisina”. Nykypäivän lapsille ja nuorille sosiaalisen median alustat tarjoavat uudenlaisia mahdollisuuksia päästä yhteyteen toistensa kanssa, mutta samalla nuorten niputtaminen yhteen homogeeniseen joukkoon voi johtaa siihen, etteivät vanhemmat sukupolvet näe niitä monimuotoisia tapoja, joilla nuoret käyttävät teknologiaa oppimisen, yhteisöihin osallistumisen ja uusien yhteyksien löytämisen välillä. (Jenkins, Ito & boyd 2016, 32.)

Digitaalisten teknologioiden kehittyminen on luonut uusia, interkreatiivisia media-alustoja, joissa toimiminen on nykyajan nuorille arkipäivää. Näitä osallistumisen kulttuurin kannustavia teknologioita käytetään muun muassa kommunikointiin, kulutukseen, oppimiseen, kanssakäymiseen ja luomiseen. Uusissa media-alustoissa tuottajan ja kuluttajan rajapinta on hälventynyt. Youtube ja muut sosiaalisen median kanavat tarjoavat jokaiselle helpon kanavan julkaista itse tehtyä sisältöä, joko julkisesti tai itse määritellylle yleisölle. Myös suositut tuottajat ovat entistä helpommin saavutettavissa, ja kuluttajilla on monia väyliä, joiden avulla pääsee vaikuttamaan tuottajan julkaisemaan sisältöön (Eleá & Mikos 2017, 9). Michael Strangelove (2010, 103) korostaa teoksessaan *Watching Youtube*, että osallistuminen internetissä toimivaan ryhmään johtaa psykologiseen kokemukseen yhteisöstä, ja yhteys nettiryhmien jäsenten välillä voi muodostua todella kiinteäksi.

Toisaalta YouTuben asemasta osallistumisen kulttuurin edistäjänä on esitetty myös skeptisempiä näkemyksiä. Sumiala ja Suurpää (2015, 19) kutsuvat sosiaaliseen median amatöörivideoiden, postauksien ja blogien pitämistä osallistumisen kulttuurin ilmenemismuotona utopiaksi. He muistuttavat, että nämä sisällöt tuotetaan lähes poikkeuksetta ylikansallisten toimijoiden tarjoamien palveluiden määrittelemien sääntöjen puitteissa. YouTubenkin kohdalla monimutkainen algoritmi ratkaisee sen, mitkä videot pomppaavat suositelluksi sisällöksi alustan käyttäjien etusivuille: kun käyttäjä kirjautuu sisään YouTubeen, alusta tarjoaa hänelle aiempaan käyttäytymiseen perustuvia katselusuosituksia, ja kun käyttäjä aloittaa videoiden katselun, tarjoaa YouTube jatkoksi aihealueeseen liittyviä videoita, jotka algoritmi käyttäjäkohtaisesti valitsee. (Burgess & Green 2018, 62–63.)

3.2 Margaret Mead ja prefiguratiivinen kulttuuri

2000-luvun lapset, niin kutsutun Z-sukupolven edustajat, ovat olleet syntymästään asti digitaalisen maailman kansalaisia, ja heille uudet digitaaliset media-alustat ovat itsestään selvä osa arkea ja elämää. Vaikka vanhempien sukupolvien edustajat voivatkin ottaa uudenlaiset mediat haltuun, täysin erilaisessa maailmassa vietetty lapsuus tarkoittaa väistämättä sitä, että vanhemmat sukupolvet ja 2000-luvun nopeasti muuttuvassa maailmassa alusta

asti elämään tottuneet nuoret käsittävät monet asiat eri tavalla. (Puuronen 2006, 97.)

Myös Mannheim korostaa tärkeiden lapsuuden kokemusten merkitystä. Ne muodostavat yksilölle tämän oman luonnollisen kuvan maailmasta, ja kaikki myöhemmät kokemukset linkittyvät välttämättä tähän "ensivaikutelmaan" maailmasta, siinäkin tapauksessa, että ne muuttavat tai tuhoavat yksilön omaa luonnollista maailmankuvaa. (Mannheim & Kecskemeti 1952, 298.) Myös vanhempien sukupolvien edustajat ovat toki asenteestaan riippuen joutuneet tai saaneet totuttautua yhteiskuntaan, jossa internet ja digitaaliset alustat näyttelevät merkittävää roolia. Heille nämä kokemukset eivät ole kuitenkaan muodostuneet ensivaikutelmaksi luonnollisesta maailmasta, joten he lähestyvät internetin ilmiöitä lähtökohtaisesti erilaisesta näkökulmasta kuin nuoremmat sukupolvet.

Teknologisen ja kulttuurisen kehityksen kiihtymisen vaikutus nuorten ja vanhempien sukupolvien suhteeseen ja nuorisokulttuurien muodostumiseen ja muokkaantumiseen on kiinnostanut tutkijoita jo vuosikymmenten ajan. Sosiaaliantropologi Margaret Mead (1971) esitteli teoriansa sukupolvien välisen kuilun vaikutuksista teoksessaan *Ikäryhmien ristiriidat, Sukupolvi kuilun tutkimusta*. Teoksessa Mead jakaa kulttuurit kolmeen eri kategoriaan: postfiguratiivisiin, kofiguratiivisiin ja prefiguratiivisiin kulttuureihin. Postfiguratiivisessa kulttuurissa yhteiskunnan kehitys on hidasta, ja lapset oppivat vakaassa tilassa pysyvässä yhteiskunnassa tarvittavat taidot pääasiassa vanhemmiltaan. Kofiguratiivisessa kulttuurissa kehitys on hieman nopeampaa, ja sekä lapset että vanhemmat oppivat myös ikätovereiltaan. Prefiguratiivisessa nopeasti kehittyvässä kulttuurissa vanhemmat oppivat uusia taitoja myös lapsiltaan, joilta jatkuvasti muuttuvaan yhteiskuntaan sopeutuminen onnistuu vanhempia helpommin. Meadin mukaan yhteiskuntien alati kiihtyvä kehitys on johtanut ja tulee johtamaan kulttuurien kehittymiseen kohti prefiguratiivista yhteiskuntaa, jossa lapsilla on hallussaan sellaista tietoa, jota heidän vanhemmillaan ei ole. (Mead, 1971.)

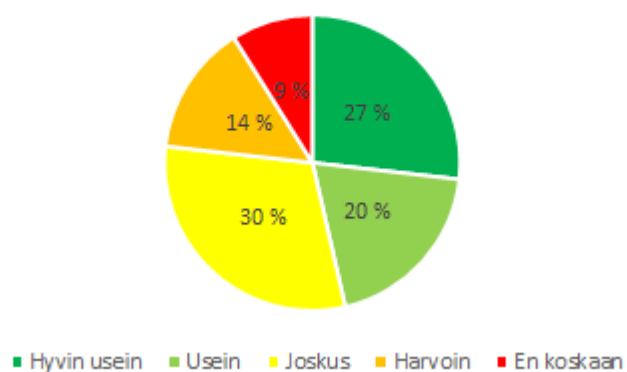
2000-luvun näkökulmasta Meadin ennustukset vaikuttavat osuneen monilta osin kohdilleen. Medialukutaidon käsite nousi Suomessa kansallisen keskustelun kohteeksi ensimmäistä kertaa vuonna 2004, ja jo tuolloin lasten ja nuorten luonteva osaaminen uusien teknologioiden suhteen pääsi yllättämään. Ensimmäiset medialukutaitokampanjat keskittyivät 6–12-vuotiaiden

tietoteknisen osaamisen ja turvallisen netinkäytön kehittämiseen, mutta seuraavina vuosina hankkeiden kohderyhmä osittain vaihtui, kun lasten ja nuorten todettiin olevan osaavia ja luontevia verkkosovellusten käyttäjiä, siinä missä vanhempien taidoissa taas ilmeni huomattaviakin puutteita. (Suominen 2013, 59–60.)

Puhuttaessa diginatiiveista tai sosiaalisen median kasvateista puhutaan samasta asiasta, josta Mead puhui kertoessaan “tuntemattomien lasten” sukupolvesta, prefiguratiivisen kulttuurin sanansaattajista. Don Tapscott (2010) kuvaa teoksessaan *Syntynyt digiaikaan* juuri tätä prefiguratiivista kulttuuria kertoessaan tiedon hierarkian kääntyneen sosiaalisen median ja digitaalisten teknologioiden myötä täysin pääläelleen. (Tapscott 2010.) Samoin Maarit Jaakkola (2010) toteaa artikkelissaan *Uuden julkisuuden sääntöjä luomassa* vuosituhaten vaihteen paikkeilla syntyneen sukupolven kykenevän ottamaan uudet digitaaliset ympäristöt haltuun vailla aiemman mediaympäristön muodostamia ajatuksellisia rajoitteita. (Jaakkola 2010.)

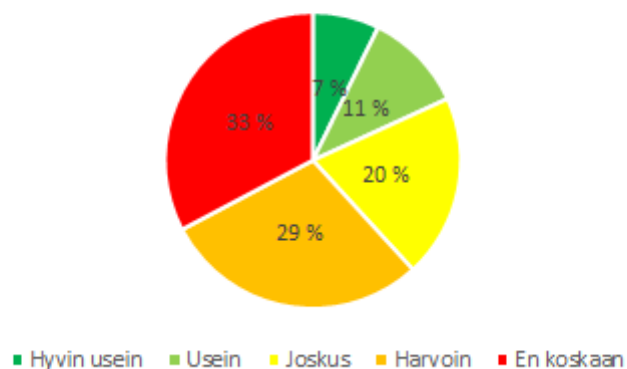
Myös EU Kids Online -tutkimushankkeen tulokset puoltavat prefiguratiivisen kulttuurin vahvistumista digitaalisten alustojen välityksellä. Kuten kuviosta 5 voimme nähdä, 47 prosenttia kyselyyn vastanneista 6.-luokkalaisista kertoi auttaneensa usein tai hyvin usein vanhempaansa tai huoltajaansa tekemään internetissä jotain, mikä on heille vaikeaa. Vähintään joskus vanhempiaan tai huoltajiaan internetiin liittyvissä ongelmissa on auttanut yli kolme neljäsosaa 6.-luokkalaisista vastaajista. Toisaalta kuviosta 6 voimme huomata, että 6.-luokkalaisista vanhemmiltaan usein apua internetiin liittyvässä tilanteessa on pyytänyt vain 18 prosenttia oppilaista. 62 prosenttia vastaajista kertoi turvautuneensa vanhempiensa apuun internet-ongelmissa harvoin tai ei ollenkaan.

Olen auttanut vanhempiani/hooltajaani tekemään jotakin mikä oli heille vaikeaa internetissä (N56)



KUVIO 5.

Olen pyytänyt vanhemmaltani/hooltajaltani apua internetiin liittyvässä tilanteessa, jota en itse pystynyt hoitamaan (N55)



KUVIO 6.

Perheet lasten kasvuympäristöinä ovat uudenlaisten medioiden ja uusien teknologisten innovaatioiden ansiosta muuttuneet paljon viime vuosikymmeninä. Sähköistynyt media ja erilaiset laitteet uudenaikaisine sovelluksineen ovat muuttaneet perheiden median kulutusta valtavalla nopeudella. Kuin mihin tahansa uuteen ja tuntemattomaan asiaan, suhtaudutaan uusiin sovelluksiin ja

laitteisiin perheissä usein enemmän tunteella kuin järjellä. (Lahikainen 2015, 16.) On täysin luonnollista, että uusien laitteiden kotoutuminen osaksi perheen arkea aiheuttaa varsinkin alkuvaiheessa hyvin paljon keskustelua perheen sisällä. Perheen eri-ikäisille jäsenille kehittyy uusiin laitteisiin usein erilainen laitesuhde ja erilaiset tavat hyödyntää laitetta arjessa. Käynnissä on useita yhtäaikaista kotoutumisprosesseja ja nykyperheiden voidaankin katsoa olevan teknologisen kehityksen keskellä jatkuvassa käymistilassa. (Lahikainen 2015, 30–31.)

Uusi laite sovelluksineen vaikuttaa koko perheen keskinäiseen ajankäyttöön, ja tästä syystä vanhemmat saattavat suhtautua esimerkiksi lapsen älylaitteen käyttöön enemmän huolen, kuin ymmärryksen kautta. Laitteen parissa vietetty aika voidaan nähdä poistumana perheen yhteisen vuorovaikutuksen kentästä. Toisaalta uudenlaiset mediat voivat tuoda perheiden yhdessäoloon uutta syvyyttä, sillä omien toisaalla tapahtuvien kokemusten jakaminen perheen kesken on uudenlaisten medioiden avulla entistä helpompaa. (Lahikainen 2015, 35–36.)

Vastuu lasten medioiden käytöstä on siirretty suurimmaksi osaksi vanhemmille, joilla usein oletetaan olevan siihen tarpeeksi aikaa ja asiantuntemusta. Uusien laitteiden ja sovellusten vyöryessä perheisiin ovat vanhemmat kuitenkin uuden tilanteen edessä, sillä yhteisten pelisääntöjen luomiseen ei ole valmista esikuvaa. Uusien laitteiden ja sovellusten kohdalla säännöt vakiintuvat usein vasta ajan kuluessa. (Lahikainen 2015, 36–37.)

Koska vakiintuneita käyttösääntöjä ei useinkaan ole, eikä käyttötottumuksia ole vielä keretty omaksua, ovat lapset ja vanhemmat uudenlaisten medioiden kanssa tietyllä tapaa hyvin tasa-arvoisessa asemassa. Lasten voi olla usein vanhempaa helpompi omaksua uudenlaisia medioita, sillä lapselle kaikki on uutta, eikä uuden omaksuminen perustu vanhojen käytäntöjen muuttamiseen. Lapsilla myös riittää vanhempia enemmän aikaa medialaitteiden käyttöön, sillä heitä eivät ohjaile traditiot, velvollisuudet ja arjen aikataulun hallinta siinä määrin kuin heidän vanhempiaan. (Lahikainen 2015, 37.)

Lasten media-asiantuntijuuden kasvu horjuttaa osaltaan perinteistä sukupolvisopimusta, jossa vanhemmalla on selkeä auktoriteettiasema suhteessa lapseen. Tähän asetelmaan on perinteisesti myös kuulunut oletus siitä, että vanhemmat olisivat moraalisesti ja tiedollisesti lapsiaan etevämpiä. Nykypäivänä lasten mediaosaaminen voi monilta osin olla vanhempien osaamista edellä,

jolloin lasten on yhä hankalampi hyväksyä vanhempien auktoriteettiasemaa median käytössä. On kuitenkin huomioitavaa, että uusi mediamaailma voi toisaalta kaventaa vanhempien ja lasten välistä sukupolvien kuilua medialaitteiden voimaannuttaessa lapsia ja lasten kyetessä hallitsemaan ympäristöään täysin uudella tavalla. Vanhemmat ja lapset kuitenkin käyttävät uudenlaista mediaa monesti melko erilaisiin tarkoituksiin, joten kumpikaan osapuoli ei välttämättä osaa tunnistaa toisen tietämystä ja näin huomaamattaan aliarvioi toista. (Lahikainen 2015, 37–38.)

Vaikka lasten kasvaneen mediaosaamisen voidaan nähdä kasvattaneen lapsen tietynlaista autonomiaa median parissa, on syytä muistaa, että kyseessä on kuitenkin vain yksi monimutkaisen sosiaalistumisprosessin osanen. Vanhemmilla tulee olemaan tulevaisuudessakin tärkeä osa lapsen kehityksen tukemisessa, eikä vanhemman antamien esimerkkien ja ohjeiden merkitys tule suinkaan vähenemään. Perheiden on tärkeää pystyä luomaan kotiin turvallinen ilmapiiri, jossa lapsen elämismaailmasta ollaan kiinnostuneita ja jossa heitä aidosti kuunnellaan. Kun kyseessä on lasten tulevaisuus, ei perheen keskeisen avoimen keskustelun merkitystä ikinä voine liiaksi korostaa.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Tieteenfilosofiset lähtökohdat

Kasvatustieteellinen tutkimus kuuluu ihmistieteiden piiriin, ja sellaisena sen erilaisten tieteenfilosofisten lähtökohtien muodostumiseen on vaikuttanut humanististen tieteiden ontologian ja metodologian vertautuminen luonnontieteiden vastaaviin. Kasvatustieteen tieteenfilosofiset lähtökohdat voidaan jakaa kahteen koulukuntaan. Toinen näkee ihmistieteiden vaativan pohjimmiltaan samanlaista otetta kuin luonnontieteiden, toinen taas uskoo, että ihmistieteissä tarvitaan olemuksellisesti erityistä ymmärtävää tai tulkitsevaa tutkimusmenetelmäkirjoa. Eronteon luonnontieteisiin voi tiivistää seuraavasti: luonnontieteissä pyritään selittämään ja ennustamaan, ihmistieteissä taas ymmärtämään tutkimuskohdetta. (Raatikainen 2005.)

Tutkimuksemme löytää kotinsa ymmärtävän ihmistieteen piiristä. Tavoitteenamme on ymmärtää tutkimaamme ilmiötä, ja valitsemamme tutkimusmetodi nostaa vahvasti esiin toimijan, tässä tapauksessa YouTubessa aikaansa viettävän lapsen näkökulmaa. Tutkittavien kokemuksiin perustuva tutkimusasetelmamme nojaa laajasti katsottuna empiristiseen tutkimusperinteeseen.

Tarkemmin tutkimuksemme tieteenfilosofisena lähtökohtana voi pitää fenomenologista tieteenfilosofiaa. Fenomenologia tarkoittaa kirjaimellisesti ”ilmiöiden” tutkimusta: tutkimusta siitä, miten erilaiset asiat ilmenevät kokemuksissamme, miten koemme asioita, ja siitä johtuen minkälaisia merkityksiä asioilla on kokemuksissamme. Fenomenologisessa tutkimuksessa keskitytään siis tutkittavien subjektiivisiin kokemuksiin. (Smith & Woodruff 2018.) Keskeistä fenomenologisessa suuntauksessa on myös tutkijan oma avoimuus. Kohteena olevaa ilmiötä yritetään lähestyä ilman tarkkaan määriteltyjä ennakkoodotuksia, määritelmiä tai pitkälle pohdittua teoreettista viitekehystä. (Koppa 2015.)

Fenomenologisessa tutkimuksessa keskiössä oleville subjektiivisille kokemuksille annettuihin merkityksiin kiinni pääseminen vaatii yleensä syväluotaavia, avoimia ja monesti myös epästrukturoitua haastatteluja kohdehenkilöiden kanssa. Tällaisten haastattelujen avulla yritetään päästä kiinni jokaisen osallistujan kokemukselle antamiin merkityksiin, hyväksyen myös sen, että nämä merkitykset voivat olla monimutkaisia yksinkertaisten ja yhtenäisten sijasta. (Cohen, Manion & Morrison 2018; viitattu Marshall & Rossman 2016, 118.)

4.2 Fokusryhmähaastattelu

Keräsimme tutkimuksemme laadullisen aineiston erään pirkanmaalaisen alakoulun kuudennen luokan oppilailta. Aineistonkeruumenetelmänä käytimme fokusryhmähaastatteluja, joihin valikoimme osallistujat esitietolomakkeen avulla. Haastateltavat koostuivat kahden rinnakkaisluokan oppilaista. Jokaisessa kolmessa fokusryhmässä oli kuusi henkilöä, kolme kummaltakin luokalta.

Fokusryhmähaastattelua vastaavista ryhmämuotoisista aineistonkeruunetodeista käytetään tieteellisestä traditiosta ja kontekstista riippuen useita erilaisia, osittain päällekkäisiä termejä, kuten *group interview*, *focus group interview*, *group discussion*, *ryhmähaastattelu* ja *ryhmäkeskustelu*. Fokusryhmähaastattelussa joukko ihmisiä kutsutaan keskustelemaan tietyistä aihepiiristä fokusoidusti mutta vapaamuotoisesti noin kahdeksi tunniksi. Koska tutkimuksemme haastateltavat olivat lapsia, päätimme pitää haastattelut noin 45 minuutin pituisina. Haastattelutilanteessa keskusteluvastuu pyritään siirtämään mahdollisimman paljon keskustelutilaisuuteen osallistuville informanteille. Ryhmän vetäjän, eli moderaattorin tehtävänä on tarjota tutkimuksen kohteena olevia aiheita osallistujien keskenään keskusteltaviksi ja kommentoitaviksi, sekä kannustaa heitä yhteiseen keskusteluun. (Valtonen 2005, 223–224.)

Fokusryhmän käsitteelle löytyy monia hieman erilaisia määritelmiä. Vaughn, Schumm ja Sinagub (1996) toteavat, että eri määritelmissä toistuvat yleensä tietyt ydinelementit: ryhmä on informaali kokoelma kohdehenkilöitä, joiden näkökulmia kartoitetaan tiettyyn aiheeseen liittyen, ryhmä on pieni (6–12 henkilöä) ja verrattain homogeeninen, sitä johtaa moderaattori, jolla on valmiita kysymyksiä ja joka rohkaisee osallistujia keskusteluun. Tavoite on tuoda esille

osallistujien näkemyksiä, kokemuksia, tunteita, asenteita ja ajatuksia valitusta aiheesta, eikä tutkimuksesta saada kvantitatiivista tietoa, jota voisi yleistää laajempaan populaatioon.

Erilaisia ryhmäkeskusteluja on hyödynnetty markkinatutkimuksissa vuosikymmeniä, mutta niiden käyttö akateemisessa tutkimuksessa on yleistynyt 1980-luvulta alkaen. Fokusryhmähaastattelun eduksi tieteellisessä tutkimuksessa voidaan lukea muun muassa se, että parhaimmillaan ryhmäkeskustelussa ryhmän vuorovaikutteiset kommentit luovat uusia yllättäviä näkökulmia ja huomioita, joita esimerkiksi yksilöhaastattelussa ei välttämättä nousisi esiin. Fokusryhmähaastattelussa ryhmän luova potentiaali pyritään valjastamaan uuden tiedon synnyttämiseen. Keskusteluun osallistuvien vuorovaikutteiset kommentit tuovat esiin erilaisia näkökulmia ja näin ollen laajentavat ymmärrystä tutkittavasta aiheesta. Tutkijan on tärkeää osata luoda ryhmähaastatteluun avoin ja hyväksyvä ilmapiiri, jossa jokainen saa puheenvuoron ja uskaltaa tuoda esiin todelliset mielipiteensä. (Valtonen 2005, 226.)

Valmistauduimme fokusryhmähaastatteluihin muodostamalla neljä erillistä tubettamiseen, YouTubeen ja lasten omaan mediankäyttöön liittyvää teemaa, jotka kävimme läpi jokaisen keskusteluryhmän kanssa. Jokaista teemaa varten meillä oli muutama valmiiksi muotoiltu kysymys, joiden avulla ohjasimme ryhmän keskustelemaan toivotusta aiheesta. Teemoja olivat vuorovaikutus YouTubeessa tubettajien ja muiden videoita katsovien kanssa, YouTube-videoiden ja tubettajien seuraamisen vaikutukset identiteettiin, tubettaminen nuorisokulttuurin osana ja YouTubeessa tapahtuva informaali oppiminen.

4.2.1 Lapset ja nuoret haastateltavina

Lapset nähdään nykypäivänä entistä vahvemmin kompetentteina sosiaalisina toimijoina, jotka voivat tehdä selkoa omista kokemuksistaan ja tilanteistaan. Kun lapsista halutaan tietoa, käännyttään enemmän lasten itsensä puoleen sen sijaan, että tietoa kysyttäisiin vanhemmilta tai muilta lasta ympäröiviltä aikuisilta. (Strandell 2010, 93.) Tutkimuksemme perusajatuksena onkin antaa ääni lapsille itselleen, mihin fokusryhmähaastattelun käyttäminen metodina antoi erinomaisen mahdollisuuden.

Fokusryhmässä tapahtuva keskustelu soveltuu hyvin käytettäväksi myös lasten ja nuorten kohdalla, mutta haastatteluun osallistuvien ikä on tärkeä ottaa huomioon tutkimustilannetta suunniteltaessa. Lapsia ja nuoria haastateltaessa fokusryhmän koko on hyvä pitää kohtuullisen pienenä, ja 10–14-vuotiaille osallistujille sopiva haastattelun pituus on puolentoista tunnin sijasta maksimissaan 60 minuuttia. Lapsia haastateltaessa moderaattorin rooli haastattelutilanteessa on suurempi kuin aikuisten kohdalla. Kysymysten asetteluun täytyy kiinnittää erityistä huomiota, ja lasten mukana pysyminen on hyvä varmistaa mahdollisimman konkreettisia esimerkkejä käyttämällä. (Vaughn, Schumm & Sinagub, 1996.)

Tarkastellessamme lasten kokemusmaailmaa, on hyvin tärkeää pystyä asettumaan lapsen asemaan ja laskeutumaan ikään kuin samalle tasolle haastateltavan kanssa. Ryhmähaastattelu toimiikin tutkijalle usein yhtenä tapana päästä tarkemmin sisään tutkittavien maailmaan (Eskola & Suoranta 1998, 96). Myös Puuronen (2006, 18) toteaa, että nuorisotutkimukseen vaikuttavat parhaiten soveltuvan menetelmät, joissa tutkija ja tutkittavat kommunikoivat suoraan keskenään.

Marjatta Kalliala (1999) on verrannut lasten haastattelua sieniretkeen. Jos haluaa löytää hyvän saaliin, on oltava valmis poikkeamaan etukäteen suunnitellulta reitiltä, mutta pidettävä huoli pääsuunnasta, ettei eksy. Vaikka ennalta suunniteltu reitti voi olla hyvä, on oltava valmis myös seuraamaan lasten osoittamia pieniä sivupolkuja. Jos etsii vain sitä, mitä ennen retkeä on päättänyt, jää usein monia herkullisia syötäväksi kelpavia sieniä poimimatta. Sieniä siis kannattaa kerätä mahdollisimman paljon sieltä täältä ja lopullisen lajinmäärityksen voi tehdä vasta kotona. (Kalliala 1999, 73.) Huomasimme haastatteluja tehdessämme, että muutamista ennalta suunnittelemistamme aihepiireistä ei tuntunut syntyvän keskustelua, kun taas aiheet, joista emme ennen haastatteluja olleet niin varmoja, osoittautuivatkin todella herkullisiksi. Monipuolisen ja osin rönsyilevänkin aineiston perkaaminen analyysivaiheessa osoitti, että aluksi hieman sekavalta tuntunut saalis kätki sisälleen monia aarteita.

4.2.2 Haastateltavien valikointi

Muodostimme fokusryhmämme erään pirkanmaalaisen koulun kahden 6.-luokan oppilaista. Kävimme teettämässä oppilailla esitietolomakkeen, jolla selvitimme heidän halukkuutensa osallistua tutkimushaastatteluihin. Kartoitimme esitietolomakkeella myös sitä, miten paljon oppilaat käyttävät aikaa YouTubessa, ja seuraavatko he aktiivisesti tiettyjä tubettajia. Kysyimme lisäksi, ovatko oppilaat itse tehneet videoita YouTubeen.

Muodostimme esitietolomakkeiden pohjalta kolme kuuden henkilön fokusryhmää, joissa kaikissa oli kolme oppilasta molemmilta rinnakkaisluokilta. Fokusryhmäkeskustelun onnistumisen kannalta on yleisesti pidetty tärkeänä, että keskustelijoita yhdistää jokin tietty tekijä, jonka perusteella ryhmä koostetaan (Valtonen 2005, 229). Valitsimme tämän vuoksi haastatteluryhmiin niitä oppilaita, jotka olivat esitietolomakevastaustensa perusteella innokaita tubettajien seuraajia ja halukkaita keskustelemaan aiheesta. Jokaisessa ryhmässä oli sekä sellaisia oppilaita, jotka olivat itse tehneet videoita, että sellaisia, jotka eivät olleet.

Vaughnin, Schummin ja Sinagubin (1996) mukaan lapsia ja nuoria haastateltaessa on hyvä varmistaa, etteivät yksittäisten osallistujien luonteenpiirteet tai ominaisuudet, kuten vaikkapa keskittymishäiriöt, pääse vaikuttamaan haastattelun onnistumiseen. Selvittääksemme sekä haastateltavien yksilöllisen soveltuvuuden, että jokaisen fokusryhmän jäsenten kyvyn keskinäiseen vuorovaikutukseen muiden ryhmän jäsenten kanssa, varmistimme ryhmäjakojemme toimivuuden kyseisten luokkien opettajilta ennen lopullisia valintoja. Teimme ryhmiin opettajien kommenttien perusteella vielä muutamia muutoksia.

Ryhmähaastattelussa on aina otettava huomioon tiedonkeruun sosiaalinen konteksti, joka vaikuttaa merkittävästi siihen, mitä oppilaat ryhmähaastattelussa vastaavat (Nieminen 2010, 37). Hiljainen lapsi ei esimerkiksi uskalla ryhmähaastattelussa välttämättä vastata asioihin samalla tavalla kuin yksilöhaastattelussa, sillä sosiaalinen paine pitää hänen suunsa kiinni ryhmätilanteessa. Toisaalta vertaisten läsnäolo ryhmätilanteessa voi auttaa monia lapsia rentoutumaan ja näin puhumaan annetusta aiheesta vapautuneemmin.

Fokusryhmämme muodostuivat kahden rinnakkaisluokan oppilaista niin, että jokaisessa ryhmässä oli kolme oppilasta kummaltakin luokalta. Vaughn ym. (1996) muistuttavat, että tuttujen seurassa henkilöiden väliset suhteet saattavat vaikuttaa ryhmän dynamiikkaan ja myös vastauksiin. Toisilleen tuntemattomista oppilaista koostuvien ryhmien muodostaminen ei ollut tämän tutkimuksen puitteissa toteutettavissa, ja koimme myös, että varmistettuamme ryhmien dynamiikkojen toimivuuden opettajilta, tuttujen kavereiden läsnäolo voi myös vapauttaa tunnelmaa.

4.3 Aineistolähtöinen sisällönanalyysi

Aineistolähtöisen analyysin avulla tutkimusaineistosta pyritään rakentamaan teoreettisesti mielekäs kokonaisuus. Tutkittavasta ilmiöstä halutaan saada esille olennaisin ja esittää se mahdollisimman tiiviissä ja yleisessä muodossa. Sisällönanalyysissä on aineiston järjestelyn lisäksi tärkeää käyttää aikaa myös mielekkäiden johtopäätösten tekemiseen, jottei aineiston kuvaus jää pintapuoliseksi ja täten keskeneräiseksi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95–103.)

Annoimme fokusryhmähaastatteluissamme jokaiselle ryhmälle keskusteltaviksi samat aihepiirit, joihin ohjasimme keskustelijoita erilaisten kysymysten avulla. Kaikissa haastatteluryhmissä keskustelua käytiin myös aiheista, joihin emme keskustelua tarkoituksellisesti ohjanneet, mutta jotka lopulta osoittautuivat tutkimuskysymystemme kannalta hyvin olennaisiksi. Tarkan struktuurin puuttuminen toi haastatteluissamme esiin asioita, jotka ovat tutkimusongelmamme keskiössä, mutta joita emme olisi tajunneet haastateltavilta edes kysyä.

Etenimme aineiston analyysissä Milesin ja Hubermanin (1994) kuvaamia vaiheita mukaillen. Aloitimme aineiston läpikäymisen lukemalla aineiston useampaan kertaan läpi ja yritimme perehtyä sen sisältöön mahdollisimman tarkasti. Tämän jälkeen pelkistimme aineistoamme etsimällä aukikirjoitetusta raakatekstistä alleviivaamalla ja värikoodaamalla tutkimustehtävämme kannalta olennaisia ilmauksia. Tutkimustehtävämme kannalta luonnollisena analyysiyksikkönä toimi haastattelusta nostetut yksittäiset lauseet tai ajatuskokonaisuudet lainauksesta riippuen. Tärkeintä oli, että

alkuperäisilmausten pääajatus pysyi koossa niin, että ilmausten keskeisin ajatus pysyi mahdollisimman muuttumattomana. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108–110.)

Värikoodauksen jälkeen listasimme tutkimuksemme kannalta olennaiset alkuperäisilmaukset ja klusteroimme eli ryhmittelimme ne sisällöltään yhteneväisiksi kokonaisuuksiksi. Sisällöltään yhteneväisistä ilmauksista syntyi näin alustavia alaluokkia, jotka nimesimme parhaiten niiden sisältöä kuvaavilla käsitteillä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 110.)

Luokiteltuamme aineistomme erilaisiin alaluokkiin, meille alkoi hahmottua, millaisia yhteisiä piirteitä kokoamillamme alaluokilla on, miten ne suhteutuvat toisiinsa ja millaisia yläluokkia niistä olisi tutkimuksemme kannalta mielekästä muodostaa. Tällaisen luokkien ryhmittelyn katsotaan olevan jo osa abstrahointiprosessia, jossa alkuperäisilmauksista pyritään siirtymään käsitteellisempiin ilmauksiin. Abstrahoinnin tarkoituksena on siis pyrkiä erottamaan aineistosta oleellisin, ja lopulta johtaa siitä teoreettisia käsitteitä ja johtopäätöksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 111–112)

Tutkimusaineistomme koostuu kolmesta noin 45 minuutin pituisesta fokusryhmähaastattelusta, joihin osallistui yhteensä 18 6.-luokkalaista lasta lokakuussa 2019. Litteroimme haastatteluaineiston sanasta sanaan ja pyrimme merkitsemään litteraatteihin myös ryhmäkeskusteluun luonnollisesti kuuluvat, osin päällekkäiset puheenvuorot. Litteroitua raakatekstiä tekemistämme haastatteluista kertyi 45 liuskaa. Aineiston analyysiosuudessa käytämme haastatteluun osallistujista keskustelukohtaisesti nimikkeitä H1, H2 jne. Moderaattorien puheenvuoroja merkitään lyhenteellä M.

5 TULOKSET

5.1 Vanhemmat ja YouTube

5.1.1 Vanhempien aktiivisuus YouTubessa

Tutkittavien mukaan vanhemmat eivät joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta itse katsele kovin paljon YouTube-videoita, etenkin tubettajien tekemiä sellaisia. Yksittäiset haastateltavat kertoivat vanhempiansa katsovan kyllä jotakin omiin harrastuksiinsa liittyvää sisältöä, kuten keikkavideoita tai parhaita paloja urheilutapahtumista. Eräs haastateltava kertoi isänsä julkaisseensa YouTubeen bändinsä kanssa tekemäänsä musiikkia, mutta suurin osa haastateltavista ei ainakaan tiennyt vanhempiansa katsovan YouTube-videoita lainkaan.

Nekin vanhemmat, jotka katsoivat YouTubea jossain määrin aktiivisesti, eivät juuri katsoneet samanlaista sisältöä kuin heidän lapsensa. Jotkut haastateltavat kertoivat vanhempiansa seuraavan ainakin jonkin verran tubettajien tekemiä videoita, mutta hekin tekivät vanhempiansa mediankulutustyylin ja oman mediankulutustyylin välille eroa esimerkiksi ajankäytön suhteen. Keskustelujen perusteella vanhemmat eivät vietä asiasta tehden aikaa YouTubessa, vaan alustaa käytetään vain tiettyä rajattua aihealuetta käsittelevien videoiden katselemiseen.

H1: No mulla tota mun äiti seuraa just sitä yhtä, tasan sitä yhtä tai kahta, mut ei se seuraa sillee monta tuntia päivässä, eikä roiku jossain YouTubessa.

H2: No ehkä niinku vähän samanlaista, että jalkapallo ja joskus jääkiekkoo tulee niinku seurattua ja kannatettua ja samoi joukkueita. Ei mitään YouTube-kanavia taida olla mistä vanhemmat niinku kattois paitsi isä kattoo Facebookista jotain roskaa.

5.1.2 Vanhempien erilaiset suhtautumistavat

Aineiston perusteella vanhempien suhtautumisessa YouTubeen ja heidän lastensa siellä viettämään aikaan oli isoja eroja eri perheiden välillä. Monet

tutkimukseen osallistuneet kertoivat vanhempiensa suhtautuvan YouTube-videoihin lähes pelkästään negatiivisesti, mutta jotkut vanhemmat taas osoittivat ymmärrystä ja aitoa kiinnostusta lastensa seuraamia tubettajia kohtaan. Radikaaleja eroja suhtautumisessa löytyy jopa perheiden sisältä, kuten seuraavasta puheenvuorosta käy ilmi:

Mun äiti on sillee että se on aina sanonu niitä huutovideoiksi koska ne tubettajat huutaa aika paljon ja se sitä ne ärsyttää vaan, ja se ei ymmärrä et miks ne voi mua niinku huvittaa ja miks mä tykkään niistä, mut mun isä sitte taas ymmärtää vähän paremmin että niinku, joo, mä pidän siitä että nää tekee näin ja näin mutta siis se on vaan niinku sä katot niitä, sä pidät siitä, se on fine. Se on mun isän näkökulma suurin piirtein. Ja semmonen niinku positiivinen.

Suurin osa haastateltavista kuvasi vanhempien suhtautumista tubettajien videoihin negatiiviseksi. Negatiivinen suhtautuminen liittyi kolmeen selkeästi eroteltavaan teemaan: videoiden sisältöihin, lasten ajankäyttöön ja lasten mediankäytön tyyliin.

Tutkittavien keskusteluista nousi esiin, että monet vanhemmat kritisoivat YouTube-videoiden sisältöä ja kommentoivat niitä negatiivissävyytteisesti. Yksi yleisimmistä paheksunnan kohteista oli lasten kertoman mukaan tubettajien videoissa yleisesti esiintyvä ruma kielenkäyttö. Keskustelijoiden puheenvuoroissa vanhempien reaktiot kiroiluun vaihtelevat. Osa vanhemmista suhtautuu kirosanoihin todella kielteisesti ja kyseenalaistaa rumaa kielenkäyttöä sisältävien videoiden katsomisen.

No aikalaillla, no esim. pelit on semmonen, et ei ymmärretä, et minkä takii me katotaan jotain, vanhemmat kritisoi et miks me katotaan jotain tyyppiä joka kiroilee videolla ja pelaa jotain.

Tutkittavien kommenteista käy ilmi, että myös heidän oma suhtautumisensa kiroileviin tubettajiin vaihtelee. Tietynasteinen kiroilu vaikuttaa olevan osa YouTube-videoiden yleistä kulttuuria, mutta liiallisuuksiin menevä ruma kielenkäyttö saattaa viedä myös lapsilta innon seurata tiettyä tubettajaa. Eräs tutkittava taas kertoi arvostavansa sitä, että hänen vanhempansa antavat hänen katsoa kiroilevia ja roisimpia vitsejä kertovien tubettajien tekemiä videoita, vaikka hänen vanhempansa eivät näiden videoiden viehätystä itse ymmärtäisikään.

Jos se tubettaja vaik kiroilee tosi paljon, nii totanoin, sitten sillee et ei niit videoitakaa haluu kattoo nii paljon, et siin ehkä menee se fiilis vähän, ku se kiroilee tosi paljon.

Se on kyllä mukava sillee, että jos mä haluan kattoo vaikka jotaki tubettajaa joka esim. kiroilee paljon ja sanoo vitsejä joita mun vanhemmat ei arvostais, nii se on mukava että mä voin kattoo sellasii et jos mä pidän sellasista videoista. Nii että niitä ei kielletä multa sitte heti.

Tutkittavien keskusteluissa toistuivat useaan otteeseen toteamukset siitä, kuinka vanhemmat pitävät tubettajien tekemiä videoita turhanpäiväisinä ja ihmettelevät, miksi lapset jaksavat kuluttaa aikaansa niiden parissa. Suuri osa vanhemmista ei aineiston perusteella arvosta tubettajien tuotoksia eikä ymmärrä videoiden katsomista edes viihteen muotona. Osa tutkittavien kuvailemasta vanhempien kritiikistä kohdistuu myös suuremmin tubettajiin itseensä. Eräs lapsi kertoi äitinsä käyttävän hänen seuraamistaan tubettajista toistuvasti termiä "roskatubettaja". Yksi haastateltavista nosti esiin myös kaverinsa vanhempien tokaisun, jonka mukaan tubettajien tuottama sisältö on pelkästään turhaa rahan keräämistä.

Yleensäkin Youtube näkyy eri tavalla vanhemmille kun lapsille. Et vanhemmat tavallaan näkee sen semmosena, vähän niinku turhana ja sit lapset saattaa nähdä sen niinku viihteen lähteenä.

Vanhempien kritiikki kohdistuu keskustelujen perusteella videoiden sisällön lisäksi myös lasten YouTubessa käyttämän ajan määrään. Usea haastateltava kertoi vanhempiensa olevan sitä mieltä, että lapset käyttävät liikaa aikaa YouTubessa ja yleisemmin digitaalisten medioiden parissa. Vanhemmat saattavat nähdä videoiden parissa vietetyn ajan olevan pois esimerkiksi läksyjen tai kotitöiden tekemisestä tai ulkoiluun käytettävästä ajasta. Jotkut vanhemmat ovat haastateltavien mukaan huolestuneita siitä, miten iso osa digitaaliset mediat ovat heidän lastensa elämää.

Tai yleensä aika monella vanhemmalla on varmaan se, et lapset on liikaa YouTubessa, tai sillee peleissä, tai puhelimella ylipäätänsä, et muka puhelin on kasvanu käteen, et se ei niinku pysty oleen ilman sitä.

Rankan koulupäivän jälkeen ei yleensä jaksu tehdä suoraan läksyjä. Jos kattoo yhen videon vaikka ja makaa sohvalla, nii heti ne (vanhemmat) on sillee, et "no niin, läksyt ekaks ja sitte vasta". Et ne tulee heti sanomaan jos ottaa puhelimen esille.

Oma erillinen hämmästelyn kohteensa oli haastateltavien monimediallinen tyyli kuluttaa digitaalisten alustojen sisältöjä. Tutkittaville on keskustelujen perusteella

luonnollista keskittyä useaan mediaan yhtä aikaa. Monet kertoivat esimerkiksi lukevansa YouTube-videoiden kommentteja samaan aikaan kun video pyöri taustalla, tai selaavansa Instagramia samalla kun katsovat televisiota. Vanhemmissa tämän päällekkäisen median kulutustavan kerrottiin herättävän ihmetystä.

--jos mä pelaan ja odotan et pääsen matsiin siinä pelissä, nii mä katon jotain YouTube-videoita siinä välissä, tai katon jotain tiktokkia tai instagramii tai no mitä tahansa, nii äiti yleensä ihmettelee että miten mä pystyn pelaamaan ja kattomaan YouTubea samaan aikaan.

5.1.3. Lasten antamat syyt vanhempien suhtautumiselle

Kuten aiemmissa alaluvuissa on kerrottu, vanhempien suhtautuminen YouTubeen ja tubettajien videoihin on haastateltavien mukaan pääosin negatiivista. Ryhmähaastatteluissa tutkittavat tarjosivat erilaisia syitä vanhempiensa nihkeälle suhtautumiselle digitaalisten alustojen sisältöjä kohtaan. Nämä pohdinnat tuovat esille sen, että 2010-luvun lapset ovat hyvin tietoisia siitä muutoksesta, minkä mediamaailma on kokenut sitten heidän vanhempiensa oman nuoruuden. Lasten näkökulmasta vanhempien huolet ja vähäinen ymmärrys YouTubeen videoiden sisällöstä ja merkityksestä vaikuttivat olevan loogista seurausta siitä, että he olivat itse viettäneet oman nuoruutensa täysin erilaisessa maailmassa. Lapset myös myönsivät joidenkin vanhempien pelkojen ja kritiikkien olevan ainakin osittain aiheellisia.

--et ne näkee sen (tubettamisen) varmaan sellasena, et voi olla huonoo esimerkii, ja se on varmaan puoliks ihan totta, ainakin joidenkin osalta ja se ei oo mikään hyvä juttu.

Ehkä just se et ne on nuoruudessaan enemmän ollu just kavereiden kanssa vapaa-ajalla, nii ne ei välttämättä ymmärrä sitä nii hyvin et me ollaan puhelimella ja katotaan sieltä jonkun ihmisen elämää, eikä olla jonkun kaverin kanssa.

Mahdollisen huonon esimerkin saamisen lisäksi tutkittavat kokivat vanhempiensa pelkäävän liiallisen puhelimeen keskittymisen johtavan sosiaalisten suhteiden laiminlyömiseen ja jopa syrjäytymiseen. Tutkittavien puheiden perusteella vanhemmat eivät näe peleissä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vuorovaikutusta yhtä arvokkaana kuin kasvokkain tapahtuvaa vuorovaikutusta.

M: Mitä te luulette, et miks vanhemmat suhtautuu tähän tällai?

H: Koska ne luule et me syrjädytään muusta maailmasta, ku me ollaan puhelimella niin paljon, tai niin mun äiti ainakin sanoo.

Vanhempien ymmärtävämmän asenteen YouTubea kohtaan tutkittavat yhdistivät joissain tapauksissa siihen, että vanhemman itsensä tiedettiin käyttävän paljon aikaa tietokoneen äärellä.

No mun isä on aina ku se on kotona, nii se on tietokoneella ja leikkii sillä, eli se ei juurikaan valita.

5.2 Lasten kokemuksia YouTubesta

5.2.1 YouTube oppimisen ja viihtymisen tilana

YouTube näyttäytyy aineistomme perusteella lapsille hyvin monipuolisena oppimisen ja viihtymisen tilana. YouTubesta voi saada vinkkejä moniin arkisiin asioihin, mutta toisaalta videoiden kautta voi tutustua historiaan, politiikkaan ja kehittää siinä sivussa kielitaitoaan. Aineistosta käy ilmi, että lapset etsivät YouTubesta tietoa heitä kiinnostavista asioista, mutta videoissa käsitellään myös aiheita, joihin he eivät muuten välttämättä tutustuisi.

Jos sää just haluat oppia jotain, tai tietää johonki jonkun vastauksen, niin sä katot sen YouTubesta ja niin, sieltä löytyy.

Nii esim jotkut suomalaiset tubettajat just näyttää, et minkälaista on käydä töissä ja että minkälaista on ylipäättänsä olla aikuinen--

Haastateltavat kuvaavat saaneensa YouTubesta paljon käytännöllisiä vinkkejä esimerkiksi askarteluun, ruoanlaittoon, bujoiluun ja pelaamiseen. Tällaisia lifehack- ja tutorial-videoita katseltiin paljon, sekä itse opittavan asian vuoksi, mutta myös videoiden viihdearvon ansioista. Muutamien haastateltavien mukaan YouTuben videot voivat vaikuttaa oman mielipiteen muodostamiseen jostain asiasta ja auttaa ymmärtämään koulussa käsiteltäviä aiheita. Toiset taas kokivat, etteivät videot ole juurikaan muuttaneet heidän mielipiteitään.

Joskus videot niiku auttaa, et jos koulus puhutaan jostain, nii sitte tietää niiku siitä.

Haastateltavien mukaan niin sanottujen "uutisvideoiden" avulla tutustuu sellaisiin asioihin, joihin lasten ei muuten tulisi välttämättä tutustuttua. Uutisvideoilla haastateltavat tarkoittivat videoita, joissa tubettaja tiivistää, yksinkertaistaa ja selittää omin sanoin esimerkiksi viime aikoina mediassa esillä ollutta aihetta.

Mä katon myös semmosii uutisvideoita, että ku emmä usko että lapset hirveesti kattoo uutisia, nii sitte siinä tulee niiku sillee ehkä niinku mielenkiintosempii juttuja ja sillee että sitte niinku kuitenkin saa tietää jostain jutuista, tai jos on tapahtunu jotain.

Pysyy ajan tasalla sillee, et mitä maailmalla tapahtuu. Ei ehkä niin niinku sillee tota juttuja, mitä tarvis niiku tietää, mutta kuitenkin saa niinku paljon tietoo ja sillee.

Lapsia kiinnostavat YouTube-videot, joissa kerrotaan historiasta, uskonnoista, myyteistä ja onnettomuuksista. Haastateltavien mukaan monet tubettajat pyytävät seuraajiltaan ehdotuksia aiheista, joista he haluaisivat videoita tehtävän. Haastateltavat kokivat arvokkaaksi mahdollisuuden vaikuttaa tubettajien aihevalintoihin.

Monet haastateltavat näkivät vieraskielisten YouTube-videoiden katsomisen kehittäneen heidän kielitaitoaan merkittävästi. Monet kuvailivat englannin kielen taitonsa kehittyneen pääosin juuri YouTuben ansiosta.

Huomaa ku mun kaksvuotias serkku kattoo venäjänkielisiä ja englanninkielisiä videoita, niin se puhuu jo melkeen englantia kokonaan ja vähän venäjää.

Olen siis englannin kielen oppinu YouTubesta aikalailla kokonaan. Ja sillee että en mä aluks ymmärtäny mitään, mut nykyään mä osaan puhua englantia aivan mainiosti.

Aineistomme mukaan lapset hyödyntävät YouTubea viihtymiseen hyvin monipuolisesti. Omat mielenkiinnon kohteet ja harrastukset usein määrittävät, millaisten videoiden parissa lapsi viihtyy. Lapset katsovat YouTubesta muun muassa pelivideoita, vlogeja, reaktiovideoita, testivideoita, haastevideoita, storytime-videoita, meemivideoita, meikkivideoita, sketsivideoita ja urheiluvideoita. Videon kieli ei tutkittavien mukaan vaikuta juurikaan videon valikoitumiseen. Tärkeimpinä syinä tietyn videon valikoitumiselle lapset pitävät videon aihetta ja videon tekijän ominaisuuksia.

Videon viihdearvo ei haastateltavien mukaan usein määräydy pelkästään videon aihepiirin perusteella, vaan videon viihteellisyyden voi määrittää sen

sisältämä huumori tai suoranainen hölmöys. Joissakin videoissa huumoriarvo perustuu tekijän tai tekijöiden tarkoitukselliseen vitsailuun, toisissa taas videon tahattomaan tökeryyteen.

Et ku ne on niin surkeita, nii niistä saa sen hyvän mielen, että haha, noin on tyhmiä.

Tutkittavat kertoivat tubettajien käsittelevän videoillaan hyvin erilaisia aiheita. Sama tekijä saattaa toisinaan tehdä kevyitä ja hauskoja videoita, mutta puhua välillä myös vakavista aihepiireistä. Monipuolisen sisällön tekeminen nähtiin tubettajalle myönteisenä ominaisuutena.

No aika usein ne (videot) on semmosia hauskoja tai sellasia viihdyttäviä enemmän, mut kyllä ne joskus sitte puhuu jostain vakavemmistakin asioista. -- Aika moni on puhunu kiusaamisesta, tai jos on tapahtunu jotain traagista, esim tapaturma, nii siitäki on avauduttu.

5.2.2 Lasten suhtautuminen YouTube-sisällön julkaisemiseen

Tutkimukseemme osallistuneista lapsista monet olivat tehneet itse erilaisia videoita, mutta vain harvat olivat toistaiseksi julkaisseet videotansa avoimilla alustoilla. Monet kertoivat tehneensä videoita yksin tai kavereidensa kanssa, mutta jättäneensä videot julkaisematta.

Mäki oon tehny monesti kavereitten kanssa joskus, ku ei oo vaan keksiny mitään muuta tekemistä, nii että, jotain YouTube-videoita, mut en mä oo sitte ikinä niiku laittanu niitä mihinkään.

Suuri osa tutkittavista kertoi tehneensä videoita yhdessä kavereidensa kanssa. Videoiden tekemisen kavereiden kanssa nähtiin parantavan videoiden sisältöä ja toimivan myös hyvänä suodattimena sille, mitä kannattaa julkaista.

Mäen kyllä viittis tehä yksin. Et joku kaveriporukka siinä pitäis olla, koska joo-o, ne videot mitä mä ite teen nii se on vaan mun oma mielipide, et se on hyvä video. Mut sit ku siin on joku viis tyyppiä lisää, nii sitte jos yks sanoo et se on huono, nii sitte muokataan siitä sit parempi, nii siitä tulee hyvä.

Tutkittavat tiedostavat aineistomme perusteella, millaisia riskejä videoiden julkaisemiseen liittyy ja millaisia sisältöjä videopalveluissa kannattaa ylipäättään julkaista. Tutkittavat nostivat haastatteluissa itse useaan kertaan esille, että omien videoiden julkaisemisessa kannattaa olla hyvin tarkkana, koska kerran

YouTubeen ladattua videota voi olla mahdotonta saada sieltä enää koskaan pois. Tutkittavat tiedostivat myös, että heidän videoitaan voidaan uudelleenkäsitellä ja julkaista uudelleen muiden käyttäjien toimesta.

En oo aatellu sillee tehdä videoita. En halua tehdä, koska se voi samaan aikaan olla sillee, et nimenomaan et sit siitä voidaan ottaa periaattees mikä tahansa mitä mä sanon tai teen sillä videolla ja käyttää miten halutaan, koska jos se on YouTubessa, niin sit se on siellä ja kaikki voi käyttää sitä.

Haastateltujen mukaan oman videon julkaisemista kannattaa aina harkita kunnolla. Haastateltavat muistuttavat myös, että videoiden sisällön suhteen pitää olla tarkkana, sillä epäkorrektit sanavalinnat voivat tunnettujen tubettajien kohdalla helposti johtaa rajuun kritiikkiin videon kommenttikentässä.

Jos sä julkaset ittes mielestä jonkun nolon videon, nii hyvä muistisääntö on semmonen, et älä julkase semmosta, mitä et voi esim omille vanhemmille näyttää.

Mut sit ei kannata olla tyhmä ja mennä sanoon jotain niinku esim rasistista, tai jotain tällasta, nii sitte sä saat vaan vihaa ja sit siinä vaan mediassa sää meet niinku ihan julkiseks ja sillee porukka rupee vihaamaan sua ja sitte jotain tällaista draamaa voi tapahtua helposti jostain pienestäkin asiasta, sitä vaan liiotellaan ihan hirveesti.

5.2.3 Lasten ymmärrys YouTubeen markkinointimekanismeista

Tutkittavien keskusteluista huomaa, että monet lapset ovat hyvin perillä YouTube-videoiden mainontaan ja videoiden markkinointiin liittyvistä tekijöistä. Useat haastateltavat esimerkiksi mainitsivat videoiden keston vaikuttavan siihen, kuinka paljon mainoksia videoihin voi laittaa. Lapset kuvasivat myös sitä, kuinka videoiden harhaanjohtavalla otsikoinnilla ja "pikkukuvilla" yritetään houkuttaa ihmisiä videon pariin.

H1: Ku sun video on yli kymmenen minuttia, niin siihen saa laittaa enemmän mainoksia.

H2: Niin paljon ku haluaa. Sä voit laittaa siihen vaikka viiskytkuus. Ja palataas siihe Five Minute Craftiin, niin siinä on aika sama, että ne videot on jonku kakskyt minuuttia, joka lifehackin jälkeen on mainos.

H3: Ja ne on clickbaitteja. Se kuva ei tapahdu ikinä, siinä on joku puhelin johon laitetaan jotain kuumaliimaa päälle.

Tubettajilla on usein tapana mainostaa omaa kanavaansa videoiden yhteydessä ja näin houkutella uusia katsojia videoilleen. Säännöllisesti videoita julkaisevat tubettajat päättävät videonsa useasti kehotukseen tykätä videosta ja kommentoida sitä videon kommenttikenttään, sekä tilata tubettajan kanava, jolloin katsoja saa kanavan seuraavista videoista suoran ilmoituksen. Tubettajien oman kanavan ja videoiden liiallinen tyrkyttäminen nähtiin keskusteluissa kuitenkin ärsyttäväksi.

Varmaan niitä sit tilaa sillee jos tykkää, mut ei voi silleen tyrkyttää. Et ethän sä voi niinku pakottaa niitä tilaamaan, et sä voit kerran sanoo, et "joo ois kivaa jos sää tilaisit tän", mut et parempi vaan tehdä sellaisia videoita, mist ne tykkää sit.

5.2.4 Lasten kokemuksia YouTubeen kommentteista, kielenkäytöstä ja ikärajoista

Videoiden kommenttien lukemisen ja kommentoinnin nähdään olevan olennainen osa YouTube-videoiden katselua. Kommentit ovat tutkittavien mukaan pääosin sävyiltään negatiivisia, vaikka sekaan mahtuu myös paljon hauskoja kommentteja. Videoiden kommentteissa annetaan usein myös palautetta ja kehitysehdotuksia tuleviin videoihin. Videoiden tekijöitä ja sisältöjä kritisoidaan lasten mukaan usein kovasanaisesti ja kritiikin kohteena voivat olla täysin turhat asiat.

Jotenki tuntuu, et ne odottaa niiltä tubettajilta, et ne osais tehdä jotain paremmin, ku ne on niinku kuuluisia ja niil on nii paljon tykkäyksiä ja seuraajia. Yleensä rakentavaa palautetta on erittäin paljon kommentteissa.

Yhdessä keskustelussa tutkittavat puhuivat tapauksesta, jossa 9-vuotias tyttö oli ladannut YouTubeen videon, jossa hän kertoo koiransa kuolemasta. Video oli saanut nopeasti paljon katsojia ja kommenttikenttä oli täyttynyt asiattomista kommentteista. Tutkittavat pitivät tällaista kommentointia hyvin tavallisena ja näkivät, että vihakommentteja on kyettävä sietämään, mikäli Youtubessa videoita julkaisee. Negatiivinen kommentointi nähdään kiinteäksi osaksi YouTubeen kommentointikulttuuria.

Sinne oikeesti tuli tosi paljon tosi törkeitäkin kommentteja, ku on kuitenkin 9-vuotias tyttö, joka ei välttämättä tajua vielä sitä, et kuinka ilkeä netti voi välillä olla, niin se varmasti oli siit tosi ikävää.

YouTuben ikärajoihin lapset suhtautuivat kaksijakoisesti. Ikärajoja pidettiin toisaalta turhina, mutta toisaalta niiden nähtiin suojelevan lapsia sopimattomalta materiaaalilta. Yksi tutkittavista pohti ikärajojen tarpeellisuuden riippuvan paljon ihmisestä; toiset saattavat kestää esimerkiksi videoiden kommenttikenttien sisältöä paremmin kuin toiset. Tässäkin puheenvuorossa korostui ajatus siitä, että jos haluaa julkaista videoita YouTubessa, ikäviä kommentteja ei voi välttää, ne on vain pakko opetella sietämään.

Kylhän se vähän tuntuu, että ettei sitä tarvita mihinkään, mut se on kuitenkin niinkun sitä varten, ettei ehkä näkis sellasta, mitä ei pidä nähdä niin nuorena.

Se riippuu vähän ihmisestä itsestään, että kestäkö niinkun vihakommenttia kuinka paljon, et ei sitä voi oikein määritellä, et kukaan 13-vuotias ei sais tehdä, mut se riippuu vähä ihmisestä, että pystyykö.

Videoiden keskustelukentillä esiintyy tutkittavien mukaan paljon myös niin kutsuttua "spämmiä" (engl. spam), jolla tarkoitetaan tässä yhteydessä YouTuben käyttäjien levittämää videoon liittymätöntä viestintää. Näiden viestien lähettäjien tavoitteena on yleensä saada tykkäyksiä omalle kommentille.

H1: Jotkut pistää vaan semmosia spämmejä, et "tykkää kommentista jos jotain"

H2: "Sul on sukat jalassa"

H3: "Tykkää tästä niin saat hyvän onnen ensi vuodeksi"

5.3 Perheen sisällä tapahtuva keskustelu YouTubeen liittyen

5.3.1 Neuvottelun puuttuminen

Kuten aiemmista luvuista käy ilmi, näyttäytyvät YouTube-videot ja tubettajien tuottama sisältö erilaisina lapsille ja heidän vanhemmilleen. Tutkittavien vastauksissa näkyy turhautuminen siitä, että vanhempien koetaan näkevän lähes minkä tahansa tekemisen arvokkaampana kuin YouTube-videoiden katselun. Aineistossa toistui kertomukset siitä, kuinka vanhemmat patistavat lapsiaan lopettamaan videoiden katselun ja tekemään sen sijaan jotain muuta. Tutkittavien mukaan vanhempien on vaikea ymmärtää, että lapset haluavat katsoa videoita muiden ihmisten tekemisistä sen sijaan, että tekisivät asioita itse.

No mulla meni tota pari päivää sit vähä moti mun äitiin, ku oli semmonen sateinen sää ja kukaan kaveri ei voinu tulla ja mulla ei ollu mitään tekemistä ja ulkona oli kylmä ja sellasta, nii sitte mä avasin YouTuben, nii sit se sano heti et pois, että mee ulos! Sit mä sanoin et siel on kylmä, et en mee nii sit se sano että tee sit jotain muuta. Mä kysyin et mitä, nii se sano et siivoo, tiskaa.

Monet haastateltavat kokivat, etteivät heidän vanhempansa ole kiinnostuneet siitä, minkälaista sisältöä lapset YouTubesta katselevat. Monissa perheissä keskustelu YouTubesta jää haastattelujen perusteella usein pintapuoliseksi, kun kumpikaan osapuoli ei ryhdy tekemään aloitetta monipuolisemman keskustelun luomiseksi. Osa haastateltavista koki, että tubettajien videot ovat niin kaukana heidän vanhempiensa kokemusmaailmasta, ettei niitä edes kannata yrittää heille selittää.

H: Kyllä mun vanhemmat kysyy aina joskus jos mä katon niinku pitkään sillee, että mitäs sää katot ja mä vastaan et YouTube.

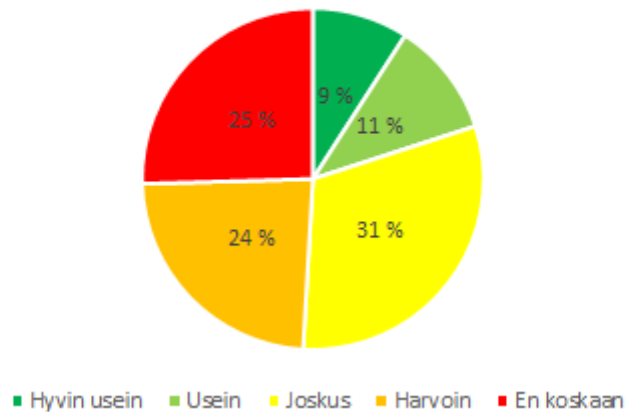
M: Mut ei kysy sen tarkemmin?

H: Ei.

--Mä katon semmosia videoita, joista tulee niinku se freimi, joku kymmenen sekuntia näkyy sellaista tyhmää kuvaa, joku panda joka lentää, nii ne tulee kattoon siihen just sillä kohalla ku se panda lentää nii, on sillai että, 180 astetta ja ulos

EU Kids Online -aineiston mukaan yksi neljäsosa 6.-luokkalaisista kertoi, ettei heidän vanhempansa tai huoltajansa puhu koskaan heidän kanssaan siitä, mitä vastaajat tekevät internetissä. 51 prosentilla vastaajista vanhempi tai huoltaja puhui lastensa internet-aktiviteeteista vähintään joskus.

Vanhempani/hooltajani puhuu kanssani siitä mitä teen internetissä (N55)



KUVIO 7.

5.3.2 Yhteisen maaperän löytäminen

Haastatteluaineistosta oli nostettavissa esiin erilaisia keinoja, joilla sekä lapset että vanhemmat yrittävät löytää yhteistä maaperää aiheen ympäriltä erilaisista perspektiiveistään ja asenteistaan huolimatta. Näissä keinoissa avainasemassa oli tutkittavien puheenvuorojen perusteella molempien osapuolten halu jakaa kokemusmaailmaansa perheen sisällä. Osa haastateltavista kertoi esitelleensä itse katsomiaan videoita omatoimisesti vanhemmilleen. Lapset näyttivät vanhemmilleen mieluusti niitä tubettajien videoita, joissa he kokivat olevan sellaista sisältöä, joka saattaisi kiinnostaa myös vanhempia. Videoiden näyttämisestä tutkittavilla vaikutti olevan positiivisia kokemuksia, ja nämä hetket olivat ainakin joissain tapauksissa vaikuttaneet myös vanhempien suhtautumiseen tubettajien tuottamaan sisältöön.

V: Mullakin on käyny monta kertaa niin, et katon just sen JustimusFilmsin videoita, nii sitte äiti sanoo monta kertaa, et "miks sää katot noita" et ku se kattoo just jollain pienellä vilkasulla niitä, nii sitte mää joskus näytin sille parin sen videota, nyt se sit itekkin kattoo niitä

Tubettajien noustessa yhä merkittävämmiksi julkisuuden henkilöiksi vanhat ja uudet mediat risteytyvät entistä enemmän, ja tämä tarjoaa perheille mahdollisuuksia yhteisen maaperän löytämiseen. Yksi haastateltava kertoi

vanhempiensa kyselevän häneltä tubettajista, joihin he törmäävät esimerkiksi sanomalehdissä. Ainakin yksi vanhempi oli yrittänyt hyödyntää YouTube potentiaalia informaalin oppimisen kanavana: haastateltava kertoi, että hänen isänsä oli kannustanut häntä katsomaan ranskankielisten tubettajien videoita kielen oppimisen edistämiseksi. Sellainen vanhempien osoittama kiinnostus, joka ei rajoittunut vain varmistamaan, ettei lapsi katso hänelle sopimatonta sisältöä, vaikutti olevan tutkittaville mieluista.

--äiti ei sillee kysele mut iskä sitte niinku se on kiinnostunu et mitä mä katon, ihan varmaan siis tietenkä syystäkin kiinnostunu et mitä mä katon niinku internetistä. Mutta Youtubesta se on kiinnostunu et mitä mä katon niinku muutenkin, että mistä mä pidän, niinku tavallaan aiheena ja näin.

Muutama haastateltava kertoi myös viettävänsä vanhempiensa kanssa yhteisiä hetkiä YouTube-videoiden parissa katselemalla molempien kannattaman urheilujoukkueen otteluiden kohokohtia tai molempien kuunteleman yhtyeen keikkavideoita.

5.3.3 Lasten yksityisyys YouTubessa

Haastateltavien keskustelujen perusteella heidän vanhemmillaan oli hyvin erilaisia suhtautumistapoja siihen, minkä verran lapsilla kuuluu olla yksityisyyttä ja omaa tilaa internetin suhteen. Osa vanhemmista seuraa ja hallinnoi lastensa kännykän käyttöä esimerkiksi erilaisten sovellusten avulla, kun taas osa vanhemmista kokee, että 6.-luokkalaisella lapsella kuuluu jo olla digitaalisilla alustoilla oma yksityinen tilansa, johon vanhempien ei kuulukaan päästä sisään. Vanhempien kontrolli lastensa internetin käytöstä oli useamman haastateltavan mukaan höllentynyt heidän kasvaessaan.

No mun puhelimes on semmonen sovellus, joka estää mua kattomasta mitään sellasta mikä ei kuulu mulle ja sitte mul on puhelinaika ja ne näkee kaiken mitä mä puhelimella teen.

No multa ei sillee kysele, et ne ajattelee et se on ihan niinku normaalia itse asiassa, että mulla pitää olla mun oma salasana, et kukaan muu, edes niinku vanhemmat ei tiedä sitä ja näin.

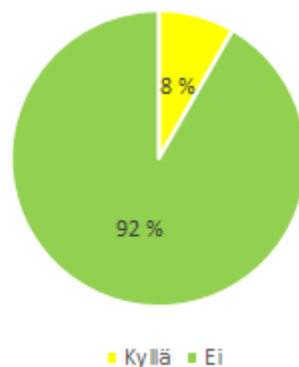
Yksi haastateltavista koki tärkeäksi, että vanhemmat osoittavat luottamusta antamalla hänelle yksityistä tilaa digitaalisilla alustoilla. Suuri osa niistä lapsista,

joiden internetin käyttöä vanhemmat valvoivat tarkasti, kokivat tämän kontrollin turhauttavana ja ärsyttävänä.

Nyt ne niinku uskoo, et muhun voi luottaa, et jos mä nään jotain semmosta mistä mä en pidä tai mikä jää mun mieleen, mä voin kertoa siit mun vanhemmille, et ei mun tarte näyttää mitään mun viestejä tai historiaa.

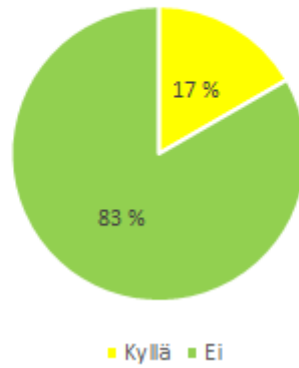
Nuorille ihmisille on todettu olevan tärkeää löytää mediatiloja, joissa ei ole aikuisia ja johon vanhempien kontrolli ei yllä. EU Kids Online -kyselyyn vastanneista 6.-luokkalaisista vain kahdeksan prosenttia kertoi heidän vanhempansa tai huoltajansa käyttävän lapsilukkoa tai muuta keinoa, jolla he estävät tietynlaisen internet-sisällön seuraamista. Vastaavia keinoja estämisen sijasta lastensa internetin käytön seuraamiseen käytti hieman suurempi osa vanhemmista, 17 prosenttia.

Vanhempani/huoltajani käyttää lapsilukkoa tai muita keinoja estää tai suodattaa tietynlaisia sisältöjä (N48)



KUVIO 8.

Vanhempani/huoltajani käyttää lapsilukkoa tai muita keinoja seurata sisältöä, jota internetissä katselen tai sovelluksia joita käytän (N48)



KUVIO 9.

6 TULOSTEN TARKASTELO JA POHDINTA

6.1 Tulosten tarkastelua

Uusi informaatioteknologia sekä yhdistää että erottaa sukupolvia. Mediatuotannon sisältöjen kehittyessä ennennäkemättömällä vauhdilla, vanhempien ja kasvattajien on toisinaan hyvin haastavaa pysyä ajan tasalla siitä, millaisten mediasisältöjen kanssa lapset ja nuoret ovat päivittäin tekemisissä (Lahikainen 2005, 209–210). Analyysissä esittelemämme sukupolvien välinen kuilu näkyikin lähinnä vanhempien vajavaisena ymmärryksenä YouTuben kokonaisuudesta. Heille YouTuben sisällöstä näyttäytyy ikään kuin vain toinen puoli, kevyt ja viihteellinen sisältö, joka ei vaikuta osuvan heidän kulttuuriseen piiriinsä. Lasten kuva YouTubesta on sen sijaan paljon kokonaisempi. He eivät näe YouTubea naiivin positiivisessa valossa, mutta tunnistavat kuitenkin, että siihen liittyy kevyen viihteellisyyden lisäksi myös muita arvoja ja muunlaisia sisältöjä. Sukupolvien välinen henkinen välimatka tuntuu toisinaan kasvavan aivan huomaamatta. Kaikkein tärkeintä kehittyvän lapsen ja nuoren kannalta olisi, että kasvattajat pystyisivät luomaan ja ylläpitämään lasta ja nuorta kuulevaa keskustelukulttuuria. (Lahikainen 2005, 209–210.)

Kantava teema lasten kuvauksissa perheiden ja sukupolvien välisistä uusiin media-alustoihin liittyvistä ristiriidoista oli juuri tämä tarve aidolle keskustelulle. Puhutaan sitten vanhemmasta tai opettajasta, on kasvattajan äärimmäisen tärkeä ymmärtää kasvatettavan maailmaa mahdollisimman hyvin, jos hän haluaa muodostaa mielekkään ja luottamukseen perustuvan aidon vuorovaikutussuhteen lapsen tai nuoren kanssa. Mitä kauemmas sukupolvien arkiset kokemusmaailmat liikkuvat toisistaan, sitä vaikeampaa rakentavan kasvatuksellisen vuoropuhelun aikaansaaminen on (Jaakkola 2010, 39). Jaakkola ehdottaakin, että aikuisen kasvatusero täytyisi määritellä uudelleen: tietoauktoriteetin sijasta nykypäivän yhteiskunta kutsuu puoleensa keskustelevaa

kasvatuskulttuuria, joka perustuu rakentavaan ja ymmärtävään dialogiin sukupolvien välillä, ja jossa Meadin prefiguratiivisen kulttuurin ajatuksen mukaisesti nuoretkin voivat toimia asiantuntijoina, joiden sanoille annetaan digitaalisia ympäristöä koskevissa kysymyksissä painoarvoa. (Jaakkola 2010, 56.)

Monet haastateltavat kokivat, etteivät heidän vanhempansa anna juurikaan arvoa YouTubeen parissa käytetylle ajalle. Tämä sama ilmiö on havaittu aiemmissakin tutkimuksissa, esimerkiksi Sofia Livingstonen teoksessa *The Class: living and learning in the digital age* (2016). Nuorten elämää kotona ja koulussa tutkinut Livingstone toteaa, että vanhemmat tapaavat jättää digimediassa tehdyt luovat aktiviteetit huomiotta, nähden ne vain ajan tuhlaamisena hölmöjen kissavideoiden ja kaatuilevien ihmisten katselemisen parissa. Osallistuvimmatkin aikuiset käyttävät verrattain vähän aikaa lastensa kanssa netin parissa, katsoen sen sijaan lastensa tekemisiä kauempaa huolehtien kotiläksyistä ja liikunnasta. Livingstonen mukaan vanhemmat käyttävät paljon resursseja kotiensa varustamiseen digitaalisella teknologialla, mutta keskittyvät vähemmän median ääressä tapahtuvien kokemusten jakamiseen lastensa kanssa. (Eleá & Mikos 2017, 45.)

Yhteisten kokemusten puuttuminen uusien media-alustojen äärellä on omiaan kasvattamaan sukupolvien välistä kuilua. Tutkimuksemme aineistossa tämä kuilu tulee esille haastateltavien kertoessa siitä, kuinka vähän arvoa heidän vanhempansa YouTube-videoille antavat. Vanhemmat eivät näe peleissä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vuorovaikutusta yhtä arvokkaana kuin kasvokkain tapahtuvaa vuorovaikutusta. Haastateltaville tämä vuorovaikutus on luonnollinen osa sosiaalista elämää. YouTubeen liittyvän kulttuurin korostama kuilu näkyy ennen kaikkea vanhempien ja lasten erilaisissa huumorikäsitteissä: lapsille hulvattoman hauskana näyttäytyvä tubettaja on vanhempien näkökulmasta turhanpäiväinen "huutovideoiden" tekijä.

Jenkins, Ito ja boyd (2016) yhtyvät Whiten ja Le Cornun (2011) kritiikkiin diginatiivi-käsitettä kohtaan. Heidän mukaansa vanhempien sukupolvien ulkopuolisuuden kokemus verrattuna digiajan "alkuperäiskansaksi" nimettyyn nuorisoon antaa heille valmiiksi opitun asenteen, jonka varjolla he eivät koe tarvetta osallistua yhteiskunnassa myllertävään muutokseen. Osa aikuisista suhtautuu uusiin median muotoihin passiivisesti ja omaa avuttomuuttaan

korostaen, osa taas kokee muutokset uhkaavina ja suhtautuu uusien alustojen käyttöön aggressiivisesti. (Jenkins ym. 2016, 48–49.)

Nämä vanhempien käyttäytymismallit ovat havaittavissa myös haastattelemiemme oppilaiden kuvauksista. Monet vanhemmat tuntuvat suhtautuvan digitaalisiin medioihin yksiselitteisesti uhkana, jonka vaikutusta omiin lapsiinsa he yrittävät kontrolloida korvaamalla sen parissa käytetyn ajan vaihtoehtoisilla aktiviteeteilla. Aineistossa oli nähtävillä myös esimerkkejä perheistä, joissa lapsen omaa toimijuutta digitaalisten medioiden käyttäjänä pidettiin arvossa, ja joissa sukupolvien välillä vaikutti vallitsevan toimiva luottamussuhde mediankäytön suhteen. Tällaisen suhteen muodostamiseksi lapselle on tärkeää antaa tarvittava määrä omaa tilaa löytää oma tapansa käyttää internetiä ja sen media-alustoja. Samalla vanhemman on myös oltava valmis kuuntelemaan, mitä lapsi haluaa vanhemmilleen omasta internet-elämästään kertoa.

Ehdottaessaan diginatiivin ja digimaahanmuuttajan käsitteiden tilalle käsitteitä asukas ja vierailija, White ja Le Cornu (2011) muistuttavat, että eri sukupolvien erilaiset tavat käyttää internetiä ja sen alustoja eivät välttämättä kerro erilaisesta osaamisen tasosta, vaan erilaisesta tavasta käyttää internetiä. Ajatusten pohjalta voikin pohtia, johtuuko sukupolvien välinen kuilu internetin kohdalla enemmän käyttötaitojen vai käyttökulttuurin erosta. Internetiin vierailijan asenteella suhtautuvan vanhemman voi olla vaikea hahmottaa internetin asukkaisiin lukeutuvan lapsensa intoa viettää aikaansa internetissä, jos hän ei itse osaa nähdä internetiä työkalun sijasta paikkana, jossa asukkaat aktiivisesti viettävät aikaa ja elävät elämäänsä. Digitaalisissa mediaympäristöissä kasvaneiden lasten kohdalla erottelu ”todellisen” ja ”virtuaalisen” elämän välillä tuntuu taas hyvin keinotekoiselta. Lasten ja nuorten näkökulmasta virtuaalinen kanssakäyminen ei näyttäyty vähemmän autenttisena kuin kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus. (White & Le Cornu 2011.)

YouTuben suhteen aineistomme perusteella nekin vanhemmat, jotka katsovat lastensa tietämyksen mukaan YouTube-videoita, katsovat tarkkaan rajatusti vain tiettyjä harrastuksiinsa tai kiinnostuksen kohteisiinsa liittyviä videoita. Lapsista iso osa taas kertoi viettävänsä aikaa asiasta tehden YouTubea, katsoen videoita, joita alusta heidän katsottavakseen tarjoaa. Vaikka haastatteluvaiheessa kysymyksemme koskivatkin pääosin YouTubea,

vanhempien asenteista puhuessaan haastateltavat kertoivat siitä, miten vanhemmat suhtautuvat yleisesti kaikkeen teknologisilla laitteilla suoritettavaan toimintaan. Vanhemmille kaikki lasten älypuhelimien ääressä viettämä aika vaikuttaa siis näyttäytyvän yhtenä aktiviteettina. Toisaalta on huomionarvoista, että sama ilmiö vaikuttaa aineistomme perusteella toimivan myös toiseen suuntaan. Tutkittavat eivät tuntuneet olevan kovin tarkkaan selvillä vanhempiensa tietokoneella tekemistä asioista, vaan puheessa käytettiin ilmauksia kuten “en mä usko” ja “ei tietääkseni”. Keskustelujen perusteella lapset eivät ole kovin tarkkaan perillä vanhempiensa nettikäyttämisenestä. Käsitys siitä, että vanhemmat eivät seuraa aktiivisesti tubettajien videoita, vaikuttaa perustuvan heidän yleiseen ymmärrykseensä ja suhtautumiseensa YouTubea kohtaan. Whiten ja Le Cornun käsitteitä käyttäen vaikuttaakin siltä, että digimaailman asukkaille digimaailman vierailijoiden käytös näyttää yhtä kummallisena kuin toisin päin.

Lasten mediankäyttöön liitetään helposti erilaisia negatiivisia uhkakuvia. Vanhemmat voivat ajatella, että netissä vietetty aika uhkaa lasten “oikeaa” ja “luonnollista” kasvua ja nähdä median eräänlaisena autenttisen lapsuuden haastajana. Vanhemmat kokevat pihaleikit ja kavereiden tapaamisen kannustettavammaksi ja oikeammaksi tekemiseksi, kuin kavereiden kanssa puuhastelemisen nettialustoilla. (Noppari ym. 2008; Noppari 2014.) Myös tämän tutkimuksen aineistossa moni haastateltava kuvasi tilanteita, joissa vanhemmat patistivat heitä laskemaan kännykän alas ja tekemään esimerkiksi kotitöitä tai ulkoilemaan ystävien kanssa. Lapsille maailman jaottelemisen “oikeaan” ja “virtuaaliseen” tuntuu keinotekoiselta, sillä heille molemmat maailmat tuntuvat täysin luonnollisilta, toisiaan täydentäviltä sosiaalisilta tiloilta. (Livingstone 2009, 31.)

Näiden vastakkaisten näkemysten voi nähdä edustavan Buckinghamin (2003) jaottelua, jossa näkemykset lasten ja median suhteesta voi jakaa dikotomisesti kahteen koulukuntaan. Toinen perspektiivi perustuu ajatukseen, jonka mukaan media aiheuttaa aidon ja oikean lapsuuden kuoleman, kun taas toisessa näkökulmassa ajatellaan, että uudet media-alustat toimivat lapsille vapauttavana voimana, joka edistää sosiaalisten suhteiden luomista ja sosiaaliseen vaikuttamiseen oppimista. (Buckingham 2003, 19.) Keräämämme haastatteluaineisto vahvistaa kuvaa siitä, että vanhemmat ovat taipuvaisia

näkemään digitaalisen median alustat ennemmin luontaisen ja aidon lapsuuden vastustajina. Lasten kommentteissa taas oli nähtävissä median vapauttavan ja voimaannuttavan vaikutuksen puolesta puhuvia näkemyksiä. YouTubessa tapahtuvasta informaalista oppimisesta keskusteltaessa haastateltavat nostivat avainasemaan sen, että tubettajien asiasisältöä sisältävien videoiden kohdalla he pääsevät itse vaikuttamaan niihin aiheisiin, joita videoissa käsitellään. Tämä toimijuuden tunne vaikuttaa olevan merkittävä tekijä, joka lisää lasten intoa ajankohtaisiin aiheisiin liittyvän sisällön seuraamista kohtaan.

Lasten ja vanhempien kiistely pelaamiseen tai videoiden katseluun käytettävästä ajasta on yleistynyt 2000-luvulla Suomessa samoin kuin muuallakin länsimaissa, koska mediasta on tullut liki taukoamaton osa lasten ja perheiden arkista elämää. (Lahikainen & Arminen 2015, 264.) On syytä muistaa, että kiistely johtuu usein perheiden yhdessäolon tapojen muutoksesta, mutta median syyksi saatetaan nykyaikana laittaa myös kiistoja, jotka johtuvat perheen dynamiikan luontaisesta kehityksestä lapsen kasvaessa. Lapsen lähestyessä murrosikää kavereiden merkitys kasvaa ja lapsen kasvuympäristö laajentuu alati kiihtyvällä vauhdilla myös mediasta riippumattomista syistä. Buckingham (2003) varoittaakin asettamasta mediaan liittyvissä keskusteluissa medialle liian määrittävää asemaa sosiaalisten muutosten toteuttamisessa. Media on sosioekonomisten muutosten ja sosiaalisten tekijöiden joukossa vain yksi niistä vaikuttimista, jotka muokkaavat nykyajan lapsuutta ja nuoruutta. Vaikka haastatteluihimme valikoitiin vain sellaisia 6.-luokkalaisia, jotka käyttävät YouTubea runsaasti, oli vastaajien välillä silti löydettävissä valtavasti erilaisia tapoja käyttää sivustoa, niin katsottavien videoiden, osallistumisen YouTubeen yhteisölliseen puoleen kuin myös omien videoiden julkaisun saralla.

Innokkaasta YouTubeen käytöstään huolimatta haastateltavat tuntuivat olevan kuitenkin melko yhtä mieltä siitä, että YouTubeen liittyy myös negatiivisia lieveilmiöitä. Eniten näistä keskusteluissa esiin nousivat videoiden kommenttikentissä yleiset "vihakommentit". Burgess ja Green (2018) toteavat, että antisosiaaliset kommunikaation tavat normalisoituivat nopeasti osaksi YouTubeen toimintakulttuuria jo sivuston ensimmäisinä vuosina. Näiden "trollien" negatiivisten ja usein henkilökohtaisuuksiin menevien vihamielisten kommenttien hyväksyminen on osa YouTubeen kokemusta niille, jotka käyttävät YouTubea sosiaalisena verkostona. YouTubeen käyttäjien on vain hyväksyttävä ilkeät

kommentit “osana pakettia”, ja ilkeiden kommenttien käsitteleminen niin käytännön tasolla kuin myös emotionaalisesti on olennainen taito, jota tarvitaan nautittavaan ja merkitykselliseen osallistumiseen. (Burgess & Green 2018; viitattu Lange 2007.) Myös tämän tutkimuksen aineistossa ajatus vihakommenteista “osana pakettia” oli nähtävillä monen haastateltavan puheissa. Negatiivisia kommentteja on fokusryhmäkeskustelujen perusteella käytännössä mahdotonta välttää, sen sijaan niiden kanssa täytyy haastateltavien mukaan vain opetella tulemaan toimeen. Nämä lieveilmiöt toimivat samalla myös “varoittavina esimerkkeinä”, jotka vähentävät lasten intoa ladata omaa sisältöä YouTubeen ja ohjaavat heitä suhtautumaan YouTubeen sosiaaliseen puoleen harkiten. Trolleineen, tuoteasetteluineen, mainoksineen ja klikkiotsikoineen YouTube voi toimia monille lapsille ikään kuin “pikakurssina” monipuolistuneen mediaympäristön muodostamiin medianlukutaidollisiin haasteisiin.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Fokusryhmähaastattelussa ei ole tarkoituksena tuottaa yleistettävää kvantitatiivista informaatiota, vaan sillä saadaan selville tutkimukseen osallistujien näkemyksiä, kokemuksia, tunteita, asenteita ja ajatuksia. Fokusryhmät soveltuvat erityisen hyvin jotain ilmiötä tutkivaan ja selittävään tutkimukseen. (Vaughn ym. 1996) Tutkimuksemme tavoitteena oli kartoittaa lasten omia kokemuksia YouTubeesta ilmiönä ja sitä kautta laajentaa omaa käsitystämme tutkittavasta aiheesta. YouTubeen ja tubettamiseen liittyviä ilmiötä on tutkittu lasten näkökulmasta vielä verrattain vähän, ja fokusryhmähaastattelut soveltuvat hyvin melko uuden ilmiön tutkimiseen.

Koimme haastattelutilanteessa edulliseksi, että moderaattoreita oli paikalla kaksi. Tämä mahdollisti sen, että toinen moderaattoreista pystyi varmistamaan, että kaikki halutut keskusteluteemat tulevat käydyiksi läpi. Kahden moderaattorin läsnäolo myös auttoi luomaan rennomman ilmapiirin, ja monipuolisemman keskustelun aikaansaaminen oli helpompaa kuin yksin toimiessa. Haastattelun toteuttaminen kahdestaan tarkoitti myös sitä, että pystyimme tarkemmin huomioimaan varovaisemmatkin keskustelijat, silloin kun he osoittivat merkkejä halusta osallistua keskusteluun. Fokusryhmähaastattelun riskinä on aina, että ryhmän sisäinen dynamiikka voi johtaa tilanteeseen, jossa tietyt osallistujat

dominoivat keskustelua toisten jäädessä vaille puheenvuoroa (Cohen ym. 2018, 533). Jokaisessa ryhmässämme oli havaittavissa enemmän tai vähemmän selkeä ”johtohahmo” joka vaikutti keskustelun suuntaan ja sävyyn, mutta koemme kuitenkin onnistuneemme antamaan tilaa jokaiselle tutkittavalle.

Aineistolähtöistä sisällönanalyysiä tehdessämme koimme hyödylliseksi, että aineistoa luokitteli ja tulkitsti yhden tutkijan sijaan kaksi. Kun tutkijoita on useampia, on havainnoista ja näkemyksistä keskusteltava suhteellisen paljon. Tämä osaltaan lisää analyysin luotettavuutta ja monipuolistaa tutkimusta ja tarjoaa laajempia näkökulmia tutkittavaan aiheeseen. (Eskola & Suoranta 1998, 70.)

Yksi haasteista sosiaalista mediaa ja uusia digitaalisia alustoja käsittelevissä tutkimuksissa on teknologioiden ja niiden käyttökulttuurien jatkuva ja entisestään kiihtyvä muuttuminen. Kun tutkimuksen tavoitteena on reagoida ajankohtaisiin kysymyksiin ja pysyä median ilmiöiden suhteen ajan tasalla, muodostuu haasteeksi mediaympäristöä koskevan tutkimustiedon nopea vanheneminen. Muutosmylleryksen keskellä on haastavaa yrittää tunnistaa pysyvimmit ilmiöt muuttuvien rakenteiden viidakosta. (Vilmilä 2015, 28.) Muutoksen ollessa jatkuvasti kesken, kaikkien siitä johtuvien ilmiöiden ja seurausten tutkiminen sisältää väistämättä tietyn määrän arvailua. Tästä huolimatta nopeasti etenevän prosessin keskeltä on mahdollista löytää pysyviä ilmiöitä ja kehityskulkuja. Tässä tutkimuksessa keskityimme tutkimaan 6.-luokkalaisten käyttämistä digitaalisen median alustoista nimenomaan YouTubea, mutta suurin osa sen kautta esitellyistä ilmiöistä ja tavoista koskee myös monia muita digitaalisen median alustoja. Kuten danah boyd (2014) toteaa, vaikka uudet sovellukset ja teknologiat muokkaavatkin mediaympäristön maisemaa, nuorten toiminnan tavat sosiaalisen median alustoilla tuovat samanlaisia käytäntöjä myös uusiin mediaympäristöihin (boyd 2014, 8). Myös Grant Bollmer (2018) puhuu verrattain nopeasti ikääntyvien esimerkkien käyttämisen arvosta todetessaan teoksensa *Theorizing Digital Cultures* etenkin uusia mediaympäristön ilmiöitä käsittelevien teosten toimivan aina arvokkaina dokumentteina siitä hetkestä, jolloin ne on kirjoitettu. Median nykyhetkeä ja mahdollisia tulevaisuuden kuvia teorisoitaessa annetaan kuva niistä uskomuksista ja väittämistä, minkä kautta media on järkeistetty kussakin hetkessä. (Bollmer 2018, 12.)

6.3 Tutkimuksen eettisyys

Kasvatustieteellisessä tutkimuksessa tutkija on ennen kaikkea vastuussa tutkittavilleen. Eettisesti toteutetussa tutkimuksessa tutkija ottaa huomioon tutkimuksensa vaikutukset tutkittaviin ja varmistaa heidän ihmisarvonsa säilymisen. (Cohen, Manion & Morrison 2018, 112.)

Kysyimme jokaiselta oppilaalta esitietolomakkeessa suostumuksen osallistua haastatteluun. Lainsäädännöllisesti lapset kuuluvat suojeltaviin erityisryhmiin, joilla ei ole täysivaltaista itsemääräämisoikeutta päättää osallistumisestaan tutkimukseen. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeissa ei edellytetä alaikäisten huoltajien luvan kysymistä tai informointia suunniteltavasta tutkimuksesta. Yleisesti ottaen lasten vanhemmat suostuvat yleensä mielellään koulupäivän yhteydessä tapahtuvaan tutkimukseen, mutta jos he saavat tietää lapsiaan koskevasta tutkimuksesta vasta jälkeinpäin, saattavat he kokea tulleen asiassa ylikävellyiksi. (Kuula 2011.) Lähetimme täten hyvien käytäntöjen nimissä myös oppilaiden vanhemmille viestin, jossa kerroimme tutkimuksestamme ja tarjosimme mahdollisuuden estää lapsen osallistumisen tutkimushaastatteluun.

Aineistonkeruu tapahtui koulun tiloissa koulupäivän aikana, joten oli tärkeä muistaa korostaa oppilaille, ettei aineistonkeruussa ole kyse koulutehtävästä, sen tarkoituksena ei ole antaa kokeeseen ”oikeita vastauksia”, eivätkä oppilaan vastaukset vaikuta mitenkään hänen arviointiinsa. Puurosen (2006) mukaan nuoria tutkittaessa ongelmaksi muodostuu usein se, etteivät nuoret ole halukkaita yhteistyöhön tutkijan tai tutkijoiden kanssa, jos heidät koetaan liiaksi aikuisten maailman ja instituutioiden edustajiksi (Puuronen 2006, 18). Pyrimme omalla käytöksellämme ja haastattelun logistisilla järjestelyillä muodostamaan keskustelutilanteesta sellaisen, jossa haastattelijoiden rooli ei sekoitu opettajaan. Ennen haastattelua jutustelimme hetken haastateltavien kanssa ja pyrimme luomaan tilaan rennon ilmapiirin. Olimme myös järjestäneet haastattelutilan siten, että sekä haastateltavat että haastattelijat istuivat samassa piirissä ja samanlaisilla tuoleilla korostaaksemme tilanteen keskustelunomaista luonnetta.

Äänitimme haastattelut kännyköidemme nauhuritoiminnoilla ja lähetimme tiedostot yhteiseen pilvikansioomme. Aineistoa säilytetään pilvipalvelussa ja

kännyköidemme sisäisessä muistissa niin kauan, kun se on tutkimuksemme puitteissa tarpeellista. Kaikki haastatteluaineisto on täysin anonymisoitu.

6.4 Jatkotutkimusideat

Luonnollinen jatkotutkimuksen aihe tutkimaamme aihepiiriin liittyen olisi ottaa keskiöön vanhempien näkökulma lasten ja nuorten sosiaalisessa mediassa käyttämään aikaan ja uusien digitaalisten alustojen kasvattamaan sukupolvien väliseen kuiluun. Olisi mielenkiintoista saada kuva siitä, miten hyvin vanhemmat ovat perillä nykypäivän suosituimmista digitaalisista alustoista ja niiden käyttötavoista, ja miten tarkkaan he ovat tietoisia lastensa tavoista käyttää älypuhelimiaan tai muita teknologialaitteitaan. Lisäksi kiehtovaa olisi kuulla vanhempien ajatuksia siitä, miten he kokevat perheiden sisäisen dynamiikan muuttuneen maailmassa, jossa lapsilla voi olla paljon sellaista digitaalisiin alustoihin liittyvää osaamista ja tietoutta, jota vanhemmilla ei ole.

Tutkimuksessamme sukupolvien välisen kuilun käsite nousi keskiöön vasta fokusryhmähaastattelujen myötä. Myös lasten näkökulmasta tähän sukupolvien väliseen dynamiikkaan voisi jatkotutkimuksessa perehtyä tarkemmin esimerkiksi yksilöhaastattelujen, etnografisen tutkimuksen tai vaikkapa eläytymismenetelmällä kerätyn aineiston avulla. Olisi mielenkiintoista tutkia, miten lapset kokevat vanhempiensa auktoriteettiaseman digitaalisen teknologian ja uusien medioiden kohdalla, ja miten uusien teknologioiden ja medioiden ympärillä käytävät neuvottelut perheen sisällä etenevät. Etnografisella otteella olisi mahdollista myös päästä pureutumaan tarkemmin lasten yksilöllisiin ja erilaisiin tapoihin käyttää sosiaalisen median alustoja.

6.5 Pohdinta

2000-luvun kahden ensimmäisen vuosikymmenen aikana uudet media-alustat ovat mullistaneet maailman mediakenttää dramaattisella tavalla. On todennäköistä, että jatkossa muutosten vauhti kiihtyy entisestään ja uusia monimediallisia julkaisualustoja kehitetään uusiin tarkoituksiin, edeltäneitä sovelluksia hieman uudistaen ja muokaten. Nopeasta kehityksestä kertoo hyvin se, että tämänkin tutkimuksen tekemisen aikana tutkimuksemme keskiössä oleva

YouTube on saanut videosisältöön keskittyvien digitaalisten media-alustojen kategoriassa monia uusia varteenotettavia kilpailijoita. Esimerkiksi erityisesti nuorten keskuudessa suosiota saavuttanut TikTok tavoittaa tällä hetkellä jo satoja miljoonia käyttäjiä ympäri maailman. TikTok-videot ovat YouTube-videoihin verrattuna lyhyitä ja perustuvat yleensä suosittujen huumori-, tanssi ja haastevideoiden toisintamiseen tekijöiden omalla tyylillä. Videotrendit tietysti kehittyvät jatkuvasti ja se mikä tänään on suosittua, on hetken päästä todennäköisesti jo historiaa.

Uusien ja vanhojen alustojen välisten erojen ei usein tarvitse olla suuria. Tärkeämpää näyttäisi olevan, että alustan nuoret käyttäjät pääsevät itse luomaan sovelluksen oman toimintakulttuurin ja käyttäytymiskoodiston, jota sovellusta ulkopuolelta tarkastelevan on usein hyvin haastavaa ymmärtää. Jokainen vuorovaikutteinen mediasovellus on kuitenkin enemmän kuin osiensa summa. Sovelluksen monikäyttöisyys ei usein takaa itsestään selvää suosiota nuorten parissa. Tärkeämpää vaikuttaisi olevan sovelluksen muovautuvuus käyttäjien tarpeisiin.

On myös huomioitavaa, että jokaisella nuorten suosimalla sovelluksella näyttäisi myös olevan oma elinkaarensa, joka usein päättyy siihen, että aikuiset löytävät alustan. Sovelluksen pariin myöhemmin löytäneet käyttäjät usein toimivat alustalla omalla tyylillään. Jokaiselle sosiaalisen median alustalle muodostuu nopeasti oma kulttuurinsa ja normistonsa, jonka mukaan alustalla toimitaan. Alustan kulttuurin hyvin tuntevalle on usein helppo erottaa mediaan myöhemmin tutustuneet uudet käyttäjät: aloittelijan paljastaa helposti esimerkiksi aiheutunnisteiden tökerö hyödyntäminen tai väärässä yhteydessä käytetty hymiö. Kulttuuria tuntemattomalle sulavalta vaikuttava julkaisu voi tällaisten normirikkomusten myötä vaikuttaa sisäpiiriläisen silmään yhtä häiritsevältä kuin yhdyssanavirhe akateemisessa tekstissä tai taputtaminen luterilaisessa kirkossa.

Nuorille on koko internetin olemassaolon ajan ollut tärkeää luoda omia sosiaaliseen kanssakäymiseen kytkeytyviä alustoja, joiden toimintatapoja ja mielekkyyttä vanhempien on usein vaikeaa ymmärtää. Hyvin tyypillistä erilaisille digitaalisille media-alustoille on ollut jatkuva muutos ja nuorten oman tilan etsiminen. Mitä suuremman suosion jokin sovellus saavuttaa aikuisten käyttäjien parissa, sitä todennäköisemmin nuoret ovat jo etsimässä uutta sovellusta, jota vanhemmat eivät ole vielä löytäneet. Viime vuosikymmenellä on ollut

huomattavissa, että ennen vain nuorison sovelluksiksi miellettyistä digitaalisista media-alustoista on tullut suosittuja myös vanhempien sukupolvien parissa. Näin on tapahtunut esimerkiksi Facebookille, joka kehitettiin alkujaan nuorten opiskelijoiden viestintäkanavaksi, mutta on vuosien aikana jalostunut iäkkäämpien käyttäjien yhteydenpitovälineeksi. Facebookin suosio nuorison keskuudessa alkoi laskea sitä mukaa kun vanhemmat ja aikuiset alkoivat liittyä palvelun käyttäjiksi (Lasten mediaympäristön muutos -raportti, 2018). Tässä kehityskulussa ei sinänsä ole mitään väärää, mutta mielenkiintoista on, että nuoret ovat kautta aikain luoneet ilmiöitä, jotka ensin aiheuttavat kummeksuntaa ja järkyttävät vallitsevaa yhteiskuntarauhaa, mutta jonkin ajan kuluttua mukautuvat osaksi valtavirtaa.

Ilmiönä nuorten oman tilan etsimisen ei voida nähdä siis olevan kovinkaan uusi. Jo vuosikymmeniä on ollut nähtävissä kehityskulkuja, joissa ihmetystä ja kauhistelua herättäneessä nuorisokulttuurissa onkin ollut uuden valtakulttuurin airut. Tällainen kehitys on ollut nähtävillä esimerkiksi musiikkimaailmassa jo vuosikymmeniä. Kun Rock 'n' roll -musiikki nosti päätään 1950-luvulla, aiheutti se vanhemmissa ikäryhmissä kauhistelua ja paheksuntaa. Vuosikymmenten saatossa siihen totuttiin ja lopulta se sulautui osaksi valtavirtaa. Näin on käynyt vuosikymmenten saatossa myös monille muille musiikin muoti-ilmiölle, kuten rap-musiikille.

Tutkimuksemme teoriaosuudessa esittelimme Karl Mannheimin ja Margaret Meadin ajatuksia sukupolvista ja niiden välisistä suhteista. Digitaalisen median alustat vaikuttavat sukupolvien muodostumiseen monipuolisilla, joskus ristiriitaisillakin tavoilla. Yhdestä näkökulmasta voi ajatella, että Mannheimin esittelemiä aktualisoituneita sukupolvia ja sukupolviyksiköitä on internetin ja globaalin maailman aikakaudella vaikeampi muodostua. Siinä missä aiemmin yksilöt olivat suurelta osin sidottuina oman kansallisvaltionsa kulttuuriseen ja ideologiseen piiriin, nykyään internet antaa kaikille sitä käyttäville mahdollisuuden etsiä identiteettiään juuri siitä kulttuurista ja ympäristöstä, joka itselle parhaiten sopii. Digitaaliset alustat antavat mahdollisuuden yhä uusien yhteisöjen ja alakulttuurien syntyemiselle, ja tässä mielessä potentiaalisten sukupolvien kokemusmaailmat muodostuvat helposti hyvin erilaisiksi.

Toisaalta sosiaalisen median läsnäolo antaa myös mahdollisuuden ennennäkemättömän vahvojen sukupolvikokemusten muodostumiselle. Kuten

Suominen (2013) toteaa, perinteisiin sukupolvikokemuksiksi miellettyihin yhteiskunnallisiin mullistuksiin tai suuriin uutistapahtumiin verrattuna sosiaalinen media ja informaatioteknologia koskettavat läheisemmin ja konkreettisemmin lähes jokaista sukupolven jäsentä. (Suominen, Saarikoski, Turtiainen & Östman 2013, 11–12.) Tämän lisäksi sosiaalinen media tuo yhteiskunnalliset mullistukset ja suuret uutistapahtumat lähemmäksi yksilöä ja jaettua kokemusmaailmaa. Digitaaliset media-alustat antavat ihmisille uudenlaisen mahdollisuuden jakaa omia kokemuksiaan ja tuntemuksiaan maailmaa mullistavasta tilanteesta, ja mahdollistavat samaistumisen muiden kokemuksiin. Myös aiemmin uutisraporteista ja sanomalehdistä luetut kriisin etulinjassa olevien ihmisten kokemukset tulevat lähemmäs ja konkreettisemmiksi, kun niitä lukee sosiaalisen median alustoilta. Sosiaalinen media on korostetusti osa jokapäiväistä arkitodellisuutta, ja maailmalla tapahtunut katastrofi tulee tunnetasolla lähemmäs, kun silminnäkökertomusta kertoo esimerkiksi tuttu tubettaja. Tässä mielessä uudet digitaaliset alustat voivat toimia jopa edistävänä voimana aktuaalisten sukupolvien synnyssä.

Teorialuvuissa esittelimme myös Prenskyn (2001) käyttämät käsitteet diginatiivi ja digimaahanmuuttaja, joilla hän kuvasi sukupolvien erilaisia lähtökohtia internetin käyttäjinä. Toimme esille myös Whiten ja Le Cornun (2011) kritiikin Prenskyn käsitteitä kohtaan. Tilalle he tarjosivat käsitteitä asukas ja vierailija, jotka korostavat digitaalisten alustojen tilallisuutta. Näkemyksemme mukaan 2020-luvun mediaympäristössä jopa Whiten ja Le Cornun suosimien tilallisten metaforien käyttäminen internetin kokemisen kuvaajina on jossain määrin ongelmallista. Sosiaalisen median alustojen yhteydessä ei voi enää puhua aikaan sidotuista paikoista, joissa käydään ja joista poistutaan, koska alustat ovat aina läsnä – niissä ei käydä, vaan niissä ollaan. Silloinkin kun ihminen ei ole aktiivisesti sosiaalisen median sovellusten parissa, muistuttavat ne jatkuvasti läsnäolostaan; kaverisi on lisännyt pitkästä aikaa kuvan Instagramiin, olet saanut uuden Facebook-kaveripyynnön ja tilaamallasi YouTube-kanavalla on julkaistu uusi video. 2020-luvun sosiaalinen media näyttäytyy tietyn paikan sijasta ikään kuin näkymättömänä pilvenä, joka ympäröi kaikkia fyysisiä sosiaalisia tiloja ja liikkuu ihmisen mukana lähes kaikkialle.

Uusien digitaalisten medioiden tuottama informaatiotulva tarkoittaa myös sitä, että tulevaisuudessa kriittisen medialukutaidon merkitys kasvaa entisestään.

Digitaalisen median alustojen algoritmien tarkoituksena on tarjota jokaiselle katsojalle juuri sellaista materiaalia, jota tämä haluaa kuluttaa. Tästä johtuen nämä alustat muodostuvat helposti eräänlaiseksi kaikukopaksi, jossa kuluttajalle syötetään vain sellaista sisältöä, joka vahvistaa hänen aiemmin muodostamiaan mielipiteitä ja mieltymyksiä. Sosiaalisen median alustoilla oppineen asiantuntijan ja asiaan syvämmän perehtymättömän henkilön julkaisut ovat ulkoasultaan samanlaisia, joten perusteltuja näkemyksiä ja vajavaisesti tutkittuja mielipiteitä voi olla vaikea erottaa toisistaan. Sosiaalisen median viikskeessä huomion saamiseksi tarvitaan tiiviiseen pakettiin pakattuja näyttäviä sisältöjä. Monimutkaisia asioita yksinkertaisiin ja monesti humoristisiin iskulauseisiin tiivistävät meemit ja videot ovat nykyään tehokas ja laajasti käytetty propagandaväline.

Tutkimuksemme aineistossa haastateltavat kertoivat, että nykypäivän 6.-luokkalaiset eivät välttämättä jaksaa katsoa television uutislähetyksiä, mutta tubettajien tekemät uutisvideot ovat heidän keskuudessaan suosittuja. On hyvä, että nuoret pysyvät ainakin jotakin kautta ajan tasalla maailman tapahtumista, mutta toisaalta asiasisältöjä tuottaville tubettajille tämä muodostaa valtavan vastuun tuottaa luotettavaa sisältöä. Samalla korostuu myös koulun vastuu: sirpaloituneessa mediaympäristössä on korostuneen tärkeää tarjota oppilaille työkaluja, joilla tarkastella informaation luotettavuutta ja suhtautua kriittisesti annettuun tietoon.

Jotta lapsille voi opettaa toimimista nykypäivän mediassa, pitää kasvattajalla itselläänkin olla ajantasainen kuva siitä, mistä alustoista lasten mediaympäristö koostuu, sekä millä tavoin ja mihin tarkoituksiin lapset niitä käyttävät. Puhutaan sitten koulusta tai kodista, kasvattajien tärkein tehtävä ei ole rajata lasten digitaalisten medioiden parissa käyttämää aikaa tai muokata lasten ja nuorten median käytön kulttuuria omien mieltymystensä mukaiseksi. Olennaista on osoittaa aitoa kiinnostusta lasten kokemusmaailmaa kohtaan, ja tukea lasten ja nuorten kasvua vastuullisiksi ja harkitseviksi mediankäyttäjiksi, jotka pystyvät nauttimaan digitaalisten alustojen tarjoamasta mahdollisuudesta luoda omaa kulttuuriaan, joka vie samalla koko yhteiskuntaa eteenpäin.

LÄHTEET

- Athreya, B., & Mouza, C. 2017. Thinking skills for the digital generation : the development of thinking and learning in the age of information. Cham: Springer.
- Ault, S. 2015. Survey: YouTube Stars More Popular Than Mainstream Celebs Among U.S. Teens. <https://variety.com/2014/digital/news/survey-youtube-stars-more-popular-than-mainstream-celebs-among-u-s-teens-1201275245/> (Luettu 14.1.2020)
- Bollmer, G. 2018. Theorizing digital cultures. London: SAGE Publications Ltd.
- boyd, d. 2014. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press.
- Buckingham, D. 1998. *Children of the Electronic Age? Digital Media and the New Generational Rhetoric*. European Journal of Communication 13:4. 557–565.
- Buckingham, D. 2003. Media education: literacy, learning, and contemporary culture. Cambridge: Polity.
- Burgess, J., & Green, J. 2018. Youtube: online video and participatory culture (Second edition). Cambridge, UK;: Polity Press.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. 2018. *Research methods in education*.
- Duplantier, A. 2016. *Authenticity and how we fake it: Belief and subjectivity in reality TV, facebook and YouTube*. US: McFarland & Company Inc, Publishers.
- Eleá, I. & Mikos, L. 2017. Young & creative: Digital technologies empowering children in everyday life. Göteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth & Media at Nordicom, University of Gothenburg.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, J. 2001. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.

- Jaakkola, M. 2010. *Uuden julkisuuden sääntöjä luomassa – keskustelevat vuorovaikutussuhteet keinona sukupolvien välisen digitaalisen kuilun kaventamiseen*. Teoksessa Meriranta, M. 2010. *Mediakasvatuksen käsikirja*. Kuopio: UNIpress.
- Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. 2016. *Participatory culture in a networked era: a conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Cambridge, UK;: Polity Press.
- Jenkins, H. & Purushotma, R. 2009. *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge (Mass.): MIT Press.
- Järvensivu, A., Nikkanen, R., & Syrjä, S. (2014). *Työelämän sukupolvet ja muutoksissa pärjäämisen strategiat*. Tampere: Tampere University Press.
- Kalliala, M. 1999. *Enkeliprinsessa ja itsari liukumäessä: leikkikulttuuri ja yhteiskunnan muutos*. Helsinki: Gaudeamus.
- Lahikainen, A. R. 2005. *Lapsuus mediamaailmassa: näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan*. Helsinki: Gaudeamus.
- Lahikainen, A. R. 2015. *Media lapsiperheen sosiaalisessa vuorovaikutuksessa*. Teoksessa Lahikainen A. R., Mälkiä T. & Repo K. (toim.) *Media lapsiperheessä*. Tampere: Vastapaino. 15–39.
- Lahikainen, A. R., Mälkiä, T. & Repo, K. 2015. *Media lapsiperheessä*. Tampere: Vastapaino.
- Lange, P. G. 2014. *Kids on youtube : Technical identities and digital literacies*, Routledge.
- Lauha, H. 2015. *Nuorisotyöntekijä, nuorten kokemusmaailman asiantuntija*. Teoksessa *Verkko nuorten kokemana ja kertomana*. Helsinki: Paintek Pihlajamäki Oy
- Livingstone, S. 2009. *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: Polity,
- Livingstone, S., & Sefton-Green, J. 2016. *The Class Living and Learning in the Digital Age*. New York: New York University Press.
- Mannheim, K. & Kecskemeti, P. 1952. *Essays on the sociology of knowledge*. (5. painos. 2007.) Abingdon: Routledge.
- Matikainen, J. 2011. *Muuttuvat mediat, haasteelliset sukupolvet: mediafoorumi*. Helsinki: Infor.

- Mead, M. 1971. *Ikäryhmien ristiriidat: Sukupolvikuilun tutkimusta*. Helsinki: Otava.
- Miles, M., & Huberman, A. 1994. *Qualitative data analysis : an expanded sourcebook* (2. ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Nieminen L. 2010. Lasten ja nuorten tutkimus: oikeudellinen tarkastelu. Teoksessa Lagström, H. & Pösö, T. & Rutanen, N. & Vehkalahti, K. Lagström, H. Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.
- Noppiari, E., Uusitalo, N., Kupiainen, R. & Luostarinen, H. 2008. *Mä oon nyt Online – Lasten mediaympäristö muutoksessa*. Tampereen yliopisto, Tiedostusopin laitos, Julkaisuja Sarja A 104/2008.
- Noppiari, E. 2014. *Mobiilimukset: lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 3*. Tampere: Tampereen yliopisto, viestinnän, median ja teatterin yksikkö.
- Prensky, M. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816> (Luettu 14.3.2020.)
- Puuronen, V. (2006). *Nuorisotutkimus*. Tampere: Vastapaino.
- Repo, K. & Nätti, J. 2015. *Lasten ja nuorten median käytön aikatrendit*. Teoksessa Lahikainen A. R., Mälkiä T. & Repo, K. (toim.) *Media lapsiperheessä*. Tampere: Vastapaino. 80–107.
- Ruckenstein, M. 2013. *Lapsuus ja talous*. Helsinki: Gaudeamus.
- Strandell H. 2010. *Etnografinen kenttätyö: lasten kohtaamisen eettisiä ulottuvuuksia*. Teoksessa Lagström, H. & Pösö, T. & Rutanen, N. & Vehkalahti, K. Lagström, H. *Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.
- Strangelove, M. 2010. *Watching YouTube: extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, [Ontario]: University of Toronto Press.
- Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. 2013. *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Suoninen, A. 2013. *Lasten mediabarometri 2012, 10–12-vuotiaiden tyttöjen ja poikien mediankäyttö*. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.
- Suomitube.fi. 2019. *Lista suosituimmista suomalaisista YouTube-kanavista*. <https://suomitube.fi/channels/page/1/sort/subscribers/desc/language/all> (Luettu 11.12.2019)

- Tapscott, D. 2010. *Syntynyt digiaikaan: sosiaalisen median kasvatit*. Jyväskylä: WSOYpro.
- Tilastokeskus. 2019. *Kirjojen lukeminen, 10 vuotta täyttäneet (1981, 1991, 2002, 2017)*. Tilastokeskuksen PxWeb-tietokannat.
http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_eli_vpa_Televisio_ohjelmien_katselu/statfin_vpa_pxt_201.px/ (Luettu 28.1.2020)
- Tilastokeskus. 2019. *Television ja/tai netti-tv:n katselun useus, 10 vuotta täyttäneet (1981, 1991, 2002, 2017)*. Tilastokeskuksen PxWeb-tietokannat.
http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_eli_vpa_Televisio_ohjelmien_katselu/statfin_vpa_pxt_201.px/table/tableViewLayout1/ (Luettu 28.1.2020)
- Tampereen yliopisto. Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. (2018). *Children & the change of their media environment – a national longitudinal study 2007-2016. A final report 2018*.
<https://www.hssaatio.fi/lasten-ja-nuorten-mediaympariston-muutos-loppuraportti/>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Turkle, S. 2011. *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Valtonen, A. 2005. Ryhmäkeskustelut – millainen metodi? Teoksessa Ruusuvoori J. & Tiittula L. (toim.) *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino.
- Vaughn, S., Schumm, J.S. & Sinagub, J. 1996. *Focus group interviews in education and psychology*. USA: Sage Publications
- Vehkalahti, K., & Suurpää, L. 2014. *Nuoruuden sukupolvet: monitieteisiä näkökulmia nuoruuteen eilen ja tänään*. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.
- Vilmilä, F. 2015. *Media + lapsi + kasvatus: mediakasvatuksen tutkimuksellinen kehittäminen*. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura.
- White, D. S., & Le Cornu, A. 2011. *Visitors and Residents: A new typology for online engagement*. *First Monday*, 16(9).
<https://firstmonday.org/article/view/3171/3049/> (Luettu 14.3.2020)

LIITTEET

Liite 1: Esitietolomake

Esitietolomake

Nimi ja luokka: _____

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto

1. Katson videoita Youtubesta (tai muusta vastaavasta videopalvelusta)..

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| monta kertaa päivässä | <input type="radio"/> |
| kerran päivässä | <input type="radio"/> |
| muutaman kerran viikossa | <input type="radio"/> |
| kerran viikossa | <input type="radio"/> |
| harvemmin | <input type="radio"/> |

2. Katson **tubettajien** tekemiä videoita...

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| monta kertaa päivässä | <input type="radio"/> |
| kerran päivässä | <input type="radio"/> |
| muutaman kerran viikossa | <input type="radio"/> |
| kerran viikossa | <input type="radio"/> |
| harvemmin | <input type="radio"/> |

3. Seuraatko jotain tiettyä tubettajaa/ tubettajia? kyllä en

Jos seuraat, niin kuinka montaa? _____

4. Oletko julkaissut itse videoita Youtubessa tai muulla vastaavalla alustalla? kyllä en

Voin tarvittaessa osallistua tutkimushaastatteluun kyllä en

Liite 2: Viesti oppilaiden vanhemmille

Hei!

Opiskelemme Tampereen yliopistossa luokanopettajiksi ja olemme tekemässä pro gradu -tutkielmaa tubettamisesta ja lasten ja nuorten kokemuksista siihen liittyen.

Keräämme tutkimusaineistomme ryhmähaastatteluilla, joihin osallistuu Tampereen yliopiston normaalikoulun 6-luokkalaisia. Haastattelut suoritamme 22.10. koulupäivän aikana ja niihin osallistuminen on vapaaehtoista. Kaikkien haastatteluihin osallistuvien oppilaiden tiedot tullaan suojaamaan ja anonymisoimaan.

Valikoimme luokan oppilaista vain osan varsinaiseen haastatteluun ennakkotietolomakkeen perusteella. Mikäli ette halua lapsenne osallistuvan haastatteluun, ilmoittatthän siitä lapsenne opettajalle 9.10. mennessä.

Mikäli teillä on kysyttävää tutkimukseen liittyen, voitte ottaa meihin suoraan yhteyttä sähköpostilla osoitteeseen anton.pilli@tuni.fi tai olli.kivioja@tuni.fi.

Ystävällisin terveisin,

Anton Pilli ja Olli Kivioja

Tampereen yliopisto, kasvatustieteiden ja kulttuurin tiedekunta