

”Mä oon nyt online!”

Lasten mediaympäristö muutoksessa

**Elina Noppari, Niina Uusitalo,
Reijo Kupiainen, Heikki Luostarinen**



**Tampereen yliopisto
Tiedotusopin laitos
Julkaisuja / Publications
Sarja / Series A 104/2008**

SARJA		SERIES
Tutkimuksia	A	Studies
Raportteja	B	Reports
Keskusteluja ja katsauksia	C	Discussion and reviews
Opetusmonisteita	D	Textbook materials
Bibliografioita ja luetteloita	E	Bibliographies and catalogues

Myynti:
 Tiedekirjakauppa TAJU
 PL 617
 33014 Tampereen yliopisto

Puhelin (03) 3551 6055
 Faksi (03) 3551 7685

taju@uta.fi
granum.uta.fi
www.uta.fi/taju/

Ulkoasun suunnittelu ja taitto:
 Mikko Keinonen / Clinus Design
 (www.clinus.org/clinusdesign)

ISBN 978-951-44-7293-0

Sisältö

Tiivistelmä	5
Esipuhe	8
1 Johdanto	9
1.1 Tutkimuksen viitekehyksestä	9
1.2 Tutkimuksen tavoitteista	10
1.3 Tutkimuksen toteuttaminen ja raportin rakenne	13
2 Tutkimusmenetelmät ja -aineisto	15
2.1 Mediapäiväkirjat	16
2.2 Virikkeistäminen ja muut tehtävät	17
2.3 Taustatietolomakkeet ja teemahaastattelut	18
2.4 Huomiota metodien soveltuvuudesta	20
3 Taustatietoja tutkimukseen osallistuneista lapsista perheineen	25
4 Lasten välineellinen mediaympäristö	29
4.1 Lastenhuoneiden mediamaailma	30
4.2 Sukupuolten erot mediateknologian haltuunotossa	38
4.3 Mediavälineiden käyttö: monitoimisuutta ja simultaanikäyttöä	39
5. Lasten sosiaalinen mediaympäristö	54
5.1 Mediasisältöihin ja käyttötilanteisiin kytkeytyvä vuorovaikutus	57
5.1.1 Medialeikit: lelufiguureista keinoelämäpeleihin	57
5.1.2 Media keskustelunaiheena: "Ei me yleensä puhuta uutisista"	64
5.1.3 Jaetut käyttötilanteet: "Se on parempi tunnelma kuin jos yksin kattoo"	74
5.2 Keskinäis- ja pikaviestintää	79
5.2.1 Lasten kännykkäkulttuuri: "Sitä ilahtuu kun joku kaipaa"	79
5.2.2 Sähköpostista Skypeen ja Messengeriin	86
5.3 Sosiaalisen median sokkeloissa	88
5.3.1 Sosiaalisten verkostojen paikat: "Galleria on aina taustalla"	92
5.3.2 Keskustelufoorumit: "En mä mitään superystävyyksiä oo luonu"	96
5.3.3 Matalan julkaisukynnyksen kulttuuri	98
5.3.4 Sosiaalisen vuorovaikutuksen riskit: "Anna kamaa tai saat turpiin!"	101
6. Lasten kulttuurinen ja kaupallinen mediaympäristö	105
6.1 Median käytön muutokset ikäryhmittäin	106
6.1.1 5-vuotiaat: suojattua median käyttöä ja YLE:n lastenohjelmia	106
6.1.2 8-vuotiaat: Salkkareita ja koko perheen viihdettä	108
6.1.3 11-vuotiaat: formaatit, tietokonepelit ja oma maku	110
6.1.4 14-vuotiaat: itsenäistä nettielämää ja aikuisten sisältöjä	112
6.2 Mediasisältöihin liittyvä jännitys ja pelko	115
6.3 Mainosten kiehtova ja ärsyttävä läsnäolo	121
6.4 Brändättyjen mediahahmojen pauloissa	126
6.4.1 Fiktiiviset mediahahmot: Mikit, muumit ja prätkähiiret	126
6.4.2 Tosielämän mediahahmot ja brändätty fanitus	129
6.5 Brändätyt verkkoyhteisöt: "Kyllä mä osaan tehdä hyviä kauppvoja"	133

7. Lasten mediataidot ja kodin mediakontrolli	136
7.1 Mediataitoja opitaan yhdessä	137
7.2 Lasten ja nuorten tiedonhaun taidot	140
7.3 Faktaa vai fiktiota?	146
7.4 Taitojen tarkastelua	149
7.5 Kotien mediakasvatus	152
7.6 Mediat ja oppiminen	156
7.7 Koulun mediakasvatus	158
8 Yhteenvetoa ja kurkotuksia tulevaan	162
8.1 Kriisit ja lama	163
8.2 Perheestä projekti?	165
8.3 Vertaismedian palkinnot ja vaarat	166
8.4 Rahaa, rahaa, rahaa...	169
8.5 Harmaa YLE	171
8.6 Eriytyvät yleisöt	172
Lähteet	174
Liitteet	180
Liite 1. Pitkittäistutkimus lasten ja nuorten mediaympäristön muutoksesta. Tutkimuksen etenemisen havainnollistaminen 2007–2016.	180
Liite 2. Päiväkirjapohja 5- ja 8-vuotiaille ja heidän vanhemmilleen.	181
Liite 3. Päiväkirjapohja 11- ja 14-vuotiaille	182
Liite 4. Vanhempien taustatietolomakkeet.	187
Liite 5. Lasten taustatietolomakkeet.	199
Liite 6. Teemahaastattelurunko	204
Liite 7. Taustatietoja tutkimukseen osallistuneista perheistä: perheiden tulotaso.	208
Liite 8. Taustatietoja tutkimukseen osallistuneista perheistä: vanhempien koulutustaso.	209

Tiivistelmä

”Mä oon nyt online!” Lasten mediaympäristö muutoksessa -tutkimukseen osallistui 56 lasta ja nuorta Tampereen ja Vesilahden alueilta. Lapsista nuorimmat olivat 5-vuotiaita ja vanhimmat 14-vuotiaita. Tutkimuksessa tarkastellaan lasten ja nuorten mediakäytön tapoja ja pohditaan heidän mediaympäristönsä muuttumista. Tutkimuksesta on tarkoitus rakentaa pitkätaistutkimus, joka toistettaisiin suhteellisen saman osallistujaryhmän parissa kolmen vuoden välein yhteensä neljä kertaa.

Tällä tutkimuskierroksella pohdittiin muun muassa lasten ja nuorten tutkimuksen metodisia haasteita ja luotiin yleiskuvaa lasten mediaympäristön piirteistä. Seuraavilla tutkimuskierroksilla voidaan tarkastella yksityiskohdaisemmin tiettyjä mediaympäristön osa-alueita.

Vaikka teemallinen lähestyminen ei ollut tämän tutkimuksen tavoite, lasten ja nuorten haastatteluissa, mediapäiväkirjoissa ja taustatietolomakkeissa korostuivat vahvasti erilaiset median käytön sosiaaliset ulottuvuudet. Keskeistä kaikessa median käytössä oli paitsi viihtyminen ja rutiinit, myös yhteenkuuluvuus ja yhteydenpito ikätovereihin ja vertaisryhmään.

Osa etenkin 11- ja 14-vuotiaista oli niin sanottuja monikanavanuoria, jotka käyttivät viestinnässään monipuolisesti eri mediateknologioita kuten Messenger-pikaviestintäohjelmaa, kännykkää, internetiä ja sen sosiaalisen verkoston paikkoja. Lasten ja nuorten elämässä uudet teknologiat kerrostuvat vanhojen palvelujen ja teknologioiden päälle, ja medioita käytetään sen mukaan kuin tilanteeseen ja käyttötarkoitukseen sopii. Median käytölle on tyyppillistä monen median yhtäaikaisuus, niin sanottu simultaanikäyttö. Yhteen sisältöön ei välttämättä keskitytä, vaan monien mediasisältöjen parissa puuhataan samanaikaisesti.

14-vuotiaiden maailmassa netti oli eniten käytetty mediamuoto: online-elämää vietettiin keskimäärin pari tuntia vuorokaudessa. 11-vuotiaat viettivät vielä enemmän aikaa television ääressä kuin internetissä, mutta myös tämä ikäryhmä käytti verkkopalveluja monipuolisesti ja otti ensiaskeleitaan myös sisältöjen tuottajina. Lasten ja nuorten mediakulttuuri olikin luonteeltaan osallistumisen kulttuuria, jossa itse tehtyjen tuotosten julkaisemisen kynnys on matala. Tutkimukseen osallistuneista 14-vuotiaista suurin osa oli jollain tavalla osallistunut sosiaalisen median sisältöjen tuottamiseen. 5- ja 8-vuotiaat tutustuivat tietokone- ja nettimaailmaan vanhempiensa ja sisarustensa opastuksella, ja jotkut 5-vuotiaatkin käyttivät konetta jo itsenäisesti.

Kaikkien ikäryhmien lasten elämää määrittivät pitkälti kaupalliset ja viihdeelliset mediasisällöt, jotka heijastuivat nuorimpien lasten elämässä media-

leikkeinä ja kaikissa ikäryhmissä yhteisten puheenaiheiden määrittäjinä. Salatut elämät oli pitänyt pintansa lapsia kiinnostavana saippuasarjana, jonka lisäksi he ikäryhmästä riippumatta etsivät viihdefiktiosta jännittäviä elementtejä. Idols ja Tanssii tähtien kanssa -ohjelmaformaatit ja brändit myös purevat, ja mediasisältöjen ympärille rakennetut tuoteperheet löytävät lasten parista käyttäjänsä. Populaarikulttuurin sisältöihin yhdistyy myös vankka fanitus: esiintyjät ovat monilla ihailun kohteina, ja internet toimii fanitoiminnan areenana.

Vaikka verkkoelämä ja sosiaalisen median käytännöt vetävät lapsia puoleensa, tutkimukseen osallistuneiden lasten parissa myös painetun median käyttö – etenkin aikakauslehdet ja kirjat – oli suhteellisen suosittua. Osa lapsista jopa profiloitui median käyttäjinä lukijoiksi, eikä internetissä oleskelun voitu nähdä pyyhkäisseen kirjoja tai niiden lukemisen halua lasten elämästä. Päinvastoin, eri mediamuotojen vertailussa kirjat samoin kuin aikakauslehdet saattoivat tulla suosiossa heti internetin jälkeen.

Keskimäärin lapset kokivat pärjäävänsä monimuotoisessa mediaympäristösään hyvin. 5- ja 8-vuotiaista lapsista suurin osa kertoi nähneensä pelottavia televisio-ohjelmia. Sen sijaan 11- ja 14-vuotiaista televisiossa tai netissä pelottaviin tai outoihin asioihin törmänneitä oli huomattavasti vähemmän. Nuorimpia 5-vuotiaita lukuun ottamatta lapsia ja nuoria huolettivat viihdefiktiota enemmän uutiset ja todellisen maailman tapahtumat.

6

Lapset kokivat jo pienestä pitäen olevansa taitavia median käyttäjiä ja opastavansa myös omia vanhempiaan median käytössä. Omien taitojen arvioinnissa korostuivat tekniset median käyttötaidot ja tiedonhankinnan taidot. Lapsille, kuten nuorillekaan, ei kuitenkaan ollut aivan selvää, miten esimerkiksi internetin luotettavuutta voisi arvioida. Pääasiassa arviointi tapahtui internetsivujen ulkoasun perusteella. Arvoinnin taidot tulivat esille parhaiten, kun tietoa etsittiin oman erityiskiinnostuksen alueelta ja tietoa yhteistoiminnallisesti jakaen. Tietoa haettiin erityisesti omiin harrastuksiin, koulutehtäviin ja kotieläimiin liittyen.

Mediat, erityisesti internet, nähtiin tärkeänä oppimisen välineenä. Jotkut nuoret kokivat erityisesti bisnestaitojensa kehittyvän nettipelaamisessa. Myös vanhemmat arvostivat mediaan liittyvää oppimista, kuten englannin kielien taitojen kehittymistä.

Kodeissa oltiin varsin valveutuneita median uhkien suhteen ja harrastettiin monipuolista mediakontrollia, joka sisälsi niin mediaan käytetyn ajan kuin sisällönkin kontrollia. Myös ikärajoituksia seurattiin, mutta ei kuitenkaan aivan tarkasti. Kontrolli alkoi myös hiipua 14-vuotiaiden ikäryhmässä.

Lapset esittivät, että koulussa voisi olla enemmänkin mediaan liittyvää ope-

tusta. Opettajat tuntuivat käsittelevän asioita, jotka lapset jo tunsivat, etenkin tietokoneen käyttöön ja tiedonhankintaan liittyen. Lasten kokemukset vaihtelivat kuitenkin huomattavasti. Toiset olivat saaneet opastusta esimerkiksi internetiin ja tiedon luotettavuuteen liittyen, toiset taas esittivät, että asioita ei ole käsitelty. Myös koulujen suhtautuminen median käyttöön vaihteli lähes täydestä kännykkäkiellosta vapaaseen nettisurffailuun.

Esipuhe

Lasten mediaympäristön muutoksen tutkiminen on kiehtova mutta vaikea aihe. Aikuisen on joskus vaikea päästä kiinni lasten ja nuorten mediakokemuksiin, etenkin kun omat median käytön tavat on opittu ennen sosiaalisen median, konsolipelien ja pikaviestinten aikakautta. Tutkimuksen tekijöiden onni on ollut, että kaikilta on löytynyt kosketuspintaa lasten ja nuorten mediamaailmaan tutkimuksen ulkopuolella. Kaikilla tutkimukseen osallistuneilla ja raporttia kirjoittaneilla tutkijoilla on omia lapsia, joista osa on jopa saman ikäisiä kuin tutkimukseemme osallistuneet lapset ja nuoret. Tämä on huomattavasti laajentanut ymmärrystämme nykyisestä lasten ja nuorten mediamaistemasta. Tutkimukseen osallistuneissa perheissä käydyt neuvottelut ja vanhempien pohdinnat suhteesta lasten median käyttöön tuntuvat varsin tutuilta.

Toivomme, että tutkimuksemme saa jatkoa ja voimme nähdä millaiseksi lapset ja nuoret mediaympäristöään muokkaavat ja mitä ympäristö heille tarjoaa.

Haluamme kiittää kaikkia tutkimukseen osallistuneita lapsia, nuoria, heidän vanhempiaan ja sisaruksiaan. Toivottavasti raporttimme vastaa edes osin varsinkin vanhempien mielessä pyöriviin kysymyksiin ja kasvatushaasteisiin sekä saattaa lasten ja aikuisten mediakokemukset dialogiin keskenään.

Kiitämme lämpimästi tutkimuksen rahoittajaa Helsingin Sanomain Säätiötä. Kiitokset kuuluvat myös raporttia kommentoineille Satu Sepälle ja Esa Reunaselle sekä koko Journalismin tutkimusyksikön tutkijayhteisölle.

Tampereella 14.3. 2008

Tekijät

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen viitekehystä

Lasten mediakäyttöä tutkitaan ja siitä puhutaan julkisuudessa runsaasti. Julkisessa keskustelussa huomion keskiössä ovat usein erilaiset median käyttöön liittyvät uhkakuvat, kuten viihdeväkivallan vinouttavat vaikutukset, pelaamisen addiktoivuus tai internetin sopimattomat tai jopa vaaralliset sisällöt. Lastensuojelun näkökulmasta pohditaan usein passivoiko media lapsia ja etäännyttääkö se heitä autenttisesta elämästä ja ihmissuhteista. Harvemmin kiinnitetään huomiota lasten valmiuksiin tulkita medias- esitettyjä merkityksiä tai suojautua oma-aloitteisesti ei-sopivilta sisällöiltä. Vähintäänkin passiivisen käytön kautta lasten nähdään altistuvan median haitallisille vaikutuksille. Tällaisen lastensuojelullisen, lasten mediakäyttöä käsittelevän keskustelun puhujina toimivat yleensä aikuiset – lapsuutta käsittelevä tieto on aikuiskeskeistä. (Valkonen, Pennonen & Lahikainen 2005; Buckingham, 2000).

Lasten mediakäyttöä käsittelevässä tutkimuksessa näkökulmat ovat monipuolisempia. 1990-luvun lopulta lähtien ja etenkin 2000-luvun aikana lapsitutkimuksessa on haluttu antaa sijaa lapsille itselleen puhujina, määrittelijöinä ja yhteiskunnallisina toimijoina (esim. Valkonen ym. 2005; Pennanen 2006; Koivusalo-Kuusivaara 2007). Median haittavaikutusten lisäksi on kiinnitetty huomiota median mahdollisuuksiin: lapsilta löytyy mediatajua ja -lukutaitoa. Vaikka lapsia tulee myös suojella, heiltä itseltäänkin löytyy keinoja, joilla he selviytyvät uusista ja myös epämurkavista tilanteista. Lapset eivät ole vain mediasisältöjen passiivisia vastaanottajia, vaan aktiivisia merkityksen luoja ja jopa sisältöjen tuottajia. Median tunnustetaan edesauttavan kognitiivisten ja teknisten taitojen oppimista ja edistävän muun muassa avaruudellista hahmottamista ja kommunikaatiovalmiuksia. Median mahdollisuuksia huomioivan näkökulman mukaan tiedotusvälineet kehittävät lasten kulttuurista kompetenssia ja sosiaalista pääomaa. Media voi jopa voimaannuttaa lapsia ja lisätä heidän riippumattomuuttaan (Buckingham 2003; Valkonen ym. 2005).

Tämän tutkimuksen viitekehys kumpuaa lasten aktiivisesta toimijuudesta. Vaikka lasten mediaympäristön muutosta tarkastellessamme kiinnitimme huomiota myös median käyttöön liittyviin uhkiin, pelottaviin asioihin ja haasteisiin sekä kotien mediakontrolliin, lähdimme liikkeelle jo tutkimuksenasettelussa lasten aktiivisesta subjektiudesta. Lapsi on toimija eikä vain vaikutusten kohde. Halusimme, että tutkimuksessa lapset toimisi-

vat oman elämänsä informantteina eli mediasuhdettaan koskevan tiedon antajina. Uskoimme, että haastatteleamalla lapsia ja nuoria pääsisimme parhaiten heidän media-arkensa ja ympäristönsä jäljille. He tietävät parhaiten itse mitä media heille merkitsee.

Koska osa tutkimukseen osallistuvista oli hyvin nuoria, vasta 4–5-vuotiaita päiväkotikäisiä, tarvitsimme myös vanhempien apua, mutta pääsääntöisesti näkökulma on lasten. Halusimme välttää tilannetta, jossa lasten mediakäyttöä määrittäisivät ensisijaisesti heidän ympärillään olevat aikuiset.¹ Lasten äänen säilyttämiseksi tutkimusraportissa on suhteellisen runsaasti sitaatteja tutkimukseen osallistuneiden lasten puheesta ja päiväkirjoista.

1.2 Tutkimuksen tavoitteista

Tutkiessamme lasten ja nuorten mediaympäristöä tavoitteenamme on hahmottaa, millaisessa mediaympäristössä he nyky-Suomessa elävät, miten he käyttävät medioita ja miten media asettuu heidän kokemukseensa ja elämänsä kokonaisuuteen (ks. Koivusalo-Kuusivaara 2007; Valkonen ym. 2005, 55).

10

Mediaympäristö on hyvin laaja tulkintakehys, joka sisältää lasten käytössä olevat mediavälineet ja niiden käyttötavat, mutta huomioi myös median roolin lasten sosiaalisessa elämässä sekä roolien kulttuuriset ja yhteiskunnalliset ulottuvuudet (Koivusalo-Kuusivaara 2007, 29). Mediaympäristö tai mediamaailma on lasta ympäröivä viestinnällinen kokonaisuusympäristö, johon kuuluvat niin mainokset, televisio-ohjelmat, painetut teokset kuin erilaiset sähköisten viestimien avulla toteutetut vuorovaikutustapahtumatkin (Inkinen 2005, 12). Modernissa mediaympäristössä voi käydä ostoksilla, harastaa, leikkiä, hoitaa virallisia asioita, opiskella ja se toimii tiedon, halujen, mielikuvien, toiveiden ja tunteiden tasolla (Kupiainen 2002, 72).

Koska mediaympäristö kattaa suuren osan nykylapsen kokemuksellisesta elämänympäristöstä, sen tavoittaminen tutkimuksen keinoin on haastavaa. Tässä tutkimuksessa pyrimme siihen, että esimerkiksi eri viestimet ja niiden käyttötavat nousisivat tutkimuksen kuluessa monipuolisesti esille. Lopullinen määrittely mediaympäristön tärkeimmistä piirteistä on kuitenkin lasten. Teemahaastattelussa puhuimme runsaasti aiheista, joista lapsilla ja nuorilla tuntui olevan eniten sanottavaa.

¹ On toki huomioitava, että lapsia haastatelleet tutkijat ovat myös aikuisia, jotka lopulta tulkitsevat lasten tuottamaa puhetta ja muokkaavat sitä tieteellisen tekstin muotoon. Tästä lisää luvussa 2.4.

Tutkimuksen keskeinen tavoite on pohtia lasten mediaympäristön muuttumista. Tiedämme jo, että ennen 1980-lukua mediaympäristön muutos oli suhteellisen hidasta. Sähköisten viestinten tuomia mullistuksia tapahtui parinkymmenen vuoden välein. 1980-luvun lopulta alkaen koteihin alkoivat vähitellen saapua videonauhurit, tietokoneet ja pelilaitteet. 1990-luvulla teknologian kotoutumisen ja muutoksen vauhti kiihtyi.

Juha Herkmanin (2001, 60–61) mukaan lasten ja nuorten mediatodellisuus muuttui etenkin 1990-luvun kuluessa sekä sisällöllisiltä että teknologisilta painopisteiltään. Sisällöllisten painopisteiden muutos näkyi television ohjelmatarjonnassa sekä television ja elokuvan välisten roolien uudenaikaisissa painotuksissa. Teknologisessa muutoksessa määrittäviä ovat olleet kolmen keskeisen mediateknologian läpimurto: konsoli- ja tietokonepelit, internet ja kännykät levisivät lasten sosiaaliseen todellisuuteen. Lapset ja nuoret ovat perinteisesti nopeita uusien mediateknologioiden omaksujia. He ottavat ne ripeästi osaksi sukupolvensa sosiaalista vuorovaikutusta.

Nykyinen lapsisukupolvi joutuu mukautumaan teknologioiden muutoksiin nopeammin kuin koskaan aikaisemmin. Itse lapsuus on muuttunut voimakkaasti mediaympäristön muutoksen myötä. Lapset ovat tietoisia yhä nuorempina aikuisten maailmasta, he omaksuvat erilaisia sosiaalisia verkottumisen muotoja ja heidän oikeutensa sekä kansalaisina että kuluttajina ovat kasvaneet (Buckingham 2000).

Tässä tutkimuksessa lähestymme mediaympäristön muuttumista monesta eri näkökulmasta. Jossain määrin vertailemme eri ikäryhmiin kuuluvia lapsia ja näkökulmamme on osin kehityspsykologinen: miten median käyttötavat tai suosikkisisällöt muuttuvat lapsen kasvaessa päiväkotiyästä murrosikään? Mukana tutkimuksessa on lapsia neljästä eri ikäryhmästä, joista nuorimmat ovat syntyneet vuonna 2002 ja vanhimmat vuonna 1993.

Tavoitteenamme on rakentaa tutkimuksesta pitkittäistutkimus eli toistaa tutkimus suhteellisen saman osallistujaryhmän keskuudessa yhteensä neljä kertaa, kolmen vuoden välein. Pitkittäistutkimus on validi tapa tarkkailla lasten ja nuorten mediaympäristön muuttumista. Voimme seurata muutosta yhdessä tutkimukseen 4–5-vuotiaina mukaan tulleiden lasten kanssa aina siihen saakka kun he täyttävät 14 vuotta. Jokaisena tutkimuskertana otetaan mukaan uusi 5-vuotiaiden ryhmä ja edellisen tutkimuskierroksen 14-vuotiaat jäävät pois tutkimuksesta. Viimeinen tutkimuskierros tehtäisiin näin vuonna 2016 (ks. liite 1). Pitkittäistutkimuksen päämäärä erottaa tämän tutkimuksen useista muista lasten mediakäyttöä selvittäneistä tutkimuksista. Pitkäjänteistä seuranta lasten ja nuorten mediakäytöstä ei ole juuri tehty.

Oletamme, että tietyt teemat voisivat toimia muutosmittareina, joihin huomiota kiinnittämällä mediaympäristön muuttumista voitaisiin kartoittaa. Muutosta indikoiviksi, samoin kuin tätä raporttia jäsentäviksi teemoiksi olemme tässä tutkimuksen vaiheessa valinneet seuraavat aihealueet.

- Lasten välineellisessä mediaympäristössä tapahtuvat muutokset
 - lasten omistamat mediavälineet
 - median parissa vietetty aika ja käyttömäärät
- Lasten sosiaalisessa mediaympäristössä tapahtuvat muutokset
 - mediavälineiden käyttö sosiaalisessa vuorovaikutuksessa
 - mediasisältöjen käyttämiseen kytkeytyvä vuorovaikutus
 - sosiaalisen median käytännöt: oman tuottamisen ja osallistumisen kulttuuri
- Lasten kulttuurisessa ja kaupallisessa mediaympäristössä tapahtuvat muutokset
 - lasten ja nuorten suosikkisisällöt
 - kaupallinen mediakulttuuri: oheistuotteet, mainonta, brändäys
- Lasten mediakompetenssissa tapahtuvat muutokset
 - mediataitojen, mediakriittisyyden muutokset
 - vanhempien asenteiden ja kodin asenneilmapiirin muutokset

Edelliset teemat liittyvät niihin tapoihin, joilla lapset ja nuoret yhä enemmän käyttävät mediaa ja ”uutta” teknologiaa, ja oletukseen lasten aktiivisesta toimijuudesta ja sen mahdollisesta lisääntymisestä erityisesti sosiaalisen median kentällä. Koska vanhempien rajoitukset ja linjaukset määrittävät osaltaan lasten mediakäyttöä, myös vanhempien asenteiden mahdollisen muutoksen huomioiminen on perusteltua. Samalla nousevat tarkasteltaviksi myös vanhempien ja lasten mediaympäristössä mahdollisesti näkyvät ristiriidat ja eroavaisuudet.

Tällä hetkellä on jokseenkin mahdotonta sanoa millainen maailma mediateknologioiden osalta on vuonna 2016. Otaksuttavasti uusia mediateknisiä sovelluksia syntyy, ja oletettavasti lapset ja nuoret ovat yhä niiden aktiivinen käyttäjäryhmä. Oletamme sosiaalisen median eri käyttötapojen edelleen kasvavan lasten ja nuorten parissa. Sitä millaisia nämä käyttötavat tulevat olemaan, emme voi täysin ennakoida. Jossain määrin tarkoituksenamme on seurata esimerkiksi teknologioissa, käyttömäärissä ja medialaitteiden omistajuudessa mahdollisesti tapahtuvia muutoksia. Lasten ja nuorten mediakäytön tilastoja julkaistaan kuitenkin säännöllisesti muun muassa tilastokeskuksen tutkimuksissa. Siksi pyrimme keskittymään lasten ja nuorten mediatulkinnoissa, -valmiuksissa ja käyttötavoissa tapahtuviin muutoksiin. Meitä kiinnostaa etenkin merkityksenantoon liittyvä muutos.

Media vaikuttaa nyky-yhteiskunnassa merkittävästi lasten kehitykseen ja on

läsnä heidän elämismaailmassaan niin voimakkaasti, että voidaan puhua jopa suoranaisestä medialapsuudesta (Kupiainen 2002). Mediaympäristön muutosta tutkiessamme pyrimme kuitenkin muistamaan myös muuttumattomuuden mahdollisuuden. Mediateknologiat eivät keskimäärin ole muuttaneet ihmisten arkea niin mullistavasti kuin hurjimmassa visioissa on väylätelty. Arkeen – niin aikuisten kuin lasten – liittyy paljon muutosta vastustavia elementtejä ja pysyvyyttä. Nykylapset seikkailevat luovasti internetin sokkeloissa, mutta he myös harrastavat, tapaavat ystäviään ja käyvät koulua – aivan kuten vanhempansakin omassa lapsuudessaan. Mediatodellisuus ei ole koko heidän elämänsä. Media-arjen tutkimuksissa on todettu, että ihmiset voivat elää niin, ettei medialla ole heidän arjessaan erityistä merkitystä. Kotien runsaasta mediakirjosta huolimatta ihmiset eivät välttämättä muista, mitä mediasisältöjä he ovat edellisen päivän aikana käyttäneet (Kytömäki 1999). Varaudumme myös siihen, että muutosmittareiksi luotaamme teemat voivat vaihtua toisiksi seurantatutkimuksen edetessä.

Ensimmäisellä tutkimuskierroksella vuonna 2007 tavoitteemme ovat liittyneet myös metodiseen pohdintaan ja kokonaiskuvan luomiseen. Millä tutkimusmenetelmillä joidenkin nuorten ”yli-ikäisiksi” kutsumat tutkijat pääsivät osallisiksi lasten ja nuorten mediatodellisuudesta? Mitä osa-alueita tarkastelemalla lasten mediaympäristön muutoksen jäljille voisi päästä?

1.3 Tutkimuksen toteuttaminen ja raportin rakenne

Aloitimme tutkimuksen vuoden 2007 alussa. Kevään kuluessa perehdyimme aiempaan tutkimukseen, rekrytoimme tutkimukseen osallistuvat lapset ja nuoret sekä toteutimme tutkimuskierroksen heidän parissaan. Tapasimme lähes jokaisen lapsen vanhempineen ennen varsinaisen tutkimusjakson alkamista ja kerroimme tutkimuksen tavoitteista. Tutkimusjakson pituus oli viisi päivää, jona aikana jokainen lapsi teki tutkimukseen liittyviä tehtäviä. Tämän jälkeen tapasimme perheet ja lapset vielä kerran ja haastattelimme osallistuneet lapset. Kesän ja syksyn aikana purimme ja analysoimme kerättyä aineistoa.

Projektia ovat johtaneet Reijo Kupiainen ja Heikki Luostarinen. Tutkijoina ovat toimineet Elina Noppari ja Niina Uusitalo.

Raportissa esittelemme ensin tutkimusaineiston ja -menetelmät sekä metodeihin liittyvää pohdintaa. Tuomme esiin joitakin oleellisia taustatietoja osallistuneista lapsista perheineen. Luvussa 4 tarkastelemme lasten välineellistä mediamaailmaa, heidän huoneidensa mediakirjoja ja eri mediamuotojen käyttömääriä. Luvussa 5 esitellään lasten mediakäytön syyt keskittyen

median sosiaalisiin funktioihin. Luvut 2–5 on kirjoittanut pääasiassa Elina Noppari. Kulttuurista mediaympäristön muutosta käsittelevän luvun 6 on kirjoittanut pääasiassa Niina Uusitalo. Pääasiassa Reijo Kupiaisen kirjoittamassa luvussa 7 pohditaan lasten mediavalmiuksia ja kotien mediakontrollia. Loppupäätelmät ja yhteenveto on tehty tutkijoiden loppukeskustelun pohjalta. Luvun on kirjoittanut Heikki Luostarinen.

2 Tutkimusmenetelmät ja -aineisto

Lasten ja nuorten mediaympäristön muuttumista käsittelevään tutkimukseen osallistui yhteensä 56 lasta ja nuorta Tampereen sekä Vesilahden alueilta. Tutkimukseen valittiin mukaan lapsia ja nuoria neljästä eri ikäryhmästä²:

Taulukko 1. Tutkimukseen osallistuneiden lasten ikäjakauma.

	Vesilahti	Tampere	
2002 syntyneet	-	13	13 kpl
1999 syntyneet	6	9	15 kpl
1996 syntyneet	6	8	14 kpl
1993 syntyneet	-	14	14 kpl
		Yhteensä:	56 kpl

Tutkimuksen lähtökohta oli hakeutua lasten ja varhaisnuorten mediaympäristön äärelle niin, että ensisijaisesti lasten oma ääni tulisi kuulluksi. Koska tutkimuksessa omasta elämästään kertojina olivat lapset, sopivien tutkimusmenetelmien löytäminen oli haasteellista. Lasten ja nuorten tutkimuksessa yleinen haaste on asioiden konkretisointi, yhteisen kielen ja luottamuksen löytäminen sekä osallistumaan innostaminen.

Osallistuneiden lasten ikähaitari teki menetelmien soveltamisesta mielenkiintoista. Nuorimmat tutkittavat olivat luku- ja kirjoitustaidottomia 5-vuotiaita, joiden kyky keskittyä on rajallinen ja tapa hahmottaa todellisuutta hyvin erilainen kuin esimerkiksi 14-vuotiaalla. Kaikissa ikäryhmissä oli oleellista löytää metodeihin sellaisia elementtejä, jotka motivoisivat lapsia osallistumaan. Murrosikäistä luonnollisesti virittävät hieman erilaiset asiat kuin 5-vuotiasta. Kaikissa ikäryhmissä tuli ylittää aikuisen tutkijan ja lapsen vuorovaikutukseen liittyvät haasteet.

Monipuolisen tutkimusaineiston takaamiseksi tutkimuksessa päätettiin käyttää eri metodeita ja soveltaa niitä hieman eri tavoilla eri ikäryhmissä. Tutkimuksen yksi tavoite oli harrastaa metodien käyttöön liittyvää itsereflektiota ja pohtia menetelmien soveltuvuutta lasten ja nuorten tutkimuk-

² Käytämme raportin haastattelusitaateissa luettavuuden helpottamiseksi lapsista syntymävuoden sijasta heidän ikäänsä. Kutsumme kaikkia vuonna 2002 syntyneitä 5-vuotiaiksi, vuonna 1999 syntyneitä 8-vuotiaiksi, vuonna 1996 syntyneitä 11-vuotiaiksi ja vuonna 1993 syntyneitä 14-vuotiaiksi, vaikka kyseinen lapsi ei olisi vielä haastattelujankohdantana täyttänytkaan em. ikävuotta.

seen. Tässä luvussa esittelemme käytetyt metodit ja luvun lopussa kerromme niiden käytössä ilmenneitä keskeisiä haasteita.

2.1 Mediapäiväkirjat

Tutkimuksen pääasialliseksi metodiksi hankesuunnitelmassa oli määritelty mediapäiväkirjojen täyttäminen. Päiväkirjametodin valinta oli luontevaa, sillä sitä käytetään yleisesti haluttaessa päästä ihmisten arkikokemusten äärelle. Päiväkirjatekstien nähdään heijastavan suhteellisen autenttisesti arkea. Kun muistiinpanot kirjataan päivittäin, muisti ei vääristä kokemuksia, eivätkä ihmiset tunne samankaltaista sosiaalista painetta antaa hyväksytyyn tyyppisiä vastauksia kuin esimerkiksi haastattelutilanteessa. Päiväkirjamenetelmää käytetään usein tutkimuksissa, joissa pyritään analysoimaan ajallista dynamiikkaa, tapahtumakulkuja ja prosesseja. Se paljastaa parhaiten lyhytaikaiset, muuttuvat prosessit, kun taas muut tutkimusmenetelmät voivat tuoda esiin ilmiöiden pitkäaikaisemmat prosessit ja rakenteet (Bolger, Davis & Rafaeli 2003).

Ennen tutkimuskierroksen aloittamista pohdimme kuitenkin päiväkirjamenetelmän soveltuvuutta tutkimukseen. Pienet lapset eivät pysty täyttämään päiväkirjaa itsenäisesti, vaan tarvitsevat kirjurin. Tällöin lapsen kokemusta suodattamassa toimii usein hänen vanhempansa. Hieman vanhemmat lapset voivat unohtaa päiväkirjan täyttämisen eikä kirjoittaminen ole välttämättä varhaismurrosikäisen mielestä motivoivaa. Näitä epäilyksiä tukee Larson (1989), joka toteaa, ettei alle 10-vuotiaita kannata yleensä tutkia päiväkirjamenetelmän avulla. Päätimme sekä täydentää päiväkirjamenetelmää muilla metodeilla että lisätä siihen elementtejä, jotka palvelisivat mahdollisimman hyvin tämän tutkimuksen päämääriä. Päiväkirjametodin on usein nähtykin olevan käyttökelpoisen, kun sen yhteydessä käytetään myös muita tutkimusmenetelmiä.

Vuosina 2002 ja 1999 syntyneille suunnittelimme paperiversiona tai vaihtoehtoisesti internetissä täytettävän päiväkirjapohjan (liite 2), johon jokaiselle päivälle oli varattu sarake sekä lapsen että tämän vanhemman kommentteja varten. Pyysimme kirjureina toimineita vanhempia kirjoittamaan lapsen kokemukset ensimmäiseen sarakkeeseen sellaisina kuin lapsi ne saanee, pidättyen itse niiden kommentoinnista tai oikomisesta. Jotta vanhemman olisi mahdollisimman helppo olla puuttumatta lapsen tarinaan, varasimme vanhempien kommentteille oman sarakkeensa. Korostimme, ettei mahdollista ristiriitaa tai tulkintaeroa lapsen ja vanhempien kirjoitusten välillä tule häivyttää teksteistä.

Vuosina 1996 ja 1993 syntyneille tarkoitettu päiväkirjapohja (liite 3) oli myös kaksiosainen. Ensimmäiseen sarakkeeseen lapsen oli määrä kirjoittaa kyseisen päivän median käytöstä. Kirjoittamisen tueksi olimme kirjanneet tutkimuspäivien ohjeisiin joukon apukysymyksiä, joihin vastauksia pohtimalla päivän mediakäytöstä voisi kertoa. Toiseen mediapäiväkirjan sarakkeista liitimme media-aiheisen tehtävän.

Lapsia muistutettiin päivittäin tekstiviestillä sekä päiväkirjasta että tehtävästä. Tekstiviestien tarkoitus oli paitsi muistuttaa lapsia, myös mukailla signaaliperusteista tutkimusasetelmaa, jossa päiväkirjaa on määrä täyttää tietyn signaalin, esimerkiksi piipparin äänen kuultuaan. Pyysimme lapsia kirjoittamaan päiväkirjaansa tekstiviestin saatuaan tai mahdollisimman pian sopivassa tilanteessa sen jälkeen. Lähetimme tekstiviestejä klo 14–20 välisenä aikana.

Oletimme osin teknologia-avusteisen päiväkirjan täyttämisen tehtävineen lisäävän kiinnostavuutta päiväkirjan täyttämiseen. 11- ja 14-vuotiaat lapset ja nuoret täyttivät päiväkirjansa itsenäisesti.

Päiväkirjan ohkeen liitetyissä media-aiheisissa tehtävissä lapsia ja nuoria pyydettiin kirjoittamaan näkemästään mainoksesta, valitsemaan päivän uutistarjonnasta yksi kiinnostava uutinen ja kertomaan siitä, kuvailemaan suosikkisäältäään, ottamaan kantaa pelaamiseen ja kuvittelemaan tulevaisuuden media-kotia.

Päiväkirjoista tai päiväkirjatehtävistä otetut lainaukset on merkitty tutkimusraporttiin tunnuksella PÄ.

2.2 Virikkeistäminen ja muut tehtävät

Lapset ja nuoret täyttivät mediapäiväkirjaa viiden päivän aikana huhti-toukokuussa 2007. Tutkimuspäivien ajaksi annoimme heille myös muita tehtäviä. Lapsitutkimusta suunniteltaessa on tärkeää ottaa huomioon lasten toiminnallisuus. Lapset eivät kommunikoi vain kertomalla (kirjoittamalla) asioista, vaan myös käyttäen kehoaan, leluja ja muita välineitä (Alasuutari 2005, 146).

Koska etenkin pienille lapsille leikki on yksi keskeinen ilmaisun muoto, ja oimme alkutapaamisessa vuosina 2002 ja 1999 syntyneille kotiinvietäväksi Media-Masaksi nimetyn pehmolelun. Lapsen toivottiin kuljettavan Media-Masaa mukanaan tutkimuspäivien aikana etenkin median käyttöön liittyvissä tilanteissa. Media-Masan tehtävänä oli toimia muistin virkistäjänä paitsi kotona mediakäytön tilanteissa myös loppuhaastattelun aikana.

Lasta voitaisiin rohkaista puhumaan Masan kautta kokemuksistaan kodin mediaympäristössä.

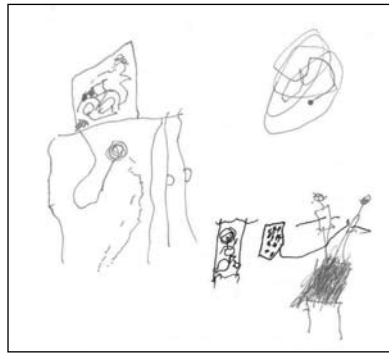
Masan vastaanotto oli ilahtunutta. Etenkin 5-vuotiaat olivat kuljettaneet pehmolelua mukanaan päiväkodeista sukulaisvierailuihin. Masa oli joillekin osallistuneille lapsille tärkeä tutkimukseen osallistumisen symboli. Pyy-simme kahteen nuorimpaan ikäryhmään kuuluvia myös tekemään tutkimuspäivien aikana piirustuksen, jonka aiheena oli Masan seikkailut mediamaassa. Edelleen piirustuksenkin tehtävänä oli avittaa pääsyä lapsen sosiaaliseen todellisuuteen ja toimia mahdollisesti myös keskustelun avaajana loppuhaastattelussa.

Vuosina 1996 ja 1993 syntyneet saivat samankaltaisen piirustustehtävän otsikolla Media minun maailmassani. Heidän oli piirtämistehtävän vaihtoehtona mahdollista ottaa samaan teemaan liittyviä valokuvia. Myös jotkut nuorempiin ikäryhmiin kuuluneet halusivat tehdä tehtävän mieluummin valokuvaten. Törmäsimme jo tässä tutkimuksen vaiheessa omiin ennakko-oletuksiimme. Olimme ajatelleet pienten lasten mieluummin käyttävän kynää ja paperia, mutta jo 5-vuotiaiden parista löytyi digikameraa käyttäviä lapsia.

18



Kuva 1. Media-Masa ja peli (poika, 8-v).



Kuva 2. Media-Masa ja J katsovat Autot-elokuvaa DVD:ltä kun J oli kipeä (poika, 5-v).

2.3 Taustatietolomakkeet ja teemahaastattelut

Kokosimme tutkimukseen osallistuneista lapsista ja heidän perheistään tietojamyös taustatietolomakkeiden (liite 4 ja 5) avulla. Kahden nuorimman ikäryhmän lapset täyttivät taustatietolomakkeen yhdessä vanhempansa kanssa. Lomakkeessa oli kysymyksiä sekä vanhemmalle että lapselle. Vuosina 1996 ja 1993 syntyneiden perheisiin jaettiin kaksi taustatietolomaketta: vanhemmille ja lapsille omansa. Myös taustatietolomakkeet oli mahdollista täyttää

joko paperiversioina tai verkkolomakkeina netissä. Taustatietolomakkeista lainatut sitaatit on merkitty raporttiin tunnuksella TA.

Tutkimusjakson päätteeksi tapasimme lapset loppuhaastattelun merkeissä. Koska lasten voi olla vaikea vastata suoriin haastattelukysymyksiin (Alasuutari 2005), olimme valmistautuneet etenemään haastattelutilanteessa mahdollisimman joustavasti ja käytännönläheisesti lapsen ehdoilla. Olimme tehneet haastattelua varten kysymysrunгон (liite 6), mutta haastattelutilanteissa käytimme hyväksimme myös täytettyjä mediapäiväkirjoja, taustatietolomakkeita, piirustuksia, valokuvia ja Media-Masan kokemuksia. Siirtääksemme mediaympäristöön liittyvää pohdintaa myös kotiympäristön ulkopuolelle esitimme lapsille lisäksi tutkijan ottamia valokuvia Tampereen keskustan alueelta.

Tehty teemahaastattelurunko oli näin enemmän haastattelun jäsentämisen työkalu kuin tiukka ohjenuora. Haastattelutilanteet olivat vapaita, eikä niitä pyritty toteuttamaan samassa muodossa. Muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta haastattelut tehtiin lapsen kotona, useimmiten tämän omassa huoneessa, jossa oli samalla mahdollista havainnoida huoneen mediaympäristöä ja synnyttää siitä keskustelua. Lasten mediakulttuurin tutkimuksessa lasten omalla huoneella on tärkeä merkitys. Lastenhuone voi toimia hyvänä lasten mediakulttuurin tietolähteenä ja kulttuurisena tekstinä (Mitchell & Reid-Walsh 2002, 114).

Koska halusimme kohdella lapsia täysivaltaisina informantteina, pidimme huolta siitä, että heillä oli mahdollisuus keskeyttää haastattelu näin halutessaan. Kun lapsi alkoi selvästi väsyä tai ilmaisi haastattelun kestäneen riittävän kauan, lopetimme sen. Toiminnallisuuden ja riittävän konkretian (kuvat, tehtävät jne.) vuoksi nuorimmatkin haastateltavat jaksoivat kuitenkin viipyä tilanteessa suhteellisen hyvin. Haastatteluiden kesto vaihteli vajaan puolesta tunnista yli tuntiin.³ Haastattelusitaatit on merkitty raporttiin tunnuksella HA. Kaikista raportin sitaateista on poistettu suoraan lapseen tai tämän perheeseen yksilöivät tiedot, kuten nimet, ja tekstiä on tältä osin muokattu. Henkilöihin viitataan raportissa mielivaltaisesti valitulla kirjaimella. Useimpiin sitaatteihin on otettu mukaan myös haastatelijan osuus, jotta vuorovaikutustilanne olisi nähtävissä.

3 Olimme varautuneet, että 5-vuotiaiden haastattelut voivat olla kestoiltaan hyvin lyhyitä. Esimerkiksi 5–6-vuotiaiden uutisten katselua tutkineessa pro gradussaan Suvi Penanen kertoo omien haastatteluidensa kestäneen lyhyemmällä alle 10 minuuttia.

2.4 Huomiota metodien soveltuvuudesta

Valitsemamme aineistonkeruumenetelmät olivat pääosin toimivia. Jokaisessa metodissa oli omat puutteensa, mutta toisiaan täydentäen ne tuottivat monipuolisen tutkimusaineiston.

Alkuperäinen idea täydentää päiväkirjamenetelmää muilla menetelmillä oli hyvä ratkaisu, sillä moni haastattelu osoittautui sisällöltään rikkaammaksi kuin kyseisen lapsen kirjoittama mediapäiväkirja. Lasten ja nuorten mediapäiväkirjat oli yleensä täytetty kronologisesti edeten aamusta kohti iltaa. Poikkeuksia lukuun ottamatta ne keskittyivät kertomaan, mitä mediavälitteitä päivän aikana oli käytetty ja toivat mahdollisesti esille myös käytön arvioidun keston. Pohdintaa ja tulkintoja päiväkirjaosioissa oli suhteellisen niukasti. Pelkkä päiväkirjametodi olisi saattanut jättää aineiston niukaksi, sillä muoto oli joillakin kirjoittajilla hyvin pelkistetty, kuten kolme seuraavaa otetta perjantain päiväkirjasta kertovat:

Luin 2 h kirjaa. Katsoin tv:tä 2 h.
(Poika, 11-v, PÄ)

Olimme isovanhemmillä. Pelasin siellä tietokoneella ja katselin televisiota. Ei sitte muuta perjantaista.
(Poika, 11-v, PÄ)

Olin aamulla tietokoneella, pelailin, tekstailin, tv ja katsoin DVD:eitä.
(Poika, 14-v, PÄ)

Teknologia-avusteisuus (tekstiviestit ja verkkolomakkeet) lienee motivoinut lapsia päiväkirjan täyttämässä, vaikkakin suurin osa lapsista vanhempiin oli valinnut täyttötavaksi perinteisen paperipäiväkirjan.⁴

Päiväkoti-ikäisten vanhemmat kertoivat, että päiväkirjan täyttäminen yhdessä lapsen kanssa oli paikoin vaikeaa, sillä muistelu jo muutaman tunnin aikaperspektiivissä saattoi olla lapselle vaikeaa. Lapsen oli hankala muistaa mitä esimerkiksi päiväkotipäivän aikana oli tapahtunut. Loppuviikosta median muistelu yhdessä vanhemman kanssa saattoi jo kyllästyttää lasta. Vanhempien kirjaamista mediapäiväkirjoista oli kuitenkin hyötyä. Ne kuvailivat sellaisia arkisia median käytön tilanteita, joihin tutkijalla ei olisi ollut pääsyä. Etenkin 5-vuotiailla vanhempien osuus oli merkittävä, sillä päiväkotikiäisten haastatteleminen oli vaikeata. Oli myös mielenkiintoista vertailla lapsen ja vanhemman saman päivän mediakokemuksia. Vanhem-

⁴ Verkkolomaketta käytti mediapäiväkirjan täyttämiseen 20 lasta, joista nuorimmilla vanhemmat kirjasivat päiväkirjamerkinnät. Verkkolomakkeiden käyttö jakautui tasaisesti nuorempien (-02 ja -99) ja vanhempien (-96 ja -93) ikäryhmien kesken. Molemmissa ikäryhmissä verkkolomakkeen valitsi 10 osallistujaa.

pien ja lasten yhteistyö näytti toimineen oivasti. Vanhemmat olivat malta-
neet kirjata lasten kokemukset mahdollisimman tarkasti ja kuvailleet elä-
västi omia huomioitaan vanhempien sarakkeessa. Vaikka vanhempi toimi-
kin lapsen kirjurina, lapsen ääni tuntui teksteistä välittyvän:

*Dalmaatialaiset tuli aamulla Neloselta, eiku Subilta, eiku Neloselta. H on
kertonut kuitenkin, että Subi on paras. Päikyssä kuuntelin unimusiikkia,
mutta ei se mua yhtään unettanut, yleensä kyllä herään viimeisenä. Pikku-
kakkosessa puhuttiin keijukaisista, sille tädille tuli mieleen sudenkorento. Äiti
on kerran listinyt sellaisen mut se sano, että vahingossa. Illalla mainoksessa oli
vähän hauska juttu, kun se poika levitti rasvaa sen auton kylkeen.*
(Poika, 5-v, PÄ)

*Aamu alkoi tuttuun tapaan lastenohjelmilla. ”Ehdoton” sääntö – pukeminen
ennen tv:n avausta – ei taaskaan pätenyt, pukeminen kesti tasan yhtä kau-
an kuin ohjelmakin. Autossa matkalla päiväkotiiin ehti tulla vain automai-
nos. Hienosti lapsi yhdisti, että autoja voi mainostaa myös telkkarista, ja al-
koi rallattaa automainoslaulua. Siitä puhe johtikin lehti- ja tienvarsimainon-
taan, melko kiinnostava keskustelu 5-vuotiaan kanssa! Illalla Pikkukakko-
sen jälkeen puhuttiin sudenkorennoista, siitä puhe kääntyi paarmoihin ja ki-
malaisiin. Ilta oli melko mediavapaa, muutama mainos herätti lapselta hersy-
vät naurut. Hienoa huomata kuinka lapsikin ymmärtää mainoksen huumo-
rin, lopullista sanomaa ei ehkä samaan tapaan kuin aikuinen. Kahdeksan jäl-
keen saatiin TODELLA vahva riita aikaan, lapsi olisi halunnut katsoa Ein-
stein-ohjelmaa päivävaatteet päällä, vaadin yöpukua ja hampaiden pesua. Se
ei lapselle käynyt, ovia paiskoien juoksi ympäri kotia ja huusi. Lopputuloks oli
yöpuvun vaihto ja pelkkä iltasatu.*
(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Muu virikkeistävä aineisto (piirustus- ja valokuvaustehtävät, Media-Masa,
media-aiheiset tehtävät) jossain määrin aktivoi tutkimukseen osallistuneita
lapsia. Piirustus- ja valokuva-aineistoa ei tässä tutkimuksessa analysoitu
tarkasti⁵, eivätkä ne pintatasolla näyttäneet antavan oleellista uutta tietoa
lasten ja nuorten haastatteluihin. Osin tulos voi johtua piirustus- ja valo-
kuvatehtävien tehtävänasettelusta. Aiheiden anto oli tässä tapauksessa eh-
kä liian mediakeskeinen tuottaen piirustuksina paljolti mediavälineitä kä-
sitteleviä töitä. Toki niistäkin voidaan nopeasti päätellä, että esimerkiksi
mediateknologiat ovat lapsille yksityiskohtiaan myöten tuttuja. Piirustus-
sia käytettiin myös keskustelun virittäjinä, mutta niiden rooli ei siinäkään
osassa noussut keskeiseksi. Jos vastaavaa piirtämistehtävää käytetään seura-
avilla tutkimuskierroksilla, voisi olla antoisaa teettää lapsilla ja nuorilla teh-
täviä, jotka eivät suoranaisesti liity mediaan, mutta jotka valaisisivat heidän

5 Esim. Rydin (2003) on käyttänyt piirustusmetodia selvittäessään miten lapset reflek-
toivat televisiotarinaa ja analysoinut piirustuksista mm. käytettyjä värejä, hahmojen ti-
lallista paikkaa, hahmojen kokoa, yksityiskohtien määrää, kuvien tunneilmaisua ja si-
tä miten lapset ilmaisevat kuvissa liikettä. Tämänkaltaista kuva-analyysiä ei tässä työs-
sä tehty.

persoonaansa, harrastuksiaan ja yleensä elämäänsä. Mediamaailman sijaan piirustustehtävän aihe voisi olla vaikkapa oma unelmahuone, joululahjalista, merkityksellinen kokemus tai tulevaisuuden haave. Näin mediaa ei leikkattaisi tehtävänasettelussa irti lasten elämäkokonaisuudesta, vaan media tulisi esille paikoissa, joihin lapset sen omaehtoisesti liittävät.

Sama problematiikka näkyi myös lasten haastatteluissa. Suoraan mediaan liittyvät kysymykset pelkistivät helposti lapsen kanssa käydyin keskustelun mediateknologioita ja käyttömääriä kuvailevaksi puheeksi. Harvat 14-vuotiaatkaan kykenivät analyttiseen pohdintaan, jos heille esitti suoran kysymyksen siitä miksi he pitivät jostakin mediasisällöstä tai minkälaisia tunteita se herätti (vrt. Alasuutari, 2005).

Periaatteessa tiesimme ennalta, että lasten on usein vaikea vastata suoriin kysymyksiin. Mitä nuoremasta lapsesta on kyse, sitä mahdottomampaa on suoriutua haastattelusta perinteistä kysymys – vastaus -logiikkaa noudattaen. Haastattelun teemoista puhe assosioituu lapsen mielessä toisiin aiheisiin ja toimintaan. Etenkin 4–5-vuotiaiden haastatteluissa tutkijan oli syytä varautua nopeisiin ajatuksellisiin ja toiminnallisiin käänteisiin, ja suojautua tarpeen vaatiessa niin saippuakuplilta kuin lentäviltä dinosaurisleluilta.

H: Sitten te voisitte näyttää mitä täältä olkkarista löytyy, ainakin näyttää olevan iso telkkari.

V: Meteliä ja kikatusta [lapsi juoksee ulos parvekkeelle puhaltamaan saippuakuplia – palaa hetken päästä takaisin].

H: Teitkö sä niitä saippuakuplia vähäsen, on kyllä tosi hienoja. Mutta juteltasko vaikka tästä telkkarista vähän. Telkkarin katsomisesta vähän. Katotko sä koskaan telkkaria?

V: Katon, aamulla ja illalla Pikku Kakkosen. Tänään katoin aamulla aikaisin.

H: Katoit vai, mikäs sieltä Pikku Kakkosesta tänään tuli? Vai tuleeko aamulla Pikku Kakkonen?

V: No eiii! Kun sunnuntai- ja lauantai-aamuna vaan.

H: No mitäs tänä aamuna sieltä sitten tuli?

V: Pirpana ja jotain.

H: No oliko se kiva?

V: Oli. Ainakin se kun ne teki hevosen.

H: Teki hevosen. Mistä ne hevosen teki?

V: Puhvistä.

(Tyttö, 5-v, HA)

Alasuutarin mukaan etenkin arjen kuvaukset ovat hyvä keino tavoittaa lapsen näkökulmaa. Kysymykset voi liittää lasten arjen rutiineihin kysyen lapsen tavallisista puuhista (Alasuutari 2005, 158). Huomasimme tämän lähestymistavan hedelmälliseksi näissäkin haastatteluissa. Keskustelua syntyi kun, lapset esittelivät omaa huonettaan, siellä olevia lelujaan ja media-laitteitaan. Pyysimme heitä myös näyttämään internetin suosikkisivujaan,

lempivideoitaan, -levyjään, -kirjojaan ja niin edelleen. Tälläkin lähestymistavalla haastattelulla oli kuitenkin vahva taipumus jäädä välinekeskeiseksi katsaukseksi. Käyttömotiiveihin tai median herättämiin tunteisiin on suhteellisen vaikea päästä kysymyksenasettelulla käsiksi. Teemojen syventymistä vaikeutti itse aihepiirin laajuus. Mediaympäristöön voi lukea kuuluvaksi niin koulun, kodin, harrastusten kuin kaupunkiympäristön media maailman. Rajallisessa haastatteluajassa tällaisen elämänpiirin kattaminen on haasteellista.

Käytännössä median solmiutumiseen osaksi arkea, motiiveihin ja tunteisiin tulisi kiertää paljon muiden kuin mediaan fokusoituneiden kysymysten ja tehtävien kautta. Tällä tavoin haastattelut tuottaisivat runsaasti myös varsinaisesta tutkimusteemasta poikkeavaa puhetta, mutta teemaan kohdistuessaan saattaisivat valaista sitä uusista näkökulmista. Tällä tutkimuskierroksellakin pyrimme siihen, että lapsilla olisi halutessaan ollut tilaa puhua haastattelutilanteessa hänelle tärkeistä asioista, vaikka ne eivät suoranaisesti olisi liittyneet mediaympäristön teemaan.

Jo ennen haastatteluiden tekoa olimme tietoisia haastattelussa vallitsevasta epätasa-arvon tilanteesta lapsen ja aikuisen välillä. Forresterin (2002) mukaan lasten ja nuorten haastattelu ei koskaan ole ”puhdas”, niin että haastattelutilanteesta olisi täysin häivytetty lapsen ja aikuisen välisen aseman ero. Suhteen epätasa-arvoa uusinnetaan puheessa jatkuvasti. Alasuutarin (2005) mukaan tämä valtaero voi kuitenkin olla haastattelun kannalta joko kielteinen tai myönteinen asia. Myönteisenä seikkana voidaan nähdä tilanteen kulttuurinen tuttuus. Lapset ovat tottuneet arjessaan aikuisten kontrolliin ja tämä antaa aikuiselle oikeuden kysyä kaikenlaisia kysymyksiä odottaen lapselta rehellisiä vastauksia. Valtaero voi kuitenkin heijastua myös kielteisesti ja silloin lapsi pyrkii antamaan haastattelevalle aikuiselle ”oikeita” vastauksia enemmän kuin kertoisi omia kokemuksiaan.

Pyrimme välttämään oikeiden vastausten antamisen tilannetta asettautumalla Alasuutarin (emt.) vihjeiden mukaan lapsen arkipäivän kokemuksista poikkeavaan aikuisen rooliin. Tällaisella aikuisella ei tule olla kontrollointi-yrkimyksiä ja hänen suhtautumisensa lapsen kommunikointitapoihin tulisi olla refleksiivinen. Käytännössä tämä merkitsee, että lapsen kielen tulisi olla haastattelun pääkieli ja haastattelijan mukautua joustavasti lapsen ilmaisun tapoihin. Otimme myös huomioon, että arkaluontoisista asioista puhuessaan lapsen voi olla helpompi ilmaista itseään, jos kysymyksenasettelussa viitataan toisiin lapsiin, heidän tapoihinsa toimia ja näin normalisoidaan puhuttava asia (ks. emt., 150).

Edellisistä keinoista huolimatta lapsen ja aikuisen välinen valta-asetelma oli joissakin haastatteluissa keskustelun tukkeena ja luottamusta oli vaikea syn-

nyttää. Alasuutarin (emt.) mielestä lapsen lukuisat ”en tiedä” -kommentit voivat indikoida hänen pohtivan mielessään, mitkä olisivat haastattelevan aikuisen haluamia ”oikeita” vastauksia, ja epäröivän omien mielipiteidensä ilmaisua. Joissakin haastatteluisa ”en tiedä” -vastaukset hallitsivat vahvasti keskustelua.

Koska etenkin 4–5-vuotiaiden lasten puhuttaminen teemahaastattelun keinoin osoittautui haastavaksi, mietimme mahdollisia seuraavia tutkimuskierroksia varten jonkinlaisen osallistuvan metodin käyttöä. Tällä tutkimuskierroksella käytettyjen metodien sijasta tai ohessa voitaisiin 4–5-vuotiaille lapsille järjestää esimerkiksi päiväkodissa medialeikkipäivä. Media-päivän etuna voisi olla myös oman ryhmän antama tuki, jolloin jännittämisestä ja ujoudesta johtuva vaitonaisuus voisi vähentyä. Osallistuvaa metodologia voisi harkita myös varhaisnuorten ikäryhmissä, jolloin se voisi merkitä esimerkiksi liikkumista päivän ajan nuoren kanssa kaupungilla, koulumatkoilla ja kotona, tai jollakin tavalla heidän käyttämiensä verkkopalvelujen seuraamista. Toiminnallisuuden ja konkretian merkitystä lasten tutkimuksessa ei voi kyllin korostaa.

Edellä kuvatut tutkimusmetodien haasteet liittyvät pitkälti paitsi tutkijoiden omiin kykyihin löytää oikeita vuorovaikutuksen keinoja, myös lasten kehitysvaiheiden asettamiin rajoituksiin. Perinteisessä lapsitutkimuksessa on tulkittu, että pienten lasten ajattelu on usein konkreettiseen toimintaan sidottua ja heidän kykynsä ilmaista itseään on kielellisesti rajoittunutta. Lapsille nähdään tyypillisenä, että he muistavat kulloisellakin hetkellä mielentilansa mukaan tärkeät asiat (Ritala-Koskinen 2001).

Lapsitutkimukseen on myös perinteisesti liittynyt epäily lapsilta saadun tiedon luotettavuudesta. On muun muassa epäilty, pystyvätkö lapset erottaa mikä on totta ja mikä mielikuvitusmaailman tuotetta ja toisaalta mikä on heidän oma kantansa asioihin suhteessa vanhempien kantaan (emt., 145).

Lapsilta saadun tiedon luotettavuutta emme tässä tutkimuksessa kokeneet ongelmalliseksi, sillä olemme korostaneet lasten omien tulkintojen merkityksellisyyttä. Pyrkimyksenämme on lasten subjektiivisten kokemusten tavoittaminen. Tietyissä tilanteissa esimerkiksi havaitsimme lapsen esittävän mielipiteinään hänelle selvästi vanhempien kertomia selityksiä tai perusteluja. On mahdollista, että lapsi haastattelutilanteessa tuntee olonsa turvallisiksi antaessaan vanhemmilta kuultuja perusteluja vastauksia vieraille aikuiselle. Toisaalta ennen murrosiän eriytymistä vanhempien mielipiteet ovat lapsen todellisuutta ja myös hänen selitysmallejaan.

3 Taustatietoja tutkimukseen osallistuneista lapsista perheineen

Lasten ja nuorten mediaympäristön muuttumista käsittelevään tutkimukseen osallistui yhteensä 56 tamperelaista ja vesilahdelaista lasta ja nuorta. Tässä luvussa esittelemme joitakin taustatietolomakkeilla koottuja tietoja tutkittavista lapsista perheineen.

Pyrimme saamaan tutkimukseen mukaan erilaisista taustoista tulevia lapsia ja nuoria. Haimme lapsia, jotka asuivat Tampereen keskustan alueella, lähiössä, haja-asutusalueella sekä pienellä paikkakunnalla Vesilahdella. Otaksuimme, että asuinympäristö osaltaan muokkaa lasten elämänpiiriä ja arjen kokemuksia – etenkin vanhempien, jo itsenäisesti liikkuvien lasten osalta. Lasten sukupuolijakauma oli tasainen: tyttöjä tutkittavista oli 27, poikia 29 kappaletta. Kuten edellä on jo kerrottu, tutkimukseen valittiin mukaan lapsia ja nuoria neljästä eri ikäryhmästä. Tutkimusta tehtäessä nuorimmat lapset olivat vasta 4–5-vuotiaita päiväkotikäisiä, vanhimmat 14-vuotiaita yläkoulua käyviä murrosikäisiä.

Tutkimukseen osallistuneet lapset valittiin ilmoittautumisten perusteella. Tutkimuksesta kertovaa esitettä ja ilmoittautumislomaketta jaettiin alueiden kouluihin ja päiväkoteihin. Ilmoittautuneiden määrä kahdessa keskimäisessä ikäryhmässä oli niin runsasta, että lopulta lasten valinnassa käytettiin arpaa.

Koska tavoitteena on toistaa tutkimus pitkittäistutkimuksen periaattein, mukaan haluttiin motivoituneita perheitä. Näin todennäköisyys osallistua mahdolliselle uudelle tutkimuskierrokselle olisi suurempi. Vapaaehtoinen ilmoittautuminen ja motivoituneisuus vaikuttivat siihen, millaisia perheitä tutkimukseen hakeutui, ja tämä tulee ottaa huomioon tuloksia tulkittaessa. Vaikka mukana olleiden 56 lapsen tutkimus piirtää monimuotoisen kuvan lasten mediamaailmasta, se ei ole läpileikkaus kaikkien suomalaisten lasten todellisuuteen. Siksi käytämme raportissa myös muita sekä suomalaisia että kansainvälisiä tutkimuksia, jotka antavat laajemman kuvan lasten ja nuorten mediamaaisemasta vuosituhannen vaihteessa.

Vanhempien täyttämien taustatietolomakkeiden mukaan monissa perheissä tutkimukseen osallistumisen motiivit olivat mediakasvatuksellisia. Aihepiiri koettiin tärkeäksi, ja useissa mukana olleissa perheissä lasten ja nuorten mediakäytölle oli asetettu selkeitä rajoja ja sääntöjä. Suhteessa lastensa mediakäyttöön osallistuneita perheitä voidaan kuvailla valveutuneiksi. Osalla vanhemmista oli hyvinkin tiukkoja lasten mediakäyttöön liittyviä periaatteita, ja perheen varjelemiseen kiinnitettiin huomiota:

Käytännössä televisio, radio, videot, dvd ovat olleet kokonaan kiinni lapsen valveillaoloaikana siihen asti kun lapsi täytti 5-vuotta. Sen jälkeen aloimme katsoa yhdessä muutamia Nalle Puh -videoita ja televisiosta urheiluohjelmia lähinnä isän kanssa. Pikku kakkosta lapsi on alkanut katsoa täytettyään 7-vuotta. Television katselun välttäminen on merkinnyt sitä, että mummon katsoessa suosikkisarjojaan olemme menneet toiseen huoneeseen tekemään jotain muuta. Lapsen opittua lukemaan olemme pitäneet sanomalehdet sen verran poissa näkyvistä, ettei lapsi pääse niitä lukemaan. Lapsi on kaupassa vain kun on pakko, koska emme halua, että lapsi lukee iltapäivälehtien otsikoita. Tietokonepelejä lapsi alkoi pelata vajaan 8-vuoden ikäisenä. Koska televisio ja radio ovat olleet lapsen valveillaoloaikana kiinni, me vanhemmat emme aina tiedä maailman tapahtumista (esim. Yhdysvaltojen terrori-iskut (9/11) ja tsunami). Näistä maailman tapahtumista lapsemme ei tiedä edelleenkään mitään.

(Poika, 8-v, vanhempien TA)

Keskimäärin vanhempien asenne oli kuitenkin maltillisen huolestunut. Huolta lasten ja median välisestä suhteesta kannettiin enemmän yleisellä tasolla kuin omiin lapsiin kohdistuen. Esimerkiksi 71 prosenttia vanhemmista oli hyvin huolissaan mediaväkivallan vaikutuksista lapsiin. Sen sijaan 64 prosenttia heistä ei ollut huolestunut oman lapsensa median käytön määrästä. 65 prosenttia vanhemmista ei ajatellut, että media toisi heidän lastensa elämään pelkoa – päinvastoin, 93 prosenttia heistä ajatteli median tuovan lasten elämään iloa. Vanhemmat luottivat myös muihin median myönteisiin vaikutuksiin. 78 prosenttia vastanneista arveli lapsensa oppivan median avulla merkittäviä taitoja. Vanhempien asennoitumista lasten mediakäyttöön käsitellään tarkemmin tämän raportin luvussa seitsemän.

Tutkimukseen osallistuvista perheistä merkittävä osa oli suhteellisen hyvätuloisia ja korkeasti koulutettuja (liite 7 ja 8). Taloudelliset resurssit vaikuttavat osaltaan siihen minkälaisia mediavälineitä, ja tätä kautta sisältöjä lapsella on käytössään. Eurooppalaisten tutkimusten mukaan perheen sosioekonominen asema ei niinkään vaikuta perinteisten viestinten käyttöön, mutta näkyy enemmän tietokoneiden ja uuden teknologian omistamisessa (Livingstone & Bober 2005). Seuraava taulukko 2 kertoo kuinka paljon erilaisia medialaitteita perheiden käytössä tutkimusajankohtana oli. Yleisin vaihtoehto on ilmaistu tummennuksella.

Taulukko 2. Medialaitteiden määrä perheissä.

Kotien medialaitteet						
	Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 kpl tai enemmän	%
Analoginen TV	2	44	53	2	0	100
Digitaalinen TV	93	4	4	0	0	100
Digiboksi	33	51	16	0	0	100
Kotiteatteri	76	20	4	0	0	100
VHS-videot	15	65	20	0	0	100
DVD	9	62	29	0	0	100
Pelikonsoli	58	33	9	0	0	100
Maksulliset tv-kanavat/ kanavapaketit	78	22	0	0	0	100
Matkapuhelin	0	4	44	51	2	100
Matkapuhelimen datapaketit	67	16	13	4	0	100
Radio/ cd-soitin	4	15	71	9	2	100
Kannettava musiikkilaitte	22	27	38	13	0	100
Kannettava pelilaitte	87	7	4	2	0	100
Tietokone	5	47	40	5	2	100
Tilatut sanomalehdet	13	62	25	0	0	100
Tilatut aikakauslehdet	20	20	35	24	2	100
Lapselle tilatut lehdet	20	42	38	0	0	100

Oletetusti medialaitteiden kirjo tutkimusta tehtäessä oli perheissä moninainen. Myös määrällisesti mediateknologia oli runsaasti edustettuna tutkimukseen osallistuneissa kodeissa. Yli puolessa perheistä oli enemmän kuin yksi televisiovastaanotin, monissa perheissä miltei jokaisella perheenjäsenellä oli matkapuhelin ja yli 70 prosentissa perheistä oli enemmän kuin yksi radio tai soitinlaite. Myös tietokoneita kodeissa oli runsaasti. 40 prosentissa talouksista tietokoneita oli 2–3 kappaletta ja joissakin kodeissa jopa 6 kappaletta tai enemmän. Sen sijaan pelikonsoleita tai kannettavia pelilaitteita tutkimusperheissä ei ollut kovinkaan paljon. Peräti 87 prosentilla perheistä ei ollut yhtään kannettavaa pelilaitetta. Pelikonsoleita löytyi vajaalta puolelta perheistä. Noin 80 prosenttia perheistä oli tilannut muiden kotiin tulleiden julkaisujen lisäksi myös lapselleen joko yhden tai useamman lehden. Taulukkoon lisäten voidaan todeta, että 93 prosentissa perheistä oli käytössään internet-liittymä.⁶

Haastattelut paljastivat, että teknologian kotoutuessa tuorein teknologia päätyy yhteiskäyttöön ja vanhat laitteet vähitellen valuvat uusien hankintojen tieltä kodin muihin tiloihin, myös lastenhuoneisiin. Eri-ikäisten las-

ten omasta huoneesta löytyvää mediaalaittekirjoa esitellään myöhemmin luvussa 4.1.

Perheiden hyvästä tulotasosta ja kulutusmahdollisuuksista huolimatta erilaisten mediasisältöjen hankkiminen kodin ulkopuolelta ei ollut poikkeuksellisen runsasta. Kun perheiltä kysyttiin, kuinka usein he ostavat lehti-irtonumeroita, pelejä tai musiikkia, suurin osa perheistä vastasi hankkivansa kyseisiä mediasisältöjä joko muutaman kerran vuodessa tai sitä harvemmin. Halutut aikakauslehdet tilattiin kotiin irtonumeroiden ostamisen sijasta (taulukko 3).

Taulukko 3. Perheiden ostamat mediasisällöt (n=56).

Perheiden ostamat mediasisällöt						
	Päivittäin	Kerran viikossa	Muutaman kerran kuukaudessa	Muutaman kerran vuodessa	Harvemmin tai ei koskaan	%
Iltapäivälehdet	4	11	25	33	27	100
Muut lehti-irtonumerot	0	0	31	51	18	100
Pelien ostaminen	0	0	2	46	52	100
Pelien vuokraaminen	2	0	0	2	96	100
Musiikin ostaminen / lataus	0	5	15	58	22	100
DVD/ videoiden ostaminen	0	0	13	67	20	100
DVD/ videoiden vuokraaminen	0	4	16	35	45	100
Elokuviissa käyminen	0	0	7	69	24	100

6 Medialaitteiden määrä tutkimukseen osallistuneissa perheissä oli runsaampi kuin suomalaisperheissä keskimäärin. Tilastokeskuksen (2007) mukaan esimerkiksi tietokoneita oli vuoden 2006 lopulla 71 prosentissa suomalaisperheistä (tässä tutkimuksessa 95 %). Noin 52 prosenttia suomalaisperheistä omisti tällöin DVD-soittimen (tässä tutkimuksessa 91 %). Televisio oli 92 prosentilla (vrt. 99 %) ja internet-yhteys 65 prosentilla (vrt. 93 %) suomalaistalouksista vuonna 2006.

4 Lasten välineellinen mediaympäristö

Lasten ja nuorten mediaympäristö on muuttunut etenkin 1990-luvun aikana ja 2000-luvun alussa. Tähän tutkimukseen osallistuneet lapset ovat viettäneet suurimman osan elämästään digitaalisen median ympäristössä, eivätkä muista aikaa ennen internetiä, kännyköitä tai digitaalisia pelejä. Heistä puhutaan usein digitaalisina alkuasukkaina, siinä missä heidän vanhempansa suunnistavat digitaalisessa mediatodellisuudessa maahanmuuttajina (Prensky 2001). Alkuasukas-termillä korostetaan sitä luontevuutta, jolla lapset ja nuoret erilaisten mediateknologioiden yhteyteen kasvavat. Esimerkiksi television katseluun sosiaalistutaan jo alle yhden vuoden iässä. Puolivuotioiden on todettu paikallistavan television osaksi kodin ympäristöä. Säännöllinen median seuranta alkaa lapsilla alle kolmen vuoden iässä (Koivusalo-Kuusivaara 2007, 14). Yhä nuoremmat lapset ovat sisältöjen ja laitteiden suunnittelijoiden kohderyhmänä. Alle 2-vuotiaille suunnitellaan omia televisio-ohjelmia ja tallenteita. Aivan pientenkin lasten leikkiympäristöön on ilmestynyt kännyköitä, ensitietokoneita ja radio- ja karaokelaitteita. Lasten huomioiminen mediavälineiden kohderyhmänä ei ole ihme, sillä perheiden päätöksentekodynamiikka on muuttunut demokraattisemmaksi ja lasten mielipiteitä kuunnellaan myös mediavälineiden ostopäätöksiä tehtäessä (vrt. YIPPEE-tutkimus 2008).

29

Kuten edellisessä luvussa tuotiin esille, tutkimukseen osallistuneissa perheissä kotien mediavarustelu oli runsasta – osin jopa runsaampaa kuin suomalaisissa talouksissa keskimäärin. Yleisen elintason nousun vuoksi on tavallista, että tämän päivän kodeissa on useita televisiovastaanottimia, tietokoneita ja erilaisia laitteita pelaamista tai musiikinkuuntelua varten. Medialaitteet sijoitetaan kodeissa eri tiloihin. Kotien mediamaisemaa on perinteisesti hallinnut televisio, joka perheenjäseneksi kotoutuneena on ollut kodin yhteisten tilojen keskipisteessä, olohuoneessa. Tietokoneet sitä vastoin on sijoitettu usein muualle kuin olohuoneeseen: työhuoneeseen, lastenhuoneeseen tai makuuhuoneeseen. Mitä enemmän medialaitteita perheellä on käytössään, sitä runsaammin niitä yleensä löytyy myös lasten käytöstä ja heidän omista huoneistaan. Livingstonen (2002) mukaan lastenhuoneiden mediavälineiden määrä on usein kaksinkertainen verrattuna kodin muihin tiloihin.

Tässä luvussa tarkastellaan lasten ja nuorten välineellistä mediaympäristöä keskittyen etenkin kodin piiriin. Mitä mediavälineitä eri-ikäisillä tutkimukseen osallistuvilla lapsilla on hallussaan ja millainen on lastenhuoneiden mediamaailma. Luvussa tarkastellaan myös mahdollista sukupuol-

ten välistä eroa mediateknologioiden käyttöönotossa, erilaisten välineiden käyttömääriä sekä niiden välillä tehtyjä rinnastuksia ja valintoja.

4.1 Lastenhuoneiden mediamaailma

Suurin osa tämän tutkimuksen haastatteluista tehtiin lasten ja nuorten kotona, heidän omassa huoneessaan. Haastattelut oli perusteltua toteuttaa juuri lastenhuoneissa, sillä lasten ja nuorten kulutuskulttuuri on muokannut merkittävästi kodeissa lapsille tarkoitettuja tiloja (Livingstone & Bovill 2001). Yhä useammalla eurooppalaisella lapsella on ensinnäkin oma huone⁷ ja lastenhuoneiden mediavarustelu on usein huomattava. Lastenhuoneissa vietetään aikaa median äärellä ja puuhastellaan paljon muutakin. Mitchelin ja Reid-Walshin (2002) mukaan lastenhuone toimii hyvänä kulttuurisena tekstinä ja tietolähteenä. Se on lasten omaa aluetta, jossa aikuisten valta on osittain murentunut. Lastenhuoneen tavaroista, sisustuksesta, peleistä ja leikkikaluista voi tavoittaa lapsen oman maun ja mediakulttuuriset kiintymykset ja tavoittaa niitä kokemuksia, joita lapsi pitää tärkeänä.

Suoranaisten mediavälineiden lisäksi lastenhuoneet ovat myös muunlaisten mediatuotteiden esillepanon paikkoja. Länsimaissa lapset ilmaisevat itseään sisustamalla huoneitaan oman makunsa mukaisesti. Mediatuotteilla ilmaistaan

henkilökohtaista tyyliä ja merkitään omaa identiteettiä. Popparien julisteet, Disneyn elokuvista tutut hahmot ja omasta lastenhuoneen televisiosta katsottu ohjelma muodostavat yhdessä ”tekstin”, joka on paitsi individualistinen, myös vahvasti kaupallisuuden lävistämä⁸ (Livingstone & Bovill 2001).

Toteuttamalla haastattelut lastenhuoneissa pääsimme tutkimustilanteessa siihen kontekstiin, jossa lapset käyttävät mediasisältöjä ja viettävät merkittävän osan päivästänsä. Suomalaislapsista viidennes viettää puolet tai enemmän valveillaoloajastaan omassa huoneessaan (Koivusalo-Kuusivaara 2007, 43). Teini-ikäiset viettävät huoneessaan aikaa usein enemmän kuin nuoret lapset, ja tytöt enemmän aikaa kuin pojat – vaikkakin pelien ja uuden teknologian vuoksi lastenhuoneet ovat muuttuneet poikaystävällisemmiksi. Lastenhuoneen suljetun oven takana lapset voivat häiritsemättä keskittyä omiin mediasisältöihinsä.

7 Viiden eurooppalaisen maan lasten mediakäyttöä tarkastelevassa vertailusta käy ilmi, että yli puolella 6–7-vuotiaista on oma huone, ja vanhempien lasten ikäryhmässä luku on vielä korkeampi (Livingstone & Bovill 2001). Suomi on yksi vertailuun osallistuneista maista.

8 Lasten ja nuorten mediakulttuurin kaupallistumista käsitellään lisää luvussa kuusi.

H: Minkäs takia sitä [ovea] pidetään kiinni?

V: Jotta isin musiikki ei häiriinny tosta tv:stä, eikä tv:n kuuntelijat häiriinny musiikista.

(Tyttö, 14-v, HA)

Vanhempia lastenhuoneen medioituminen on perinteisesti huolestuttanut. Vanhemmat eivät pysty täysin kontrolloimaan, mitä huoneissa tehdään tai millaisia mediasisältöjä teknologiaa taitavat lapset käyttävät. Lastenhuonekulttuurin on pelätty johtavan myös eristäytymiseen niin perheen yhteisistä tiloista kuin ihmissuhteistakin (Livingstone & Bovill 2001). Uhkana on myös, että erilaiset kodin ulkopuolelta tulevat informaatiovirratt murta-va kodin perinteisiä rajoja. Kodit pyrkivät siksi säätelemään teknologioita, jotka uhkaavat niiden rajoja ja tuovat vieraita aineksia olo- ja lastenhuoneisiin (Morley 2003, 168).

Lastenhuonekulttuuri ei suinkaan ole homogeenista⁹, ja se tuli ilmi myös tutkimuksemme aikana. Joissakin lastenhuoneissa medioiden ja mediatuotteiden kirjo oli huomattava, toisissa – varsinkin pienten lasten huoneissa – saattoi lelujen ja oheistuotteiden lisäksi olla ainoastaan kirjoja, lelu-vas-voja ja lehtiä.

Englantilais- ja amerikkalaistutkimuksissa on todettu, että lastenhuoneiden varsinainen medioituminen alkaa usein radiosta. Esimerkiksi englantilaislapsista noin 68 prosentilla on omassa huoneessaan stereot tai cd-soitin (Livingstone 2002; Rideout, Vanderwater & Wartella 2003). Huomasimme saman myös suomalaisissa kodeissa. Vajaa puolet tutkimukseen osallistuneista 5-vuotiaista omisti jo radion tai cd-soittimen. Muutamalla 5-vuotiaalla oli myös kannettava musiikkilaitte. Musiikin tai satulevyjen kuunte- luun tarkoitettu laite on usein ensimmäinen lapsen omaan käyttöön han- kittu medialaite ja musiikki on merkittäväällä sijalla kaikenikäisten lasten kotien mediamaisemassa. Varsinainen hyppäys musiikkilaitteiden omista- juudessa tapahtuu kuitenkin 8 ja 11 vuoden välillä: neljäluokkalaisista 77 prosenttia omisti sekä oman radion että jonkinlaisen kannettavan kuunte- lulaitteen. Myös kännykkää käytetään musiikinkuuntelun välineenä. 11- ja 14-vuotiaat kuuntelivat musiikkia myös internetistä ja ladattu musiikki kasvatti suosiotaan.¹⁰

9 Livingstone (2002) on tyypitellyt lastenhuoneet neljään eri luokkaan: mediarikkaat lastenhuoneet, erikoiskäyttäjien (esim. paljon tietokoneita käyttävien) huoneet, televisi- ovihteeseen keskittyneet huoneet ja mediaköyhät lastenhuoneet.

10 Monet lapset ja nuoret kuuntelevat suosikkimusiikkiaan esim. YouTubesta: www.youtube.com

Pikkusisko: Katos tätä voi värittää.

V: Ei sitä saa värittää!

H: Se ei varmaan enää soi, jos sen levyn värittää. Jos siihen menee piirtämään, niin sitten sieltä ei enää kuulu mitään.

V: Mutta tämä onkin leikkilevy.

H: No jos pitää sitä leikkilevynä. Mutta tuolla näyttää olevan sulla oikeitakin levyjä. Kerropa mitä sieltä löytyy.

V: Siellä on kaikkia: Ti-Ti Nalle ja Frööbelin palikoita ja kaikkia.

H: Mikäs niistä on kiva, näytäs mulle.

V: Pöllö-Pöö!

H: Pöllö-Pöö, Sari Kaasisen levy.

V: Pöö-Pöö-Pöllö-Pöö!! Se meidän ihan suosikkilevy. Siinä on muitakin lauluja. Ja hämähäkkilaulu.

H: Missäs te noita lauluja kuuntelette? Osaatteko laittaa ihan itse pyöriin sinne?

V: Mun äiti ja isi laittaa. Sitten meillä on nukuushuone.

(Tyttö, 5-v, HA)

H: Kotona sä kuuntelet kännykästä musiikkia. Pystykö silläkin kuuntelemaan?

V: Pystyy, mä voin näyttää.

H: No näytä, onks sulla kännykkä tässä jossain?

V: [Näpyttelee kännykkäänsä pitkään] Mulla on ihan tavallisiakin lauluja.

H: Mites sitä musiikkia saa siihen?

V: Tietokoneelta.

H: Onks ne semmosia, että ne on netistä haettu vai?

V: On tai ööö, en mä tiedä, mutta tässä on noita Idols-lauluja.

H: Joo, kukas sulle on, onks joku auttanut hakeen niitä?

V: Äiti on hakenut.

(Tyttö, 8-v, HA)

H: Sulta löytyy täältä huoneesta radio- ja cd-soitin. Kuunteletko sä musiikkia?

V: Välillä. Mulla on cd:tä, Eminemii ja tollasta.

H: Sä oot räppimiehiä sitten. Kuunteleeko sun kaverit samaa musiikkia?

V: Kyllä ne kuuntelee.

H: Millon on kiva kuunnella musiikkia? Kuunteletko sä kun teet läksyjä?

V: No joskus mä kuuntelin, mutta mulla ilmeni sellanen, että se vähän häiritä. Piti ruveta jammaamaan että mä en pysty tekeen näitä matikan tehtäviä jos on musiikki päällä. Sitten meillä on MP3, mutta mä en tiedä missä se nyt on.

H: Mitäs musiikkia sulla on siellä?

V: Mun lempparilevyistä useimmat on semmosia kopiosuojattuja, niin sinne jouduttiin laittaan kaikenlaista tarpeentakin. Niinkun jotain Antti Tuiskuu, josta mä en tykkää oikein.

H: Miten te sitä musiikkia ootte MP3:een laittanut?

V: Me otetaan ensin levy tietokoneeseen ja sitten me otetaan jollain me-

*diaplayerilla ne kappaleet sieltä.
(Poika, 11-v, HA)*

H: Onko sulla jotain tiettyä suosikkibändiä?

V: No mä sanon aina, että mun lempparibändi on The Rasmus. Mulla on sen kaikki levyt, paitsi ei kaikkia singlejä, mutta kuitenkin ne päällyvät. Ja siitä mä oon tykännyt jostain tokaluokkalaisesta lähtien.

H: Se on kestänyt sulla sitten tosi kauan.

V: Joo, mutta sitten mä tykkään tosi monesta muustakin musiikista. Mutta sen mä vaan aina jotenkin mainitsen.

H: Sä kuuntelet ladattavaa musiikkia?

V: Joo, niin kun mulla on se iPod, siis mä oon yleensä cd-levyiltä laittanut ja sit mä oon ostanut ne musiikit. Mä en oo ladannut mitään laittomasti.

(Tyttö, 14-v, HA)

Televisio seuraa lastenhuoneisiin radion ja musiikkilaitteiden kintereillä. Alle 6-vuotiaista englantilaislapsista 29 prosenttia omistaa oman televisioon (Livingstone 2002; Marsh, Brooks, Hughes, Ritchie, Roberts & Wright 2005). Yhdysvalloissa luku on suurempi, sillä 36 prosentilla alle kuusivuotiaista on oma televisio lastenhuoneessa (Rideout ym. 2003). Tämän tutkimuksen 5-vuotiaista vain 15 prosentilla oli huoneessaan televisiovastaanotin. 2000-luvun alussa julkaistun tutkimuksen mukaan pienillä suomalaislapsilla olikin eurooppalaisessa vertailussa vähiten omia viestintälaitteita (Livingstone & Bovill 2001).¹¹

Televisioiden määrä tähän tutkimukseen osallistuneiden suomalaislasten huoneissa jäi kokonaisuudessaan vähäisemmäksi kuin esimerkiksi Englannissa vuosikymmenen alussa. Tutkimuksemme osallistuneista 14-vuotiaista 38 prosentilla oli huoneessaan oma televisio ja 23 prosentilla pelikonsoli, siinä missä kaikista englantilaislapsista 63 prosentilla on oma televisio ja 34 prosentilla pelikonsoli. Englantia onkin kutsuttu usein televisioviihteen maaksi, jossa kiinnostus tietokoneita kohtaan jää konsolipelien ja television varjoon (d'Haenens 2001, 79).

Televisioiden määrä lastenhuoneissa yleensä lisääntyy lasten ikääntyessä. Laajemmissa suomalaistutkimuksissa vuonna 2001 kerätystä 8–10-vuotiaisiin kohdistetusta tutkimuksesta 38 prosentilla lapsista oli oma televisio (n=945) (Suoranta, Lehtimäki & Hakulinen 2001; Suoranta & Lehtimäki 2004), kun taas 1999 kerätystä aineistossa (n=362) suomalaisista 13–15-vuo-

¹¹ Pienistä suomalaislapsista noin joka viidennellä oli televisio ja videot 6 prosentilla lapsista (Livingstone & Bovill 2001, 57-58).

tiaista vastaava luku oli 52 prosenttia (Luukka, Hujanen, Lokka, Modinos, Pietikäinen & Suoninen 2001).

Kun kodin yhteisiin tiloihin hankitaan uutta teknologiaa, vanhat kuva-putkitelevisiot usein siirtyvät lasten omaan käyttöön juuri kuvanauhurien ja konsolipelien rinnalle. Vanhemmat pyrkivät näin myös kontrolloimaan lastenhuoneen mediasisältöjä. Pienten lasten huoneissa ei välttämättä katsota televisio-ohjelmia, eikä antennikaapelia ole, vaan televisio toimii muiden medioiden näyttöpäätteenä.

H: Kuinka kauan sulla on ollut telkkari omassa huoneessa?

V: Oiskohan siitä jotain puoltoista vuotta kun se on ollut täällä.

H: Onko teillä toinen telkkari alakerrassa?

V: On.

H: Kummasta sä kattelet enemmän tv:tä, täällä ylhäällä vai alhaalla?

V: Tästä mä pelaan ja katon DVD:tä.

H: Onko toi teidän entinen koko perheen telkkari?

V: No on!

H: Miksi sä tolla äänellä sanoit?

V: No joo.

(Poika, 11-v, HA)

Lasten kasvaessa lastenhuoneisiin sijoitetaan enemmän varsinkin tietokoneita. Tutkimukseen osallistuneista 8-vuotiaista 14 prosentilla oli huoneessaan oma tietokone, 11-vuotiailla 31 prosentilla ja 14-vuotiailla luku oli jo 69 prosenttia. Tutkimuksemme pienen otoksen mukaan tietokoneiden määrä lastenhuoneissa näyttäisi kasvaneen. Vuonna 1999 13–15-vuotiaista vaajaalla 40 prosentilla oli käytössä oma tietokone (Luukka ym. 2001). Vuonna 2001 kerätyssä, 8–10-vuotiaisiin kohdistuneessa suomalaistutkimuksessa, tietokone löytyi puolestaan 26 prosentilla omasta huoneesta (Suoranta, ym. 2001; Suoranta & Lehtimäki 2004). Tutkimuksista ja lasten ikäjakaumista riippuen tulokset hieman vaihtelevat. Omassa tutkimuksessamme lasten käytössä olevien tietokoneiden osuus korostuu perheiden sosioekonomisen taustan vuoksi (ks. luku 3).

Tutkimuksia verrattaessa tulee huomata muutamat internetin ja tietokoneiden kotoutumisen kannalta ratkaisevat vuodet vuostuhannen vaihteen molemmin puolin. Tietotekniikan, laajakaistan ja internetin kehitys on ollut huikeaa. Esimerkiksi vuodesta 1997 vuoteen 1999 internet-yhteyksien osuus 13–15-vuotiaiden kotona kasvoi 18 prosenttia (30 prosentista 48 prosenttiin) (Luukka ym. 2001, 20). Vastaavasti lasten omissa huoneissa internetyhteyksien määrä lisääntyi kahdeksalla prosentilla (9:stä 17 prosenttiin) (emt.). Omaan tutkimukseemme osallistuneista perheistä 93 prosentilla oli internetyhteys kotona käytössä.

Tutkimuksemme mukaan myös perheen yhteinen tietokone saattoi olla sijoitettuna lastenhuoneeseen. Tietokoneiden sijoituspaikan valinta herättää

usein perheissä keskustelua ja närää. Tietokoneet voivatkin päätyä lastenhuoneisiin paitsi siksi, että lapset ovat perheissä niiden aktiivinen käyttäjäryhmä, myös sen vuoksi, ettei muualla kodissa ole ”tilaa” ehkä epäesteettisenä pidetylle laitteelle (Peteri 2006).

H: Tässäkö sä käyt netissä tässä tietokoneella?

V: Joo.

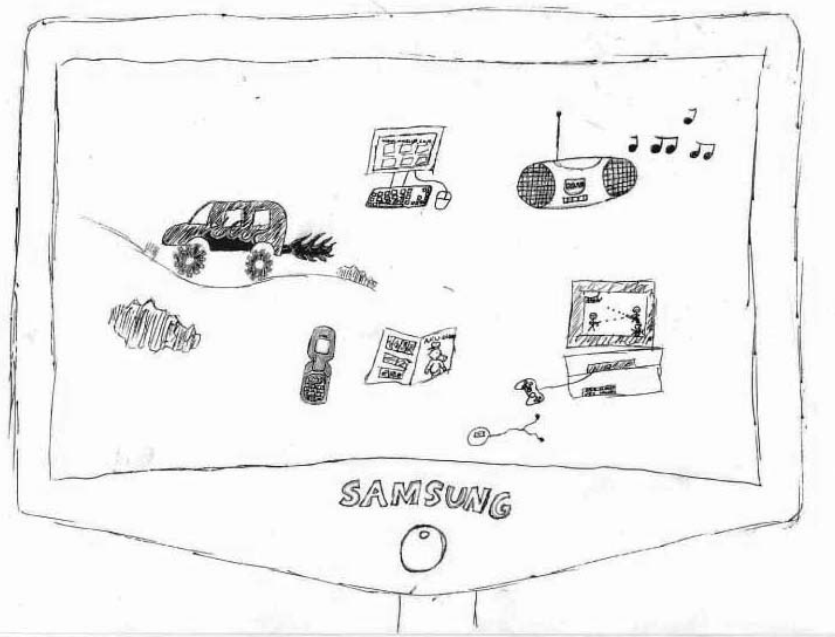
H: Onko tää ihan sun oma?

V: No, ei tää mun oma ole, mutta ei tällä ole muutakaan paikkaa, niin tää on mun huoneessa.

(Poika, 11-v, HA)

Lasten intressi omiin medialaitteisiin syntyy jo hyvin pieninä. Vaikka esimerkiksi tutkimukseen osallistuneista 5-vuotiaista vielä kukaan ei omistanut omaa matkapuhelinta, keskustelua perheissä kännykän tarvittavuudesta oli käyty jo päiväkotikäisten kanssa. Jotkut lapset toistivat hyväksyen vanhemmiltaan kuulemansa perustelut, miksi kännykkä ei ollut heille vielä ajankohtainen, toiset taas ilmaisivat toiveensa kännykän saamisesta välittämättä vanhempien mielipiteestä. Monissa perheissä lasten kännykän hankinta ajankohtaistui koulun alkaessa. Ensimmäistä kouluvuottaan päättävistä lapsista 43 prosentilla oli oma matkapuhelin. Ala-asteen aikana ja viimeistään seitsemännellä luokalla kaikki lapset olivat tavoitettavissa kännykän kautta. Tutkimukseen osallistuneista 14-vuotiaista kaikilla oli oma matkapuhelin. Yläasteikään mennessä 62 prosentilla lapsista oli ehtinyt olla 1–2 kännykkämallia käytössään, 23 prosentilla jo 3–4 puhelinta.

35



Kuva 3. ”Media minun maailmassani”, poika 11-v.



Kuva 4.
"Media minun maailmassani", tyttö 11 v.

Kiinnostus medialaitteisiin näkyy myös lasten tavassa eritellä mediateknologian ominaisuuksia. Lapset ja nuoret ottavat mediateknologian haltuunsa usein vanhempiaan kokonaisvaltaisemmin ja tutustuvat laitteella leikkiesään sen eri toimintamahdollisuuksiin. Teknisten yksityiskohtien hallinta näkyi esimerkiksi lasten tekemistä piirustuksista. Lapset osasivat myös arvostaa yhteyksien nopeutta, välineiden pientä kokoa ja helppokäyttöisyyttä. He olivat tietoisia yleisistä teknologian arvotuksista: pienin, nopein ja tehokkain oli kivointa. Mediavälineiden kotoisessa kierrossa nuoremmat sisarukset usein perivät vanhemmilta sisaruksiltaan näiden käytössä olleita medialaitteita, joten nuoremmat sisarukset saavat laitteita usein haltuunsa aikaisemmin kuin perheiden esikoiset.

V: Täällä on mankka ja sitten mulla on tietsikka ja semmosta.

H: Sulla on tietsikka täällä omassa huoneessa.

V: Iskä on varmaan kateellinen kun mulla on tämmönen pieni. Ja sillä on semmonen kaubee pönttö siellä. Tää ei vie tilaakaan niin hirveesti.

(Tyttö, 8-v, HA)

H: Onko sulla oma tietokone?

V: Joo, on ollut aika monta vuotta ja nyt saan uuden kannettavankin.

H: Mitäs sää sillä kannettavalla meinaat tehdä eri tavalla kun sillä nykysellä?

V: No en mä varmaan hirveesti erilaista, et kun se vie vähemmän tilaa niin se on kivempi.

H: Mihinkäs se vanha kone lähtee?

V: Menee mun pikkusiskolle.

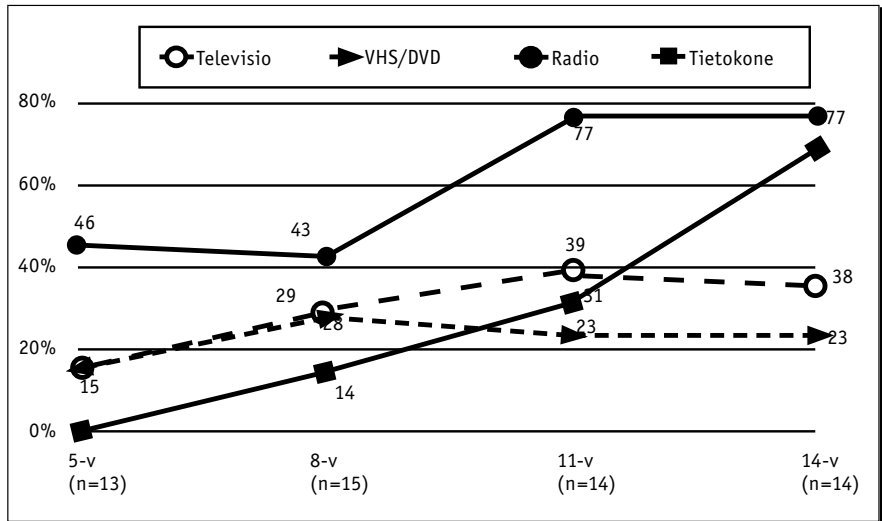
H: Minkäs ikäinen pikkusisko on?

V: Kymmenen.

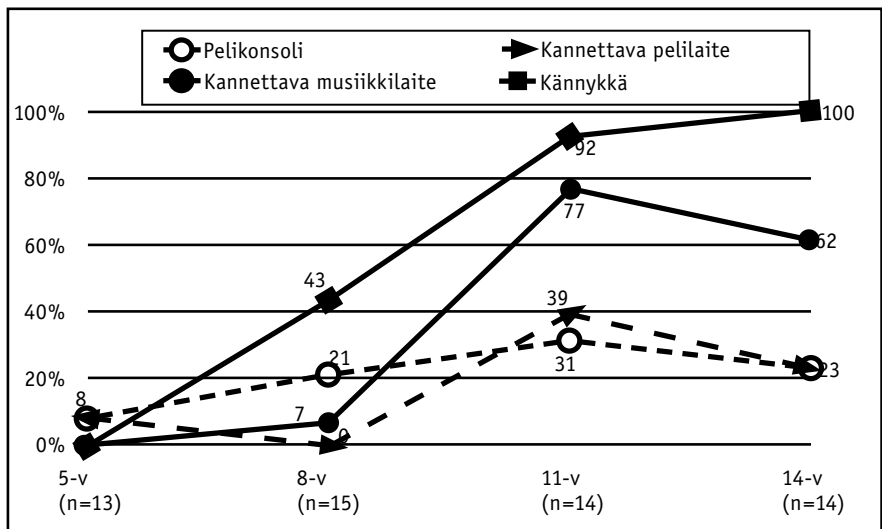
(Tyttö, 14-v, HA)

Seuraavissa kuvioissa (kuvio 1 ja 2) eritellään vielä tämän tutkimuksen lastenhuoneiden mediavarustelua ja eri-ikäisten lasten mediavälineiden omistajuudessa tapahtuvaa muutosta. Luettavuuden helpottamiseksi mediavälineet on jaettu kahteen eri kuvioon. Keskeiset välineet – televisio ja tietokone – on vertailun mahdollistamiseksi sijoitettu samaan kuvioon. Kuvat kertovat selvästi, että tähän tutkimukseen osallistuneiden lasten parissa tietokone ohittaa television suosion lastenhuoneiden mediamaisemassa.

Kuvio 1.
Eri-ikäisten lasten omistamat televisiot, VHS/DVD:t, radiot ja tietokoneet.



Kuvio 2. Eri-ikäisten lasten omistamat konsolipelit, kannettavat peli- ja musiikkilaitteet ja kännykät.



4.2 Sukupuolten erot mediateknologian haltuunotossa

Lasten mediakäytön on tutkittu olevan jo hyvin varhain sukupuolittunutta, vaikkakaan korkean teknologian maissa sukupuolierot eivät välttämättä ole kovin suuria. Yleensä pojat ovat kuitenkin tyttöjä aikaisemmassa vaiheessa kiinnostuneita interaktiivisesta mediateknologiasta, ja he myös ottavat ne varhaisemmassa vaiheessa käyttöönsä. Tyttöillä on usein vähemmän televisioita, tietokoneita ja pelilaitteita, etenkin konsolipelejä kuin pojilla. Sen sijaan musiikkilaitteita ja tanssimattoja on tytöillä enemmän kuin pojilla. (d'Haenens 2001; Luukka ym. 2001; Marsh ym. 2005, 20.)

Halusimme tässä tutkimuksessa tarkastella lastenhuoneen mediakirjoa lyhyesti myös sukupuolinäkökulmasta: missä määrin tyttöjen ja poikien haltuun päätyvät mediateknologiat ovat erilaisia. Seuraavaan taulukkoon on kirjattu eri-ikäisten tyttöjen ja poikien hallussa olleet mediavälineet.

Taulukko 4. Mediavälineiden omistajuus sukupuolittain tarkasteltuna.

Tyttöjen ja poikien huoneiden mediavarustelu eri ikäryhmissä								
Medialaitteet:	5-vuotiaat		8-vuotiaat		11-vuotiaat		14-vuotiaat	
	Tytöt (n=5)	Pojat (n=8)	Tytöt (n=8)	Pojat (n=7)	Tytöt (n=5)	Pojat (n=9)	Tytöt (n=9)	Pojat (n=5)
Analoginen televisio	0	2	3	1	1	3	2	3
VHS-videot	0	2	2	1	0	0	1	0
DVD	0	0	1	0	1	2	2	0
Pelikonsoli	0	1	2	1	0	4	0	3
Radio-/ cd	3	3	5	1	4	6	7	3
Kannettava musiikkilaitte	0	0	1	0	3	7	6	2
Kannettava pelilaitte	0	0	0	0	2	3	1	2
Tietokone	0	0	2	0	1	3	5	4
Kännykkä	0	0	5	1	4	8	8	5

Tässäkin tutkimuksessa 5-vuotiailla pojilla oli hallussaan enemmän mediavälineitä kuin samanikäisillä tytöillä – vaikkei medialaitteita tuon ikäisten huoneissa vielä runsaasti ollutkaan. Radio- ja cd-soittimia kummallakin sukupuolella oli yhtä paljon. Sen sijaan 5-vuotiaiden televisiot, videot ja pelikonsolit löytyivät kaikki poikien huoneista.

Muutamaa vuotta vanhempien lasten ikäryhmässä tilanne kääntyi päinvastaiseksi. Vanhemmat olivat uskoneet 8-vuotiaiden tyttöjen haltuun monipuolisemmin mediateknologiaa kuin samanikäisten poikien. Pojista vain yhdellä oli oma matkapuhelin, sen sijaan ekaluokkalaisista matkapuhelimen omisti viisi tyttöä. 8-vuotiaista tytöistä kaksi oli saanut omaan huoneeseensa myös tietokoneen, pojista ei yksikään. Tytöiltä löytyi myös enem-

män televisioita ja videoita kuin pojilta. Koska otos oli varsin pieni eikä sukupuoli-jakauma ollut tasainen, tuloksesta ei voi vetää suuria johtopäätöksiä. On kuitenkin mahdollista, että esimerkiksi kännykkä uskotaan tyttöjen haltuun poikia aikaisemmin, koska tyttöjen uskotaan pystyvän huolehtimaan laitteesta paremmin kuin samanikäiset pojat. Kännykät ovat myös poikkeus mediateknologiamarkkinoilla siinä mielessä, että tytöille ja naisille on suunniteltu kännyköihin omia muotoiluja ja värejä.

Erot sukupuolten ja mediamieltyymysten välillä selvenevät vanhemmilla ikäryhmillä. Pelikonsolit näyttävät olevan pääasiassa poikien huoneista löytyviä laitteita, kannettavat musiikkilaitteet taas ovat tyttöjen suosiossa. Myös tietokoneita on prosentuaalisesti enemmän 14-vuotiaiden poikien (80 % pojista) kuin tyttöjen (56 % tytöistä) huoneissa. Laajemmassa tutkimuksessa vuonna 2001 8–10-vuotiailta pojilta löytyi tietokoneita huomattavasti enemmän kuin tyttöjen huoneista (Suoranta ym. 2001; Suoranta & Lehtinen 2004). Ero poikien hyväksi oli peräti yli 10 prosenttiyksikköä (Suoranta ym. 2001, 38).

4.3 Mediavälineiden käyttö: monitoimisuutta ja simultaanikäyttöä

Mediavälineiden runsaus ei suoraviivaisesti merkitse niiden käyttämistä. Esimerkiksi laitteiden sijoittelu vaikuttaa niiden käyttöön. Mitä enemmän lapsella on medialaitteita omassa huoneessaan, sitä todennäköisemmin myös niiden varsinaisen käyttömäärän voidaan arvioida kasvavan. Käyttöön vaikuttavat myös vanhempien rajoitukset ja muiden perheenjäsenten, esimerkiksi sisarusten, median käytön tavat. (Rideout ym. 2003; Holloway & Valentine 2003.) Lasten haastatteluissa tuli esille runsaasti käyttöä rajoitettavia tekijöitä. Esimerkiksi tietokoneelle saattoi olla jonoa. Pelivuoroja jaettiin sisarusten kesken ja myös vanhemmat rajoittivat eri tavoin lastensa median käyttöä.¹²

H: Sä saat käyttää tietokonetta miltei aina kun haluat. Tuleeko teille (veljen kanssa) koskaan kinaa siitä käytöstä?

V: No aika usein.

H: Miten ne niitä ratkotte?

V: No mä yritän tehdä vuorot, että A on nyt siinä tunnin, ja sitten mä tuun tunnin päästä ja sitten A onkin siinä kaks tuntia, enkä mä pääse edes seuraavan kahden tunnin päästä.

H: Ja sitten tulee riitä?

¹² Vanhempien asenteista ja median käytön rajoittamisesta enemmän luvussa seitsemän.

V: Niin. Niitä on vähän liikaakin.
(Poika, 11-v, HA)

Yksittäisten välineiden käyttömääriä voi olla vaikea arvioida, sillä mediavälineiden runsaus merkitsee sitä, että kodeissa on usein auki useampia medialaitteita kerrallaan. Median käyttö ei läheskään aina ole sisältöihin keskittyntä. Media voi olla osa kodin äänimaisemaa, ja sen käyttö voi olla enemmän passiivista kuin aktiivista. Myös median simultaanikäyttö etenkin lasten ja nuorten parissa on yleistä. Tietokonetta käytettäessä kuunnellaan musiikkia ja televisiota katsellessa selaillaan lehtiä. Median simultaanikäyttö on niin yleistä, että yhdysvaltalaisutkimuksessa (Yahoo! and OMD Research 2006) nykyperheestä on käytetty nimitystä perhe 2.0. Tämä tarkoittaa perhettä, jossa yksittäisten perheenjäsenten vuorokausi on keskimäärin 43 tunnin mittainen. Vuorokauden venyminen 24:stä 43 tuntiin perustuu siihen, että ihmiset tekevät useita asioita yhtäaikaaisesti ja käyttävät muun muassa useita medioita samanaikaisesti.

Olin suurimman osan ajasta Mikseri.netin foorumeilla. Samaan aikaan katoin Music Televisionia. Se ei ole kyllä mikään laatukanava, koska siellä on turhanpäiväisiä musavideoita. Joskus kylläkin sieltä tulee musiikkia, varsinkin iltaisin ja öisin. Mesetin samalla. Nukkumaan menin klo 0.45
(Poika, 14-v, PÄ)

40

Monen median käyttö yhtä aikaa on myös osoitus uusista lukutaidoista ja toimintamuodoista, joita vanhemmat eivät välttämättä tunnista omassa kokemuksessaan. Colin Lankshear ja Michele Knobel huomauttavat, että digitaalista nuoruutta määrittää eräänlainen *monitoimisuus* (*multitasking*) (Lankshear & Knobel 2007, 14–15). Tämä tarkoittaa juuri monimedialista ja -aistista toimintaa, joka perustuu osin silmäilyyn ja hajamieliseen median kuluttamiseen. Mediaa ei siis seurata aina keskittyneesti selvissä jaksoissa.

Arvioita eri mediavälineiden käyttömääristä voidaan kuitenkin tehdä. Eurooppalaisten vertailujen mukaan lapset viettävät erilaisten medioiden parissa keskimäärin noin neljä ja puoli tuntia päivässä, jos luvussa huomioidaan myös musiikin kuuntelu. Vuosituhannen vaihteessa eurooppalaisista lapsista noin 40 prosentin arvioitiin käyttävän mediaa suhteellisen vähän, millä tässä tarkoitettiin alle 2,5 tunnin päivittäistä käyttöä. (Johnson-Smaradgi 2001.)

Televisio on monissa maissa suosituin lasten käyttämistä välineistä. Se kohtaa parhaiten eri sosiaaliluokista tulevia ja eri-ikäisiä lapsia, eikä uusien viestimien suosion ole sanottu yltävän television tasolle (emt. 2001). Finnpanelin mukaan 10–14-vuotiaat suomalaislapset katselivat vuonna 2007 televisiota päivittäin noin 84 minuuttia, 4–9-vuotiaat viihtyivät television edessä runsaan tunnin, 71 minuuttia. Luvut eivät sisällä erilaisten tallenteiden

katselua. Valkosen, Pennosen ja Lahikaisen (2005) tutkimuksessa 5–6-vuotiaat katsoivat televisiota päivittäin 1,4 tuntia. Tämän lisäksi lapset katsovat televisiota passiivisesti 1,2 tuntia päivässä. Passiivisella katselulla tarkoitetaan oleskelua tai leikkimistä huoneissa, joissa televisio on päällä, vaikka sitä ei seurata intensiivisesti.

Kuva 5. Median simultaanikäyttöä: "Media minun maailmassani", tyttö, 14-v.



Aikaisempien tutkimusten arviot television katselun määristä ovat suurin piirtein samankaltaisia kuin tähän tutkimukseen osallistuneiden lasten parissa. Noin 77 prosenttia 5-vuotiaiden vanhemmista arvioi lapsensa katsovan televisiota päivittäin 1–2 tuntia, samaan päätelmään tuli 62 prosenttia 8-vuotiaiden vanhemmista. 11-vuotiaat katsoivat televisiota oman arvionsa mukaan keskimäärin 83 minuuttia päivässä. 14-vuotiaiden ikäryhmässä television parissa viihdyttiin keskimäärin 113 minuuttia vuorokaudessa.

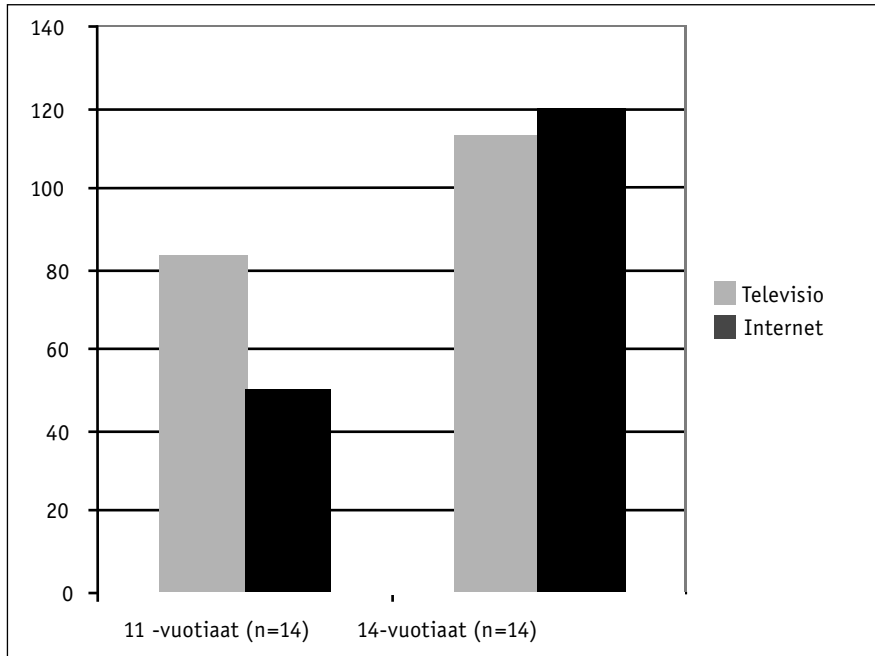
Koska tietokoneet ja internet ovat tulleet yhä tärkeämmiksi varsinkin isompien lasten mediamaisemassa, oli mielenkiintoista vertailla kuinka hyvin television katselu säilytti sijansa internetin puristuksessa. 5- ja 8-vuotiaiden lasten vanhemmilta ei vielä kysytty tietokoneen ja internetin päivittäisiä käyttömääriä, vaan sitä, käyttääkö lapsi tietokonetta ja internetiä aikuisen avustuksella vai itsenäisesti. Valtaosa 5-vuotiaista käytti tietokonetta aikuisen avustamana. Kaksi 5-vuotiasta ei käyttänyt konetta vielä lainkaan, ja jotkut vanhemmat liittivät kysymyksen ohkeen kommentin, että itsenäinen käyttö koskee vain tietokoneella pelaamista, kirjoittamista ja niin edelleen,

ei internetissä surffailua. Myös 8-vuotiaat toimivat tietokoneen ääressä paljolti vanhempien silmälläpidon alla, mutta osa jo itsenäisesti.

11- ja 14-vuotiaat arvioivat itse omaa päivittäistä median käyttöään. Useimpien 11-vuotiaiden elämässä televisio päihittää suosiossa internetin. Nelosluokkalaiset arvioivat käyttävänsä nettiä keskimäärin 50 minuuttia päivässä. Sen sijaan 14-vuotiaiden ikäryhmässä internetin päivittäinen käyttömäärä ohittaa television: murrosikäiset käyttivät nettiä keskimäärin kaksi tuntia päivässä.

Kuvio 3. 11-vuotiaiden ja 14-vuotiaiden päivittäinen television ja internetin käyttö.

Television ja internetin käyttö lisääntyy merkittävästi lapsen kasvaessa



11-vuotiaasta 14-vuotiaaksi. Televisiota katsotaan noin puoli tuntia kauemmin ja netin käyttö yli kaksinkertaistuu.¹³ Internetin suosion suomalaisnuorten suosituimpana mediamuotona ovat vahvistaneet myös muut tuoreet tutkimukset. Esimerkiksi Sanomalehtien liiton Taloustutkimuksella teettämän tutkimuksen (Nuorison mediankäyttötutkimus 2007) mukaan, netti on selvästi 12–20-vuotiaiden tärkein media. Vielä vuonna 2004 televisio ja internet olivat tasoissa.

13 Osaksi netin käyttöä voi kohdistua myös pelaaminen, johon käytettyä aikaa emme pyytäneet erikseen tässä tutkimuksessa arvioimaan. Sen sijaan kysyimme lapsilta heidän suosikkipeleistään ja pelaamisen motiiveista. Suosikkisällöistä lisää luvussa 6.1.

Omassa tutkimuksessa netin ja television käyttöä osoittavat minuuttimäärät ovat keskiarvoja tutkimukseen osallistuneiden lasten vastauksista. Lasten parista löytyi niitä, jotka käyttivät nettiä tai televisiota kyseistä määrää enemmän tai vähemmän. Osa lapsista profiloitui median suurkäyttäjiksi. Esimerkiksi kaksi 14-vuotiasta nuorta arvioi käyttävänsä nettiä päivässä 4–6 tuntia ja vastaavasti 11-vuotiaiden parista löytyi lapsia, jotka arvioivat katsovansa televisiota päivittäin selvästi keskiarvoa enemmän, 2–4 tuntia.¹⁴

Tietokoneiden ja internetin suosio tuli esiin myös haastatteluissa. Näytti siltä, että internet-yhteydellä varustetun tietokoneen saamisen jälkeen kiinnostus tai tarve muihin mediavälineisiin laski. Netin käyttö korvasi muilla välineillä aikaisemmin hankittuja samantyyppisiä sisältöjä. Osalle lapsista tietokone ja internet olivat selvästi välineitä, joiden avulla he uskoivat saavuttavansa ainakin suurimman osan haluamistaan mediasisällöistä.

V: Mä oon kyllä ajatellut jo aika kauan, että mä en hanki mitään telkkaria tai sellasta.

H: Siis silloin kun muutat joskus omaan kotiin?

V: Niin, kun tietokoneella kuitenkin pystyy kattoon telkkaria ja mä en tee mitään niillä erikseen. Ja sillai eiköhän tietokoneella saa ne kaikki ominaisuudet mitä tarvis telkkarista tai jotain musiikinkuuntelujuttuja tai sellasta.

(Tyttö, 14-v, HA)

Tietokoneesta on tullut yhä enemmän eräänlainen mediakeskus, joka toimii niin musiikkilaitteena, kuvatallentimena kuin televisionakin. Haastattelut osoittivat myös, että tietokone on internetyhteyden myötä hyvinkin monenlaisessa käytössä. Tietokoneen käytön onkin havaittu monipuolistuneen jo vuosikymmenen vaihteessa (Luukka ym. 2001). Internetin asema keskeisenä nuorten mediaympäristön osana nostaa esiin kysymyksen sen suhteesta television lisäksi myös muihin viestimiin. Esimerkiksi Rideoutin ym. (2003) tutkimuksessa on pohdittu polkeeko nettiviestintä painetun viestinnän jalkoihinsa. Yhdysvaltalaislapsista kaksi kertaa niin suuri määrä elää sellaisissa kodeissa, joissa on internet-yhteys kuin kodeissa, joihin tilataan tai ostetaan sanomalehti.

Tähän tutkimukseen osallistuneet perheet olivat suhteellisen aktiivisia myös painetun viestinnän kuluttajina. 87 prosenttiin perheistä tuli tilattuna vähintään yksi sanomalehti. 80 prosenttia perheistä oli myös tilannut vähin-

14 Sekä 11- että 14-vuotiaita pyydettiin arvioimaan mediavälineiden päivittäistä käyttöä asteikolla ei yhtään, alle tunnin, 1–2 tuntia, 2–4 tuntia, 4–6 tuntia, 6 tuntia tai enemmän. Näistä vastauksista laskettiin keskiarvot: alle tunnin=30 min., 1–2 tuntia=90 min., 2–4 tuntia=180 min. jne. Keskiarvo kokonaiskäyttömääristä on saatu kertomalla keskiarvominuutit vaihtoehdon valinneiden vastaajien määrällä, laskemalla ne yhteen ja jakamalla vastaajien määrällä.

tään yhden aikakauslehden lapselle. Kun 93 prosentissa talouksista oli käytössään internet-liittymä, erot painetun ja nettiviestinnän käyttömahdollisuuksien välillä eivät olleet yhdysvaltalais tutkimuksen luokkaa. Tämä näkyi jossain määrin myös tutkimuksen tuloksissa. Vaikka netti oli 14-vuotiaiden eniten käyttämä mediamuoto, heistä 85 prosenttia kertoi lukevansa myös perheeseen tulevaa sanomalehteä. 11-vuotiaiden ikäryhmässä sanomalehden avasi 67 prosenttia vastanneista. Tosin sanomalehtien lukeminen molemmissa ikäryhmissä oli sisällöllisesti hyvin kapeaa. Sekä 11- että 14-vuotiaat kertoivat lukevansa etenkin sarjakuvia, televisio-ohjelmia ja urheilusivuja. 14-vuotiaat olivat laajentaneet lukemistaan edellä mainittujen sisältöjen lisäksi yleisönosastoon, liitteisiin, ilmoituksiin, ulkomaan uutisiin ja muodoltaan helppoihin ja lyhyisiin uutisiin. Vaikka sisältöjen tasolla sanomalehtien lukeminen oli rajoittunutta, lehden käyttökynnys oli kuitenkin ylittynyt.

Vuonna 1999 kerätyssä laajemmassa tutkimuksessa 93 prosenttia 13–15-vuotiaista oli sanomalehden lukijoita (Luukka ym. 2001). Tuolloin lehden suosikkisisältöinä olivat televisio-ohjelmat, sarjakuvat, urheilu- ja nuortensivut. Myös yleisönosasto ja paikallisuutiset herättivät kiinnostusta (emt. 159).

Mielikuvien tasolla sanomalehti merkitsi lapsille ja nuorille uskottavaa uutismediaa. Tämä tuli ilmi paitsi puhuttaessa median luotettavuudesta¹⁵, myös siitä, että mediapäiväkirjaan liitettyä uutistehtävää kirjoittaessaan miltei kaikki lapset ja nuoret poimivat heitä kiinnostavan uutisen nimenomaan sanomalehdestä. Vain yksi 11-vuotias poika kirjoitti netistä lukemastaan uutisaiheesta. On tietenkin oletettavaa, että uutisen poimiminen oli kätevää sanomalehdestä, varsinkin kun lapsille ja nuorille tutut nettiympäristöt eivät välttämättä käsittele ajankohtaisia uutisaiheita. Sanomalehdestä oli myös mediapäiväkirjan tehtävää varten helppo etsiä mielenkiintoisia uutisia eikä tehtävää tehdessä tarvinnut muistella esimerkiksi television uutislähetysä. Kuitenkin merkittävä osa lasten ja nuorten poimimista sanomalehti uutisista vaikutti myös aiheiltaan sellaisilta, että ne olivat oikeasti kiinnostaneet lukijoitaan. Lasten ja nuorten poimimia uutisaiheita olivat erikoiset ulkomaan uutiset, eläinaiheiset uutiset, urheilu-uutiset, onnettomuuksista ja rikoksista kertovat jutut sekä kiinnostavista henkilöistä tehdyt uutiset.

Helsingin sanomien sivuilta löytyi yksi tosi kiva uutinen: idolini ohjaaja Pekka Lehtosaari kertoi filmien teosta ja keräilyharrastuksestaan. Hän keräilee kaikkea leffojen oheiskamaa kuten minäkin. Siinä puhuivat itse Lehtosaari ja haastattelija, joka kyseli kaikenlaista, esim. minkälaisia tavaroita keräät, mitä sarjaa sinulla on eniten ja pyysi kertomaan elokuvan tekemisestä myös vähän.

(Poika, 11-v, PÄ)

15 Luotettavuuden sekä faktan ja fiktion teemoista lisää luvussa 7.2.

Luin sen Aamulehdestä. Se oli joku sellanen juttu kun joku rekka joutui kolariin. Ja siinä rekassa oli 5000 kania ja ne pääsi vapaaksi. Se oli kiinnostava, koska siinä oli eläimiä. Kuulostaa oudolta, että niin paljon pääsi vapaaksi, mutta on se varmaan totta!
(Tyttö, 11-v, PÄ)

Luin tänään Aamulehdestä ulkomaanuutisten kohdalta mielenkiintoisen uutisen. Se kertoi, että harvinaista sumatransarvikuonoa on onnistuttu kuvaamaan ensimmäistä kertaa. Siinä kerrottiin myös mitä sarvikuonovideoissa tapahtuu. Aihe on mielestäni mielenkiintoinen, koska olen kiinnostunut biologiasta ja harvinaisista eläimistä tieteelliseltä kannalta.
(Poika, 14-v, PÄ)

Uutinen/ juttu löytyi Aamulehden B-osasta: Chagallin henki leijuu Vitsebskin yllä. Juttu kertoo elämästä Chagallin kaupungissa, Valko-Venäjän itärajalla. Matti Kuusela ja Emil Bobyrev tekevät juttua kaupungeista em. rajalla. Jutussa yritettiin mm. ottaa kauniita ja aurinkoisia kuvia ko. kaupungista. Juttu on onneksi vasta rajamatkan 4. osa, lisää on siis luvassa. Itseäni kiinnostaa suuresti Venäjä, Valkovenäjä ym. Haluaisin joskus päästä niihin matkustamaan.
(Tyttö, 14-v, PÄ)

Vaikka sanomalehdet näyttivät ainakin tutkimustilanteessa tarjoavan lapsille kiinnostavaa uutisisältöä, arjessaan he lukivat mieluummin aikakaus- ja iltapäivälehtiä. Nuoret ja media -tutkimuksen (2007) mukaan aikakauslehti onkin 15–30-vuotiaiden suomalaisnuorten suosituin mediamuoto heti netin jälkeen. Samansuuntainen kehitys oli mahdollista nähdä tähän tutkimukseen osallistuneiden parissa. Monet lapset lukivat harrastuksiinsa liittyviä lehtiä (esim. hevoset, jääkiekko), toiset taas olivat kiinnostuneita esimerkiksi tieteestä. Yleisuutisissa lapsia ja nuoria kiinnostivat dramaattiset ja viihteelliset, julkkiksia ja onnettomuuksia käsittelevät uutiset, joita selailtiin muun muassa iltapäivälehdistä ja niiden verkkosivuilta.

Yleensä mä luen iltalehtiä, koska siellä on paljon hauskeempia juttuja. Niitä niinku jaksaa lukee. Siellä on kaikkia, että joku on murhannut jonkun ja ne on kiinnostavampia kuin jotkut säätiedotukset.
(Tyttö, 11-v, HA)

Painetusta viestinnästä, etenkin kirjoista ja aikakauslehdistä, puhuttiin tutkimukseen osallistuneiden lasten ja nuorten kanssa kuitenkin suhteellisen runsaasti, eikä niiden merkitys lasten elämässä näyttänyt suinkaan olevan vähäinen – kaikesta nettiä korostavasta teknologiapuheesta huolimatta. Itse asiassa kirjan asema on säilynyt varsin vahvana koko digitaalisen kulttuurin murroksen aikana 2000-luvun alussa. Myös Suorannan, Lehtimäen ja Hakulisen tutkimuksessa vuonna 2001 kirjan asema nähtiin vahvaksi (Suoranta ym. 2001, 37).

Lastenhuoneiden mediamaailmassa kirjat ovat usein määrällisesti eniten edustettuina (Rideout ym. 2003) ja vanhemmat tapaavat arvostaa kirjoja enemmän kuin muita mediavälineitä. Kansainvälisissä tutkimuksissa on huomattu, että korkean tulotason perheissä ja vanhempien koulutustason ollessa korkea, kirjojen ja lukemisen osuus perheen median käytössä korostuu, samoin kuin mahdollisuudet päästä internetiin (Livingstone & Bovill 2001; Marsh ym. 2005, 20). Tämä on otettava huomioon myös omassa tutkimuksessamme, jossa tutkimuksessa mukana olleiden perheiden tulot ja kulttuurinen pääoma olivat kohtalaisen korkealla tasolla.

Monissa tutkimukseen osallistuneissa perheissä vanhemmat kannustivat palkinnoin lapsiaan lukemaan ja säännölliset iltasadut kuuluivat useiden 5-vuotiaiden iltarutiineihin. Vuoteessa lukeminen oli yleistä myös muihin ikäryhmiin kuuluvien lasten parissa, eivätkä esimerkiksi helposti mukana kulkevat mobiilipelit tai kännyköiden pelit olleet syrjäyttäneet kirjaa tässä suhteessa. Suonisen (2004, 80) mukaan lukeminen ennen nukkumaanmenoa onkin yksi kiinteimpiä suomalaisen kulttuuriin kuuluvia median käytön rituaaleja. Iltasatuja lukemalla vanhemmat veivät tätä perinnettä eteenpäin.

H: Ja leluja sulla ainakin riittää ja kirjoja. Lukeeko äiti sulle kirjoja?

V: Herra Hakkarasta. Iltasatua.

H: Iltasatu on sulle tärkeä?

Äiti: Se on ihan ehdoton.

H: Ja sulla on se Herra Hakkarainen mistä sä tykkäisit.

Äiti: Se on aina. H:n huoneen sohvalla istutaan. Ja tarkassa järjestyksessä sanotaan hyvää yötä.

(Poika, 5-v, HA)

Vanhempien myönteinen asennoituminen heijastui paikoitellen myös lasten haastattelupuheesta. Lapset saattoivat esimerkiksi perustella kirjojen lukemisen olevan hyödyllistä mielikuvituksen kehittymisen vuoksi – todennäköisesti he olivat kuulleet tämän perustelun vanhemmiltaan. Toki vanhemmat lapset jo itsenäisestikin pohtivat kirjojen lukukokemusta verraten sitä esimerkiksi pelaamisen tai elokuvan katsomisen kokemuksiin. Näissä vertailuissa kirjat pärjäsivät tämän tutkimuksen lasten parissa suhteellisen hyvin.

V: Mutta mä niinku mieluummin haluan lukea kirjan ennen kun mä nään elokuvan.

H: Miksi?

V: Kun sitten jos mä katon elokuvan ensin ja luen kirjan sitten, niin sitten mä vaan kirjassa nään niitä mitä elokuvassa oli. Ja mä haluan ajatella ite niinku miltä ne näyttää ja vasta sitten nähdä miten joku muu on ajatellu ne.

H: No vastaako ne toisiaan, sun ja jonkun muun näkemykset?

V: Ei. Siis missään Harry Potterissa ei, paitsi ykkösessä. Niinku mä oon aina ajatellut, että ne on semmosii ihania, lämpimiä paikkoja. Ja sitten ne on ol-

lutkin semmosia kylmiä ja kauheen kolikkoja paikkoja. – Mutta mä kuitenkin, kun eihän se välttämättä oo se oikee, mikä on siinä elokuvassa. Ei se haittaa mua kun mä itse kuitenkin ajattelen ne semmosina lämpiminä ja valoisina paikkoina.

(Tyttö, 14-v, HA)

V: Kirjaa yleensä jaksaa lukee jos siihen pääsee sisälle, niin sitä vaan jatkaa ja jatkaa. Mutta netissä kyllästyy jossain vaiheessa. Ja kyllä mä tykkään kaikesta lukemisesta.

H: Onko sulle luettu pienenä?

V: Joo, kyllä mulle luettiin iltasatuja ja sillai.

H: Sä oot sitten tottunutkin tavallaan.

V: Joo, ja mähän oon lukenutkin tosi paljon tavallaan ennen kuin mä aloin oleen enemmän koneella, niin mä oon tosi paljon lukenut. En mä tiedä luenko mä nykyään niin paljon, mutta kyllä mä ainakin pari kertaa kuukaudessa luen jotain.

(Tyttö, 14-v, HA)

Kuten edellä tulee esille, lapset kokevat eläytyvänsä helposti kirjoihin. Myös Ermin, Heliön ja Mäyrän (2004, 94) tutkimuksessa lapset esittivät kirjojen olevan jopa mukaansa tempaavampia kuin elokuvat ja pelit. He esittivät kirjojen lukemisen olevan aktiivista mielikuvituksen käyttämistä, kun taas elokuvien ja television katsomista arvioitiin passiivisemmaksi toiminnaksi. Samantyyppisen jaottelun tämän tutkimuksen lapset tekivät pelien ja television suhteen. Television katselu on passiivista, pelaaminen ja internetissä oleskelu aktiivista toimintaa.

Tutkimukseen osallistuneet lapset lukivat kirjoja myös määrällisesti kohtalaisen runsaasti. Vaikka lukeminen netin pariin hakeutuneiden 14-vuotiaiden parissa hieman hiipuu, yli puolet tutkimukseen osallistuneista 14-vuotiaista ja 76 prosenttia 11-vuotiaista kertoi lukevansa muita kuin koulukirjoja joko päivittäin tai muutamia kertoja viikossa. 14-vuotiaiden ryhmästä ei löytynyt yhtään lasta, joka ei olisi harrastanut lukemista lainkaan. 11-vuotiaista muutama kertoi, ettei lue lehtien tai koulukirjojen lisäksi muuta kirjallisuutta. Vuonna 1999 kerätyn laajan aineiston mukaan 13–19-vuotiaista nuorista puolet arvio lukevansa kirjoja vähintään kerran viikossa (Luukka ym. 2001). Ahkerimpia olivat 13–15-vuotiaat tytöt, joista 16 prosenttia luki kirjoja päivittäin ja 30 prosenttia vähintään kerran viikossa (emt., 119). YIPPEE-tutkimuksen (2008) mukaan 3–16-vuotiaista puolestaan 48 prosenttia ilmoitti lukevansa päivittäin muita kuin koulukirjoja ja 20 prosenttia noin kerran viikossa.

Yleensä lukemisen on havaittu olevan enemmän tyttöjen kuin poikien harrastus. Pisa-tutkimuksissa on todettu 15-vuotiaiden tyttöjen pärjäävän huomattavasti poikia paremmin lukutaitokokeessa. Suomessa sukupuoliero on OECD-maiden suurin ja jatkuvasti kasvanut (Ariinen & Karjalainen 2007; Linnakylä & Malin 2007).

Tässä tutkimuksessa tyttöjen ja poikien lukemistapojen väliltä ei voitu löytää suuria eroja. Sekä 11- että 14-vuotiaissa pojissa oli mukana jopa median käyttäjinä lukijoiksi profiloituvia. Lapset, kuten aikuisetkaan, eivät ole homogeeninen ryhmä, vaan joukosta löytyy vaihtelevin painotuksin erilaisia mediamuotoja käyttäviä.

Tutkimuksen osallistuneiden perheiden myönteinen asenne todennäköisesti näkyy lasten lukemisen määrässä. Tietyn median käyttöön ei vaikuta vain sen fyysinen saatavuus (*access*) – kotona kirjahyllyssä on kirjoja – vaan myös sen ”psykykinen saatavuus”, jolla tarkoitetaan sitä kuinka tottunut kukin henkilö on käyttämään mediaa. Vanhempien kannustus median, tässä tapauksessa kirjojen, pariin alentaa sen käyttökynnystä. Median käytön syyt ovat hyvin arvolatautuneita ja arvot välittyvät helposti eteenpäin vanhemmilta lapsille. Lukemiseen kannustavia asioita ovat muun muassa myös positiiviset asenteet koulunkäyntiin ja opettajiin, jatko-opintosuunnitelmat ja sosioekonominen tausta, joka tuli jo edellä esille (Linna & Malin 2007).

H: Lukeeks sulle joku yleensä näitä kirjoja?

V: Joo.

H: Kukas se on?

V: Äiti.

H: Äiti lukee.

V: Tääkin on hauska kohta, kun se lähti ilman lupaa toi Manu tonne lasketteleen tota jyrkkää mäkee.

H: Mites sille kävi kun se meni sinne?

V: Lopuks se kaatu tossa noin melkein alhaalla. [Näyttää kirjasta hauskoja kohtia].

V: Tääkin on hauska kohta kun toi Heikki-hiiri kuvittelee, että toi on juustoo toi kuu.

H: Käyttekste kirjastossa?

V: Se on Metso [Tampereen pääkirjasto].

H: Ai se on Metso. Mitä sää teet siellä? Meetkö sä hyllylle suoraan vai mitä sää teet siellä?

V: Otetaan kotiin vähäks aikaa ja sitten palautetaan. Tääkin on hauska, kun tää lumiukko alko elään, siellä olikin joku kissa sisällä.

(Poika, 5-v, HA)

H: Luetko sä kirjoja itte? Onko sulla jotain kirjaa kesken?

V: Joo. Tuisku. Pikkuponi Tuisku.

Äiti: Sähän voisit hakea tuolta huoneesta ja näyttää minkälaisia kirjoja sä luet.

H: Tuiskun talvipuuhia. Mistä tää kirja kertoo?

V: Siinä oli orava, joka varasti kaikkea mitä metsässä oli, ruokaa.

H: Joutuuko tää Tuisku johonkin seikkailuihin näissä kirjoissa?

V: Kyllä se joskus joutuu.

H: Onko tää jännä kirja?

V: Jännä ja hauska.

(Tyttö, 8-v, HA)

H: Mitäs kirjoja sulla on?

V: No tällä hetkellä uusin minkä mä luin on tämmönen.

H: Ahaa – Portin laulu. – Mimmones on hyvä kirja, josta sä tykkäät?

V: Esim. tää Robin Hood. Tän mä oon lukenut.

H: Sä luet aika paksuja kirjoja. Onko toi joku salapoliisijuttu vai mikä?

V: Tavallaan, mä tykkään salapoliisikirjoista. – Ne on jännittäviä, ja joskus pelottavia. Mulla on semmonen jossa on semmosia arvoituksia, mitä voi itse yrittää ratkaista.

V: Jos mä pelaan jotain, niin kyllä musta hyvä kirja on parempi. Että jos mun pitäis valita pelaisinko vai lukisinko kirjaa, mä lukisin kirjaa.
(Poika, 11-v, HA)

H: Vois oikeestaan kysyä mikä sulle on noista se tärkein media?

V: Kyllä se varmaan on kirjat.

H: Sä kirjoitit tossa mediapäiväkirjassa, että luet aina bussissa kun meet kouluun.

V: Joo, mä luen vähän kaikkee mitä mulla sattuu oleen. Joskus omia kirjoja, joskus kirjastosta lainattuja. Mää luen kaikkia tämmösiä fantasiakirjoja, öhm... jännäreitä, dekkareita, tommosta kaikkee. Mää luen lähinnä tommosta Alex Reider, Aaro Korpi, James Bond -tyyppistä.

H: Onks sulla nyt menossa joku?

V: On mulla parikin kirjaa. Parhaimmillaan mä luen neljää viittä kirjaa samaan aikaan.

H: Ja karttakirja. Onks se läksyihin lähinnä vai?

V: Joo, mutta kyllä mä välillä ihan huvikseni tutkin ja otan selkoo noista maantieteellisistä jutuista. Ne kiinnostaa.

(Poika, 14-v, HA)

Tutkimukseen osallistuneet lapset pitivät kirjoista perinteisen kirjan muotoisina. Digitaaliseen muotoon siirretyt äänikirjat eivät herättäneet etenkin 11- ja 14-vuotiaiden kiinnostusta. Vain yksi 14-vuotias kertoi kuuntelevansa äänikirjoja muutaman kerran vuodessa, saman vastauksen antoi kaksi 11-vuotiasta. Yksi 11-vuotias paljon lukemista harrastava poika sanoi kuuntelevansa äänikirjoja viikoittain.

Sen sijaan nuorempien ikäryhmässä satukasetit ja -cd:t olivat vielä suosittuja. Vain kaksi 5-vuotiaan vanhempaa kertoi, ettei perheessä kuunnella äänikirjoja tai satukasetteja lainkaan. Suurin osa (85 %) lapsista kuunteli äänitettyjä tarinoita joko viikoittain tai muutaman kerran kuussa. Kouluikään siirryttäessä äänikirjojen kuuntelu lukutaidon karttuessa lievästi laskee. Äänitettyjä tarinoita ei kuunneltu 30 prosentissa 8-vuotiaiden perheistä lainkaan ja 33 prosenttia kuunteli niitä vain kerran pari vuodessa.

Musiikki oli merkittäväällä sijalla kaikenikäisten lasten elämässä. Sen onkin tutkittu olevan yksi suosituimmista median käytön muodoista lasten ja nuorten parissa ja radiot sekä cd-soittimethan olivat ensimmäisiä lastenhuoneisiin päätyviä mediavälineitä. Emme kysyneet tutkimukseen osallistuvilta nuorimmilta lapsilta arviota heidän päivittäisestä musiikinkuunteleustaan, vaan pyysimme heidän vanhempiaan arvioimaan kuuntelevatko heidän lapsensa musiikkia päivittäin, viikoittain vai harvemmin, ja onko kyseessä lapsen itse valitsema musiikki vai muiden perheenjäsenten valitsema musiikkitarjonta.

Hieman yli puolet 5-vuotiaiden vanhemmista kertoi lapsensa kuuntelevan satunnaisesti muiden perheenjäsenten valitsemaa musiikkia joko autoradiosta tai cd-levyiltä. Autossa kuunnellun kanavan päättää yleensä joku muu kuin perheen pienin, ja niinpä perinteisten lastenlaulujen lisäksi 5-vuotiaiden mielimusiikiksi löytyvät usein vanhempien suosikit Katri Helenasta Kirkaan.



Kuva 6. Masan seikkalat Mediamaassa, piirustustehtävä, tyttö, 8-v.

Matkalla kuunneltiin autoradiosta Iskelmä-kanavaa. A tunnistaa jo hyvin varttuneet suomalaiset ”popparit” – Kari-Tapion, Kirkan, Katri Helenan, koska perheen autossa kuunnellaan aina iskelmää. A kysyy aina kuka esiintyjä on, jos ei tunnista tätä äänestä.
(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Kuuntelin vaan radioo aamulla äitin autossa. Idolsit laulo sen pop-pop-musiikkia. Siinä se yks sanoo kirosan. –Autossa me kuunneltiin taas Suomipoppiä. Taas tuli se pop-pop-musiikkia. Vähä se on hyvä.
(Poika, 5-v, PÄ)

8-vuotiailla omaehtoinen musiikinkuuntelu lisääntyi. Noin puolet ekaluokkalaisista kuunteli itse valitsemaansa musiikkia joko päivittäin tai vähintään viikoittain. CD-levyt ovat suosituin musiikin lähde. 11-vuotiaat kuuntelivat musiikkia päivittäin oman arvionsa mukaan keskimäärin 25 minuuttia. Musiikin suosio kasvaa 14-vuotiaiden murrosikäisten parissa jo miltei nelinkertaiseksi ollen noin 95 minuuttia vuorokaudessa. Jälleen kerran lukuarvot ovat keskiarvoja. Lasten joukosta löytyi musiikkia runsaasti, jopa yli 6 tuntia päivässä, kuuntelevia ja vaihtoehtoisesti niitä, jotka kertomansa mukaan eivät kuunnelleet sitä juuri lainkaan. Musiikin kuuntelun määrää lisäävät ladattavaa musiikkia sisältävät kannettavat MP3-soittimet, jotka ovat lasten ja nuorten käytössä niin koulujen väli- ja oppitunneilla kuin koulumatkoillakin.

Jos medioiden käyttömääriä summataan yhteen, päivittäinen musiikin, internetin ja television parissa vietetty aika on 11-vuotiailla 2,6 tuntia ja 14-vuotiailla noin 5,5 tuntia. Murrosikäisten median parissa keskimäärin viettämä aika, yli viisi päivittäistä tuntia, voi tuntua suurelta määrältä, mutta mediapäiväkirjat näyttävät, että yhtäjaksoisen käytön ohella päiviin mahtuu lukuisia lyhyitä käytön hetkiä. Lasten mediakäyttö nivoutuu päivää kiinteästi rytmittäväksi rihmastoksi. Päivä alkaa usein median parissa: kännykästä tarkistetaan mahdollisesti sinne tulleet viestit ja sovitaan ensimmäisen kerran kavereiden kanssa päivän aikatauluista. Mediaa saatetaan käyttää koulussa oppitunneilla, siitä keskustellaan tai sitä käytetään muutama minuutti välituntisin. Lööppeihin ja uutisotsikoihin törmätään koulu- ja kauppatmatkoilla. Koulun jälkeen on aikaa pitkäkestoiselle käytölle: television katselulle, pelaamiselle ja nettisurffailulle.

Joinakin päivinä käyttömäärät voivat nousta korkeiksikin. Kun esimerkiksi alla olevissa päiväkirjoissa mediapäivästään kirjoittavien 14-vuotiaiden tyttöjen mediakäytön määriä summaa yhteen, saadaan päivittäisen käytön määriksi ensimmäisellä tytöllä hieman vajaat kolme tuntia ja jälkimmäisellä tytöllä miltei 7.5 tuntia vuorokaudessa.

Koulussa soitin pari kertaa kännykälläni ja koulusta tullessani kuuntelin 20 min MP3:sta, josta tuli Night Wishia. Kotona menin heti pelaamaan Harry Potter ja Salaisuuksien kammio PC-peliä, noin 35 min ja 40 min pelaamisen jälkeen menin katsomaan tv:tä, josta katsoin Voicea, Buusteria ja Päivien viemää. Tv:n katselu kesti noin 20-30 min. Sen jälkeen menin kuuntelemaan musiikkia netistä YouTubesta. Kesti noin 30 min. Luin iltapalalla Aku Ankkaa ja menin katsomaan tv:stä Salatut elämät. 20 min sen jälkeen kuuntelin musiikkia YouTubesta 40 min.

(Tyttö, 14-v, PÄ)

Aamulla heräsin klo 6.40 ja torkutin kännykän herätyskelloani tunnin ajan painaen lisääaikaa. Teen sen tarkoituksella, koska minun on herättävä vasta klo 7:40. Koulussa menin poistumisvälitunnilla mummilta katsomaan tv:tä 10 minuutin ajaksi. Koulun jälkeen tulin kotiin katsomaan digiboksille tallennettuja ohjelmia 5 tunnin ajaksi. Olin myös tietokoneella 2 tunnin ajan. Menin sänkyyn 23:00 ja luin Harry Potteria 15 min.

(Tyttö, 14-v, PÄ)

Toisaalta lasten mediapäiväkirjoihin oli kirjoitettu myös päivistä, jolloin mediaa ei ainakaan aktiivisesti tai lapsen oman kokemuksen mukaan ehditty käyttää nimeksikään. Iltapäivät saattavat kulua harrastuksissa, joita tutkimukseen osallistuvilla lapsilla oli suhteellisen runsaasti. Myös vuodenaika vaikuttaa etenkin nuorimpien lasten mediakäytön määrään. Kevätkauden koittaessa ulkona oleskelun määrä lisääntyy, talvikausi on vastaavasti median käytön sesonkia.

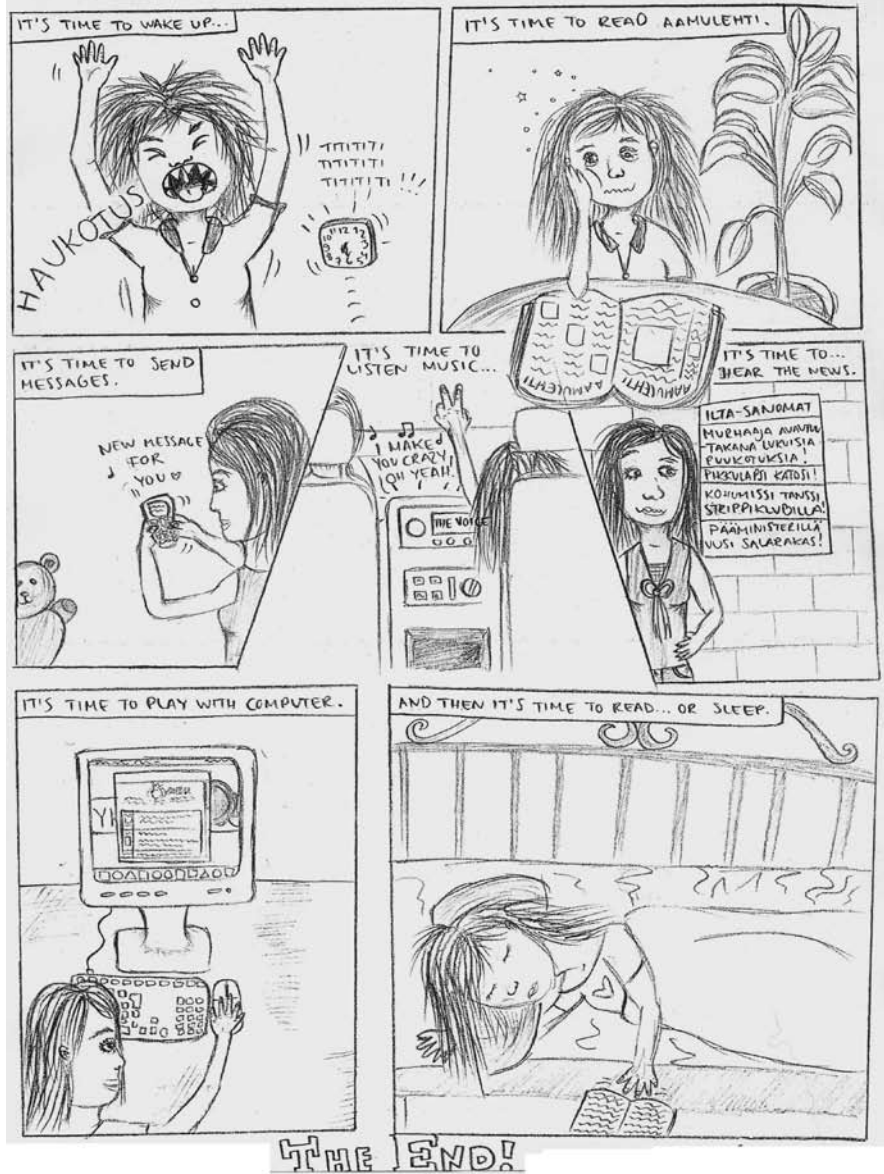
Tänään en kerennyt muuta kuin kuuntelemaan todella vähän aikaa radiota. Syynä oli, että olin lähes koko päivän L:n kanssa pyöräilemässä.

(Tyttö, 11-v, PÄ)

En katsonut tänään paljon mediaan liittyvää, pelasin vain päivällä tietsikkaa 20 min ja katsoin Salkkarit veljeni kanssa. En tehnyt paljon mediaan liittyvää koska vein hoitokoirani lenkille, leikin kilpikonnan kanssa. Ja menimme kaverin kanssa kattoon sille uudet tapetit.

(Tyttö, 11-v, PÄ)

Media Minun Maailmassani



Kuva 7. "Media minun maailmassani", tyttö, 14-v.

5. Lasten sosiaalinen mediaympäristö

Edellisessä luvussa käsitelimme lasten ja nuorten hallussa olevia medialaitteita ja eri mediamuotojen käyttömääriä. Seuraavaksi pohdimme lasten mediakäytön funktioita ja tapoja. Määrällisten muutosten lisäksi meitä kiinnostaa se miksi ja miten lapset mediaa käyttävät. Tässä luvussa kiinnitämme huomiota etenkin niihin median käytön tapoihin, joissa on mukana sosiaalisia ulottuvuuksia: miten lapset käyttävät eri mediamuotoja yhdessä, millaisia keskustelunaiheita media lapsille tarjoaa tai miten media mahdollistaa erilaisia vuorovaikutuksen ja toiminnan tapoja. Sosiaalisten funktioiden on sanottu olevan yksi median tärkeimmistä tehtävistä lasten ja nuorten elämässä (Kytömäki 1999; Herkman 2001).

Sosiaaliset funktiot eivät toki ole ainoita lasten mediakäytön syitä. Cecilia von Feilitzen on listannut mediallyllä olevan 3–15-vuotiaiden lasten elämässä vahvasti viihhteellisiä ja emotionaalisia funktioita. Mediaa käytetään, koska se on ”kivaa” tai ”viihdyttävää” ja halutaan rentoutua. Media täyttää myös tiedollisia tarpeita. Mediasta etsitään joko yleistietoa, tietoa ajankohtaisista tapahtumista, ratkaisuja ongelmiin tai sosiaalisen elämän normeihin. Kolmantena syynä von Feilitzen mainitsee sosiaaliset funktiot. Mediaa joko käytetään yhdessä tai media-aiheista keskustellaan varsinaisen käyttötilanteen ulkopuolella. Median käytöllä saattaa joillekin lapsille olla myös ei-sosiaalisia tai eskapistisia funktioita. Lapsi haluaa paeta median avulla mielikuvamaailmaan. Von Feilitzenin luokittelussa viides ja viimeinen funktio liittyy kulutustapaan tai mediaan itseensä: onko median käyttö esimerkiksi sidottu tiettyyn aikaan tai paikkaan. (von Feilitzen 1976, Suonisen 2004, 60 mukaan.)

Annikka Suonisen (2004, 59) mukaan von Feilitzenin 1970-luvulla tekemä jaottelu on käyttökelpoinen vielä 2000-luvullakin. Median käytön syyt ovat pitkälti samanlaisia käyttäjän iästä riippumatta, eivätkä median käytön perusfunktiot merkittävästi vaihdu mediateknologian ja mediaympäristön muutoksista huolimatta. Suoninen on kuitenkin itse ryhmitellyt von Feilitzenin jaottelua hieman uudelleen. Hänen mukaansa lasten mediakäytön funktiot voidaan jakaa mediasisältöön liittyviin syihin (tieto, kuten faktat ja sosiaalinen tieto; viihde, kuten huumori ja jännitys; viihtyminen, kuten parasosiaalisuus ja sisältöeskapismi) käyttötilanteeseen liittyviin syihin (rituaalit ja riitit; ajantappaminen ja rentoutuminen; sosiaalisuus ja eskapismi) ja sosiaaliseen yhteisöön liittyviin syihin (yleinen tietämys; puheen- ja leikinaiheet; kuuluminen ryhmään) (Suoninen 2004, 62).

Tunnistimme helposti tämän tutkimuksen haastattelupuheesta ja päiväkirjoista kaikkia sekä von Feilitzenin että Suonisen paikallistamia median käytön syitä. Mediasisältöjä käytetään viihtymisen ja ajantappamisen välineinä. Tutkimuslapsemme liittivät ”jännän”, ”kivan” tai ”erikoisen” attribuutteja katsomiinsa televisio-ohjelmiin ja peleihin tai totesivat valitsevan sa tietyn mediasisällön silloin, jos heillä ei ole muuta tekemistä.

H: Sä oot tänne päiväkirjaan laittanut, että katsot the Voice-kanavaa. Se on se musiikkikanava?

V: Sitä mä katon jos mulla on tylsää.

H: Millasia videoita sieltä tulee?

V: Ihan kaikenlaisia. Sieltä joskus tulee jotain sellasia mitkä on tullut joskus vuonna 2002 tai 1999.

H: Niin, että vanhempia sitten kanssa.

V: Ja erimaalaisia.

H: Onko se musiikkivideoiden kattaminen sulle sitten semmosta, että sitä tekee jos ei tosiaan oo muuta tekemistä?

V: Joo ja kyl mä sitä joskus katon, jos mä haluan nähdä jonkun musiikkivideon, mutta jos mä odotan jotain niin sitten sieltä tulee aina jotain tyhmää. Jotain ihmetyyppettä. Zombieita.

(Tytö, 11-v, HA)

Media toimi lapsille myös faktatiedon ja sosiaalisen tiedon lähteenä. Sekä 11- että 14-vuotiaat käyttivät etenkin internetin hakukoneita koulutehtäviinsä liittyvän tiedon haussa. Lapset hakivat myös harrastuksiinsa tai muihin kiinnostuksen kohteisiinsa liittyvää tietoa netin lisäksi jossain määrin esimerkiksi sanomalehden urheilusivuilta, televisio-ohjelmista tai tietokirjoista. Viihteellinen media toimii puolestaan merkittävänä sosiaalisen tiedon lähteenä. Moniin viihdeohjelmiin on tarkoituksellisesti sisällytetty tietoa. Amerikkalaisissa sarjafilmeissä saatetaan antaa ehkäisyvalistusta ja Suomessa puolestaan Habbo Hotelli -virtuaalielämäpelissä on annettu huumevalistusta ja Salatut elämät on palkittu muun muassa homoseksuaalisuutta käsittelevän tiedon välittämisestä. Näitä sisältöjä katsoessaan lapset ja nuoret saavat pohdittavakseen erilaisia elämään ja ihmissuhteisiin liittyviä kysymyksiä. Ne tarjoavat myös samaistumismalleja identiteetin rakentamisen pohjaksi (Suoninen 2004, 67).

Myös mediarutiineihin liittyvät käytön funktiot olivat helposti paikallistettavissa tutkimusaineistosta. Erityisesti rutiineitaan rakastavia tuntuivat olevan nuorimmat, runsaasti televisiota katsovat lapset. Vanhemmat kirjoittivat 5-vuotiaiden päiväkirjassa havahtuneensa tutkimuksen aikana siihen kuinka paljon lasten televisio-ohjelmien lähetysajat säätelevät koko perheen arki-rytmiä. Kauppareissut saatetaan suunnitella Pikku Kakkosen lähetysaikojen mukaan ja lastenohjelmat toimivat siirtymäriittinä tultaessa päiväkodista kotiin (vrt. Okkonen, 2007). Myös muissa ikäryhmissä lapset nimesivät suhteellisen kiinteästi aikataulutettuja median käytön tapojaan. Jollekin se

oli lauantai-illan luonto-ohjelman katselu yhdessä perheen parissa, toiselle Nelosen piirrettyjen lastenohjelmien katselu aamuisin. Keskiviikko-iltapäivät kuuluivat tuoreen Aku Ankan parissa. Lapset saattoivat käyttää oikeastaan kaikkia mediavälineitä osana päivittäisiä rutiineitaan, aloittaa aamunsa tarkistamalla kännykän viestit, aukaista tietokoneen heti koulusta tultuaan tai lukea kirjaa juuri ennen nukkumaan menoaan sängyssä. Myös vanhemmat käyttivät hyväkseen mediaa luodessaan lapselle arkea helpottavia rutiineita tai järjestääkseen itselleen omaa aikaa. Arkiset rituaaliset ovatkin yksi tyypillisimpiä median käytön syitä (Suoninen 2004, 78).

Havahduin ajattelemaan sitä kuinka paljon media, lähinnä tv ohjaa päivärhythmiä ts. lastenohjelmat. ”Romutan” heti lapsen päivän, jos töihin täytyy lähteä aikaisemmin tai tullaan myöhemmin kotiin esim. kaupan kautta, ja lastenohjelmat on jo alkaneet. Toisaalta lapsi on niin rutiineita rakastava, että samat toistuvat kuvat kannattaa säilyttää kaikessa – oli kysymyksessä sitten syöminen, nukkuminen, telkkarin katselu, iltasatu ym.
(Poika 5-v, vanhempien PÄ)

Aamun piirretyt klo 7–8 pitävät lapsen tyytyväisenä kun vielä uni painaa silmiä, mutta pukea täytyy ja päiväkotiin on lähdeittävä. – Lauantai-aamunkin lastenohjelmat tulee aina katsottua. Puuha Pete elokuva on tarpeellinen kun herätään lauantai-aamulla ennen kuutta.
(Poika 5-v, vanhempien PÄ)

Lauantaina päivästä tuli sään takia mediapainotteisempi kuin normaalisti. J heräsi jo seitsemän jälkeen, ja koska nouseminen ei vapaapäivänä niin aikaisin houkutellut, turvauduimme vanhaan konstiin ja ohjasimme pojan tv:n ääreen. Lastenohjelmat eivät olleet vielä alkaneet, joten poika katseli Hessu Hopo -DVD:tä.
(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Mediarutiinit ovat usein myös koko perheen rutiineja, joita lapset omaksumat vanhemmiltaan:

Lapset matkivat aikuista siis tässäkin asiassa: kun isä ja äiti katsovat Aamu-uutiset, hekin tahtovat niin tehdä. Kun äiti lukee sanomalehteä aamiaispöydässä, haluavat lapsetkin raahata kuvakirjansa ruokapöytään.
(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Lauantaisin on aika tietty kaava, aamulla lapset katsovat lastenohjelmat ja illalla luonto-ohjelman. Viikonloput ovat siitä mukavia, että aikuisillakin on silloin aikaa lukea Aamulehti kunnolla, usein lapsetkin kysyvät jotain lehdessä olevista jutuista tai kuvista. Tänään oli normaali päivä, lehdenukua, vähän ohjelmia ja lähes koko ajan kun oltiin sisällä, radio oli taka-alalla.
(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Syy miksi valitsimme lähemmin tarkasteltavaksi lasten mediakäytön sosiaaliset funktiot, oli aineiston rajaamisen lisäksi teeman vahva esiintymisen haastatteluaineistossa ja päiväkirjoissa. Lapset kertoivat paitsi internetin vuorovaikutusmahdollisuuksista myös perinteisen median jaetuista käyt-

tötilanteista, mediaan liittyvistä leikeistä tai median motivoimista keskustelunaiheista. Mediasisältöjen tuntemisella on merkitystä sosiaalisessa elämässä. Sijoittumisella kaveripiirin sosiaaliseen hierarkiaan on puolestaan suuri merkitys lasten elämässä (Suoninen 2004). Teeman valinta oli luontevaa myös pitkittäistutkimuksen tavoitteen kannalta. Sosiaalisen median muotojen voidaan olettaa lisäävän suosiotaan lasten ja nuorten parissa tulevina vuosina.

Hahmottaessamme lasten ja nuorten sosiaalista mediaympäristöä emme pitäytyneet Suonisen tai von Feilitzenin luokitteluissa sellaisinaan, vaan lähestyimme teemaa tarkastelemalla ensin millaista sosiaalista toimintaa ja vuorovaikutusta erilaisten mediasisältöjen kuluttamiseen ja käyttötilanteisiin liittyy. Toisessa alaluvussa pohdimme miten mediat toimivat vuorovaikutuksen mahdollistajina ja paikkoina. Kolmannessa alaluvussa liikumme kohti sosiaalisen median ja sisältöjen oman tuottamisen tematiikkaa siinä määrin kuin se lasten ja nuorten haastatteluissa ja päiväkirjoissa tuli esille. Käsittelemme luvun lopussa lyhyesti myös vuorovaikutukseen mahdollisesti liittyviä riskejä. Jaottelulla pyrimme saamaan esille mahdollisimman monipuolisesti sosiaalisuuteen liittyviä, osittain päällekkäisiä näkökulmia.

5.1 Mediasisältöihin ja käyttötilanteisiin kytkeytyvä vuorovaikutus

57

5.1.1 Medialeikit: lelufiguureista keinoelämäpeleihin

Vaikka omien sisältöjen tuottamista internetiin kutsutaan varsinaisesti sosiaaliseksi mediaksi, myös perinteisen median käyttö sisältää sosiaalisia ulottuvuuksia. Television suosikkiohjelmiin, peleihin tai kirjoihin liittyvä vuorovaikutus voi tapahtua joko median käytön tilanteessa tai sen ulkopuolella. Median motivoima vuorovaikutus voi olla joko suoranaista keskustelua mediasisällöistä (juonen käänteistä, henkilöhahmoista), keskustelua median kertomista aiheista (ajankohtaiset asiat) tai välillistä median motivoimaa toimintaa, jota ovat esimerkiksi mediahahmoista, peleistä tai ohjelmista kimmokkeensa saavat leikit. Media toimii kaikenikäisillä lapsilla sosiaalisen toiminnan resurssina.

Median merkittävä välillinen rooli lasten sosiaalisessa vuorovaikutuksessa näkyi hyvin tutkimukseen osallistuneiden nuorimpien lasten elämässä heidän leikkiessään. Mediasisällöt kietoutuivat osaksi lasten leikkejä ja toiminnallisen vuorovaikutuksen tapoja. Mediasta tutun maailman siirtyminen

lasten leikkeihin on luontevaa, sillä juuri leikkiessään lapset käsittelevät sosiaalisesta ympäristöstään omaksumiaan asenteita ja tietoja, ja harjoittelevat niiden soveltamista käytäntöön (Okkonen 2007).

Mediasta innokkeen saavia leikkejä kutsutaan usein medialeikeiksi. Karimäen (2007) mukaan medialeikeistä voidaan puhua, kun leikin aiheena on mediasta tuttu hahmo, tapahtuma, televisio-ohjelma, elokuva tai digitaalinen peli. Medialeikkien määrä tutkimukseen osallistuneiden parissa oli suhteellisen suuri. 5-vuotiaista noin 77 prosenttia ja 8-vuotiaista 64 prosenttia arvioi itse taustatietolomakkeessa leikkivänsä usein telkkarihahmoihin tai peleihin liittyviä medialeikkejä. Ulkopuolinen ei välttämättä voi päätellä leikin sisällöstä lapsen leikkivän medialeikkiä, sillä lapsi voi yhdistellä leikkiinsä vapaasti eri medioista tuttuja hahmoja ja tapahtumia (emt.). Sikäli medialeikkien osuus voi olla korkeampikin kuin tutkimukseen osallistuneet lapset tai heidän vanhempansa osasivat taustatietolomakkeessa arvioida. Lapset ovat tietenkin aina löytäneet leikin ainekset ympäröivästä kulttuurista ja maisemasta. Mediakulttuurin näytellessä suurta osaa kaikenikäisten elämässä, myöskään lasten leikkien kiinnittyminen mediakulttuuriin ei ole tässä mikään yllätys.

Lasten leikkien aiheena voivat olla mitkä tahansa mediasta poimitut tapahtumat, myös uutiset tai ajankohtaiset asiat. Usein lasten leikeissä käsiteltäviksi päätyvät dramaattiset uutistapahtumat, kuten luonnonkatastrofit, sodat tai onnettomuudet (emt.). Tässä tutkimusaineistossa lapset eivät kertooneet ajankohtaisista asioista kummunneista leikeistään – leikin aiheeksi eivät nousseet sen paremmin lööppien otsikot kuin uutisskuupitkaan. Tilanne olisi voinut olla toinen, jos tutkimusajankohtana mediassa tai aikuisten puheissa olisi aktualisoitunut jokin suuri, esimerkiksi tsunamin tai Yhdysvaltojen WTC-iskun kaltainen uutistapahtuma.

Useimmiten lasten leikkien keskiössä olivat heille suunnatusta sisältötuotannosta tutut fantasiahahmot tai televisio-ohjelmiin ja peleihin liitetyt oheistuotteet¹⁶. Oheistuotteita, ovatpa ne figuureja tai Pokémon-kortteja, sekä keräillään että niiden ympärille rakennetaan toiminnallisia leikkejä. Okkonen (2007) toteaa, että lasten leikit ovat hyvin sukupuolittuneita. Varsinkin pojat tapaavat leikkiä peli- ja televisioleikkejä. Sukupuoli alkaa vaikuttaa television katseluun noin 5–6-vuotiaana ja toiminnalliset sarjat ovat etenkin poikien suosiossa. Tytöt taas ovat television katselussaan verbaalisemmin suuntautuneita. Okkosen mukaan toimintasarjat toimivat pojille siirtymäriittinä päiväkodista kotiin, sillä päiväkotipäivän aikana pojilla on lähipiirissään vähemmän ihailtuja mieshahmoja ja samaistumisen kohteita.

16 Oheistuotteista ja lasten kulutuskulttuurista enemmän luvussa 6.

Voimakkaan sukupuolistereotypinen lelujen maailma vahvistaa sukupuolten välisen leikkikulttuurin eroja entisestään (emt., 69).

Myös tähän tutkimukseen osallistuneista peli- ja televisioleikeistään kertoineista lapsista valtaosa oli 5- ja 8-vuotiaita poikia. Poikien puheessa leikit olivat etupäässä taisteluleikkejä, joissa seikkailivat sankareina niin Prätkähiiret kuin Teini-ikäiset Mutantti Ninja Kilpikonnat. Pojat keräilivät televisiosta tuttuja figuureita, ja olivat tarkasti tietoisia millä ominaisuuksilla, väreillä tai tunnuksilla varustettuja hahmoja heidän kaveripiiristään löytyi. Itse leikkiminen ei välttämättä rajoittunut lelutavaralla leikkimiseen vaan taisteluleikin päätähtenä saattoi toimia myös lapsi itse.

Kotiin tultaessa A jäi pihalle naapurin poikien kanssa. Leikittiin muun muassa 'turtlesta' eli tv:stä tuttuja 'Teini-ikäisiä mutantti-ninja-kilpikonnia'. A:n mukaan sitä leikitään 'taistelemalla', 'vähän niin kuin karatea'. Naapurin pojat saavat katsoa ohjelmaa viikonloppuisin, A:ta harmittaa kun hän ei saa sitä katsoa.

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Medialeikit eivät välttämättä edellyttäneet, että lapsi itse olisi seurannut leikin taustalla olevaa ohjelmaa, vaan leikit ja mediasisällöt levisivät vertaisryhmissä. Leikkiä voikin pitää tältä osin osana ohjelmien, lelujen, figuurien, keräilykorttien ja muiden tuotteiden kokonaisuutta, lasten mediakulttuuria, jota toisaalta ohjataan kaupallisesti mutta jota lapset itse muokkaavat. Leikkiin tarvitaan kulttuurinen tietämys ohjelmasta ja siihen liittyvistä tuotteista, eräänlainen ”yleissivistys”, joka antaa kielen ja kyvyn osallistua leikkeihin. Lapsen on tältä osin oltava kulttuurisesti ”kartalla” voidakseen osallistua erilaisiin mediaan pohjautuviin leikkeihin (ks. Suoninen 2004; Valkonen ym. 2005, 87).

Medialeikkejä on tietysti erilaisia. Barbiella, Bratzeilla ja Bionicleilla leikitään varsin vapaasti, samoin kuin ulkoleikit voivat saada mitä mielikuvituksellisimpia muotoja. Poikien taisteluleikeissä – niin perinteisissä miekkailu- ja sotalleikeissä kuin niiden nykyversioissakin – pääosassa on liikunta ja taistelu.

7 heräsin ja katselin sängystä aamupiirrettyjä tv:stä ja söin aamiaisleivän. 8 lähdin kaverilleni P:lle, pelasimme Lego Star Wars -peliä, kunnes 9 menimme yhdessä kouluun. Iltapäiväkerhossa luin Aku Ankkaa. 16 isi haki mut kotiin, tein läksyt, lähdin ulos kavereiden kanssa ja leikimme ulkona puistossa Star Wars-miekoilla.

(Poika, 8-v, PÄ)

Poikien taisteluleikkeihin on perinteisesti suhtauduttu varautuneesti, yltäältä ideologisista syistä ja toisaalta siksi, että ne aiheuttavat usein rauhatomuutta, jota voi olla vaikea hillitä. Myös action-figuurit tapaavat houku-

tella ”riehumiseen”, mikä on syy siihen, miksi muun muassa päiväkodeissa ei figuureilla leikkimistä aina sallita.

H: Mä vähän luin sieltä päiväkirjasta, että sä oot päiväkodissa leikkinytkin noita prätkähiirileikkejä.

V: Joo. Kivoja leikkejä. Me ei saatu kerran enää tuoda niitä. Mutta nyt me alettiin vähän tuomaan. Mutta ei me olla vielä tuotu.

H: Minkä takia te ette saanut tuoda niitä?

V: Meni hurjaksi. Niin siksi me vietiin ne kotiin. Ja mä sain synttärilahjaksi J:ltä lilahuivisen. Mulla on jo sinihuivinen ja punahuivinen.

H: Kuinkas monta prätkähiirtä sulla nyt on? [Haastattelija putoaa kärryiltä].

V: Yks. [Siirtyi puhumaan Turtles-kilpikonnista].

(Poika, 5-v, HA)

Osa medialeikeistä noudattaa nähdyn elokuvan tai televisiosarjan tapahtumia ollen luonteeltaan draamallisempia. Tutkimuksemme haastatteluisa jotkut lapset kertoivat, että leikeissä pyritään toistamaan se, mitä esimerkiksi televisiosarjassa on tapahtunut.

H: Sähän sanoit tuolla, että nyt sä leikit niitä Turtles-leikkejä vähän.

V: Niin mitä on tapahtunut edellisessä jaksossa, niin niitä sit leikitään kaverien kanssa.

(Poika, 8-v, HA)

Poikien leikeissä eivät yleensä esiintyneet ihmiset tai eläimet – toimintasan-kareita ja fantasiahahmoja lukuun ottamatta. Poikkeuksena saattoivat olla dinosaurukset tai muinaiset hirviöt, joilla leikkiminen kuitenkin poikkesi tyttöjen hoivaamiseen keskittyvistä eläinleikeistä. Jotkut pojat elivät hirmuliskovaihettaan hyvin kokonaisvaltaisesti. Se käsitti toiminnallisen taisteluleikin lisäksi aktiivista ohjelmien ja kirjojen katselua, faktatiedon etsintää ja omaksumista. Mediasta omaksuttu leikin aihe voikin johtaa tiedon hankkimiseen ja kehittää loogista ajattelua (Okkonen 2007, 73). Kuten seuraavasta sitaatista voi lukea, lapset omaksuivat suosikkitelevisio-ohjelmansa sisällön yksityiskohtiaan myöten, sanatarkasti ohjelman replikointia leikeissään toistaen.

Äiti: Se oli ihan uskomattoman voimakas se dinovaihe. Se kerta kaikkiaan oli tolle pojalle ihan ylitsepääsemätön paikka. Kaikki mikä liitty, sakset ja puutarhapihdit. Mä kuuntelin yks päivä kun K, olisko se ollut 5-vuotias, kun se oli tuolla nurmikolla polvillaan ja pöpisi jotain. Mä menin kuuntelemaan mitä se tekee siellä. Sillä oli sellaset pienet puutarhapihdit ja se mumisi: ”repää vahvoilla leuoillaan kerrallaan 80 kiloa lihaa”. Ja just oli kattonut tommosen missä joku repäsi 80 kiloa vahvoilla leuoillaan. Mua nauratti ihan hillittömästi. Ja K kävelikin vähän aikaa näin, että sillä oli kädet tällä tavalla. Sää menit tollai niinku dinosaurus.

(Poika, 8-v, HA)

Sukupuolistereotypioita noudatellen tyttöjen medialeikit liittyivät usein ihmissuhteisiin ja eläimiin. Siinä missä pojat etsiytyivät toiminnan pariin, tyt-

töjen leikeissä puhuminen on keskeisessä osassa (vrt. Okkonen 2007). Bratzenuket, koirat ja hevoset toistuivat monen 5- ja 8-vuotiaan tytön leikkikuvauksessa. Etenkin 8-vuotiaiden tyttöjen maailmassa medialeikit alkavat saada mausteita niin Salatuista elämästä kuin Idols-tähdistä ja fanittamisesta. Leikeissä perustetaan bändejä tai kotileikit saavat juonikkaita ihmissuhdekuvioita – perinteisten satujen lastenkulttuuri fuusioituu populaarikulttuurin hahmoihin. Alla olevassa sitaatissa ekaluokkaisen tytön bändileikkiin sä kirjoittamat laulunsanat ilmentävät hyvin vaikutteita, joita 8-vuotias on omaksunut niin MTV3:n Idolsista Antti Tuiskuineen kuin lukemistaan Winx-keijusarjakuvista. Ihmissuhdetta käsitteleviä sanoja sävyttävät maagiset keijut, taikuus ja kuolema.

H: Kiinnostaako sua tollaset julkkisjutut?

V: Joo! Pitäis kysyä Antti Tuiskultakin sen nimmari. Mulla taitaa olla kaikki muut paitsi se uusin levy.

H: Kuunteletko sä sitten just Antti Tuiskun musaa?

V: En mä sitä niin kauheesti kuuntele enää. Sitten meillä on itsellä kanssa bändi ja kaikkee.

H: Soitatko sä siinä tota kitaraa?

V: Joo. Mehän ollaan tehty biisikin.

H: Mites te sen ootte tehnyt?

V: Tietsikalla mä sen kirjoitin. Tässä.

H: Ihan totta, siis sanat kirjoitit biisiin. Miten ne menee?

V: Rock-musa. Ovi aukeaa, astun huoneeseen ja jatkan musiikin kuuntelua. Tanssin, enkä huomaa kun tulet. Enkä tiedä mitä sinun mielessä liikkuu, koska sinä osaat taikoa. Sinä surmaat minut. Raahaat minut sänkyyn kuollessa. Koska tiedät, että minulla on jalokiviä ja herään henkiin koska olen keiju. Minä lennän siihen huoneeseen ja surmaan sinut.

H: Aika dramaattinen laulu. Hienot sanat sä oot kirjoittanut. Ootko sä saanut vähän noista keiju-sarjakuvista innoitusta?

V: En mä tiedä.

(Tyttö, 8-v, HA)

Lasten medialeikkeihin voidaan liittää myös mediaväliseen käyttäminen perinteisestä käyttötavasta poiketen. Tämä onnistuu erityisesti käytöstä poistettujen tai helposti rikkumattomien ja kevyiden medialaitteiden kanssa:

Aamulla leikin kirjatehdasta eli tyhjensin lastenkirjahyllyt omaan sänkyyn.
(Poika, 5-v, HA)

Leikkien tutkimuksen kannalta valitsemamme tutkimusmenetelmät eivät olleet parhaat mahdolliset. Leikkien tutkimisessa havainnoiva tai osallistuva menetelmä olisi ollut ehkä parempi vaihtoehto. Vaikka ohjeistimme perheitä mediapäiväkirjojen täyttämässä sanoen, että päiväkirjaan voi kirjoittaa vapaasti päivän tapahtumista huomioiden myös lasten leikit, leikit eivät välttämättä vanhempien tai lasten mielikuvissa yhdisty median käyttämiseen, ja ne jäävät dokumentoimatta. Päiväkirjoissa leikkimisestä puhuttiin paljon, mutta leikin sisällöstä tai sen synnystä ei kerrottu yksityiskoh-

taisesti. Halusimme kuitenkin tuoda esille medialeikit, sillä ne ovat merkittävä toiminnallisen vuorovaikutuksen muoto etenkin nuorimmilla tutkimukseen osallistuneilla.

Arvoidessamme tutkimusaineistoa huomasimme, ettemme olleet paljoakaan käsitelleet leikkeihin liittyviä kysymyksiä 11- ja 14-vuotiaiden parissa. Ilmeisesti jotkut tekijät haastattelutilanteessa olivat tukeneet mahdollista etukäteisoletustamme 11- ja 14-vuotiaiden ”isoudesta” ja siitä, ettei leikki kuulu enää heidän elämäänsä. Tuon ikäiset eivät myöskään juuri tuottaneet spontaania ja omaehtoista leikeistä kertovaa puhetta. Tästä ei kuitenkaan voi päätellä etteikö leikki enää kuuluisi lainkaan 11-vuotiaiden maailmaan. Myös heidän huoneistaan löytyi leluarsenaalia, jota he saattoivat ohimennen esitellä mediavälineidensä ohella.

Perinteisten leikkien sijasta 11- ja 14-vuotiaiden kanssa keskustelu ohjautui lasten pelaamiin tietokone- tai konsolipeleihin. Digitaalisia pelejä voidaan tietystä mielessä tarkastella leikkimisenä tai leikin jatkumona. Peleissä on paljon leikinomaisuutta ja pelien ja leikin raja on hämärtyvässä. Perinteisistä mielikuvitusleikeistä poiketen peleissä voi myös hävitä ja epäonnistua, mutta muuten yhdessä pelaten toteutetaan monia leikin kaavoja: neuvotellaan, autetaan toisia tai hyväksytään toisen ratkaisuja (Karimäki 2007, 43). Monet perinteisen leikit muodot, kuten ihmissuhdeleikit kotien sisustamisineen, ovat hakeneet uuden toteutumistavan virtuaalitodellisuudessa. Esimerkiksi Sims-tietokonepeli, jossa pelaajan on mahdollista perustaa perhe keinoelämässä sijaitsevaan naapurustoon, oli monen tutkimukseen osallistuneen tytön ja pojan suosikkipeli, jota jotkut lapset kertoivat suorastaan rakastavansa.

H: No mitäs siinä Simsissä tehdään?

V: No se on niinku semmosia ihmisiä ja sitten mulla on Sims-lemmikkieläimiä, niin sitä mä yleensä pelaan.

H: Ja lemmikeilläkin voi sitten tehdä siinä pelissä jotain vai?

V: No niitä voi luoda itse. Siitä mä tykkään eniten kun sitä mä osaan tehdä. Ja sitten joskus mä oon ruvennut koristelemaan niitä paikkoja tosi paljon. Kaikkia koristeita tungen sinne.

(Poika, 11-v, HA)

Pidän todella paljon pelaamisesta, erityisesti pelaan Sims2-tietokonepeliä. Minulla on kaikki siihen kuuluvat lisäosat. Tykkään Simsistä koska siinä saa luoda kokonaan oman maailman ja tehdä hahmoillaan kaikkea hauskaa. En välitä mistään sotapeleistä, vaan tykkään enemmän toden tuntuista virtuaalielämä peleistä. Pelaan Simsiä viikonloppuisin ja joskus parhaan kaverini kanssa.

(Tyttö, 14-v, PÄ-tehtävä)

Simsin kaltainen keinoelämäpeli leikin näkökulmasta oli mielenkiintoinen ilmiö sikäli, että se ensinnäkin näytti tasaavan voimakkaasti sukupuo-

littunutta leikkien maailmaa: Sims veti ihmissuhdeleikin pariin myös pojat. Toisaalta Simsiä ”leikkivät” vielä 14-vuotiaat murrosikäiset, jotka tuskin fyysisessä todellisuudessa kaivaisivat barbie-nukkejaan esille ihmissuhdeleikkejä varten. Kun median usein ajatellaan lyhentävän lapsuutta ja leikkimisen ajanjaksoa lasten elämässä, (keinoelämä) pelien tapauksessa vaikutus voi olla myös päinvastainen. Ne tarjoavat nuorille eräänlaisen leikin jatkoajan. ”Lapsuuden loppu” -puheen rinnalla onkin käyty keskustelua myös kulttuurin kaikkinaisesta lapsellistumisesta, joka näkyy muun muassa aikuisten kiinnostuksessa Harry Potteriin ja Idolsiin sekä erilaisten visailujen, leikillisyyden ja Facebook-tyyppisten sovellusten innokkaana käyttönä (ks. Barber 2007).

Pelien lisäksi murrosikäisten parissa esiintyi myös muita leikillisiä tai draamallisia median käytön tapoja: 14-vuotiaat saattoivat käyttää mediasisältöä näytelmällisen roolileikkinsä materiaalina keksien uudet vuorosanat näkemäänsä televisio-ohjelmaan tai sarjakuvaan, ja näytellen itse uudelleen katsomansa kohtaukset. Vastaava ohjelmien ”muuntelu” ja uudelleen sanoitusta on havainnut lasten televisionkäyttöä sosiaalisena toimintana tutkinut Juha Kytömäki (1999, 145).

V: Sitten tossa on Witchia, niin se on ihan hyvä, no kavereiden kanssa mennään semmosta että näytellään noi osat ite, että puhutaan noi, sitä mää yleensä mun kavereiden kanssa.

H: Mitä sää tarkoitat kun sanoit, että voitte näytellä ne osat?

V: Siis niinkun, niissähän on ne puhekuulat, niin me puhutaan ne ääneen ja niinkun päätetään ketä on, ja voidaan muutella niitä ääniä.

H: Onks se ihan vakavasti vai ihan hupailumielessä?

V: Kyllä se on hupailuu periaatteessa, ei me sitä mitenkään vakavasti oteta.

H: Osaattekste ne ulkoo sitten vai?

V: Ei me osata ulkoo, meillä on aina sitten tossa toi lehti ja sitten vuorotellen vaihdellaan sitten.

(Tytö, 14-v, HA)

Kuten edelliset esimerkit osoittavat, lasten leikit ovat moniulotteinen maailma, jossa media toimii monissa tilanteissa lasten sosiaalisena resurssina. Vaikkakin leikkejä sävyttävät vahvat sukupuolistereotyyptit ja lapset saattavat leikeissään imitoida näkemäänsä mediasisältöjä sanasta sanaan, leikkeihin liittyy myös tiedonhakua, oppimista, oivaltavaa yhdistelyä ja uuden luomista. Vaikka medialeikin taustalla on valmis ohjelma, jonka muokkaamiseen lapset eivät osallistu (pelejä ehkä lukuun ottamatta), leikkiessään he edelleen jalostavat ja suodattavat sisäistämäänsä materiaalia. Leikki tutkimuksen näkökulmasta media ei passivoikaan lasta, vaan tarjoaa ehtymätöntä materiaalia erilaisten leikkien pohjaksi ja sosiaalisten suhteiden rakennusaineeksi (Karimäki 2007, 45).

Vanhempien puheessa lasten medialeikkejä ei kuitenkaan juuri arvostettu

tai niihin suhtauduttiin hyväntahtoisen huvittuneesti. Yhtäällä vanhempien huoli koski sitä millaiset sisällöt leikkeihin siirtyvät. Pienten lasten vanhemmat tuntuivat olevan huolissaan etenkin mainosrahoitteisten televisio-kanavien ohjelmatarjonnan vaikutuksista. Televisiota on muissakin yhte-yksissä syytetty siitä, että se eristää lapset todellisesta maailmasta ja heidän sisäisestä minästään (Okkonen 2007, 70). Toisaalta tämän keskustelun rinnalla eli vahvasti käsitys medialeikkien epäaitoudesta. Vanhemmat olivat huolissaan autenttisen leikin katoamisesta. Mielikuvituksen turvaamisen ja leikkien omaehtoisuuden säilyttämisen vuoksi osa vanhemmista olikin pyrkinyt rajoittamaan tiettyjen mediasisältöjen käyttöä.

Äiti: Esimerkiks Bratzeista, niin musta on ihan hyvä, ettei S oo katsonut sitä ohjelmaa, muuta kun ihan yksittäisen vilauksen jostakin, koska silloin ne leikit pysyy omina. Meillä on hyvä esimerkki tää yks serkku, missä kaikki leikit on niitä telkkarileikkejä. Että S kyllä leikkii niillä barbeilla ihan omia juttujansa. Jos sitä Bratz-ohjelmaa kauheesti kattoo, niin kyllähän ne heti tulee sinne leikkeihin. Se on selvä juttu.

(Tyttö, 8-v, HA)

Medialeikkien arvostuksen puute voi johtua siitä, että vanhempien voi olla vaikea ymmärtää lasten leikkien sisältöjä, eivätkä lapset välttämättä keskustele leikeistään vanhempiensa kanssa. Näin vanhempien arvostuksen perusteeksi jää usein se missä ympäristössä leikki tapahtuu. Ulkona leikkimistä tavataan arvostaa autenttisenä ja tervehenkisenä, ongelmallisiksi sen sijaan nähdään etenkin lasten virtuaaliset leikkipaikat, joiden hallinnointi on vanhemmille vaikeaa (Karimäki 2007, 46). Vanhempien kommentoissa ja mediapäiväkirjoissa ulkoilusta puhuttiinkin ilahtuneeseen sävyyn ikään kuin arvottaen jokainen ulkoleikeissä vietetty päivä medialta voitetuksi.

Upea ilma ulkona ja lapset leikkivät paljon ulkona. Median käyttö on ollut tosi vähäistä tänään! Tv:kin on ollut koko päivän ja illan kiinni ja klo on jo 21! Leikit on kyllä ollut mielikuvitusleikkejä hevostallilta. En tiedä onko se mediaan liittyvää.

(Tyttö, 8-v, vanhempien PÄ)

5.1.2 Media keskustelunaiheena: ”Ei me yleensä puhuta uutisista”

Leikin kaltaisen toiminnallisen vuorovaikutuksen lisäksi media oli merkittävästi lasten maailmassa läsnä puheenaiheiden antajana ja keskustelun virittäjänä. Mediasta aiheensa saavia keskusteluja käytiin sekä perheen piirissä että kavereiden kanssa. Keskustelunaiheeksi päätyvät teemat osaltaan osoittavat minkälaisen käsityksen lapsi mediavälitteistä maailmasta muodostaa, mitkä asiat ovat hänelle tärkeitä tai pohdituttavia.

Taustatietolomakkeiden mukaan erilaiset media-aiheet nousevat perheissä keskustelunaiheeksi usein päivittäin. Kaikissa tutkimukseen osallistu-

neissa ikäryhmissä keskusteltiin vanhempien taustatietolomakkeen mukaan runsaasti televisio-ohjelmien tai pelien sisällöistä, henkilöhahmoista tai juonenkäänteistä.

5-vuotiaiden lasten vanhempien täyttämät päiväkirjat kertoivat, että lasten näkemät ohjelmat nostavat esille perimmäisiä kysymyksiä käsittelevää puhetta oikeasta ja väärästä, maailman synnystä, faktan ja fiktion suhteesta, siitä mikä on normaalia, sallittua tai kiellettyä. Vanhemmat käyttivät mediasisältöjä, niiden tarinoita ja henkilöhahmoja, omien käsitysten havainnollistajina – sosiaalisen oppimisen edistäjinä. Lapset peilaavat vanhempien vastauksia median antamaan kuvaan, ja ne yhdessä antavat hänelle moraalista koodistoa miten sosiaalisessa ympäristössä tulee elää tai mihin hän sijoittuu suuremman kokonaisuuden osana. Keskustelutilanteiden monipuolisuutta lisäsi se, että esimerkiksi televisio-ohjelmat saattavat ohjata vanhemmat hakemaan yhdessä lapsen kanssa lisätietoa internetistä. Usein tietyt ohjelmat johdattivatkin lapsen joko ohjelman omalle tai vastaavaa sisältöä muuten käsittelevälle nettisivustolle. Etenkin kyselyikäisten lasten vanhempien mielestä internet on merkittävästi helpottanut perheiden tiedonhakua.

Äiti: Iltapäivällä seurattiin yhdessä pikkusiskon kanssa TV2:n lastenohjelmat, ja niidenkin aikana keskusteltiin siitä mitä kulloisessakin ohjelmassa tapahtuu. J vähän kommentoi yhtä lastenohjelmaa jännittäväksi, ja sen ajaksi hän halusi samaan huoneeseen. Ohjelman jälkeen keskusteltiin hetki siitä onko kummituksia vai ei. Dinosauriohjelmat herättävät aina kysymyksiä maailman synnystä ja eri lajien kehityksestä, ja näistä haettiin myöhemmin tietoa internetistä.

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Puhuttiin edellisiltana tulleesta Prisman dinosaurus-dokumentista, joka oli pelottanut A:ta ja hän oli pelännyt näkevänsä siitä painajaisia. Nyt A olisi halunnut katsoa ohjelman uudelleen, ei kuulemma enää yhtään pelottanut. Puhuttiin siitä miten nykytekniikalla saadaan aikaan tosi aidonnäköisiä dinosauruksia.

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Tänään katseltiin paljon lastenohjelmia (elokuvia, Lelut-elokuva, Simpsonit). R kyseli kohtalaisesti ohjelmien aikana: saako noin tehdä, minne se meni, miksi jne. Ohjelmat olivat kivoja ja vähän jännittäviä.

(Tyttö, 5-v, vanhempien PÄ)

Itsestä tuntuu että nettimaailma on tavallaan siunaus, sillä J on niin tiedonhaluinen, että nyt saamme tutkittua usein asioita heti kun kysymyksiä herää, eikä tarvitse odottaa kirjastoon pääsyä.

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Edellisistä sitaateista voi lukea, että 5-vuotiailla keskustelua syntyi usein myös jännittävästä ohjelmista, ja niihin katselutilanteisiin toivotaan vanhempien tukea. Päiväkoti-ikäisistä lähes kaikki kertoivat, että televisio-ohjelmat pelottavat heitä joskus. 8-vuotiaista kertoi ajoittain pelkäävänsä rei-

lusti yli puolet. Pelottaviksi asioiksi koettiin esimerkiksi kuolema tai tietyt uutisaiheet, mutta myös jotkut lastenohjelmien hahmot.¹⁷ Vanhempien taustatietolomakkeessa kuitenkin vain noin 35 prosenttia vanhemmista arvioi median tuovan lapsensa elämään pelkoa. Eroa voi osittain selittää se, lapset eivät välttämättä tee eroa jännittävän ja pelottavan välillä, kun taas aikuiset tekevät. Vanhempien arvio voi perustua myös sille, ettei esimerkiksi lastenohjelman jännittävä hahmo ole aikuisten perspektiivistä pelottava, vaikka se sitä pienen lapsen kokemuksessa hetkellisesti olisikin. Joka tapauksessa median välittämät uhkakuvat tai mediassa nähdyt lapsen mielestä pelottavat aiheet nousevat perheissä keskustelun kohteiksi suhteellisen usein. Keskustelun itsessään voi tietenkin nähdä hälventävän ahdistusta pelottavan asian ympäriltä.

Vanhemmat kävivät kaikenikäisten lastensa kanssa myös mediavälineisiin, -teknologiaan ja -hankintoihin liittyvää keskustelua. Joissakin perheissä lapset otetaan demokraattisesti mukaan perheen ostamista koskevaan päätöksentekoon. Lapsilla on neuvotteluvalltaa, kuten alla oleva sitaatti osoittaa. Pääasiassa mediahankintoja koskeva keskustelu käsitteli lapsen omia toiveita, hänen käyttöönsä tulevia pelejä, pelilaitteita, puhelimia ja niin edelleen.

P alkoi puhua milloinkaan sen uuden pelin voisi ostaa. Sääntönä meillä on ollut, että jos itse säästää jostain leluun hinnasta puolet, on vanhempien velvollisuus maksaa toinen puoli. Kotiin tultua P alkoi heti laskea eteisen lattialla lompakossaan olevia rahoja. Ei malttanut ottaa kenkiä tai takkia pois ja mietti kuinka monet viikkorahat vielä tarvitaan. P ehdotti, että jos hän voisi saada puuttuvat viikkorahat etukäteen, niin pelin voisi ostaa jo nyt. Soitettiin vielä töissä olevalle isälle ja sovittiin, että voidaan tehdä P:n ehdottamalla tavalla. Saman tien lähdettiin kaupunkiin ostoksille; ostettiin uusi polkupyörä ja tuo uusi peli (Mario Kart). Eli se siitä oston pitkittämisestä. Kotiin tultua P pelasi uutta peliä tunnin ajan.

(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

Joissakin tutkimusperheissä vanhempien työ liittyi uuteen teknologiaan. Näissä perheissä medialaitteita koskeva keskustelu saattoi keskittyä teknologiaan ja laitteiden ominaisuuksiin, eikä välinepuheeseen suoranaisesti liittynyt ostamissuunnitelmia. Teknologian nykyisten ominaisuuksien lisäksi lapset olivat hahmotelleet vanhempiensa kanssa myös tulevaisuuden medialaitteiden mahdollisuuksia. Vanhempien kanssa käydyt keskustelut piirtyivät esiin lasten teknologiapuheessa tai 11- ja 14-vuotiaiden mediapäiväkirjan tehtävässä, joka käsitteli tulevaisuuden mediakotia. Nämä lapset olivat selvästi pohtineet teknologian kehittymisen suuntauksia aikaisemminkin ja puheelle oli ominaista tietynlainen teknologiadeterminismi.

17 Peloista ja jännittävistä mediasisällöistä lisää luvussa 6.2.

V. Me yleensä R:n [isäpuoli] kanssa keskustellaan mitä tulevaisuudessa tapahtuu.

H. Ai te puhutte siitä?

V. Joo, melkein aina. Me keksittiin, mä en laittanut sitä tohon, mutta me keksittiin, että puettas päälle joku, vaikka käteen pistettäisi jotkut jutut ja jos-sain olis sensori, joka tunnistaa liikkeet, olis semmonen jonkinlainen liikepe-li tai semmonen.

H. Että sä voisit tavallaan itse osallistua siihen.

V. Niin tai oikeestaan siihen pystyykin, pleikkarillahan on se Eye-toy, siinä tulee kamera ja siinä voi liikkua. Mä oon pelannut sitä kaverin luona.

(Poika, 11-v, HA)

Sisällöistä aiheensa ammentavan keskustelun useimmat vanhemmat tuntuivat kokevan positiiviseksi. Rakentavan keskustelun vastakohtana etenkin 5- vuotiaiden perheissä esiintyi runsaasti myös median käyttöön liittyviä ristiriitoja ja rajanvetoa. Median käytön määrä, sallitut ja kielletyt sisällöt ja katseluaajat olivat yli puolessa 5-vuotiaiden perheistä puheenaiheena päivittäin. Mediat voivatkin kodeissa synnyttää myös ristiriitoja ja jännitteitä sekä lapsen ja tämän vanhemman että sisarusten välille.

A jäi ulos leikkimään. Noin tunnin kuluttua A olisi halunnut mennä sisälle katsomaan Muumi-dvd:tä, mutta äiti kielsi dvd:n katselun. A huusi ja parkui kotiportaalla istuen noin 20 minuuttia ja haukkui äitiä tyhmäksi. Siisään mentiin kun naapurintyttö tuli kyläilemään ja leikkimään Bratz-nukeilla A:n isosiskon kanssa. Aika kului A:llakin tyttöjen seurassa, paitsi sitten kun tytöt halusivat leikkiä rauhassa ja ajoivat A:n toiseen huoneeseen. A suuttui ja vaati äidiltä lupaa pelata Muumi-peliä tietokoneella, kun ei ole mitään muuta tekemistä.

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Median käytön rajoittamiseen liittyvä keskustelu vähenee lasten ikävuosien karttuessa, niin että 14-vuotiaiden vanhemmista yli puolet ottaa puheeksi lapsensa kanssa tämän median käytön määrän joko muutaman keran kuukaudessa tai sitäkin harvemmin. Netinkäyttöön liittyvää keskustelua (esimerkiksi netietiketistä, luvallisista sisällöistä jne.) vanhemmat käyivät etenkin 11-vuotiaiden lasten kanssa. Sitä nuoremmissa lapsista kaikki eivät vielä käyttäneet internetiä itsenäisesti, joten valistus ei ilmeisesti tullut ajankohtaiseksi.

Lasten kasvaessa media-aiheista käydään enemmän keskustelua ystäväpiirissä. Vaikka 11- ja 14-vuotiaat juttelevat vanhempiensakin kanssa, heitä pohdituttavat myös monet sellaiset mediasisällöt tai tapahtumat, joita vanhempien kanssa ei enää oteta puheeksi.

Lasten on helpointa jakaa kokemuksensa ikätoveriensa kanssa, sillä ensinnäkin lasten suosikkisisällöt ovat samanlaisia. Lapset kyllä haluaisivat kertoa vanhemmilleen esimerkiksi käyttämiensä pelien hahmoista ja niiden omi-

naisuuksista, mutta jos yhteistä käyttökokemusta ei ole, vanhempien osaksi jää usein kuunteleminen ja ulkokohtainen kommentointi.

Kaveripiirissä mediakulttuuria käytetään sekä erottautumisen että yhteenkuulumisen merkinä (Matikkala & Lahikainen 2005, 101). Lasten televisionkatselua tutkinut Juha Kytömäki (2001, 50) on todennut, että etenkin varhaisnuorilla television katseluun liittyy vilkas sosiaalinen vuorovaikutus kaveripiirissä. Sarjafilmiä ja elokuvia tallenteita katsotaan yhdessä, ja niistä käydään jatkuvaa ja vilkasta keskustelua sekä vapaa-aikana että koulussa. Tämä ei Kytömäen (emt.) mukaan liity niinkään median luomisiin uusiin sosiaalisiin ilmiöihin vaan kyseessä on lapsen kehitysvaihe, jossa vertaisryhmässä tapahtuvalla läheisellä vuorovaikutuksella on tärkeä kehitystehtävänsä.

Varhaisnuorten osallistuminen mediaa koskeviin keskusteluihin on palkitsevaa siksi, että se on keino vuorovaikutuksessa tarvittavien taitojen ja kokemusten kautta kertoa ikätovereille siitä, millaisia he itse ovat. Esimerkiksi televisio-ohjelmista keskustellessaan lapset arvioivat ohjelmien ja niiden tapahtumien lisäksi myös kaveritaan ja näiden arvostelukykyä. Keskustelut tarjoavat kaikille tasa-arvoisen (sama kokemuspohja) mahdollisuuden saavuttaa tunnustettu asema vertaisryhmässään (emt.).

68

Lasten ja nuorten suosikkisällöiksi muotoutuvat usein sisarusten tai kavereiden suosittelemat ohjelmat. Toisten käyttämät sisällöt antavat lapselle takeen samaan vertaisryhmään kuulumisesta ja siitä, että kyseisen ohjelman valinta on sosiaalisesti hyväksyttyä. ”Uuden” sisällön valinta ja siitä puhuminen ystäväpiirissä voisi sisältää riskin, ettei ohjelma olekaan muiden mielestä ”oikea” (emt.). Lapset olivat yleensä hyvin tietoisia siitä mitä pelejä tai ohjelmia esimerkiksi heidän luokkatoverinsa käyttivät. Alla olevassa sitaatissa 14-vuotias tyttö kertoo, ettei juuri valitse itsenäisesti ohjelmaansa, vaan alkaa seurata sisältöjä, joita vanhempi sisarkin käyttää: ”mitä isommat edellä sitä pienemmät perässä”.

V: Tota tietokonetta mä käytän varmaan siksi enemmän vähän, kun se on tullu siltä (isosiskolta), kun se oli ennen tietokoneella. Mitä isommat edellä sitä pienemmät perässä. Tv-ohjelmissakin mun sisko yleensä kattoo jotain sarjaa, niin sitten mä kiinnostun kattoon sitä. Kun en mä yleensä itse ala kattooon jotain sarjaa. Se on eka sisko, joka kattoo ja sitten mä perässä. Kun en mä jaksaa kattoo sellasta, niinkun josta mä en tiedä yhtään mitään.
(Tyttö, 14-v, HA)

Tutkimuslastemme keskustelujen kärjessä olivat viihdesisältöjen viimeisimmät käänteet. Esimerkiksi Salatut elämät oli pitänyt hyvin pintansa keskusteluaiheiden synnyttäjänä (vrt. Matikkala & Lahikainen 2005). Salkkareita katsoivat niin tytöt kuin pojat. Usein perheen pienimmät ajautuivat Salattujen elämien katsojiksi muun perheen vanavedessä. Pienet lapset eivät

aina ymmärtäneet tapahtumien kulkua, mutta siitä huolimatta saattoivat keskustella vanhemman sisaren kanssa sarjan jaksoista ja päivittää tälle uusimmat käänteet, jos isosiskolta oli jäänyt osa näkemättä esimerkiksi sanktiona käytetyn katselukiellon vuoksi.

H: Ai sekin (pikkusisko) kattoo (Salattuja elämiä).

V: Sen takia kun mä katon, niin sekin kattoo siitä mallia.

H: No kyseleekö se sitten sulta, että mitä noi nyt tekee tai ymmärtääkö se?

V: No välillä se on ihan pihalla, että minkä takia toi tyyppi, jos vaikka siinä oli nyt joku Aaro ja sitten se on vaihtunut Eeroksi, niin se on ihan pihalla.

H: No luuletko sä, että sun pikkusisko tykkää kattoo sitä nimenomaan sun kanssa, onko se sen takia niin kivaa? Aika monet on jäänyt koukkuun siihen sarjaan.

V: Niin mäkin oon, en mä pysty lopettaan. Mun pikkusisko, jos mulla on Salkkarikielto, niin se kattoo yksin ja kertoo mitä siinä on tapahtunut.

(Tyttö, 11-v, HA)

Salatuissa elämissä niin tyttöjä kuin poikia kiinnostivat erikoiset ihmisuhteet ja -kohtalot. Sarjan käänteitä muistettiin yksityiskohtiaan myöten. Monilla lapsilla oli sarjassa myös joku lempihahmonsä, joka voi Suonisen (2004, 73) mukaan muodostaa lapselle niin sanotun parasosiaalisen ystävyysuhteen. Usein lapset samastuvat suunnilleen samanikäiseen (samankaltaisuussamastuminen) tai hieman vanhempaan (toivesamastuminen), useimmiten samaa sukupuolta olevaan ohjelman hahmoon.

H: Onko sulla jotain lempihahmoa siinä, vai mikä siitä tekee kiinnostavan?

V: No se Ismo, kun se on tuhlanut kaikki rahansa, ja sitten se on saanut kodin Ullalta ja Sepolta niin sitten se on rikkonut sen lukon, vaikka se asuu siellä. Sitten se on pöllinyt kaiken siitä talosta, kaiken arvokkaan. Kun Ulla ja Seppo oli hääämatkalla.

H: No joutuko se vaikeuksiin?

V: Ei joutunut sen takia koska se lavasti jonkun muun. Tai oikeastaan se ei lavastanut, mutta esitti, että joku varas olis vienyt ne kaikki.

H: Ai jaa, silloin kun mä olen viimeks kattonut Salkkareita niin mulle jäi sellanen kuva, että se Ismo – eikös se pitänyt sitä kioskia?

V: Vai oliko se, se jolla oli pää vähän kalju.

H: Niin no mulle jäi sellanen mukava kuva siitä, mutta siitä tuli tommosia häijyjä puolia esiin. Onko sulla jäänyt Salkkareista muita tällasia kohtauksia mieleen?

V: No sellasia, että se Ossi oli houkutellut sen Ismon johonkin pelipaikkaan ja oikeesti se pelipaikka oli laitton, mutta se ei sanonut sitä Ismolle. Sitten kun Ismo oli pelannut siellä itsensä umpiköyhäksi, niin sitten se Ossi ajatteli sanoa, se uhkas sanoa sille Ismon vaimolle, sille Tarjalle, että se oli pelannut ne kaikki rahansa siellä laittomassa baarissa. Ellei se eroa siitä toimitusjohtajan virasta, että Ossi sai sitten sen toimitusjohtajan viran.

H: Siellä tuntuu olevan aika paljon kaikkee tällasta juonittelua.

V: Niin on.

H: Katotko sä sitä yksin, vai kattooko teidän perheessä sitä joku muu?

V: Kaikki oikeestaan. Paitsi kaikista isoin veli.

(Poika, 11-v, HA)

Monet sarjat on draamallisesti kehitetty niin, että jakso päättyy avoimeksi jäävään, koukuttavaan kysymykseen. Näistä vastausta vielä vaille jääneitä kysymyksiä pohdittiin seuraavana päivänä koulussa. Formaattiohjelmat ja erilaisilla äänestyksille perustuvat kilpailut, kuten Idols tai Tanssii tähtien kanssa, ovat myös tyypiltään sellaisia, joiden etenemistä oli keskusteluissa helppo seurata. Usein keskustelua käydään ohjelmista vasta jälkeenpäin, mutta sekä internetin että kännykän välityksellä lapset hakevat myös jaettua katselukokemusta soittelemalla, tekstittelemällä tai kirjoittelemalla nettifoorumille sarjan käännteistä ohjelman aikana tai heti sen jälkeen, vaikka fyysisesti eivät ohjelmaa yhdessä katsoisikaan.

H: Onko Salkkarit muuten semmonen, josta syntyy kavereitten kanssa juttua? Mä ajattelin, että jos tapahtuu jotain tämmöstä, että se Annika (sarjan hahmo) vaikka kuoli?

V: Ei kaikki kato, mutta mun paras kavერი aina jos Salkkareissa tapahtuu jotain, se aina Salkkareiden jälkeen lähettää jonkun viestin mitä siinä on tapahtunut.

H. No laitatko sä takasin kanssa jotain?

V: Joo. Sillon kun se Annika kuoli niin se lähetti mulle monta viestiä, että nyt Annika kuoli ja sitten kaikkee tällasta ja mä lähetin, että niin – vähän on tyhmää ja sillee.

(Tyttö, 11-v, HA)

70 Myös pelikokemuksia jatkettiin niistä intensiivisesti keskustellen. Tutkimukseen osallistuneille lapsille näytti olevan tyypillistä pelaamisen aaltomaisuus: tiettyä peliä pelattiin jokin aika kiivaasti, ja vapaa-ajan toiminta ja puheet pyörivät pelin ympärillä. Koulukavereiden silmissä peliin hurahtaneet näyttivät kiihkeimmän pelivaiheen aikana ”Habbo-hulluilta” – myös lapset saattoivat näin arvostella toisten lasten ylenpalttista mediakiinnostusta. Intensiivinen pelivaihe ei kuitenkaan jatkunut loputtomiin, vaan tietyt pelit saattoivat painua välillä pois muodista kunnes ne joko löydettiin tai ei-löydetty kaveripiirissä uudelleen.

V: Meidän luokalla on hirveitä Habbo-hulluja. Yleensä kun se tulee kouluun niin se rupee heti puhuun siitä.

H. Ai jaa, no mitäs se puhuu siitä?

V: En mä oikein tiedä.

H. Ootko sä pelannut ite sitä Habboo?

V: En.

H. No sitten se voi olla vähän vaikee ymmärtää mistä se toinen puhuu.

V. Melkein ainoa nettipeli mitä mä pelaan on Aapeli.

H: Puhutteko te kavereitten kanssa paljon tämmösisistä peleistä?

V. Joo. Käsiröissä jos me tehdään jotakin, vaikka kudotaan, kun mä en tykkää kutomisesta, niin mun kaverein kanssa me jutellaan jostain pelistä. Meillä molemmilla on, mulla on tämä peli ja sitten P:llä on toi toinen. Tai P:llä on vaan demo, mutta kyllä sitäkin pelaa.

H. Niin että te vertaillette vähän pelejäkin sitten?

V: Niin.

(Poika, 11-v, HA)

Uutiset tai ajankohtaiset tapahtumat päätyvät lasten ja nuorten puheisiin heidän mukaansa vain harvakseltaan, yleensä dramaattisten tai mieltä järkyttäneiden aiheiden kautta. Tällaisia voivat olla suuret, maapallon mitakaavassa ihmistä uhkaavat asiat, kuten vaikkapa lintuinfluenssa, ilmaston lämpeneminen tai sodat, jotka pohdituttivat lapsia myös mediapäiväkirjoissa. Moni lapsi puhui haastattelussa vuoden 2004 tsunami-katastrofista uutisesimerkkinä, joka oli herättänyt keskustelua sekä kotona että kavereiden parissa. Myös 8-vuotiaiden vanhemmat kertoivat tapahtuman aikaan 5-vuotiaiden lastensa reagoineen aihetta käsitteleviin uutisiin. Osittain lapset muistivat tsunamin myös siksi, että tapahtumasta keskusteltiin myös kouluissa opettajien johdolla. Suurten uutisaiheiden lisäksi keskustelua käytiin riittävän lähelle tulevista aiheista, joihin lapsi samastui.

V: Kun mä katsoin uutisia niin kun mä tajusinkin, että toi ilmastomuutos ei oo pelkästään sitä, että aurinko porottaa ja on pitemmät kesät ja pääsee uimaan, niin sitten mä myös muistin sen, että tuolla pohjois- ja etelänavalla sulaa se jää, niin vedenpinta nousee tosi paljon, ja sitten ei oo talvia ollenkaan. Eikä oo kylmääkään ja maapallosta tulee vaan yks ainut sininen planeetta. Ja se on huolestuttavaa, koska tulvat ei oo todellakaan hyviä.

(Poika, 11-v, HA)

H: Millaset uutisaiheet sua tai sun kavereita yleensä puhuttaa?

V: No siis just tollaset pelottavat, kuten lintuinfluenssasta tai jostain sodista saatetaan puhua, mutta ei me puhuta mistään presidentinvalinnoista tai niinku sillai. Eikä me yleensä puhuta uutisista. Mutta jos on joku kiinnostava juttu, niin siitä yleensä joku kertoo.

(Tyttö, 14-v, HA)

V: No, mun kaveri oli lukenut jostain ledestä jonkun, että joku oli murhannut vaimonsa ja sen verellä kirjottanut jonkun lauseen seinään. Kun oli jotain juttuu jossain ja mä kysyin tiedäksää mistä toi on, kun oli jotain pientä juttuu siitä. Ja sitten se kerto mulle sen. Se oli sillee aika hirvee. Että kun joku kolmekuukautinen lapsi tai joku tällanen näkee kun sen äiti murhataan.

H: Joo, se oli kauhee tapaus, mä olen kanssa lukenut siitä niitä juttuja. Mitäs jos tulee vastaan joku tollanen järkyttävä uutinen, niin ootko sä jutellut äidin tai isän kanssa niistä?

V: En.

H: Te ootte sitten kavereitten kanssa puhellut.

V: Niin.

(Tyttö, 11-v, HA)

Jälkimmäinen, perheen äidin murhaa käsitellyt uutinen oli kauhistuttanut siitä kuulleita tyttöjä todennäköisesti siksi, että uhri oli ollut äiti ja rikoksen todistajana tämän oma lapsi. Vertaistukea tytöt olivat saaneet toisiltaan.

Vanhemmille järkyttävien sisältöjen herättämistä tunteista ei välttämättä kerrottu, ehkä osin siksi että lapset saattavat suojella vanhempiaan tietäen näiden pitävän tiettyjä mediasisältöjä heidän silmilleen sopimattomina. Esimerkiksi varsin monet lapset kertoivat silmäilevänsä iltapäivälehtien

lööppejä kauppareissuilla. 14-vuotiaat puhuivat iltapäivälehtien otsikoiden lukemisesta avoimesti. Sen sijaan joillakin 8- ja 11-vuotiailla lööppipuheeseen liittyi selvästi peittelevä sävy. He olivat tietoisia, ettei ”tyhmien” lehtien katselu ja niiden sisältöjen tunteminen ole aikuisista toivottavaa. Näin ollen niistä ei välttämättä haastattelutilanteessakaan haluttu puhua.

Lapset tuntuivat kuitenkin ohittavan puhuttavat uutisaiheet suhteellisen nopeasti. He lukivat mielellään rikosuutisia, mutta mediaseurantaa vaille jääneet uutiset painuivat nopeasti unohduksiin, ”pikkujutuiksi”, eikä niitä pohdittu myöskään ystävien kesken.

Etenkin nuorimmat lapset saattoivat kertoa ahdistuvansa ajankohtaisohjelmista ja uutislähetyksistä. Kuitenkin haastatteluita ja mediapäiväkirjoja lukiessa syntyi yleisesti ottaen käsitys, että lapset ja nuoret kokivat sekä mediavälitteisen kuvan ympäröivästä maailmasta että oman elinpiirinsä suhteellisen turvallisiksi. Maailmanlaajuiset ongelmat saattavat huolettaa, mutta ne eivät alituisen määritä lasten arkipuhetta. Lapset itse näyttivät pitävän median käyttöään ja mediasta nähtyjä sisältöjä kutakuinkin ongelmattomina ja positiivisina, vaikka aikuiset usein liittävät siihen uhkia (vrt. Valkonen ym. 2005, 90). Monien lasten ja nuorten mediatodellisuus oli pitkälti populaarikulttuurin ja viihdesisältöjen maailmaa, jonne vakavilla uutisaiheilla oli asiaa vain ajoittain. Erilaiset julkisjutut ja ”jotkut kauheat juorut” olivat usein 11- ja 14-vuotiaiden huomion keskiössä, ja tärkeintä oli viihtyminen.

V: No kyllä mä uskon johonkin aamulehden tai johonkin virallisiin YLE:n uutisiin, mutta sit jos on vaikka Iltasanomat, niin nehan voi olla vähän sillee väriteltyjä. Mutta ne viihdeuutiset, mä haluan oikeen usko niihin, vaikka en uskoisakaan.

H: Minkä takia?

V: No mä haluan viihtyä.

(Tyttö, 14-v, HA)

Sekä viihde- että asiasisällöistä puhuminen toimii lapsille identiteetin merkisijänä kertoen sekä muille että heille itselleen keitä he ovat. Varsin monissa perheissä erilaisia mediasisältöjä oli rajattu lasten käytön ulkopuolelle. Ovatko sisältöjä kokemattomat lapset näin suljettuja sosiaalisen vuorovaikutuksen ulkopuolelle, ja miten he selviytyvät tilanteista, joissa heillä itsellään ei ole kokemusta keskustelun kohteena olevasta sisällöstä?

Tutkimukseen osallistuneet, hieman vanhemmat lapset tuntuivat ainakin selviävän kyseisistä tilanteista suhteellisen hyvin. He eivät haastattelutilanteessa tai päiväkirjoissaan kuvanneet tilanteita heille ylivoimaisiksi. Jos joku peli tai ohjelma oli jäänyt näkemättä, lapsi pysytteli kyseisen keskustelun ajan hieman syrjemässä, eikä osallistunut puheeseen aivan täysivaltaisena keskustelijana. Usein muut kaverit kuitenkin kertovat sisältöä käyttä-

mättömälle lapselle mitä ohjelmassa tai pelissä on tapahtunut (ks. Suoninen 2004, 97). Näin monilla lapsilla olikin tietoa sellaisista sisällöistä tai vaikkapa nettisivuista, joita he itse eivät olleet omien sanojensa mukaan käyttäneet. Kukaan lapsista ei tuonut esille, että häntä olisi esimerkiksi kiusattu sen vuoksi, ettei hänellä ole pääsyä ystäväpiirissä yleisesti käytettyihin mediasisältöihin. Pienten lasten perheissä saatettiin keskustella kiivaastikin siitä miksi kaverit saavat katsoa joitakin ohjelmia, mutta perheen oma lapsi ei saa. Lasta tilanne saattoi suuresti harmittaa. Vanhemmilla lapsilla median käyttö puolestaan eriytyy ja kielloistakaan ei enää ole niin suurta harmia.

Kotiin tullessa leikittiin Turtlesta – Naapurin pojat saavat katsoa ohjelmaa viikonloppuisin. A:ta harmittaa kun hän ei saa sitä katsoa (äiti ja isä kieltävät). Juteltiin sitten tovi siitä miksi A ei saa Turtlesia katsoa.
(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

H: Entäs [jutteletteko] joidenkin telkkarisarjojen tai jonkun Idolsin, tän tämmösen etenemisestä?

V: No joo niistäkin, mutta kun mä en seuraa mitään sarjoja, niin mun kaverit niinku enemmän puhuu niistä keskenään.

H: No etkö sä tunne olevasi ulkopuolella?

V: No ei mua oikeestaan häiritse. Kun mä en siis saa seurata. Oikeestaan mitään sarjoja. Tai kyllä mä varmaan nykyään saisin jonkin verran. Kun mä oon kuitenkin kohta 14. Mutta ei mua sillai kiinnostakaan mikään OC esimerkiksi.

H: No mitäs jos sun kaverit on sitten kattonut jotain tollasia, niin miten ne on puhunut niistä?

V: No, ne jotka tietää puhuu siitä, mutta mä yleensä sanon aina, että joo, en oo nähnyt. Ja mun mielestä on ihan hyvä asia, että mä en saa katsoa niitä. Sitten jos jotkut on, että mikset, niin voi sanoa, että just joo. Sitten mä vaan sanon, että niin se vaan on, ei mua häiritse.

(Tyttö, 14-v, HA)

Jonkin verran sisältöjen tai mediamuotojen tuntemattomuus voi aiheuttaa lapsille epävarmuutta ja kulttuurista toiseutta. Jos jokin mediateknologia on rajattu miltei kokonaan lapsen käytön ulkopuolelle, se voi aiheuttaa kuulumattomuuden tai epävarmuuden tunteita keskustelutilanteissa tai yhteisen käytön hetkissä. Tämä näkyi esimerkiksi erään tytön haastattelusta, kun kotona ei ollut internet-yhteyttä. Yhtäällä lapsi tottuu kodin käytäntöihin, eikä kaipaa sitä mitä kodissa ei ole. Toisaalta tiettyjen sisältöjen tai laitteiden käyttämättömyyden vuoksi yhteisen käytön tilanteet vaikkapa koulussa voivat tuntua epämiellyttäviltä, ja lapsi mieluummin jättäytyisi käyttötilanteiden ulkopuolelle.

H: Mites muuten tosta internetistä, kun teillä ei oo kotona internet-yhteyttä, niin harmittaako se sua?

V: No mä olen kyllä tottunut, että mulle on ihan sama, että onko meillä sitä vai ei.

H: Mites teettekö te koulussa mitään tietokonehommeleita?

V: No kyllä me välillä ollaan oton tunnilla tehty, siirretty kuvia paikasta toi-

seen ja tämmöstä.

H: Miltäs se tuntuu?

V: No kyllä se on ollu aika vaikeeta kun ne menee niin nopeesti ja kun mun sormet ei pysy siinä näppäimillä mukana oikein.

H: Pitäiskö sun mielestä koulussa olla enemmän tämmösiä mediajuttuja?

V: Musta se on ihan hyvä kun, en mä tykkää tietokoneella kauheesti olla sil-lai.

(Tyttö, 14-v, HA)

5.1.3 Jaetut käyttötilanteet:

”Se on parempi tunnelma kuin jos yksin kattoo”

Vaikka kotiympäristössä medialaitteiden lisääntymisen ja eriytymisen kodin eri tiloihin on ajateltu johtavan individualistiseen käyttökulttuuriin, lasten haastattelut ja päiväkirjat todensivat lukuisia tilanteita, joissa perheenjäsenet käyttivät mediaa yhdessä. Viikkoihin mahtui lukuisia kertoja, jolloin ainakin osa perheenjäsenistä kokoontui yhteiseen mediahetkeen, esimerkiksi katsomaan Salattuja elämiä, aamu-televisiota, luonto- tai lastenohjelmia. Perinteinen televisio näyttää yhä olevan yhteisöllinen media, vaikka mediajulkisuudessa ei enää tarjoillakaan yhtä kaikille yhteistä agendaa ja yleisöt ovat sirpaloituneet. Lasten mielestä television katsominen yhdessä on yksinkertaisesti ”mukavampaa” kuin yksin. Maffesolin (1995) mukaan jaettu käyttökokemus mahdollistaa ”yhdessä värähtelyn”, nuorten sanoin ”tunnelma on parempi”.

V: No aika usein just niitä suosikkisarjoja katotaan yhdessä kaikki.

H: Onko se hauskaa kattoo yhdessä?

V: No ehkä se on parempi tunnelma kun jos yksin kattoo. Että joku muukin kattoo sitä.

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Mitäs sä ajattelet noista Salkkareista?

V: No mä oon kattonut ihan alusta asti. Tai meillä itse asiassa koko perhe on kattonut. Että ei mitään semmosta, että vanhemmat ei kattois, että kattoo ne itekin yleensä, jos vaan ehtii. Kesälläkin kun tulee noita uusintoja, niin nekin katotaan yleensä. Se on semmonen tapa aina, että sillon iltasin ollaan yleensä kotona, kun Salkkarit tulee.

(Tyttö, 14-v, HA)

Kytömäen (1999) mukaan vanhempien ja lasten yhteistä television katselua näyttää usein leimaavan eräänlainen kohtelias seurampito. Lapset näyttävät pitävän vanhemman mukana oloa suuressa arvossa, mutta aikuiselle katselukokemus ei ole välttämättä tärkeä. Ohjelma on yleensä lapsen valitsema ja yhteistä käyttöä aikuisen näkökulmasta motivoivat enemmänkin vanhemman vastuu ja kasvatukselliset päämäärät. Aineistostamme kävi ilmi, että tilanne voi olla toisinkin päin. Vanhemmat voivat valita katsottavan sisällön oman mieltymyksensä mukaan, ja lapset yhtyvät katselutilanteeseen ensisi-

jaisesti yhdessä olemisen motivoimina, vaikka itse mediasisältö ei heitä suuresti kiinnostaisi. Television katselu on paljolti sosiaalista toimintaa, perheen yhteisiä arkirutiineja, joissa lapset voivat hakeutua vanhempiensa läheisyyteen. Vastaavan huomion on tehnyt Suoninen, jonka mukaan etenkin alle kouluikäisten lasten televisionkatselusta suuri osa koostuu ohjelmista, jotka lasten mielestä ovat suorastaan tylsiä. He ainoastaan haluavat viettää aikaa vanhempiensa tai sisarustensa seurassa (Suoninen 2004, 86).

H: Katotteko te perheen kanssa joitain ohjelmia yhdessä? Onko sellaisia yhteisiä suosikkeja?

V: Me katotaan yleensä kun tulee tää Tartu mikkiin, niin sitten me katotaan äidin ja isän kaa. Mutta mä ja [veli] kuitenkin katotaan tylsistyneenä siitä vierestä.

H: Eikös se oo se karaokeohjelma?

V: Joo.

H: Te ootte sitten tylsistyneitä, mutta haluatte sit kuitenkin siinä yhdessä olla?

V: Joo.

(Poika, 11-v, HA)

Jaetun ja yksilöllisen median käytön tilanteet lomittuvat kun perheenjäsenet kokoontuvat samaan tilaan ja keskittyvät kukin ensisijaisesti omaan mediasisältöönsä. 14-vuotiaan tytön oheisessa piirustuksessaan kuvaama median käytön tilanne oli tavallinen monissa perheissä muistuttaen entisajan iltapuhteiden tekoa: päreiden vuoleminen ja käsitöiden sijaan käsissä ovat kännykät, isä silmäilee sanomalehteään, lapsi sarjakuvaansa, sisarukset keskittyvät televisio-ohjelmaan. Vaikka kaikki näyttävät nopeasti katsoen puuhailevan omien mediasisältöjensä parissa, lapsen kokemuksessa kyse on yhdessä olemisesta: ”kaikki tulee siihen olkkariin.” Medialaitteiden käyttö muuttaa kuitenkin kodin ja tilan luonnetta. Se on samaan aikaan sekä intiimi että julkinen, ja median välityksellä kodin ulkopuoliselle maailmalle avoin.

V: No tässä [kuvasa] on koko meidän perhe. Tässä on isä, isosisko, äiti, mä, pikkusisko ja pikkuveli.

H: Onko teillä tommosia tilanteita usein?

V: Joo, yleensä katotaan tv:tä. Ainakin Salatut elämät, niin kaikki tulee kattoon siihen olkkariin.

H: Minkäsikäsiä sun sisarukset on?

V: Isosisko on 15, pikkuveli täyttää 12 ja pikkusisko on 9.

(Tyttö, 14-v, HA)

Varsinkin vapaapäivinä eri mediavälineet olivat usein kodeissa auki, niitä seurattiin vaihtelevin kokoonpanoin välillä puuhaten muita asioita. Median käytön tilanteista onkin erotettavissa monenlaisia käytön hetkiä: ei-keskittynyttä ”arkikäyttöä” ja sisältöön pitkäjänteisesti fokuoitunutta ”juhlaikäyttöä” (ks. Suoninen 2004, 87).



Kuva 8. "Media minun maailmassani", tyttö, 14-v.

*Kotilauantaille on aika tyypillistä, että televisio/tietokone on lähes koko ajan au-
ki: osa perheestä katsoo jotain ohjelmaa, toinen puoli perheestä katsoo jotain ohjel-
maa. Lapset katsoivat piirrettyjä aamulla, aikuiset pongasivat televisiosta kaiken
vähänkin kiinnostavan. K pitää selvästi siitä, että vaan vetelehditään kotona: ei
ole kiirettä laittaa vaatteita päälle, saa makoilla sängyssä silloin kun haluaa, saa
pelata pelata tietokoneella jos huvittaa ja isällä ja äidillä on aikaa pelata lautape-
lejä päivän aikana.*

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Vaikka Kytömäen mukaan eri sukupolvien yhteiset television käytön ko-
kemukset ovat harvoin perheissä elämyksellisiä (Kytömäki 1999, 76), tut-
kimusperheissämme vanhemmilla ja lapsilla oli myös yhteisiä suosikkisi-
sältöjä. Jo pienillekin lapsille sopivat elokuvat saattavat aidosti kiinnostaa
myös perheen vanhempia ja olla koko perheen suosikkisisältöjen kärjessä.
Samoin urheilu- tai laulukilpailujen ja Tanssii tähtien kanssa -tyyppisten
viihdeohjelmien seuraaminen miellytti sekä lapsia että vanhempia. Niiden
katsomisesta saatettiin rakentaa vanhemman ja lapsen yhteinen elämyksel-
linen televisioilta.

*Katsoimme koko perhe yhdessä Ice Age ykkösen, joka on oikeastaan koko perheem-
me lempielokuva. Olemme nähneet sen monta kymmentä kertaa. Illalla katselim-
me mieheni kanssa American Idolsia Sub-tv:ltä. Se ei kiinnostanut poikaa ollen-
kaan ja hän yritti kaikin mahdollisin tavoin häiritä.*

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

*H: Ootko sä nyt kattonut euroviisuja, kun Hanna Pakarinen esiintyy. Tai ne
taitaakin tulla vasta lauantaina.*

V: Lauantaina me pidetään sellanen, kun isä on töissä ja meille tulee sella-

nen koira mikä me ehkä ostetaan, niin nelisteen pidetään sellanen euroviisuilta, että syödään karkkia ja katsotaan euroviisuja.

H: Kaks koiraa ja sinä ja äiti.

V: Niin.

(Tyttö, 8-v, HA)

Jotain sukupolvien välisen yhteisen kokemuksellisuuden puutteesta voi kuitenkin kertoa se, että lasten ja vanhempien arvioissa yhteisen median käytön määrää, yhteiset käyttötilanteet olivat lapsien mielestä harvinaisempia kuin heidän vanhempiansa mukaan. Lähes jokaisessa ikäryhmässä vanhemmat arvioivat käyttävänsä useammin mediaa yhdessä lastensa kanssa kuin lapset vanhempiansa kanssa. Erot vanhempien ja lasten käsityksissä voivat johtua siitä, että lapset toivoisivat enemmän selvästi yhteiseen intressiin pohjautuvia yhteisen käytön tilanteita, joissa vanhemmat tuntuisivat olevan läsnä oman kiinnostuksen mukaan, eivät kasvatusvastuunsa motivoimina.

Vaikka elämykselliset hetket eivät lasten ja vanhempien välisistä median käytön tilanteista tyystin puutu, tunnelmaisuus lasten keskinäisissä käyttötilanteissa on voimakkaampaa kuin aikuisten kanssa mediaa käytettäessä. Vertaisryhmä ja samanlaiset ajatukset, mahdollinen mediasisällön fanittaminen, tekevät yhteisestä käytöstä juhlaa (Suoninen 2004). Lapset kommentoivat mediasisältöjä toisilleen, nahistelevat, vitsailevat ja ilmaisevat tunteitaan usein liioitellustikin. Esimerkiksi varsin monet tutkimukseen osallistuneet murrosikäiset tytöt kertoivat katsovansa kauhuelokuvia. Osa niiden katsomisen viehätystä näytti olevan jännityksen korostettu ilmaisu yhdessä:

H: Osaatko sanoa miksi sä rakastat kauhuelokuvia?

V: En mä tiedä. Mulla on yks kaveri, jonka kanssa me aina katotaan niitä yhdessä ja kiljutaan.

(Tyttö, 14-v, HA)

Sisarusten tai muuten eri-ikäisten lasten yhteisiä median käytön tilanteita määrittä elämyksellisyyden lisäksi myös oppiminen. Varsin usein vanhempi sisarus toimi nuoremmalleen tulkkina selittäen sisältöä tai auttaen vaikkapa nopeasti vaihtuvien tekstien lukemisessa tai englanninkielisten pelikäskyjen ymmärtämisessä. Tulkitseminen ei välttämättä ole varsinaista keskustelua tai vastauksen saavia kysymyksiä, vaan spontaania kommentointia ja satunnaisia huomautuksia, jotka selventävät asioita (ks. Kytömäki 1999, 86). Vanhemmat sisarukset saattoivat ottaa myös kasvattajan roolin käskien pikkusiskojaan esimerkiksi poistumaan huoneesta tai katsomaan muualle liian jännittävässä kohdissa. Lasten puhetta leimasikin varsin usein huoli heitä itseään nuorempien lasten mediakäytöstä. Miltei ikäryhmästä riippumatta lapset itse kokivat olevansa suhteellisen kykeneviä sisältöjen vastaanottajia ja arvioijia, median mahdolliset uhat koskivat heitä nuorempia lapsia (vrt. Buckingham 2000).

Television katselun lisäksi etenkin pelaaminen oli tutkimuslapsille tärkeä jaetun tekemisen muoto. Pelatessa vuorovaikutus voi toteutua useammalla tavalla. Lapset voivat pelata samassa fyysisessä tilassa joko samaa peliä vuorotellen, omia pelejään samalla toisen pelitapahtumaa ohimennen kommentoiden tai seurata yleisönä kavereidensa tai sisarusten pelaamista. Varsin monessa perheessä lapselle määritellyt peliajat moninkertaistuivat näiden seurattessa yleisönä sisarustensa pelaamista oman peliajan umpeuduttua.

Tarhassa oli retkipäivä. Kotiin tultuaan J halusi heti käyttää peliaikansa. Hän valitsi taas saman Tilt-tv:n pelisivuston pelin, jota pelasi 20 minuuttia. Vanhemmat veljet pelasivat J:n jälkeen kukin 30 minuuttia ja J seurasi heidän pelejään. Veljet pelasivat Tilt-tv:n Adventure Quest-peliä.
(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Joillekin lapsille nimenomaan pelikokemuksen jakaminen teki pelaamisesta mielekästä. Pelit eivät kiinnostaneet yksin ollessa. Vain muutama lapsi sanoi selvästi haluavansa pelata ensisijaisesti yksin ja rauhassa.

V: Täällä ajetaan tämmösillä radoilla, hypitään.
H: Voiks tässäkin olla monta pelaajaa?
V: Voi, tässä voi olla vaan kaks kerrallaan. Tää on sillain tai siis kaikissahan pystyy itte ohjaan tätä tyyppiä, että tää on hauska, kun pystyy tämmöstä tyyppiä ohjaileen itte. Se tottelee, sit täällä on kaikkia eri ratoja tämmösiä. Ei tääkään sil-lain yksin oo kivaa. Kaikessa kun pelaa, mää tykkään kun on kaveri, ei sitä yksin jaksa.
(Poika, 11-v, HA)

Jaettu käyttökokemus voi syntyä myös kokonaan pelitodellisuudessa. Online-nettipelien avulla lapset ja nuoret kertoivat ”näkevänsä” tai ”tapaavansa” ystäviään. Verbien käyttö kertoo siitä, että verkkopeleissä pelaajat tulevat toisilleen konkreettisiksi liikutellessaan hahmojaan tai kirjoittaessaan kommenttejaan näkyviksi pelin sen mahdollistaessa – vaikka fyysisesti usein ovatkin toisistaan erillään. Pelit nähtiin paikkoina, joissa tavataan kavereita. Pelatessa hoidetaan näin sosiaalisia suhteita.

Pelasin tietokoneella 1 h 15 min (päivittäinen peliaikani) Runescapea kuten aina. Ja olen ollut Runescape-foorumeilla ja katsonut tv:stä vähän lastenohjelmia. Runescape on internetissä oleva peli ja siinä kehitetään kaikenlaisia taitoja ja siinä on muita pelaajia ja se on hyvä koska pidän siitä. Siinä voi samalla nähdä kaverit, jotka pelaavat sitä. Pelaa sitä yleensä yksin ja joskus kavereiden kanssa.
(Poika, 11-v, PÄ ja päiväkirjaan liitetty tehtävä)

Vaikka lapsia viehätti nettipeleissä myös maailmanlaajuinen peliyhteisö – mahdollisuus pelata tuntemattomia, mutta todellisia ihmisiä vastaan – heille erityisen tärkeää tuntui olevan reaalielämän kavereiden kohtaaminen verkossa. Sama näkyi myös lasten kommentteissa, jotka koskivat netin keskustelufoorumeita ja sosiaalisen verkoston paikkoja. Uusiin ihmisiin tutustu-

misen sijaan lapset käyttivät nettiä ensisijaisesti jo olemassa olevien sosiaalisten suhteiden ylläpitämiseen.

5.2 Keskinäis- ja pikaviestintää

Siinä missä valmiit mediasisällöt toimivat välillisesti leikkien ja keskustelunaiheiden resursseina, mediateknologiat ja -palvelut mahdollistavat puolestaan sosiaalisen vuorovaikutuksen. Lapset ja nuoret ovat aktiivista vuorovaikutusta tukevien teknologioiden käyttäjäryhmää ja omaksuvat uudet palvelut nopeasti.

Lasten ja nuorten käyttökulttuurille leimallista on muutos. Heille on usein tärkeää kulkea etujoukoissa. He ottavat kokeillen käyttöön erilaisia media-
muotoja ja itsensä ilmaisun tapoja. Kun tavat yleistyvät liiaksi, he alkavat etsiä jotain uutta tai soveltavat jo tuttua poikkeavalla tavalla. (Coogan ja Kangas 2001.)

Tässä alaluvussa tarkastellaan sellaisia mediateknologioita, jotka ovat pääasiassa kahdenvälisen vuorovaikutuksen alustoina ja keskitytään etenkin kännykkään keskeisenä lasten mediaympäristöä mullistaneena mediateknologiana. Lisäksi selvitetään missä määrin lapset ja nuoret hyödyntävät esimerkiksi sähköpostia tai sen nuorten parissa pitkälti korvannutta Messenger-pikaviestintäohjelmaa sosiaalisen elämänsä osana. Syvemmälle internetin monenvälisiin sosiaalisten vuorovaikutuksen tiloihin edetään seuraavassa luvussa 5.3, joka käsittelee varsinaiseksi sosiaalisiksi mediaksi määritellyjä nettipalveluja ja paikkoja.

5.2.1 Lasten kännykkäkulttuuri: ”Sitä ilahtuu kun joku kaipaa”

Lasten ja nuorten kännykkäkulttuuria on tutkittu eri maissa runsaasti etenkin 1990-luvun lopulla ja vuosituhaten vaihteessa, jolloin matkapuhelimet yleistyivät nopeasti koko kansan arkisiksi välineiksi. Suomi oli pitkään kännykän käytön edelläkävijämaita. Suomea on kutsuttu kännykkäyhteiskunnaksi, jossa nuorimmat puhelinten käyttäjät ovat olleet reippaasti alle kouluikäisiä (Kopomaa 2000). Kännyköitä hankittiin Suomessa yleisesti 10–12-vuotiaille lapsille ja tilastokeskuksen mukaan joka kolmannelle 10-vuotiaalla oli vuosituhaten alussa oma matkapuhelin (Oksman & Rautiainen 2001, 73). Eurooppalaisen 29 maata kattavan tutkimuksen mukaan vuonna 2007 jo 75 prosentilla 9–10-vuotiaista oli oma matkapuhelin, ja 12–14-vuotiailla kännykkä oli yhdeksällä kymmenestä (Safer Internet for Children 2007).

Tähän tutkimukseen osallistuneissa perheissä kännykän ostaminen lapsen käyttöön näytti ajankohtaistuvan usein lapsen aloittaessa koulunsa. Miltei puolella 8-vuotiaista tutkimuslapsista oli oma matkapuhelin. Päiväko-ti-ikäisillä omia puhelimia ei vielä ollut, vaikka jotkut 5-vuotiaat ilmaisi-vatkin omaehtoista kiinnostusta kännyköitä kohtaan ja käyttivät ajoittain vanhempiensa tai sisarustensa puhelinta. Yleensä tämä käyttö liittyi kuiten-kin pelaamiseen puhumisen sijasta. 5-vuotiaiden puhelut esimerkiksi iso-vanhemmille tai muille sukulaisille olivat vanhempien järjestämiä ja kestol-taan lyhyitä. Viimeistään matkapuhelimen hankinta ajankohtaistui yleensä ala-asteen ylemmillä luokilla, ja kaikki tutkimukseen osallistuneet 14-vuo-tiaat olivat jo tavoitettavissa kännykän kautta.

Kouluiässä lapsen itsenäinen liikkuminen kodin ulkopuolella lisääntyy, sa-moin kasvaa lapsen sosiaalisten suhteiden kirjo. Monet vanhemmat koki-vat kännykän lisäävän lasten turvallisuutta ja tämä oli myös puhelimen hankintapäätöksen syy. Merkittäviä kännykkäkulttuurin eroja kaupunki-laislasten ja taajamien ulkopuolella asuvien lasten väliltä ei tuntunut ole-van. Tosin haja-asutusalueella kännykän tarpeellisuutta saattoivat korostaa pitkät etäisyydet ja bussilla kuljetut koulumatkat. Asuinympäristöä enem-män kännykän tarpeellisuuteen ja hankintapäätökseen saattoi vaikuttaa se oliko esimerkiksi jompikumpi vanhemmista kotona päivisin ja kuinka pit-kään kouluikäisen lapsen piti olla yksin iltapäivien aikana. Lapset itsekin kokivat kännykän lisäävän arjen turvallisuutta: vanhemmat tai sisarukset olivat puhelinsoiton päässä.

Isä: Se on sitten vähän sellanen turvatekijä, se puhelin.

V: Joo, esimerkiksi jos mä jään talvella (bussista) ja soitan äidille, niin se saattaa tulla hakeen.

(Tyttö, 8-v, HA)

Useimmiten kännykän lisäämä turvallisuuden tunne oli luonteeltaan abst-raktia. Silti sekä vanhemmat että lapset ajattelivat, että kännykkä voisi vaa-ratilanteissa toimia myös hätäpuhelimena tai sen olemassaolo sellaisenaan voisi ehkäistä vaaratilanteen synnyn ja karkottaa esimerkiksi kaupunkialu-eella ahdistelijan tiehensä.

H: Pidätkö sä muuten kännykkää yleensä mukana, vaikka koulussa sitä ei saa pitää auki?

V: Joo, kyllä se välillä unohtuu. Se tuntuu jotenkin, että pelkää että joku ot-taa yhteyttä. Ja on hätääntynyt, että jos joku nyt sieltä soittaa ja kaipaa.

H: Mitäs sitten vois tapahtua?

V: No jos joku olis joutunut semmoseen tilanteeseen, vaikka johonkin onnetto-muuteen.

(Tyttö, 14-v, HA)

V: Kyllä mun yks kaveri oli illalla ollut koiraa ulkoiluttamassa, se on siinä La-pinniemiessä, niin sitä oli joku ihmeellinen tyyppi kai lähtenyt seuraan. Ja se

oli just jollekin soittanut ja muuta. Oli sitten tullut vähän turvallisempi olo. En mä usko, että kukaan tavallaan sitten hyökkää kimppuun jos sä puhut jonkun kanssa puhelimesta. Sehän voi tietää missä sä oot. Ja muutenkin ei sitä tuu ajatelleeksi, että jos joku puhuu kännykkään, niin ei sitä sitten uskaltaisi käydä käsiks.

(Tyttö, 14-v, HA)

Yleensä kännykkä toimi lapsilla arjen aikataulujen hallinnan työkaluna. Se oli yleisin lasten vuorovaikutukseen käyttämä päivittäinen medialaite. Kännykän avulla sovittiin menoista, neuvoteltiin kotiintuloajoista ja päivitetiin oma sijainti suhteessa toisiin. Puhelut olivat yleensä lyhyitä, varsinaiset keskustelut lapset kävivät kasvokkain. Tutkimuslasten kuvailemat aikataulujen sopimiseen liittyvät käyttötilanteet ja turvallisuusfunktiot olivat pitkälti tuttuja aikaisemmista lasten ja nuorten kännykän käyttöä tarkastelleista tutkimuksista (esim. Kasesniemi & Rautiainen 2001; Suoranta ym. 2001; Suoranta & Lehtimäki 2004). Vaikkakin esimerkiksi Oksmanin ja Rautiaisen (2001 a & b) tutkimuksesta poiketen jo 8-vuotiaat tutkimuslapset pitivät kännykällä yhteyttä kaveripiiriinsä vanhempien lisäksi. Oksmanin ja Rautiaisen mukaan vuosituhannen alussa alle 10-vuotiaat ottivat kännykällä yhteyttä ensisijaisesti oman perheensä jäseniin. Yhteydenpidon kavereihin voi nähdä kertovan siitä, että kännykän käyttö on arkipäiväistynyt entisestään.

H: Soitatko sä sillä puhelimesta paljon, vai soittaako äiti ja isä sulle?

V: Enemmänkin mä joskus pysäkiltä.

H: Mitäs sä sieltä pysäkiltä soitat?

Äiti: Paljon kello on, koska bussi tulee.

V: Niin, ja joskus ehkä kun mun serkku tulee esimerkiks tänään, niin koska sää tuut, koska sää tuut. Mä soitin sille koko ajan.

H: Sä hoptit sitä sitten vähän.

V: Niin, kun se on niin kauheen hidas syömään. Se ei syökään melkein mitään muuta kun makkaraa.

(Tyttö, 8-v, HA)

H: Soitatko sä sillee useimmin äidille ja isälle, että ne tulis vaikka hakeen vai...?

V: Kavereitten kanssa. No vaikka jos on ollut jotain riitaa tai...

H: Tuleeko niistä pitkiä puheluita? Ootteko saanut asiat hyvin puhelimesta soivittua?

V: Joo, ja sitten on jotain sellaista, että joku soittaa, että mitä tehdään.

(Tyttö, 11-v, HA)

Soittoäänin ja logoin personoitu puhelin on lapselle yksi identiteetin merkitsemisen väline, kiinteä persoonallisuuden osa, jota varsinkin 11- ja 14-vuotiaat pitävät yleensä aina mukanaan kodissa eri tiloissa sekä kodin ulkopuolella: ”Puhelin on pakko olla mukana”. Kännykän unohtuminen saa aikaan epämääräisesti orvon olon (vrt. Oksman & Rautiainen 2001b). Kännykkään tulleet viestit tarkastetaan säännöllisin väliajoin ja koulussa välituntien

tekstiviestiliikenne saattaa olla hyvinkin aktiivista. Myös musiikin kuuntelu kännykän kautta tai pelien pelaaminen on joidenkin lapsien välituntiajan-kulua. Varsinaiset ”matopeliringit” – pelien pelaaminen välituntisin yhteen kokoontuen – olivat erään 14-vuotiaan mukaan menettäneet suosionsa tai olivat ainakin häntä nuorempien lasten puuhia. Kännykkään tulevat viestit kertovat monille lapsille sijoittumisesta osaksi kaveripiirin sosiaalista hierar-kiaa. Viestin saaminen kertoo siitä, että on olemassa jollekulle.

H: Onko teillä kännykät mukana koulussa?

V: No onhan siellä, mutta ei meillä mitään matopelirinkiä oo. Missä pelataan matopelejä. Mutta joku lähettää jollekin kaverille viestin tai sillee.

H: Kuinka usein sä tarkistat, että onko sulle tullut sinne viestiä?

V: No siis kyl mä joka välitunti tarkistan.

H: Miksi? Tuleeko sulle niin usein niitä viestejä?

V: No se on hauska saada jotenkin viestejä. Kun näkee sen viestikuvakkeen sii-nä, niin siinä jotenkin ilahtuu tai sillai, että joku kaipaa.

(Tyttö, 14-v, HA)

V: Joo, melkein kaikilla on aina kännykkä [koulussa] mukana, vähän pak-ko olla.

H: Tuleeks sulle päivisinkin viestejä?

V: Mulle ei kauheesti noita viestejä tuu, että lähinnä puhelinpelillä hoidetaan varsinkin meidän perheessä nää asiat. Tekstiviestejä ei pahemmin lähetellä, mutta täytyy ne aina tarkistaa kummiskin.

H: Niin, joo. Mites muilla sitten, tuleeks niille kauheet määrät viestejä kou-lussa?

V: Joo, ja jotkut niin meidän luokkalaiset lähettää monia kymmeniä vieste-jä päivässä.

H: Mihin ne lähettää niitä?

V: No, toisille kavereille. Mää yleensä yritän hoitaa hommat mieluummin noilla soitoilla kun tekstiviesteillä.

(Poika, 14-v, HA)

H: Kavereittenko kanssa sä puhut vai soitatko äidille ja iskälle?

V: No äitille ja iskälle, ja kavereillekin joskus.

H: Osaatko sanoa millaisissa asioissa sä soitat sun kavereille?

V: No tapaamisista, mutta mä en voi kertoa muuta.

H: Mikset voi? Onks se salaisuus?

V: On. Sä oot yli-ikäinen.

H: No sellaisia juttuja on varmaan hyvä soittaa kännykällä, jos on jotain sa-laisuuksia.

V: Niin.

H: Mistäs sä äidin ja isän kanssa sitten juttelet?

V: No esimerkiksi silloin kun mä oon mun kaverilla, ja mä haluan olla enem-män aikaa. No sen verran mä voin kertoa siitä meidän kavereiden yhteisestä jutusta, että me kerätään joka viikko vähän rahaa, ja sitten me voidaan ostaa kaikenlaista ja järjestää juhlia.

(Poika, 11-v, HA)

Vaikka jotkut tutkimuslapset tekstailivat ahkerasti, tekstiviesteillä ei haasta-teltujen joukossa ollut enää sellaista asemaa kuin tekstiviestimisen huippu-

kausina. Osalle lapsista tekstiviestien kirjoittaminen tuntui olevan liian hidasta ja työlästä. Reaaliaikaiseen viestintään tottuneet lapset ja nuoret odottavat viestinnän olevan yhä helppokäyttöisempää ja nopeampaa.

Haastatteluissa lapset eivät kovinkaan yksityiskohtaisesti osanneet kertoa tai halunneet ilmaista, millaisia asioita he kännykän avulla hoitelevat. Arkaluontoisimmillaan he saattoivat todeta sopivansa riitoja tekstiviestein. Edellä olevassa sitaatissa 11-vuotias poika totesi haastattelijan olevan yli-ikäinen tietääkseen lasten kännykän käytön syitä. Aikuisten ja vanhempien onkin todettu tietävän yhä vähemmän, mitä lapset kännyköiden kanssa oikeastaan tekevät. Pelastakaa lapset ry:n lasten matkapuhelinten käyttöä käsittelevään nettikyselyyn (Kännykällä totta kai! 2006) osallistuneista lähes 18 000 lapsesta lähes puolet kertoi käyttävänsä kännykän kautta myös nettiä, Messengeriä ja sähköpostia. Lapset itse arvioivat, että netin käytön siirryttyä matkapuhelimiin vanhempien mahdollisuudet valvoa jälkikasvunsa netinkäyttöä on vaikeutunut. Mobiilin netin käytön lisäksi lasten kännykkäkameran käyttö ja kuvien lähettäminen on yleistynyt. Samaiseen kyselyyn osallistuneista 13–15-vuotiaista lapsista lähes 39 prosenttia oli ottanut kuvia kännykällään. Kännykkäkameralla otetaan kuvia myös luvatta ja niitä sekä julkaistaan Internetissä että lähetetään myös ihmisille, joita ei ole tavattu oikeassa elämässä. Negatiivinen piirre on kännykkäkiusaamisen yleistyminen, jonka kohteeksi oli joutunut 28 prosenttia Pelastakaa lapset ry:n kyselyyn osallistuneista. Usein kiusatut eivät kerro kiusaamisviesteistä tai -kuvista kenellekään.

Myös tähän tutkimukseen osallistuneet lapset olivat suhteellisen aktiivisia kännykkäkameran käyttäjiä. Kuten seuraava taulukko 5 osoittaa noin puolet 11- ja 14-vuotiaista käytti säännöllisesti kännykässä olevaa kameraa. Sen sijaan näiden tutkimuslasten joukkoon ei mahtunut nettiä tai Messengeriä kännykän välityksellä käytäviä, eikä kukaan myöskään kertonut kännykkäkiusaamisen tapaisesta negatiivisesta lieveilmiöstä. Lyhyehkön haastattelutuokion aikana kiusaamisen kaltaisen kipeän asian esille tuominen ei ollutkaan kovin todennäköistä, vaikka lapsi kiusaamisen kohteeksi olisi joutunutkin.

Taulukko 5.

11- ja 14-vuotiaiden kännykästä säännöllisesti käyttämät ominaisuudet.

Kännykästä käytetyt ominaisuudet	11-vuotiaat (n=14)/ % käyttäjistä	14-vuotiaat (n=14)/ % käyttäjistä
Puhelut	100	100
Tekstiviestit	82	100
Kamera	55	46
Soittoäänet	46	38
Musiikin kuuntelu	18	23
Pelit	18	15
Kuvaviestit	0	8
Internet	0	0
Sähköposti	0	0
Chat	0	0
Tv	0	0
Joku muu, mikä? (herätyskello)	0	8

Valo- tai videokuvauksen kohteina lapsilla olivat usein omat perheenjäsenet ja lemmikkieläimet tai vaikkapa yhteisillä matkoilla nähdyt nähtävyydet, joita asetettiin puhelimen taustakuviksi. 14-vuotiaat ottivat paljon kuvia ja videoita kaveripiiristään tai harrastuksistaan. Parhaat tai hauskimmat otokset jaettiin kavereiden kesken tai netissä.

H: Mitäs sää yleensä, kun sää otat esimerkiksi videokuvaa tai näin, niin mitäs sää teet niille sitten?

V: No, jos siitä tulee hyvä, niin mää säilytän ne, mutta yleensä mää ne poistan.

H: Pystyyks niitä siirtään sieltä jonnekin?

V: Pystyy.

H: Ooksää siirtäny?

V: En, paitsi kaverille mää oon lähettäny, jos on ollu joku hyvä.

H: Sää olit ottanut ainakin jotain, mitäs sää olitkaan ottanu? Skeittaus, skeittaaksää itekin?

V: No emmää, mää vain pyöräilen, mutta ihan joskus.

H: No, oliko [kaveri] tehny jotain temppuja, kun sää otit?

V: No, mää otin kaverista, kun se hyppi, niin mää otin siitä kuvia ja mää lähetin sitten sille.

(Poika, 14 v. HA)

H: Otatko sä paljon kuvia?

V: Joo, aika paljon. Tässä on meidän koira.

H: Kun sä oot ottanut noita koiran kuvia, niin ootko sä lähettäny niitä kellekään?

V: Kavereille bluetoothilla.

H: Onko sun isä tai äiti kertonut sulle, että laita sen kautta vai mistä sä tiesit?

V: Joo mun isä sano mulle, että ei saa muuten laittaa kun tulee liian kalliiks.

H: Ootko sä esim. sun ottamia koirakuvia laittanut mihinkään nettiin nähtäville?

V: En – mutta mä haluaisin laittaa. Kun mä en sillee osaa siirtää niitä kuvia tietokoneelle puhelimesta. Tai ei niitä oikeestaan saa siirrettyä.

(Tyttö, 11-v, HA)

Kiinnostus kännykkään liittyykin osittain laitteen monimediaalisuuteen: kännykkä toimii paitsi puhelimenä myös musiikkisoittimena, viesti- ja pelilaitteena. Sen avulla voi esimerkiksi äänittää omia äänimaailmoja, tehdä animaatioita tai säveltää soittoäänii. Soittoäänien tilaaminen oli yleistä sekä 11-vuotiaiden että 14-vuotiaiden parissa.

H: Tässä on noista soittoäänistä vielä, tilaatko sä niitä joskus?

V: Ehkä pari kertaa kuukaudessa.

H: Mikäs soittoääni sulla on nyt?

V: Toi Ashley Simpsonin Boyfriend

(Tyttö, 14-v, HA)

Tutkimuksen jatkon kannalta onkin mielenkiintoista seurata, miten puhelinlaite kehittyy ja miten sen käyttö lasten ja nuorten parissa muuntuu. Esimerkiksi 8-vuotiaiden vanhemmat pyrkivät vielä ohjaamaan kännykän käyttöä rationaaliseen suuntaan. Vaikka erilaisiin televisio-ohjelmiin, kilpailuihin ja chatteihin on mahdollista osallistua kännykkä-äänestyksin ja Idols-äänestykset kiinnostivat ekaluokkalaisia, vanhemmat pyrkivät usein lykkäämään turhina pitämiensä palvelujen käyttöä niin pitkälle kuin mahdollista.

H: Mites kun sulla on kännykkä ja te katotte Idolsia, niin tiesitkö sä, että siinä voi äänestää niitä?

V: Joo, mutta mä en ikinä saa äänestää. Ja se on ton (isä) vika!

Isä: Se ei oo ensisijainen tarkoitus opetella siihen.

V: Mä olisin halunnut äänestää, että Anna olis voittanut!

Isä: Se on sitten vaan, että kun sen homman opettelee, niin sitten se riistyy käsistä. Siinä vaan käy sillai.

(Tyttö, 8-v, HA)

Tällä tutkimuskierroksella päiväkirjat ja haastattelut toivat esille suhteellisen vähän lasten kännykkäkulttuuriin liittyviä negatiivisia piirteitä tai ongelmia. Monilla lapsilla oli puhelimesta saldorajoitus ja he saivat käyttää kännykkää sen sallimissa rajoissa vapaasti. Joissakin perheissä saldorajoitukseen tai palveluestoihin oli päädytty kun lapsi oli vahingossa tilannut puhelimeensa kestotilauksena kalliita mobiilipelejä. Varsin monella lapsella saldorajoitus ei kuitenkaan kuukausittain tullut edes täyteen.

V: Mun iskä on laittanut kaikki palveluestot mitä voi sen takia kun mä keran tilasin vahingossa yhden pelin ja siitä tuli joku kestotilausjuttu, että mulle tuli koko ajan saldo täyteen. Ja joka kuukausi meni kaksikymppiä. Iskä teki siitä lopun.

H: Oliko se sitten semmonen vähän harmillinen juttu.

V: Ei mun mielestä.

(Poika, 11-v, HA)

5.2.2 Sähköpostista Skypeen ja Messengeriin

Yleensä alle 10-vuotiaat lapset eivät vielä hyödynnä monipuolisesti media-laitteita sosiaalisessa viestinnässä (Matikkala & Lahikainen 2005, 95) Kännykkä oli kuitenkin käytössä jo lähes puolella tähän tutkimukseen osallistuneista 8-vuotiaista. 11- ja 14-vuotiaiden ikäryhmissä vuorovaikutus monipuolistui ratkaisevasti ja kännykän käyttö nivoutui joustavasti muihin informaatioteknologioihin. 11- ja 14-vuotiaat sukkuloivat eri medioiden välillä ja valitsivat aikaan ja paikkaan sopivan välineen. Valinta riippuu esimerkiksi viestin pituudesta, yksityisyydestä ja huomioarvosta (Oksman & Rautiainen 2001a, 74).

Lasten ja nuorten mediavalinnat poikkeavat aikuisten viestinnän malleista monella tavalla. Esimerkiksi aikuisten työ- ja yksityiselämässä suosima sähköposti on vähiten nuorten käyttämä päivittäisen kommunikoinnin muoto. Vaikka yli puolella tutkimukseen osallistuneista 11-vuotiaista ja lähes kaikilla 14-vuotiailla oli sähköpostiosoite jossakin palvelussa, harva heistä kertoi kirjoittavansa tai välttämättä edes tarkistavansa sähköpostiaan päivittäin.

Sähköpostin vähäinen käyttö on havaittu myös yhdysvaltalaisnuorten parissa, joista vain 14 prosenttia sanoi lähettävänsä päivittäin ystävilleen sähköpostia. 13–19-vuotiaat yhdysvaltalaisnuoret kuvailivat sähköpostia vanhentuneeksi viestintäkeinoksi. Sähköpostin suosio laskee tai sitä ei välttämättä edes aleta käyttää, koska lapsilla ja nuorilla on valittavanaan paljon muitakin, reaaliaikaisuutta tavoittavia viestinnän vaihtoehtoja. (Lenhart, Madden, MacGill & Smith 2007.)

Tutkimukseen osallistuneiden lasten parissa sähköposti oli lähinnä tapa pitää yhteyttä säännöllisesti sukulaisiin tai saada informaatiota harrastuksiin liittyen. Sähköpostin, samoin kuin internetin ilmaisten Skype-puheluiden avulla saatettiin pitää yhteyttä esimerkiksi eroperheiden toisaalla asuvaan vanhempaan. Perheen erotilanteessa medialla näyttikin olevan merkittävä rooli ja se lähensi lasten suhdetta poissaolevaan vanhempaan. Sähköposti valittiin viestintätavaksi kuitenkin usein aikuisten aloitteesta. Ystävien kanssa viestimiseen sähköposti oli liian hidas ja vaivalloinen. Kavereiden kanssa ”oltiin mesessä” eli käytettiin viestintään MSN Messenger -pikaviestintäohjelmaa.

V: Mun äiti yleensä laittaa mulle kaikkia huumorisähköposteja, sitten mulla on salasana sähköpostissa. Etten mä paljoo muuta.

(Poika, 14-v, HA)

H: Kirjoitatko sä itse paljon sähköpostia?

V: No lähinnä vastaan jos joku lähettää. Ja mun tädille, joka asuu tuolla Englannissa, niin sille joskus jotain kuulumisia.

H: Ootko sä kavereiden kanssa enemmän tolla Messengerillä vai?

V: Joo, se on helpompi ja sillee.

H: Kuis usein sä oot mesessä?

V: No sekin on yleensä auki siinä, jos mä oon koneella. Siinä sivussa. Jos sit haluaa vaihtaa pari sanaa, niin sillee.

(Tyttö, 14-v, HA)

Messengerillä viestiminen oli perinteistä kirjoittamista monimuotoisempaa. Kirjoittamisessaan säästeliäät lapset viljelevät runsaasti hymiöitä ja lyhenteitä¹⁸. Jos tietokoneeseen oli yhdistetty web-kamera, Messengerin avulla saatettiin lähettää videokuvaa. Palvelua käytettiin myös yleisesti kuva- ja musiikkitiedostojen jakamiseen.

H. Sä kirjoitat tänne, että Messengerissä jaat tiedostoja.

V: Niin niitä musiikkitiedostoja saan mun kavereilta. Ja sitten ne kysyy onko sulla mulle jotain ja mä sitten niiltä levyiltä mitä mulla on koneella, niin sitten mä voin lähettää jonkun niille.

(Tyttö, 14-v, HA)

Fyysinen etäisyys lasten välillä ei vaikuttanut Messengerin käyttöön. Naapurukset saattoivat viestiä Messengerin avulla toisilleen seinän takaa. Saman perheen sisarukset saattoivat mesettää toisilleen ollessaan yhtä aikaa kotona eri huoneissa sijaitsevilla tietokoneilla. Pikkusisar kertoi saavansa pelaamiseen uppoutuneen isoveljensä huomion helpommin mediavälitteisesti Messengerillä kuin poikkeamalla tämän huoneeseen. Kaverukset saattoivat kirjoitella Messengerissä vaikka olisivat nähneet äskettäin. Siinä missä sähköposti oli tapa muodollisesti päivittää kuulumisia, Messenger oli lapsille ja nuorille paikka, jossa jatkaa keskustelua siitä mihin yhdessä ollessa jäätiin. Messengeriä on mahdollista käyttää myös matkapuhelinten välityksellä, mutta tähän tutkimukseen osallistuneet lapset käyttivät sitä kotitietokoneelta.

H: Kirjotteletteko te kavereiden kanssa Messengerissä usein?

V: On se joka päivä, mutta harvemmin kuitenkin, kun mä en jaksa illalla ja kaverit on just silloin siellä. Jä mä en saa silloin. Mut mun veljen kanssa mesetään. Koska se pelaa konetta ja ei sille pysty silloin puhuun, ei se kuuntele.

¹⁸ Lasten ja nuorten nettikielelle on tyypillistä lauseiden lyhentäminen kirjainyhdistelmiksi: L.O.L= Laughing Out Loud. Lista yleisistä kirjainyhdistelmistä löytyy mm.: www.iltasanomat.fi/teinix/lista.asp

H: Niin sitten sä laitat sille mesestä viestejä?

V: Niin.

(Tyttö, 11-v, HA)

Mesettäminen oli osalle haastatelluista hyvin keskeinen päivittäinen nettiritiini ja Nuorison mediankäyttötutkimuksen (2007) mukaan suurin osa nuorten verkossa käyttämästä ajasta kuluukin juuri mesettämiseen. Tähän tutkimukseen osallistuneiden lasten ja nuorten parissa oli kuitenkin myös niitä, joiden puheesta oli havaittavissa kyllästymistä Messengerin käyttöön.

H: Joo aivan, entäs toi mesetys?

V: Emmää oikein enää siä oo jaksanu. Joskus nuorempana, kun mä sain sen, niin silloin mä olin koko ajan, mutta ei oo enää tullu käytyä paljon ollenkaan.

H: Minkäs ikäisenä sää sait sen?

H: Mää oon saanu joskus 10- tai 11-vuotiaana sen.

H: Joo, millon sulla on alkanu hiipuun tää kiinnostus?

V: Ehkä puoli vuotta sitten. Ei oo enää ees muistanu käydä siellä tai ollu kiinnostusta yhtään.

(Poika, 14-v, HA)

Myös kansainvälisissä tutkimuksissa (Lenhart ym. 2007) on havaittu pikaviestintäohjelmien suosion jonkin verran laskeneen. Osaltaan se voi johtua siitä, että sama toiminnallisuus on yhdistynyt moneen muuhun verkkopalveluun ja peliteknologiaan, eivätkä nuoret enää tarvitse sitä erillisenä palveluna.

88

Nuorten suhtautuminen sähköpostiin ja mahdollisesti myös pikaviestinnässä tapahtuvat muutokset kuvaavat hyvin mediayhteiskunnan ja erityisesti mediateknologian muutoksia sekä median käytön eriytymistä. Esimerkiksi sähköposti on yleistynyt yhdeksi tärkeimmäksi keskinäisviestinnän välineeksi vasta parin viime vuosikymmenen aikana, ja jo nyt sen suosio näyttää uusin sukupolvien näkökulmasta hiipuvan. Uudet nopeammat viestintäteknologiat ja viestinnän tavat syrjäyttävät ”vanhat” teknologiat, jotka eivät välttämättä kuole, vaan kehittyvät omaan suuntaansa. Sähköpostin on osin ennustettu kiinnittyvän työelämään, kun yksityinen viestintä eriytyy Facebookin tyyppisiin palveluihin, tekstiviestintään ja pikaviestintään. Kun nykyisellään jo 80 prosentin kaikesta sähköpostiliikenteestä arvellaan olevan roskapostia, tämä on omiaan kannustamaan uusien palveluiden etsimistä.

5.3 Sosiaalisen median sokkeloissa

Edellisissä luvuissa käsitelimme lasten ja nuorten mediakäyttöä, joka oli luonteeltaan sosiaalista, ja jonka motivaattorina toimivat joko valmiit mediasisällöt tai varta vasten viestimeen tarkoitetut teknologia. Kokonaan oman kentänsä muodostavat varsinaiseksi sosiaaliseksi mediaksi kutsutut yhteisöllisesti tuotetut (*user-created*) tai ainakin jaetut internet-sisällöt ja -palvelut.

Jos sosiaalisen median antaa itse määritellä itsensä, kyse on Wikipedian mukaan osallistuvasta online-mediasta, jossa käyttäjät julkaisevat uutisia, kuvia, videoita, tekstejä ja podcasteja erilaisten palveluiden kautta.¹⁹ Käyttäjät jakavat keskenään mielipiteitä, näkemyksiä, kokemuksia ja näkökulmia. Tyypillistä sosiaalisen median sisällöille on jatkuva keskeneräisyys ja kehittyminen.

Tom O'Reillyn (2005) Web 2.0:ksi nimeämän sosiaalisen median sisällöiksi ja palveluiksi luetaan yleensä

- wikit (esim. Wikipedia)
- keskustelufoorumit
- sosiaalisen verkoston paikat (esim. IRC-Galleria²⁰)
- podcastit
- blogit (esim. Blogger, Vuodatus, WordPress²¹)
- online-pelimaailmat (esim. World of Warcraft²²)
- videoiden ja kuvien jakamissivustot (esim. YouTube²³, Flickr²⁴)
- pelien jakamissivustot (esim. Miniclip²⁵)
- virtuaalitodellisuudet (esim. Second Life²⁶)

Maailman suosituimmista verkkopalveluista huomattava määrä on tällä hetkellä sosiaaliseen mediaan luettavia palveluita. Lapset ja nuoret ovat niiden keskeistä käyttäjäryhmää. Yhdysvaltalaisista 12–17-vuotiaista nuorista 64 prosenttia osallistuu tällä hetkellä jollain tavoin sosiaalisen median sisältötuotantoon. Noin 55 prosentilla nuorista on profiili jossain sosiaalisessa verkostopalvelussa, kuten Yhdysvalloissa suositussa MySpacessa. 39 prosenttia jakaa kuvia tai videoita verkon välityksellä ja 28 prosenttia kirjoittaa blogia. (Lenhart ym. 2007.)

Tutkimuksemme mukaan erilaiset sosiaalisen median muodot kasvattivat suosiotaan vanhempien lasten keskuudessa. Seuraava taulukko 6 osoit-

19 http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

20 <http://irc-galleria.net/>

21 <http://www.blogger.com>, <http://vuodatus.net/>, <http://wordpress.org/>

22 <http://www.worldofwarcraft.com/index.xml>

23 <http://www.youtube.com>

24 <http://www.flickr.com/>

25 <http://www.miniclip.com>

26 <http://www.secondlife.com>

taa, että 5- ja 8-vuotiailla tietokoneen ja internetin käyttö painottuu pitkälti pelaamiseen. Päiväkoti-ikäiset käyttivät tietokonetta usein vanhempinsa avustuksella, vaikka 5-vuotiaiden joukosta löytyi muutama lapsi, joka käytti konetta myös itsenäisesti. Pelit olivat nuorimmilla ikäryhmillä suosittujen nettisivustojen kärjessä ja yhdessä pelattavat online-pelimaailmat voidaan nähdä ensimmäisinä lasten käyttöönottamina sosiaalisen median sovelluksina. 11-vuotiaat olivat tutustuneet pelien lisäksi kuvagallerioihin ja keskustelufoorumeihin, mutta laajemmin sosiaalisen median vuorovaikutukseen perustuvat sovellukset innostivat 14-vuotiaita. Tutkimukseen osallistuneilla murrosikäisillä sosiaalisten verkostopalvelujen käyttö oli suositumpaa kuin pelaaminen.

Taulukko 6. Internetissä sijaitsevien palvelujen käyttö eri ikäryhmissä.

5-vuotiaat (n=13)		8-vuotiaat (n=15)		11-vuotiaat (n=14)		14-vuotiaat (n=14)	
	%		%		%		%
Yksin pelattavat pelit	69	Yksin pelattavat pelit	80	Hakukoneet	85	Hakukoneet	92
Jotkut muut, mitkä? ¹	46	Hakukoneet	40	Yksin pelattavat pelit	69	Sähköposti	92
Yhdessä pelattavat pelit	15	Jotkut muut, mitkä? ²	40	Yhdessä pelattavat pelit	62	Verkostopalvelut (esim. IRC-Galleria, Myspace, ii2)	58
Hakukoneet	8	Yhdessä pelattavat pelit	20	Sähköposti	62	Messenger	58
Messenger	8	Sähköposti	13	Messenger	46	Keskustelufoorumit	58
		Musiikin lataussivustot	7	Internet-puhelut	31	Jotkut muut, mitkä? ⁴	58
		Kuva-albumit	7	Jotkut muut, mitkä? ³	23	Yksin pelattavat pelit	50
		Internet-puhelut	7	Chatit	15	Yhdessä pelattavat pelit	25
				Verkostopalvelut (esim. IRC-Galleria, MySpace)	15	Kuva-albumit	25
				Keskustelufoorumit	15	Blogit	17
				Musiikin lataussivustot	15	Musiikin lataussivustot	17
				Blogit	8	Chatit	8
				Kuva-albumit	8	Internet-puhelut	8

1 Muita palveluja 5-vuotiailla: Pikku Kakkosen sivut

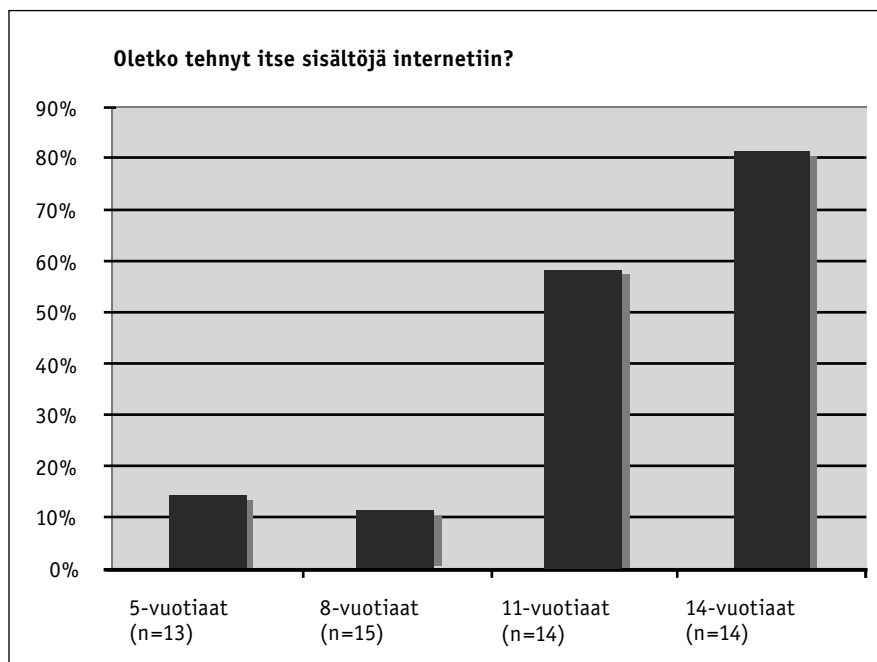
2 Muita palveluja 8-vuotiailla: paperinukkesivustot, Opit, Lego-sivut, Lemmikit-sivusto

3 Muita palveluja 14-vuotiailla: sanakirjat, Wikipedia, YouTube

4 Muita palveluja 11-vuotiailla: julkkisten sivut, Aku-Ankka -sivut, eläinaiheiset sivut

Tutkimukseen osallistuneilta lapsilta kysyttiin myös ovatko he tuottaneet itse sisältöjä käyttämiinsä internet-palveluihin. Varsinaisesti itse tuotettujen sisältöjen julkaisun kynnyksellä ylittyi 11-vuotiaiden ikäryhmässä (kuviot 4). Neljäsluokkalaisista yli puolet kertoi tehneensä jonkinlaisia sisältöjä internetiin. 14-vuotiaiden ikäryhmästä sisältöjä nettiin oli tuottanut yli 80 prosenttia nuorista.

Kuvio 4. Sisältöjen itse tuottaminen internetiin.



5- tai 8-vuotiaat eivät juuri olleet tuottaneet verkkosisältöjä itsenäisesti, mutta olivat saattaneet esimerkiksi ladata vanhempiensa kanssa yhdessä valokuvia kuvien jakelupalveluihin. 5- ja 8-vuotiaatkin piirsivät ja kirjoittivat tietokoneella sekä ottivat valokuvia ja videoita, mutta harvemmin vielä julkaisivat tuotoksiaan netissä.

11-vuotiaat kertoivat tehneensä esimerkiksi koulutehtäviä Opit-ohjelmassa, joka on koulujen käytössä oleva, WSOY:n internetiin kehittämä sähköisen oppimisen palvelu²⁷. Nelosluokkalaiset sanoivat myös kirjoitelleensa blogitekstejä, he olivat osallistuneet keskustelufoorumille ja chatteihin, luoneet virtuaalimaailma Habbohotellissa omia ”tyyppjejä” tai jakaneet kuviaan ja luoneet profileja i2-palvelussa, joka on IRC-Gallerian tapainen palvelu hieman nuoremmalle käyttäjäryhmälle. YouTube oli 11-vuotiaidenkin käytös-

²⁷ <http://opit.wsoy.fi/>

sä, mutta tutkimukseen osallistuneista nelosluokkalaisista kukaan ei kertonut lähettäneensä itse tekemiään videoita palveluun.

14-vuotiaiden sosiaalisen median suosikeiksi nousivat IRC-Gallerian tapaiset verkostopalvelut. Videoiden julkaisemisen kynnys YouTubeen oli ylittynyt, yläkoululaiset olivat ladanneet kuvia myös kuvien jakamissivustoille sekä kirjoittaneet keskustelufoorumeille ja blogeihin.

Seuraavissa alaluvuissa käsitellään lähemmin niitä funktioita, joita sosiaalisen median ratkaisulla lasten ja nuorten elämässä näytti olevan sekä tapoja, joilla he sosiaalista mediaa arjessaan käyttivät.

5.3.1 Sosiaalisten verkostojen paikat: "Galleria on aina taustalla"

Sosiaaliset verkostopalvelut olivat 14-vuotiailla tutkimukseen osallistuneilla nuorilla suosituimpien nettipalvelujen kärjessä. Tähän tutkimukseen osallistuneiden määrä on suhteellisen pieni, mutta kyseisten palvelujen laajempi suosio on todennettavissa esimerkiksi IRC-Gallerian tilastosivuja tarkastelemalla. Suomen suurimpana sosiaalisen median yhteisönä itseään mainostavaan IRC-Galleriaan on rekisteröitynyt yli 60 prosenttia suomalaisista 13–19-vuotiaista nuorista. Sivuston oman tilaston mukaan 12–14-vuotiaita käyttäjiä on yli 67 000.²⁸ Hieman nuorempien lasten parissa vastaava suosittu kuvagalleria on ii2, johon on rekisteröitynyt yli 170 000 suomalaista ja nuorta. Valtaosa käyttäjistä on 12–18-vuotiaita.²⁹ Verkkobrändien arvostus -tutkimuksen (2007) mukaan tällä hetkellä IRC-Galleria on tunnetuin verkkobrändi nuorten parissa.

Sekä ii2 että IRC-Galleria rakentuvat lapsen tai nuoren henkilökohtaista kotisivua muistuttavalle profiilille, johon hän voi ladata kuvia, kutsua ystäviään ja jonne toiset käyttäjät voivat jättää kommenttejaan. Kutsumme tämän tyyppistä palvelua sosiaalisen verkoston paikaksi (*social network site*). Vastaavia verkostopalveluja on internetissä lukuisia (esim. Facebook, MySpace), mutta tutkimukseen osallistuneiden lasten käytössä olivat ensisijaisesti juuri IRC-Galleria ja ii2. 14-vuotiaiden parissa verkostopalveluiden käyttö oli suosituempaa kuin esimerkiksi pelaaminen.

IRC-Galleria ja ii2 näyttäytyivät tutkimusaineistossamme nimenomaan ver-

28 IRC-galleriassa käy viikoittain yli 700 000 eri käyttäjää, 22 prosenttia käyttäjistä on 10–14-vuotiaita lapsia ja nuoria. Keskivertokäyttäjä viettää aikaa IRC:ssä joka päivä noin 35 minuuttia. Eniten käyttäjiä tulee Etelä- ja Länsi-Suomesta sekä Helsingin alueelta. Vähiten Itä-Suomesta sekä Lapista. (IRC-galleria, tilastot, www.irc-galleria.net.)

29 <http://www.ii2.org/info/fi/vanhemmille.php>

koston, ei verkostoitumisen paikkoina. Palveluihin oli useimmiten kirjaututtu kavereiden houkuttelemana, ja nuoret olivat palvelun kautta tekemisissä eniten sellaisten ihmisten kanssa, jotka he tunsivat henkilökohtaisesti.

Varhaisissa virtuaaliyhteisön tutkimuksissa virtuaalitodellisuus on usein määritelty erillään reaali maailmasta olevaksi sfääriksi, missä on mahdollista täysin vapaasti leikkiä identiteeteillä. Tutkimuksissa on puhuttu nettimaailmassa kirjoittaen tuotetusta digitaalisesta ruumiista (*digital body*), joka joko muistuttaa tai ei muistuta netin ulkopuolista todellisuutta (Boyd & Ellison 2007).

Sosiaalisen median käyttäjien joukossa onkin runsaasti digitaalisiksi perhosiksi kutsuttuja käyttäjiä, jotka rakentavat samaan palveluun useita päällekkäisiä profileja tai vaihtavat palvelusta toiseen, ja ovat tyytyväisiä saadessaan aloittaa profiilinsa rakentamisen alusta. Boydin (2007) mukaan nuori ei online-profiilinsa kautta välttämättä yritäkään ilmaista laajasti identiteettiään ja itseään, vaan hän voi sen avulla olla yhteydessä ystäviinsä.

Nuorten sosiaalisten verkostojen tutkimukset ovat kuitenkin myös paljastaneet, ettei yhteisöllisessä verkkoelämässä identiteettiä muokata aivan vapaasti. Etenkin nuorilla käyttäjillä nettiverkostot ovat kiinteästi linkittyneitä reaalielämään, fyysisiin ihmisiin fyysisessä maailmassa. Nuorilla on valmiita sosiaalisia verkostoja, joita he ylläpitävät internetissä. (Lehtinen 2007.)

Nuoret eivät etsi sosiaalisen median palveluista useinkaan laajoja yleisöjä, vaan heillä on tarve näyttää uskottavilta oman lähipiirinsä silmissä. IRC-Galleriassa ystävät toimivat sekä vuorovaikutuksen toisena osapuolena että katu-uskottavuuden määrittävänä yleisönä. Koska IRC-Galleriassa ollaan tekemisissä ensisijaisesti omien ystävien kanssa, offline-elämän kaverisuhteet säätelevät sitä millä tavoin nuori voi verkossa itseään ilmaista. Kaverit panisivat nopeasti ruotuun sellaisen, joka poikkeaisi liikaa internetissä omasta itsestään (Boyd 2007).

Kun kysyimme tutkimukseen osallistuneilta nuorilta IRC-profiilin rakentamisen syitä, he arvelivat, että moni nuori odottaisi saavansa palautetta lähettämistään kuvista vierailta ihmisiltä. Heillä ei kuitenkaan ollut juuri omakohtaista kokemusta siitä, että tuntemattomat yhteisön jäsenet olisivat kommentoineet heidän kuviaan galleriassa. Yleensä kirjoittelua käytiin reaalielämän kavereiden kesken. Eräs haastateltava totesi, että mittavassa IRC-yhteisössä tuntemattomien mielenkiinnon herättävät vain ”poseeraus kuvat”, joilla hän ilmeisesti viittasi jollain tapaa paljastaviin tai vihjaileviin, niin sanottuihin ”herutuskuviin”. IRC:n tapaisia kuvagallerioita onkin usein kritisoitu siitä, että ne opettavat huomiota hakevat lapset imitoimaan seksuaaliväritteisiä populaarimedian kuvastoja (Lehtinen 2007).

H: Mitä luulet, minkä takia nuoret haluaa lähettää niitä sinne julkaistavaksi?

V: No ehkä ne haluaa kommentteja omasta ulkonäöstään ja haluaa uusia tuttavuuksia ja... Mutta mä en saanut kyllä kommentteja kun omilta kavereilta. Että eihän sellasia normikuvia paljon kommentoidakaan, mutta just kaikki tollaset ihme poseerauskuvat, niin niitä kaikenmaailman ihmiset kommentoi. (Tyttö, 14-v, HA)

H: Mikä tossa on niin hauskaa laittaa noita kuvia nettiin?

V: No en mä tiedä, kun siellä on just kavereita ja jos haluaa vaikka jollekin nettityypille näyttää kuvaa tai jotain. En mä oikeestaan osaa sanoa mikä siinä on hauskaa, mutta se vaan just on. Kun kommentoidaan kavereidenkin kuvia. Se ei onnistu jos ei oo kirjautunut. (Tyttö, 14-v, HA)

IRC-Galleriassa profiileihin liitettävät ystävälistat ja ystävien kirjoittamat kommentit ovat nuorille keino todentaa omaa sosiaalista verkostoaan, tuoda se visuaalisesti esille. Ystäviä keräilemällä ja sosiaalisia verkostojaan paljastamalla he samalla kertovat, keitä he ovat (Boyd 2007). Etenkin nuorten elämässä julkisesti jonkun ystäväksi tunnustautumisella on sosiaalisia seurauksia. Lukemalla toisten profiileja nuoret taas saavat kuvan siitä millainen kirjoittelu on sosiaalisesti hyväksyttävää. Sosiaaliset kategoriat ja sosiaalinen status ovat avainasemassa lasten ja nuorten elämässä.

94

Kankaan ja Laukkasen (2007) mukaan nuoret hakevat sosiaalisista verkkopalveluista myös vanhemmista vapaata vyöhykettä ja autonomiaa. Koti on usein hyvin tarkasti vanhempien säätelemää aluetta, ja useimmilla varhaismurrosikäisillä on aikaiset kotiintuloajat. Netin sosiaalisissa verkoissa on mahdollista hengata kavereiden kanssa iltaisin kotiintuloaikojen jälkeen.

Kuvagallerioiden käyttöön liittyy myös sosiaalista voyerismia. Esimerkiksi IRC-Galleriassa monilla julkisuuden henkilöillä on oma profiili, ja nuorten mukaan muusikkojen ja muiden julkkisten profiileissa on kiinnostava vieraila. Sosiaalisten verkostojen voidaankin tietyllä tavalla nähdä arkistavan julkisuutta. Idols-voittajat ja tosi-tv-tähdet esittäytyvät samassa palvelussa, samanlaisen profiilin kautta kuin nuori itse. Toisaalta nettiyhteisöissä kuvien tai profiilien ympärille rakentuu myös hetkellisiä alajulkisuuksia, joissa esiintyvät tavalliset nuoret. He puhuttavat yhteisössä hetken, mutta eivät nouse julkkiksiksi yhteisön ulkopuolella.

H: Käytkö sä koskaan katselemassa sellaistenkin ihmisten kuvia, joita sä et tunne, vai käytkö sä vaan kavereitten sivuilla?

V: No täällä on just tämmönen päivän kuva. Niin täällä on joskus jotain hauskoja. Niin niitä sitten meen kattoon. Ja välillä ajautuu muihinkin kuviin ja sitten jotain niinku tunnettuja. Täällä on jotain julkkisia, niiden kuvia ja...

H: Onko ne itse laittanut?

V: Joo on.

H: Ihan totta?

V: Ainakin Maija Vilkkumaa, en mä niitä kaikkia muista mutta se nyt on ainakin yks. Ari Koivusella on

H: Niin sillä Idols-tyypillä?

V: Joo, sillä on ja sitten näillä Big Brother tähdillä ja muilla, joillakin on.

H: No saako ne julkut sitten enemmän kommentteja?

V: Joo, sille Ari Koivusellekin oli jossain päivässä tullut yli 7000 kommenttia. Kyllähän niille kommentoidaan, mutta eihän ne ehdi niihin välttämättä kaikkiin vastata ja siellä on aika paljon sellaista moi, oot tosi hyvä laulaan-juttua, niin ei se sitten niin hirveen ihmeellistä oo.

(Tyttö, 14-v, HA)

Sosiaalisen median käyttäjille sanotaan olevan ominaista tietynlainen netissä tekemisen ja oleskelun tapa (Rättilä, 2007). Nettioleskelulle tutkimuslastemme parissa oli tyypillistä usean palvelun päällekkäinen käyttö. Avatesaan koneen moni nuori avasi taustalle tietyt vuorovaikutuksen mahdollistavat palvelut, kuten juuri IRC-Gallerian ja Messengerin, sitten hän saattoi valita musiikkivideon kuunneltavaksi YouTubesta ja siirtyä esimerkiksi harrastusaiheiselle keskustelufoorumille ollen samalla valmis verkostopalveluiden kautta tuleviin kavereiden yhteydenottoihin. Vaikka IRC-Galleriassa kommentit ovat julkisesti luettavissa, nuoret pitkälti käyttivät sitä samaan tapaan kuin Messengeriä – kommentteja ei osoitettu laajemmalle yleisölle vaan henkilökohtaisiksi tervehdyksiksi profiilin laatijalle.

H: Onko sun kavereilla, kuinka moni on laittanut kuvansa tonne?

V: En mä osaa sanoa, aika moni.

H: Mistä sä sait idean, että haluat laittaa kans?

V: No kun mun kaveri, muutamakin, jos me ollaan vaikka koneella, niin ne aina pistää tän taustalle, ja mä oon aina, että miten te jaksatte käydä tuolla aina. Ihan turha paikka. No sitten mä vaan kerran, että mä nyt teen tänne, kun niilläkin on. Ja sitten mä oon täällä aina.

H: Käytkö sä joka päivä kattomassa?

V: Joo, siis aina kun mä oon koneella, niin mulla on mese ja galleria taustalla. Ja sitten mulla on vielä YouTube taustalla. Ja sitten siihen mä laitan lisäksi jonkun, esim. jonkun pelin tai jonkun. Nää on aina taustalla.

H: Eli sitten jos joku tulee, niin sitten...

V: ...mä oon heti, että moi, mitä kuuluu.

H: Toimiiko toi IRC-Galleria vähän samaan tapaan kuin mese, pystytkö sä reaaliajassa puhumaan siellä?

V: Joo. Tai sillee tätä ei oo tarkotettu puhumiseen, mutta kaikki puhuu täällä. Että oikeesti täällä pitäisi laittaa jotain kommentteja noista kuvista, mutta kaikki täällä aina puhuu keskenään. Että ne laittaa kommentiksi moi, ja sitten mä laitan moi.

(Tyttö, 14-v, HA)

5.3.2 Keskustelufoorumit: "En mä mitään superystävyyksiä oo luonu"

Siinä, missä profiileihin perustuvissa kuvagallerioissa tavattiin ensisijaisesti reaalielämän ystäviä, keskustelufoorumeita käyttävät 11- ja 14-vuotiaat olivat internetissä tekemisissä heille myös ennestään vieraiden ihmisten kanssa. Paikoitellen foorumien vakiokäyttäjien välille saattoi viritä verkkotuttavuuksia, jotka kietoutuivat usein yhteisen intressin, kuten fanisivuston, muotisivuston tai musiikkisivuston ympärille.

Useimmiten verkkotuttavuudet eivät olleet luonteeltaan syvää ystävyyttä, vaikka epäilemättä antoisia ja todellisia nuorille olivatkin. Yhteydenpitoa jatkettiin harvoin verkkomaailman ulkopuolella. Osin vanhempien varoitte-
telujen vuoksi nelosluokkalaiset suhtautuivat epäilevästi nettituttavuuksien tapaamiseen verkon ulkopuolella. 11-vuotiaista vain yksi vastasi saaneensa netin kautta varsinaisesti kavereita. Neljäsluokkalaisista valtaosa ei kokenut nimimerkin takaa tunteensa nettihenkilöä ystävänä vaan edellytti, että kaveruuteen kuuluu netin ulkopuolisessa maailmassa kohtaaminen.

H: Mitäs tähän sä oot laittanut, että et ole saanut uusia kavereita median kautta. Niin et sä sitten laske jos oot tekemisissä jonkun ihmisen kanssa netissä, että se olis kaveri?

V: Ei se oo kaveri. Mä lasken ainakin kaveriks sellasen, että mä tunnen sen kunnolla. Että jos mä jossain pelissä tapaan, niin ei se kyllä kaveri ole.
(Poika, 11-v, HA)

Sen sijaan 14-vuotiaista jo hieman yli puolet kertoi saaneensa kavereita netistä. Yhteisesti jaettu harrastus riitti ylläpitämään kaveruutta ja tuottamaan yhteenkuuluvaisuuden tunnetta verkossa.

H: Entä ootko sä tutustunut netin kautta kehenkään uusiin ihmisiin?

V: Oon mä sillee tutustunut, mutta mä en oo kyllä tavannut ketään. Mutta niinku sillee, että tulee paremmin toimeen kun muiden kanssa ja on sellasia omia juttuja.

H: Onko ne joissain keskustelufoorumeilla vai?

V: Joo.

H: Mitäs kuinka oikeena ystävänä sä pidät jotain nimimerkkiä, joka tulee sun tutuksi?

V: No en mä tiedä. En mä sillee mitään superystävyyksiä oo luonu koskaan netissä.

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Millasiin keskusteluihin sä oot itte osallistunut?

V: Yleensä tähän galluppiin ja yleiseen keskusteluun. Kyllä mä näihin musiikista täällä, kyllä mä niihinkin osallistun.

H: Minkälaisia ne gallupit on?

V: Ihan kaikenlaisia, aika tyhmiäkin välillä. – Aika turhiakin paljon täällä.

H: Minkälaisia ne turhat sun mielestä on?

V: No vaikka pilasemmosia, ihan turhia, joissa kysytään jotain. Jotain känniketjuja.

H: Ai, mitä se tarkoittaa?

V. Tämmösiä näin...

H: Tässä on ideana siis esittää joku väittäjä, ja sitä seuraava kommentoi sitä sanalla paskaa tai ei paskaa, aha, okei.

(Poika, 14-v, HA)

Muutammat tutkimukseen osallistuneet nuoret olivat jatkaneet verkkotuttavuuksia myös netin ulkopuolisessa elämässä. Esimerkiksi bändien fanit tapasivat sekä yhtyeen keikoilla että netissä. Foorumit olivat fanihierarkian rakentamisen paikkoja, ja käyttäjiä ilahduttivat ne hetket, jolloin joku keikkatilanteessa tunnisti heidän olevan tietty nimimerkki foorumilta. Keskustelufoorumit olivat myös keino päästä lähemmäs yhtyeen jäseniä. Nuoret saattoivat jopa etsiä idoleikseen hieman tuntemattomampia yhtyeitä, joihin tutustuminen henkilökohtaisella tasolla onnistuu helpommin.³⁰

H: Mitä sä tykkäät tehdä, kattoo tuolta sivuilta yleensä?

V: No yleensä mä kattelen kaikki mitä tapahtuu ja uudet keikat ja näin.

Mutta sitten foorumilla oon aika paljon. Kirjoittelen sinne itse asiassa melkein joka päivä, et oon kirjoittanut aika monta sataa viestiä. Tosi kiva huomata sitten, että ne bändin tyyppitkin oppii tunteen ne paremmin, että jää niiden kanssa aina jutteleen keikkojen jälkeen. Ja sit se on hyvä kun on tollasia pienempiä bändejä niin niihin ihmisiin on helpompi tutustua. Kun ne on sellasia suuria, niin ei niihin hirveesti tutustu. Oon saanut aika paljon bändien kautta uusia kavereita. Sellasta keikkaseuraa. Silleen että keikalla huomaa, että toi käy myös siellä foorumilla ja sit on helppo lähteä siitä jutteleen. Nettikeskustelujen kautta vaan eksyy johonkin porukkaan ja siellä sit juttelee, ja tapaa vaikka keikoilla. Sovitaan, että tullaan vaikka samaan aikaan ja jonotetaan yhdessä. Keikoillakin joku saattaa tulla kysyyn, että säähän käyt siellä foorumilla sillä nimimerkillä, että siitä tulee hirveen kiva mieli, että ai sä tunnistit, kiva että joku huomaa.

(Tyttö, 14-v, HA)

Profileille rakentuvissa sosiaalisen median palveluissa nuoret pitivät pitkälti yhteyttä jo tuntemiinsa kavereihin. Koska offline-ihmissuhteet määrittivät online-elämää, jotkut nuoret olivat tietoisesti hakeutuneet sellaisille keskustelufoorumeille, joita heidän kaverinsa eivät käyttäisi ja jossa heitä ei tunnistettaisi. Eräs haastateltava totesi, että netin ulkopuolisten kavereiden läsnäolo rajoittaisi itseilmaisua. Verkosta haetaan myös liikkumatilaa ja vieraiden kanssa kommunikointi saatettiin kokea vapauttavaksi. Osin erilaisiin palveluihin hakeutuminen johtuu mieltymysten eriytymisestä. Nuorten kiinnostuksen kohteet moninaistuvat ja koulutoverin sijaan samasta asiasta kiinnostunut vertaisryhmä saattoikin löytyä verkosta.

V: Mä en tykkää kirjoitella sellaisissa paikoissa, jossa mä tiedän, että on mun kavereita tai ne tietää mun nimimerkin, koska mä en välttämättä vois ilmaista mielipiteitäni ihan niin vapaasti tai sillai. En mä netissä kerro itsestäni

30 Fanitoimintaa käsitellään enemmän luvussa 6.3.2

paljon, mutta se on jotenkin vapauttavampaa tai sillai puhua sellasille ihmisille, joita ei tunne. Että tavallaan en mä haluais, että siellä on mun tuttuja. Tai ainakaan kavereita.
H: Eli sä haluat tavallaan pitää sen maailman erillään?
V: Joo.
(Tyttö, 14-v, HA)

Yksi internetin tärkeistä piirteistä onkin mahdollisuus osallistua anonyymisti keskusteluihin. Anonyymisuus vapauttaa ilmaisemaan mielipiteitään rohkeasti vailla pelkoa siitä, että esimerkiksi kaverit tunnistaisivat. Näin anonyymisuus antaa mahdollisuuden oman identiteetin ja mielipiteiden muodostukselle.

5.3.3 Matalan julkaisukynnyksen kulttuuri

Lasten ja nuorten mediamaailmaan näytti kokonaisuudessaan liittyvän paljon aktiivista itse tekemistä. Jo 5-vuotiaat tutkimukseen osallistuvat lapset ottivat kuvia digikameralla ja tallensivat niitä tietokoneelle tai käyttivät tietokoneen piirros- ja tekstinkäsittelyohjelmia. Tutkimuslasten parista löytyi myös animaatioiden tekoa harrastavia, sarjakuvia piirtäviä, bloggaavia tai videokuvaavia lapsia. Jotkut harrastivat valmiiden mediasisältöjen uudelleen miksausta. Kaikki itse tehdyt tuotokset eivät päädy julkaitavaksi, mutta kynnys julkaista itse tuotettua materiaalia on lapsilla suhteellisen matala.

Internetiä käyttävillä aikuisilla julkaisukynnys on selvästi korkeampi kuin lapsilla ja nuorilla. Yhdysvaltaistutkimuksen (Lenhart ym. 2007) mukaan online-aikuisista noin 22 prosenttia on julkaissut jotain tuottamaansa materiaalia verkossa, kun nuorista julkaisseita on 39 prosenttia. Sosiaalisen median parissa kasvavien lasten kulttuuria onkin kuvailtu osallistuvaksi kulttuuriksi (*participatory culture*), jossa ympäristö tukee omaa tuottamista ja omien tuotosten jakamista (Jenkins 2006). Osallistuvalla kulttuurilla on lisäksi ominaista epävirallinen mentorointi, jossa pidemmälle edistyneet auttavat aloittelijoita. Lisäksi toimintaa leimaa yhteinen ongelmanratkaisu ja työskentely ryhmissä tehtävän saattamiseksi loppuun.

Tämän tutkimuksen 14-vuotiaista lähes kaikki totesivat osallistuneensa jollain tavalla internetin sisältötuotantoon. Valtaosalle se merkitsi profiilin rakentamista IRC-Galleriaan, kuvien tai videoiden latausta, keskustelufoorummeille osallistumisesta tai muiden tekemien sisältöjen kommentointia. Muutama lapsi piti omaa blogia, johon oli tehnyt muun muassa kilpailuja. Blogien kirjoittelu oli suosittu tyttöjen kuin poikien parissa, ja blogikirjoittelun suosion kasvu nuorten parissa onkin ollut ensisijaisesti tyttöjen aktivoitumisen tulosta. Yhdysvaltaistutkimuksen (Lenhart ym., 2007) mukaan noin

28 prosenttia nuorista internet-käyttäjistä kirjoittaa ja peräti 70 prosenttia lukee ajoittain kommentoiden blogeja. Aikuisista internet-käyttäjistä blogeja kirjoittaa vain noin kahdeksan prosenttia. Lasten ja nuorten seuraamat blogit liittyvät usein johonkin yhteiseen kiinnostuksen kohteeseen tai harrastukseen. Tähän tutkimukseen osallistuneet lapset olivat löytäneet kiinnostavien blogien kirjoittajia muun muassa keskustelufoorumeilta.

H: Minkälainen kisa sulla on meneillään (blogissa)?

V: No semmonen, ei siitä voita mitään. Se on niinku kuvakisa, että pitää laittaa mun keksimän aiheen mukaan joku kuva ja sitten se tippuu kisasta, jolla on huonoin kuva tai saa vähiten arvosanoja. Ja sitten se voittaa jolla on parhaimmat kuvat.

H: Kukas ne arvosanat antaa?

V: Minä kun mä järjestän kisan, mä annan.

H: Onko sulle tullut jo vastauksia?

V: On mulla 14.

(Tyttö, 11-v, HA)

H: Onko sulla jotain tiettyjä blogeja, joita sä seuraat?

V: No en mä kyllä varsinaisesti lue sellasia asiablogeja. No yhtä mä kyllä, kun mä oon sellasella foorumilla ja siellä on yhdellä sellanen blogi ja mä luen sitä. Ja sitten kun mä tykkään Simsistä, sitten on monia sellasia blogeja, jossa kerrotaan niitä tarinoita.

H: Kirjotatko sä itse?

V: Joo, mutta mä en ole julkassut mitään. Tarkotuksena on.

H: Mitä sä oot kirjoitellut?

V: No jaa (naurua), en mä viitti kertoo vielä.

(Tyttö, 14-v, HA)

Helposti päivitettävät blogit ovat syrjäyttäneet lasten ja nuorten maailmassa perinteiset verkkosivut. Muutamilla tähän tutkimukseen osallistuvilla lapsilla oli omat kotisivut, jokunen oli puolestaan rakentamassa sellaisia. Useimmilla lapsilla kotisivut eivät olleet kuitenkaan aktiivisesti päivitetyt. Lapset, jotka olivat parhaillaan työstämässä kotisivuja, saattoivat tehdä niitä opetellakseen ohjelmointikieliä. Tavoite ei näin ollut ensisijaisesti nopea julkaiseminen ja yhteydenpito, vaan teknisten taitojen kartuttaminen. Esimerkiksi yksi 11-vuotias poika opiskeli innokkaasti java-kieltä kotisivuja tehdessään:

H: Sä opiskelet jo jotain java-kieltäkin?

V: Mun isäpuoleni, kun se tekee tosia töitä, niin se voi sitten tosta opettaa. Ja sitten se löysi netistä yhden sivun, mistä saa opiskeltua sitä.

H: Onko se vaikeeta?

V: No on se sillä tavalla, että mä oon tota html:ää harjoitellut, niin sitä mä osaan vähän paremmin kun javaa. Niin S neuvo, että miten pistetään se niin, että se menee nettiin se sivu.

H: Se on sun mielestä kiinnostavaa näköjään.

V: Joo, mulla on kotisivutkin.

(Poika, 11-v, HA)

Siinä, missä tytöt ovat ahkeria bloggaajia, pojat taas ovat usein tyttöjä kiinnostuneempia videoiden ja kuvien lataamisesta. Sukupuolierojen onkin todettu näkyvän jossain määrin sosiaalisen median käyttötavoissa. Nuoret pojat käyttävät sosiaalisten verkostojen paikkoja todennäköisemmin kuin nuoret tytöt. Hieman vanhemmat tytöt taas käyttävät niitä enemmän kuin samanikäiset pojat. Yhdysvaltalaisutkimuksissa (Boyd 2007; Lenhart ym. 2007) etenkin tyttöjen on todettu käyttävän palveluja kommunikointiin sellaisten ihmisten kanssa, jotka he tuntevat ennalta. Pojat taas käyttävät verkostosivuja hieman useammin flirttailuun ja uusien ihmiskontaktien luomiseen. Verkostopaikkojen sijasta pojat kuitenkin useimmiten hakeutuvat YouTuben kaltaisiin palveluihin joissa jaetaan videoita ja kuvia. Omassa tutkimuksessamme tytöt olivat sekä 11- että 14-vuotiaiden ikäryhmissä aktiivisempia sosiaalisen median käyttäjiä kuin pojat.

Lapset ja nuoret julkaisivat tuotoksiaan saadakseen niistä palautetta. Nuorten sisältötuotannon onkin nähty olevan interaktiohakuista enemmän kuin julkaisemista toisaalla olevalle yleisölle (Lenhart ym. 2007) Tähän tutkimukseen osallistuvat lapset arvelivat, että videoiden lataaminen esimerkiksi YouTubeen saattaisi tuoda tekijälleen laajempaakin tunnettavuutta, mutta useimmiten kommentteja ja palautetta tuotoksista odotettiin omalta lähipiiriltä.

H: Mitäs luulet, minkä takia sinne halutaan niitä videoita laittaa?

V: No jos vaikka haluaa saada muut nauramaan ja saada kehuja ja tommosta. Voi saavuttaa ison suosionkin. Jos siitä tulee suosittu siitä videosta.

(Poika, 11-v, HA)

Lapset ovat tottuneet liikkumaan itse tehtyjen sisältöjen ympäristössä. Keskustelu siitä ovatko käyttäjälähtöiset sisällöt laadultaan riittävän hyviä julkaistaviksi, ei haastattelutilanteessa tuntunut olevan haastatelluille edes oikein asetettu kysymys.

No on tossa tietysti sekin hauskaa kun kaikki ei just oo alan mestareita niin kattoo sitten sumeita kuvia ja tummia ja ylivalottuneita. Semmosia kuvia mitä joku ammattilainen ei välttämättä olis laittanut. Hauskaa sinänsä.

(Tyttö, 14-v, HA)

Joillekin tutkimukseen osallistuneille nuorille nettiosallistuminen oli paikoitellen hyvin aikaa vievää ja koukuttavaa puuhaa. Profilia luodessa tai kilpailuihin osallistuessa saattoi hurauttaa tunteja kerrallaan. Vanhemmat ovatkin usein huolissaan siitä, että verkkoelämä vie ajan niin sanotulta autenttiselta elämältä verkon ulkopuolella. Yhdysvaltalaisutkimuksen (Lenhart ym. 2007) mukaan verkossa aktiiviset nuoret ovat kuitenkin usein sitä myös internetin ulkopuolisessa maailmassa. Heillä on suhteellisen runsaasti harrastuksia urheilusta musiikkiin. Osin netin ulkopuoliset aktiviteetit ovat nuorille keino ansaita vanhemmiltaan myös lisää online-aikaa.

5.3.4 Sosiaalisen vuorovaikutuksen riskit: "Anna kamaa tai saat turpiin!"

Syksyllä 2007 Jokelan koulusurmien jälkeen julkisuudessa keskusteltiin runsaasti internet-yhteisöistä ja netin riskeistä. Kävi ilmi, että surmien tekijä oli julkaissut suunnitelmansa etukäteen IRC-Galleriassa, ilmaissut ajatuksiaan myös YouTuben välityksellä ja löytänyt verkosta samalla tavalla ajattelevia. Netti tarjoaa vertaisryhmän mahdollisuuden niin hyvässä kuin pahassa.

Jos tämän tutkimuksen haastattelut olisi tehty Jokelan surmien jälkeen, lasten kanssa käydyissä keskusteluissa olisivat saattaneet näkyä enemmän internetin riskit ja vaarat. Huhti-toukokuussa 2007 lasten ja nuorten oli vaikea kuvitella verkkotodellisuutta vaaralliseksi, vaikka he olivat myös tietoisia internetin riskeistä. Uhkakuvien sijaan nettiympäristö näyttäytyi enimmäkseen viihdyttävänä.

H: Tuli noista huonoista puolista mieleen vielä sellanenkin, että voiko susta netti olla mitenkään vaarallinen?

V: En mä juuri tiedä.

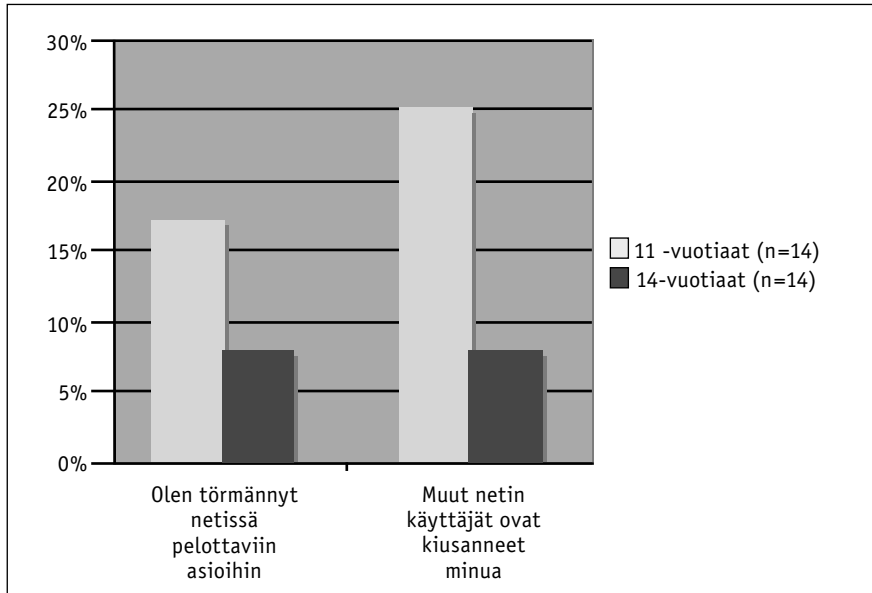
H: No voiko se olla hyödyllinen?

V: Voi! Se se ainakin voi olla, mutta ei se mikään vaarallinen voi olla. Mutta voihan siellä olla jotain ikävää. Ikäviäkin yllätyksiä vastaan. Hauskuttava se on, mun mielestä ainakin.

(Poika, 11-v, HA)

Tutkimukseen osallistuneista lapsista ja nuorista muutama oli törmännyt verkossa joihinkin pelottaviin asioihin tai outoihin ihmisiin. 5- ja 8-vuotiaiden parissa näitä lapsia oli kummassakin ikäryhmässä yksi. 11- ja 14-vuotiailta kysyttiin pelottavien asioiden lisäksi sitä, onko heitä kiusattu netissä (kuvio 5). 11-vuotiailla näytti jostain syystä olevan enemmän kokemusta netin nurjasta puolesta kuin 14-vuotiailla.

Kuvio 5. 11- ja 14-vuotiaiden kokemukset nettikiusaamisesta ja pelottavista asioista internetissä.



Pelottavien netissä koettujen asioiden luonne ei haastattelutilanteissa täysin selvinnyt. Omakohtaisten sattumusten sijaan lapset saattoivat puhua kavereipiirinsä kokemuksista, ja oli vaikea erottaa puhuivatko he tällöin omista kokemuksistaan kavereidensa välityksellä. Lasten tiedossa oli kuitenkin tapauksia, joissa keskustelufoorumilla oli ehdoteltu reaalielämässä tapaamista tavalla, joka oli lapsesta tuntunut oudolta tai epämiellyttävältä. Jotkut lapset ja nuoret olivat joko oma-aloitteisesti tai vanhempiensa rajoittamina tästä syystä päättäneet pysytellä pois kyseisistä palveluista kokonaan.

H: Ootko sä keskustelupalstalla käyny koskaan siellä koirat.comissa?

V: En. Mä en viitti mennä mihkään keskusteluihin.

H: Miksi?

V: Sen takii kun kaverit sanoo, että jotkut tyypit oli jotain kirjottanut, että tulis jobki ja sillee, ettei sillee vaan mee jobki sellaseen.

H: Ai oliko niille ehdoteltu jotain tapaamisia tai?

V: Joo.

H: Tiedätkö sä yhtään millä sivuilla näin oli?

V: En mä tiedä.

(Tyttö, 11-v, HA)

V: Mää käyn kattoon kavereiden kuvia IRC-Galleriassa, mä en itte saa laittaa sinne mutta mä käyn aina kavereiden kattoon.

H: Sää haluaisit laittaa?

V: Joo. Ei vanhemmat anna.

H: No mitä mieltä sää oot siitä, että se on kielletty?

V: No kyllähän se on silleen ymmärrettävää kun vanhemmat pelkää, että siellä on jotain sellasia, jotka niinku houkuttelee johonkin kuviin ja silleen.

(Tyttö, 14-v, HA)

Sosiaalisen median palvelujen yhteydessä on puhuttu myös yksityisyyden menettämisen riskistä ja maineen hallinnan mahdollisuuksista (Laycock 2006). Kuvia ja tekstejä verkkoon ladatessaan nuoret eivät välttämättä tule ajatelleeksi, että verkossa sisällöt voivat alkaa elää omaa elämäänsä ja tulla vastaan vuosien kuluttua yllättävissä tilanteissa esimerkiksi työtä hakiessa. Vaikka nuoret olivat saaneet vanhemmiltaan ja koulusta nettiin liittyvää valistusta, tämä tematiikka ei noussut juuri esille esimerkiksi kuvagallerioita käyttävien nuorten haastatteluisissa. Siinä, missä yhdysvaltalaisnuorista noin 39 prosenttia rajaa joskus nettiin lataamiensa kuvien käyttöoikeuksia (Lenhart ym. 2007), tähän tutkimukseen osallistuneista nuorista kukaan ei oma-alotteisesti kertonut rajanneensa profiiliensa käyttöoikeuksia. Muutama haastateltava pohti nettijulkaisemisen riskejä pitkäjänteisesti todeten, että kerran verkossa julkaistuja materiaaleja on vaikea poistaa.

H: Ootko sä julkaissut netissä näitä sun tekemiä animaatioita?

V: Mä en oo sillai kun jos laittaa animaation nettiin, niin sitä ei helposti saa sieltä pois. Se on sama kuvien kanssa. Mä en oo oikein uskaltanut laittaa mitään.

(Poika, 11-v, HA)

Useimmat tutkimukseen osallistuneet sosiaalisen median palveluita käyttävät lapset ja nuoret tuntuivat uskovan omaan kykyynsä hallita nettimaailmaa ja pystyvänsä pitämään sen tarvittaessa erillään verkon ulkopuolista todellisuudesta. Esimerkiksi keskustelufoorumilla tai profiileihin perustuvissa palveluissa saatettiin etsiä osin jännityksen vuoksi uusia ihmiskontakteja ja ottaa yhteyttä kiinnostavalta tuntuviin henkilöihin. Nuoret luottivat kuitenkin itseensä ja esimerkiksi kykyynsä tunnistaa oudot käyttäjät niin sanottujen normaalikäyttäjien joukosta.

H: Onks sun kaveripiirissä ollut, että joku olis joutunut (netissä) hämmentäviiin tilanteisiin?

V: No ei nyt oikeestaan. Yks mun kaveri tavallaan etsii semmosta, sillä tavalla huumorilla, että ei se sitä ... kyllä se osaa erottaa netin ja todellisuuden.

H: Mitä sä tarkoitat?

V: No hankala selittää tavallaan. Jos näkee jonkun kivan näkösen tyyppin, se saattaa mennä, että anna nimes ja jotain tämmöstä, mutta ei sen pidemmälle mitään. Ja ei kenenkään pelottavien tyyppien. Ihan normaalia. Flirttiä, sen tyyppistä vähän.

(Tyttö, 14-v, HA)

Kiusaamista oli useimmiten koettu online-pelimaailmoissa, joissa oli tapahtunut virtuaalivarkauksia: toiset käyttäjät olivat huiputtaneet lapselta peeliin kuuluvia tavaroita tai uhkailleet tätä antamaan niitä ilmaiseksi. Peleissä tapahtuvat virtuaalivarkaudet ovat päätyneet jo oikeuskäsittelyihin asti. Alankomaiden poliisi pidatti marraskuussa 2007 17-vuotiaan pojan Habbo-hotellissa tapahtuneista yli 4000 euron arvoisista virtuaalisista huone-

kaluvarkauksista³¹. Tähän tutkimukseen osallistuneet lapset eivät kuitenkaan olleet joutuneet mittavien varkauksien tai kiusaamisen kohteeksi, eivätkä tunneet ottavan tapahtuneita kovin vakavasti, vaikkeivät ne miellyttäviä tilanteita olleetkaan.

H: Sä oot laittanut tänne, että sulla on siitakin kokemusta, että jotkut netin käyttäjät on joskus kiusannut sua.

V: No sellaset kun mä oon pelannut shakkia ja sitten molemmilla on ollut sellaset vapaat siirrot ja vapaat ohjeet ja sitten ne on syönyt mun kuninkaan shakissa ja syönyt kaikki mun nappulat. Tehnyt kaikenlaisia väijytyksiä. Mutta sitten kerran mä voitin sillai, että mulle jäi vain yks nappula. Ja sekin oli vähällä ettei sitä syöty.

H: No millanen olo sulle on tullut, jos ne on yrittänyt sillai sua vähän huiputtaa?

V: Sellanen olo, että kyllä mä kostan.

H: Että sä näytät niille?

V: Niin. Ja sitten kun ne lähetti mulle viestejä, niin mä laitoin joka haukkumalauseen huumoriksi.

H: Se onkin joskus hyvä tapa saada sellainen loppumaan. Kestikö se viestien lähettäminen kauan?

V: Ei

H: Mitäs sä tolla oot tarkottanut, kun tässä on vaihtoehto, että olet törmännyt joskus netissä pelottaviin tai outoihin ihmisiin, niin olet laittanut, että on ehkä totta.

V: On se totta. Joskus olen. Sellasiin ihmisiin, että ne puhuu jotain outoja juttuja ja sitten houkuttelee antamaan vaikka jotain tavaraa, sellasta internet-tavaraa, ei mitään oikeeta tavaraa. Ja sitten olis muka sen jälkeen antanut mulle rahaa, sellasta internet-rahaa. Ja sitten kun mä oon kerran antanut niille jutun, jota oli tosi vaikeeta saada ja joka oli tosi arvokas, niin sitten ne ei antanutkaan rahaa.

H: Oliko tää jossain pelissä?

V: Oli

(Poika, 11-v, HA)

V: Kerran Habossa kävi silleen, että se pölläs multa. Se houkutteli ensin, että se voi vaihtaa tavaraa. Ja mä halusin vaihtaa sellasen tuolin sen kameraan ja sitten se ottikin sen tuolin itelleen, eikä antanut kameraa. Sitten se rupes kaikkee haukuun ja tollasta.

H: No mitäs sä teit?

V: Kerroin ylläpidolle ja ne anto sille porttikiellon.

H: Onko kaverit puhunut, että kiusataanko sie muuten ... onko muille sattunut mitään?

V: Ei muuta kun mun kaverille kerran sanottiin, semmonen tyyppi tuli eteen ja sano, että anna kamaa tai saat turpiin. Sekin kerto ylläpidolle siitä.

H: Ootko sä netissä törmännyt netissä mihinkään pelottaviin juttuihin tai ihmisiin?

V: En.

H: Entäs sun kaverit?

V: No-oo, ei.

(Poika, 11-v, HA)

31 <http://www.digitoday.fi/tietoturva/2007/11/15/>

6. Lasten kulttuurinen ja kaupallinen mediaympäristö

Julkinen ympäristö Euroopassa on muuttunut yhä kaupallisemmaksi, ja myös lasten ja nuorten kulttuurin kaupallistuneet muodot tulevat voimakkaasti koteihin (Koivusalo-Kuusivaara 2007). Kaupallisuutta on mahdollista välttää median kanssa toimiessa, sillä markkinaviestit välittyvät kohtiin niin televisiosta, postiluukuista kuin radion kautta. Mediasisällöt itsessään ovat kaupallisia täkyjä, joilla yleisöjä myydään mainostajille. Lisäksi lasten suosimiin mediasisältöihin linkitetään loputon määrä erilaisia oheistuotteita leluista kodintekstiileihin.

Mainokset ovat myös olennainen osa kaupunkien katukuvaa. Markkinat tarjoavat mainonnan ja uusien mediamuotojen avulla lapsille kuluttamista pääasiallisena toiminnan motivoijana. Lisäksi heille tarjotaan kulttuurisia tuotteita joiden varassa rakentaa ryhmän yhteenkuuluvuutta ja omaa persoonaansa. Tätä kulutuksen, tiedon ja median, viihteen ja mainonnan yhdistelmää voi kutsua kuluttajamediakulttuuriksi (Kenway & Bullen 2001).

Mediasisältöihin sisältyvän kaupallisuuden kysymys on oleellinen, sillä lapsia on alettu kohdella merkittävinä kodin kulutukseen vaikuttavina toimijoina (Koivusalo-Kuusivaara 2007; Buckingham 1999). Kulutusviestit on suunnattu yhä nuoremmille ikäryhmille, jotka valitsevat mitä tuotteita haluavat, ja vaikuttavat siten vanhempiensa ostopäätöksiin. Itsenäinen päätöksyky ilmeni tutkimuksessamme jo 5-vuotiailla haastateltavilla, joista osa koki tekevänsä ostopäätöksiä odottaen, että maksupuolen hoitivat vanhemmat. Usein lapset tietenkin toivoivat haluamiensa tuotteita joulu- tai syntymäpäivälahjoiksi.

H: Minkä takia just nää kirjat on sun mielestä kaikkein kivoimpia?

V: Kun mä tykkään näistä. Mä ostin tän tuolta Euromarketista.

H: Tän vai tän? Ai sää ite sait valita?

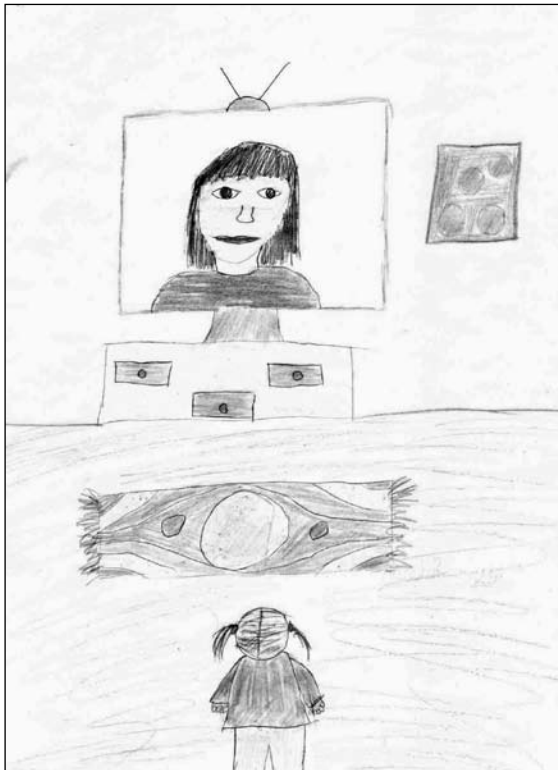
V: Ja ton palomieskirjan.

(Tyttö, 5-v, HA)

Tässä osiossa käsittelemme sitä, miten kaupallisuus eri muodoissaan on osa lasten mediaympäristöä. Luvun alussa käymme läpi eri ikäryhmien suosikkisisältöjä ja tarkastelemme samalla, miten lapset siirtyvät vähitellen vanhempien kontrolloimasta mediasisällöistä itsenäisiin ja omaa persoonaa kuvastaviin mediavalintoihin. Tämän jälkeen käsittelemme tuotemerkkejä, mediahahmoja ja mainoksia lasten ja nuorten mediamaailmassa. Luvun lopussa tarkastelemme vielä lasten toimijuuden mahdollisuuksia kaupallisessa mediaympäristössä. Näkökulmina ovat fanius ja kaupallisiin verkkoyhteisöihin osallistuminen.

6.1 Median käytön muutokset ikäryhmittäin

Tutkimuksessamme on mahdollista tarkastella eri ikäluokkien median käytön eroja ja yhtäläisyyksiä. Tässä osiossa on esitelty eri ikäryhmien suosikkisisältöjä, joiden perusteella voi muodostaa kuvan eri ikäryhmille tyypillisistä kiinnostuksen kohteista. Yhteinen piirre kaikissa ikäryhmissä oli viihhteellisen fiktion vankkumaton suosio. Televisiosarjat ja elokuvat pysyivät eri-ikäisten lasten suosikkeina, vaikka muitakin sisältöjä tuli mukaan vanhemmissa ikäryhmissä. Aiemmissa tutkimuksissa kotimainen huumori on ollut erityisesti varhaisnuorten suosiossa (Kytömäki 1999). Tässäkin tutkimuksessa kotimaiset lastenohjelmat olivat nuorimpien ikäryhmien seuraamia, ja vanhemmilla lapsilla jotkin kotimaiset viihdeohjelmat ja sarjat olivat ehdottomia suosikkeja. Voimakkaasti nousi kuitenkin esiin myös amerikkalaisen viihteen sekä viihdeformaattien suosio eri ikäryhmissä.



Kuva 9. "Media minun maailmassani", tyttö, 8-v.

6.1.1 5-vuotiaat: suojattua median käyttöä ja YLE:n lastenohjelmia

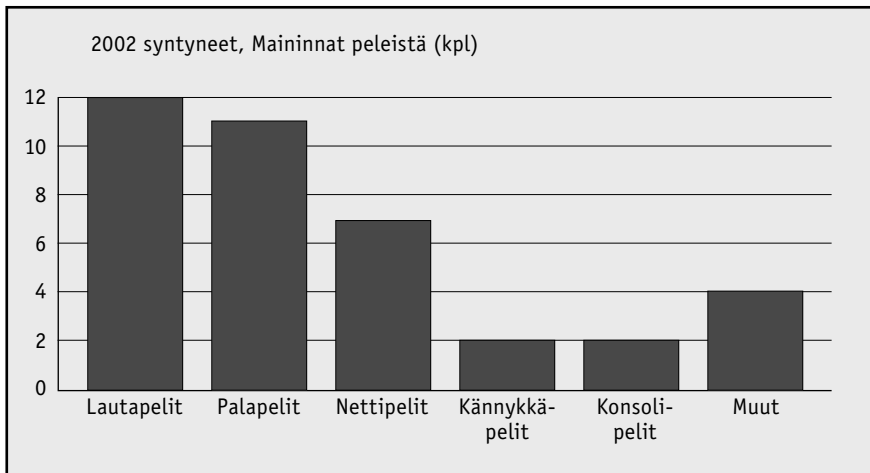
5-vuotiaiden lasten suosikkimedisäisällöt olivat yleensä selvästi lapsille profiloituja ohjelmia ja DVD-sisältöjä. Nuorimmat lapset mainitsivat taustatietolomakkeissa, mediapäiväkirjoissa ja haastatteluissa katsovansa arkiaamuisin lastenohjelmia Neloselta (101 Dalmatialaista, Kim Possible) tai Subtv:ltä (Animaaniset, Tomi Traktori). Iltapäivisin 5-vuotiaat seurasivat

TV2:lta kello viiden lastenohjelmia (mm. Postimies Pate) sekä Pikku Kakosta ja ruotsinkielistä lastenohjelmaa BUU-klubbenia. Mainitut ohjelmat olivat arkipäivien rytmittäjiä, joita lapset useimmiten seurasi joka päivä. Viikonloppuisin 5-vuotiaat seurasi joko TV2:n tai kaupallisten kanavien lastenohjelmia. Monet vanhemmat kertoivat saavansa samassa yhteydessä itse lukea lehteä rauhassa. Vanhemmat arvottivat YLE:n lastenohjelmat luotettaviksi ”lastenvahdeiksi”, joiden seuraan lapsen saattoi huolta jättää yksinkin.

Lapset näkivät myös televisio-sisältöjä, jotka eivät heitä välttämättä kiinnostaneet. Esimerkiksi aamuisin vanhemmat katselivat Aamu-tv:n uutisia, joista lapset tulivat samalla seuranneeksi esimerkiksi säätiedotuksia. 5-vuotiaat lapset seurasi aktiivisestikin joitakin aikuisten ohjelmia, kuten Idolsia, Salattuja elämiä ja luontodokumentteja. Myös animaatioarja Simpsonit oli joidenkin 5-vuotiaiden suosiossa, vaikka he eivät englanninkielistä puhetta tai tekstityksiä ymmärtäneetkään. Luontodokumenteissa erityisesti dinosaurukset, hyönteiset ja eläinten taistelut nousivat 5-vuotiaiden poikien suosikeiksi. Vanhemmat sanoivat, että perheissä katsotaan luontodokumentteja yhdessä ja he myös kannustivat lapsia katsomaan näitä ohjelmia. Nuorimpien lasten vanhemmat olivat kieltäneet 5-vuotiailta joitakin lastenohjelmia, koska ne ovat liian jännittäviä (Winx, Turtles, Prätkähiiret). Vanhemmat kielsivät tietenkin myös aikuisten ohjelmia, joita 5-vuotiaat olisivat halunneet seurata (Suurin pudottaja, Teho-osasto).

Suurimmalla osalla 5-vuotiaista oli kotona lasten DVD-levyjä (Muumit, Maisa, Postimies Pate, Teletapit, Disneyn piirretyt), joita he katsoivat television lastenohjelmien lisäksi. Suosittuja olivat myös animaatiot (Madagaskar, Ice Age, Lelut, Ariel). 5-vuotiaat myös pelasivat usein CD-ROM-pelejä (Muumipelit, Matikkapelit) tai internetistä löytyneitä lastenpelejä (Pikku Kakkosen, BUU-klubbenin, Magic Kinderin ja Tilt-tv:n sivut). 5-vuotiaiden suosiossa olivat myös palapelit ja lautapelit, joita pelattiin sisarusten ja vanhempien kanssa. Lisäksi kännykkäpelit olivat 5-vuotiaiden suosikkeja. Joissakin perheissä lapset pelasivat Nintendo- tai Playstation-pelejä.

Kuvio 6. 5-vuotiaiden (n= 13) pelaamat pelit.



Lasten pelaamia pelejä kysyttiin taustatietolomakkeessa. Lapset ovat voineet rastittaa useita sarakkeita.

5-vuotiaat kuuntelivat musiikkia usein muiden perheenjäsenten valintojen mukaan. Autossa matkalla päiväkotiin vanhemmat kuuntelivat ainakin Iskelmäradiota, Radio Novaa ja SuomiPOP:ia. Lisäksi 5-vuotiailla oli lempimusiikkina Lordi, Idols-tähtien musiikkia tai lastenlevyt, kuten Saukki ja Pikkuoravat tai Pizza-Enrico. Erityisesti Lordi oli Euroviisu-menestyksen jälkeen noussut monen 5-vuotiaan suosikiksi. 5-vuotiailla oli myös satukasetteja ja -levyjä, joita he kuuntelivat leikkien taustalla. 5-vuotiaat lukuivat tai katselivat usein sarjakuvia, joita heille oli tilattu kotiin. Suosituimmat sarjakuvat olivat Aku Ankka, Muumit, Winx Club ja Puuha-Pete. Toisinaan he myös kyselivät vanhemmilta sanomalehtien jutuista ja kuvituksesta sekä tuotepakkausten www-osoitteista. Kuva- ja satukirjat olivat kovassa suosiossa. Sadut olivat usein osa iltatoimia. Kirjastovierailujen lisäksi moni perhe kuului tai oli kuulunut kirjakerhoon, joka lähetti automaattisesti kirjoja kotiin.

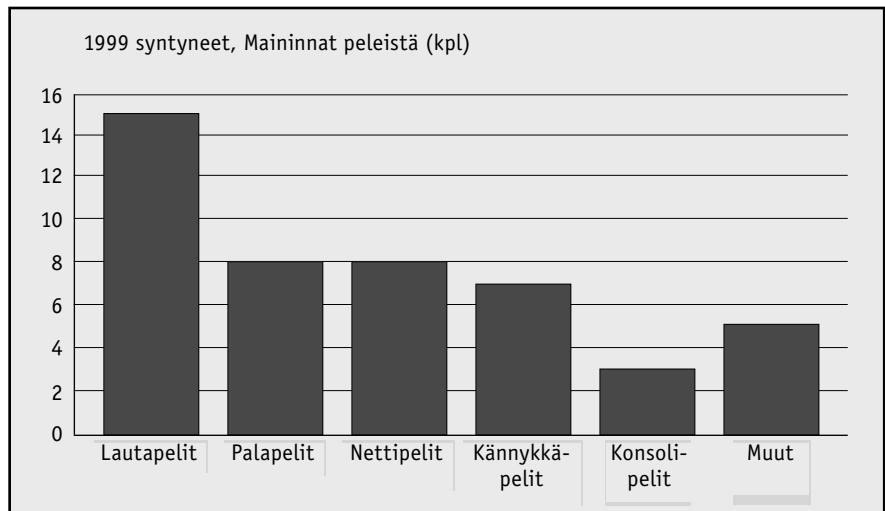
6.1.2 8-vuotiaat: Salkkareita ja koko perheen viihdettä

Ekaluokkalaiset olivat vielä vahvasti kiinnostuneita lastenohjelmista. Sekä tytöt että pojat seurasivat mainoskanavien aamun tarjontaa samaan tapaan kuin 5-vuotiaat, ja iltopäivisin 8-vuotiaat katselivat Pikku Kakkosta ja sitä edeltäviä lastenohjelmia. Pikku Kakkosen vuosikymmenestä toiseen jatkuva suosio selittyy sekä ohjelman kielellä että perheiden arkeen sopivalla lähetysajalla (Koivusalo-Kuusivaara 2007). 8-vuotiaat olivat jo osittain astuneet aikuisten ohjelmien pariin, sillä urheiluohjelmien lisäksi viihdeohjelmat Inno, Huuma, Tartu mikkiin, Simpsonit, Itsevaltiaat ja Uutisvuoto olivat

lasten suosikkeja. Draamasarjoista Hovimäki, Kotikatu ja Salatut elämät kiinnostivat myös 8-vuotiaita. Salatut elämät -saippuasarja oli 8-vuotiaista alkaen kaikkien ikäryhmien suosikki. 5-vuotiaat eivät vielä saaneet tai halunneet seurata kyseistä ohjelmaa ainakaan aktiivisesti, vaikka samassa huoneessa saattoivat katselun aikana oleillakin. Nuorille suunnatuista ohjelmista 8-vuotiaat seurasivat aktiivisesti Einsteiniä ja Idols-kilpailuja.

Eri sukupuolet seurasivat paljolti samoja lastenohjelmia, elokuvia ja viihdetä, mutta 8-vuotiaat osoittivat jo jonkinasteista yksilöllistäkin valintaa, johon vaikuttivat esimerkiksi harrastusintressit. Tytöt saattoivat seurata hevosohjelmia ja pojat urheilua. Winx-keijukaisohjelma oli erityisesti 8-vuotiaiden tyttöjen suosiossa, pojat puolestaan seurasivat Bionicle-seikkailuhahmoja DVD:ltä. Eri sukupuolten kiinnostusten erot näkyivät myös siinä, että poikia kiinnostivat selvästi enemmän vauhti ja vaaralliset tilanteet. Pojat pitivät esimerkiksi vauhdikkaista autopeleistä sekä television Prätikähiiristä ja Transformersista. Myös rauhallisemmat Nintendo-pelit kiinnostivat poikia (Super Mario). Tytöt viihtyivät netissä tehtäväsivuilla (YLE:n Operaatio Hurrikaani, Pikku Kakkosen tehtäväsivut, Tamagotchi-Town). Nettipelien lisäksi kännykkäpelit, palapelit ja erityisesti lautapelit olivat 8-vuotiaiden suosikkeja.

Kuvio 7. 8-vuotiaiden (n= 15) pelaamat pelit.



Lasten pelaamia pelejä kysyttiin taustatietolomakkeessa. Lapset ovat voineet rastittaa useita sarakkeita.

8-vuotiaita kiinnosti lapsille suunnattu musiikki, mutta painotus siirtyi kohti Idolsin, Gimmelin ja Nylon Beatin tähdittämää nuorisomusiikkia. Usein 8-vuotiaat mainitsivat kuuntelevansa radiota perheen autossa, jolloin musiikkisisältöjen valinta ei ollut heidän omassa käsissään.

Suosikkilehdet olivat edelleen pääosin lapsille suunnattuja, kärjessä vanha tuttu Aku Ankka, jonka kintereillä seurasivat Nalle Puh, Leppis, Barbi ja Winx. Luettuja kirjoja olivat sarjakuvakirjat, tytöillä hevoskirjat sekä kouluissa luetut kirjat. Joitakin lapsia kiinnostivat jo sanomalehtien ohjelmatiedot ja urheilusivut. 8-vuotiaat harrastivat aktiivisemmin kuin 5-vuotiaat, joten DVD-levyjen katselu tuntui jossain määrin vähenevän iän karttuesa. 8-vuotiaatkin katselivat toki DVD-levyjä, mutta he eivät tarvinneet siinä määrin mediaa ”lastenvahdiksi” kuin 5-vuotiaat.

6.1.3 11-vuotiaat: formaatit, tietokonepelit ja oma maku

Kotimaisten lastenohjelmien suosio alkoi hiipua 11-vuotiaiden ryhmässä, vaikka he vielä kertoivat seuraavansa näitä ohjelmia satunnaisesti tai nuorempien sisarusten kanssa. 11-vuotiaita alkoi selvästi kiinnostaa ohjelmaformatit ja muun ylikansallisen ohjelmatarjonta. Salatut elämät, Idols, American Idol, Tanssii tähtien kanssa, Suurin pudottaja, O.C., C.S.i sekä Voice-kanavalta katsellut musiikkivideot olivat tyttöjen mainitsemia suosikkisisältöjä. Pojat nostivat usein esiin kaupallisten lastenkanavien tarjonnan: Disney Channel, Cartoon Network, sekä Subtv Junior mainittiin suosikkikanavina. Lisäksi 11-vuotiaat pojat pitivät Salatuista elämästä, Simpsonista, Frendeistä, visailuohjelmista sekä urheilusta. 11-vuotiaiden suosikkisällöt olivat siis sekoitus kansainvälisiä ohjelmia sekä aikuisille ja nuorille suunnattua viihdettä.

Kaiken kaikkiaan 11-vuotiaat eivät ainakaan kertomansa mukaan seuranneet selvästi lapsille sopimatonta ohjelmatarjontaa, jossa olisi korostunut väkivalta tai jännitys. Suomessa alle 15-vuotiaille suunnattujen tv-sarjojen ja televisiossa esitettävien elokuvien esitysaika on klo 21 jälkeen, mikä osaltaan vähentää mahdollisuuksia katsoa ohjelmia. Suositusikärajoista myös huomautetaan ohjelmien yhteydessä. Osa 11-vuotiaista kuitenkin seurasi jo aikuisille tarkoitettuja elokuvia. James Bondin tyyppisiä K15-elokuvia tosin seurattiin tutkimukseen osallistuneissa perheissä usein vanhempien seurassa.

V: No se on, se joutuu johonkin, tai siis joku oli kaapattu ja se viedään johonkin ihme keskukseen ja toi lähtee sitä pelastamaan ja sit se joutuu itte sinne kans ja sitten se sieltä pääsee pois. Ei siinä oikein sitten muuta.

H: Oliko siinä mitään pelottavaa, mikäs siinä on se ikäraja?

V: Se on 15 kaikissa, mutta äitin kanssa (katsoin).

H: Niin just.

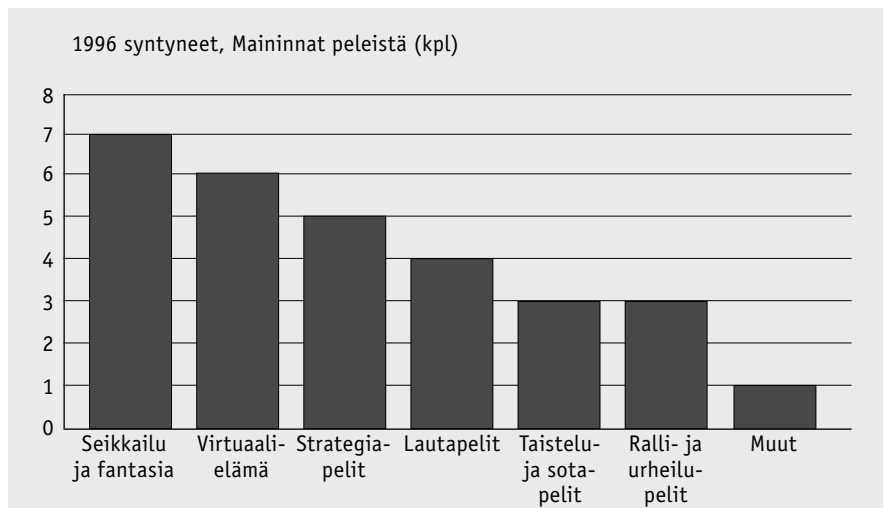
V: Emmä yksin kato. Ei siinä, ei ne oo sillain pelottavia, ne on vaan sillain, jotkut on pelottavia, vähän sillain. Tiedä sitten oikein. Ne mitä mää nyt oon kattonu ton ja sen uusimman Casino Royal, ei oo ollu hirveen pelottavia.

(Poika, 11-v, HA)

Aku Ankan lisäksi 11-vuotiaat lukivat nuorten lehtiä ja sarjakuvia sekä Tekniikan Maailman tapaisia erikoislehtiä. Sanomalehdistä he valikoivat itseään kiinnostavia juttuja, esimerkiksi eläimistä tai urheilusta kertovia uutisia. 11-vuotiaat saattoivat upottaautua useiksi tunneiksi kerrallaan mieluisan kirjan pariin, (Harry Potter, Astrid Lindgrenin kirjat, Narnia, Risto Räppääjä). Etenkin poikia kiinnostivat seikkailu- ja salapoliisikirjat.

11-vuotiaat pojat olivat innostuneita tietokonepelien pelaajia. Erityisesti keskiaikaan sijoittuvat strategiapelit kuten online-peli Runescape tai The Settlers Heritage of Kings ja Age of Empires olivat poikien suosiossa. Poikia kiinnostivat myös räiskintäpelit ja romurallipelit sekä rauhallisemmat konsolipelit. Osaa 11-vuotiaista pojista kiinnostivat virtuaalielämäpelit (Habbo Hotel, Sims). Tytöt pelasivat konsolipelejä, lautapelejä, Simsia sekä netin Miniclip ja Arcade -pelisivustoilta löytyviä yksinkertaisia pelejä.

Kuvio 8. 11-vuotiaiden (n = 14) pelaamat pelit.



Lapset listasivat käyttämiään pelityyppejä taustatietolomakkeeseen. Listattuja vaihtoehtoja oli kaikkiaan 11, joista saattoi rastittaa useita vaihtoehtoja. Pelityypit on koottu kuvioon isompien teemojen alle.

11-vuotiaat alkoivat jo liikkua itsenäisesti internetissä lähinnä omiin kiinnostuksen kohteisiinsa liittyvillä sivuilla. He hakivat pelikoodeja Runescapefoorumilta, fanittivat Duudsoneita tai Britney Spearsia näiden nettisivuilla tai lukivat eläimiin liittyviä tarinoita koirat.comista tai lemmikki.se-sivuilta. Lisäksi 11-vuotiaat kävivät YouTubessa katsomassa videopätkiä.

YouTubessa voi katsoa musavideoita, tv:n pätkiä ym. Se on hyvä, koska musavideoita on kiva katsoa ja Idolsien esiintymisiä on kiva katsoa montakin kertaa. Katselen videoita yleensä yksin.

(Tytö, 11-v, PÄ)

11-vuotiaiden musiikin kuuntelu oli jo itsenäistä ja oma maku alkoi heijastua bändivalinnoissa. Tutkimukseen osallistui Eminemiä, 50 Centiä tai Black Eyed Peasia fanittavia räp-poikia ja Antti Tuiskusta tai Tic Tacista pitäviä pop-tyttöjä.

6.1.4 14-vuotiaat: itsenäistä nettielämää ja aikuisten sisältöjä

Lasten ja nuorten mediakäytölle on tyypillistä, että he haluavat katsoa itseään vanhemmille suunnattuja elokuvia ja tv-sarjoja. Vanhemmille lapsille tai aikuisille suunnatut jännittävät tai kielletyt sisällöt voivat olla selkeitä *must*-sisältöjä, joiden katselu voi olla kaveripiirissä sosiaalisesti palkitsevaa (Herkman 2001). Vanhemmat eivät välttämättä ymmärrä, että lapselle voi olla sosiaalisesti tärkeää katsoa jännittäviä ohjelmia. Lasten ja aikuisten ohjelmien arvohierarkiat poikkeavat tässä suhteessa usein huomattavasti toisistaan (Suoninen 2004, 100).

Yläkouluikäisten 14-vuotiaiden media-arjessa jännitys ja selkeästi aikuisille suunnatut ohjelmat olivatkin suosittuja. Salattujen elämien lisäksi tytöt seurasivat amerikkalaisia jännityssarjoja, kuten *Lostia* tai *Supernatural*-sarjaa sekä amerikkalaista viihteellistä draamaa kuten *O.C.* ja *Täydelliset naiset*. Suomalaisista sarjoista *Salatut elämät* sekä *Äijät* mainittiin myös suosikkeina. Amerikkalaisessa viihteessä ihmissuhdekuviot ovat keskeinen osa sarjojen sisältöä, ja myös edellä mainitut jännityssarjat ovat yhdistelmä ihmissuhde- ja toimintagenrejä (ks. Herkman 2001). *Simpsonien* suosio eri ikäryhmissä selittyy sarjan monipuolisella viihteellisellä tarjonnalla. 5-vuotiaisiin vetoavat hauskat piirroshahmot, kun taas 14-vuotiaat ymmärtävät jo sarjan sarkastista huumoria. Jotkut 14-vuotiaat kommentoivatkin *Simpson*neita ”nerokkaaksi” viihteeksi. Musiikkisällöistä tyttöjen suosiossa olivat keväällä 2007 ajankohtaiset Euroviisut, *Idols* ja *Voicen* musiikkivideot.

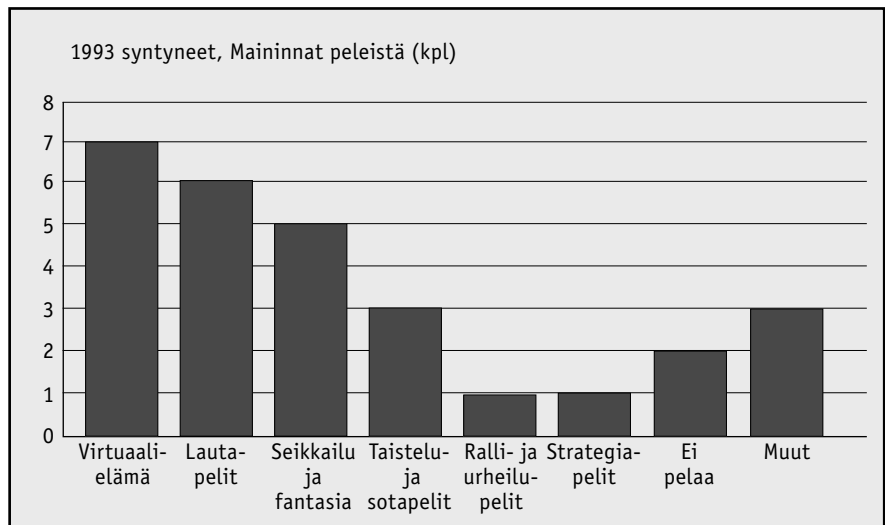
Myös pojat seurasivat amerikkalaista jännitystä (Pentagon, 24, C.S.I.). Sen lisäksi katsotuimpia ohjelmia olivat kilpailuohjelmat, kuten *Selviytyjät* tai *Amazing Race* sekä harrastuksiin liittyvät ohjelmat (*Navigare*, Puskuri). Eräät haastatelluista kertoivat lisäksi seuraavansa luonto- ja muita dokumentteja. 14-vuotiaat saattoivat katsella myös lastenohjelmia nuorempien sisarusten seurana.

Monet 14-vuotiaat seurasivat jo säännöllisesti sanomalehteä ennen kouluun lähtöään. Myös lehtien liitteet kiinnostivat (*Aamulehden Valo*, *Ilona*). 14-vuotiaat lukivat myös musiikkilehtiä (*Soundi*, *Suosikki*), erikois- ja aikakauslehtiä (*Pelaaja*, *Vauhdin Maailma*, *Tieteen Kuvalehti*, *Vogue*) ja sarjakuvia (*Aku Ankka*, *Villivarsa*). Tytöt lukivat nuorille suunnattuja lehtiä (*Demi*, *W.I.T.C.H.* ja *C.C.*). 14-vuotiaiden harrastuksena oli myös kirjo-

jen lukeminen. Osa luki innokkaasti fantasiakirjoja ja dekkareita, kun toiset pitäytyivät koulun äidinkiellentunneilla yhteisesti luetuissa kirjoissa. Jotkut lukivat jo samaa kirjallisuutta vanhempiensa kanssa ja jakoivat kirjakoemuksiaan äidin tai isän kanssa. Kirjojen suosiota nuorten parissa on ilmeisesti pyritty kasvattamaan tuottamalla televisiosarjoihin tai nettimaailmaan liittyviä kirjoja. Lizzie McGuire ja Sweet Walley High -televisiosarjat olivatkin myös kirjamuodossaan tyttöjen suosikkeja. Samoin heidän kirjahyllystään saattoi löytyä jo otsikoinniltaan (Sara@crazymail.com) nettiympäristöön yhdistettäviä kirjoja, jotka kertoivat esimerkiksi blogia pitävän tytön seikkailuista.

14-vuotiaat pelasivat yhä tietokonepelejä, mutta vähemmän kuin 11-vuotiaat. He olivat rastittaneet taustatietolomakkeesta vähemmän pelivaihtoehtoja ja pieni osa haastateltavista jopa ilmoitti, että ei pelaa lainkaan. Jostain syystä tietokonepelien pelaaminen ei 14-vuotiaiden parissa ollut niin sukupuolijakautunutta kuin 11-vuotiaiden: sekä tytöt että pojat pelasivat paljolti samoja pelejä (Harry Potter, Max Payne, Playstation-pelit). Tyttöjä kiinnostivat erityisesti virtuaalielämäpelit (Sims, Tallini.fi) Osaa pojista kiinnostivat ajattelua vaativat perinteiset lautapelit, kuten shakki tai backgammon. Monet 14-vuotiaat pelasivat myös kännykkäpelejä koulussa välituntisin tai kun muuta tekemistä ei ollut. Internetin pelisivustoilta löytyvät yksinkertaiset pelit olivat myös koulupäivien viihdykettä (Fruit Smash).

Kuvio 9. 14-vuotiaiden (n= 14) pelaamat pelit.



Lapset listasivat käyttämiään pelityyppensä taustatietolomakkeeseen. Listattuja vaihtoehtoja oli kaikkiaan 11, joista saattoi rastittaa useita vaihtoehtoja. Pelityypit on koottu kuvioon isompien teemojen alle.

Osasyyn pelaamisen vähenemiseen oli kiinnostus internetin sosiaalisen verkoston paikkoihin ja muutenkin laajempi netin käyttö. 14-vuotiaat liikkui-

vat suvereenisti internetissä keskustelupalstoilla, suosikkiohjelmien sivuilla sekä musiikkisivustoilla. He myös etsivät tietoa kouluesitelmiinsä netistä. Internetissä korostui sosiaalisuus, sillä monet kävivät aktiivisesti foorumeilla kirjoittelemassa tai lataamassa ja katselemassa kuvia. Netissä käytiin pitkin päivää muiden puuhien lomassa.

Heräsin 11.00 kun äiti herätteli. Lehteä luin ja tv:tä katsoin aamulla. Olin sitten parisen tuntia koneella. Olin tieteysti Mikseri.netissä. Katsoin myös sähköpostini. Sitten lähdin ulos. Otin pari videota kännykällä skeittaavasta kaveristani. Olin ulkona 1,5 tuntia ja tulin sisälle. Sisällä höpisin porukoiden kanssa jotain ja menin tietokoneelle. Silloin tein uuden Las.fm profiilin, se on musiikki-yhteisö, kuten Mikserikin.

(Poika, 14-v, PÄ)

14-vuotiaat ilmensivät musiikkivalinnoillaan omaa persoonaansa ja musiikkia käytettiin myös erottautumisen välineenä. Suosikkimusiikin joukkoon eivät enää mahtuneet Idols-tähdet, vaikka musiikkimaku suosikin kaupallisesti menestyneitä yhtyeitä ja esiintyjä. Nuorilla oli useita kymmeniä cd-levyjä, joiden lisäksi he kuuntelivat musiikkia internetin musiikkisivustoilla sekä kännyköillä. Etenkin koulumatkoilla ja välitunneilla 14-vuotiaat kuuntelivat musiikkia kannettavilla musiikkilaitteilla (iPod, MP3).

Tässä luvussa keskityimme lasten ja nuorten suosimiin mediasisältöihin valottaen mediamaun ja käyttötapojen muutoksia ikäryhmittäin. Tiivistetysti voi sanoa, että kaupallinen mediakulttuuri oli vahvasti esillä kaikkien ikäryhmien mediasuosikeissa. Ohjelmaformatit ja brändit purevat, ja ovat vahvasti läsnä lasten ja nuorten elämässä mediasisältöjen välityksellä. Kaupallinen kulttuuri vetoaa lapsiin, koska se ottaa heidän leikkinsä ja nautintonsa tosissaan. Samalla se kuitenkin myös määrittelee leikejä ja nautintoa (Kenway & Bullen 2001).

Verrattaessa lasten ja nuorten mediasuosikkeja lähes kymmenen vuoden takaisin suosikkeihin, näyttää siltä, että varsinkin Salatut elämät ja ulkomaiset televisiosarjat ovat pitäneet pintansa vuodesta toiseen. Vuonna 1999 Salatut elämät oli erityisesti 13–15-vuotiaiden tyttöjen suosikkina, seuraavina suosiossa olivat ulkomaiset sarjat (Luukka ym. 2001, 56). Samanikäisillä pojilla Salatut elämät sijoituivat suosikkilistalla toiseksi ja vain animaatisarja South Park ohitti sen. Simpsonit löytyivät vuonna 1999 vain poikien suosikkilistalta (emt.). Uusina suosittuina televisioformaateina nuorten listalle ovat tulleet erilaiset tosi-tv- ja kilpailusarjat. On varsin mielenkiintoista, että toisaalta joidenkin ohjelmien suosio pysyy varsin korkeana vuodesta toiseen mutta toisaalta taas uudet formaatit nousevat kärkeen. Tutkimusajankohtamme jälkeen Suomessa tapahtui digitelevision vallankumous. Jatkoa ajatellen on mielenkiintoista nähdä tuoko tämä jotain uutta tullessaan.

Myös lapsille suunnattujen tv-kanavien (esim. Disney Channel) suosio näyt-

tää olevan nousussa. Pikku Kakkonen on ensi kertaa saanut haastajan vaikka sen asema ei vielä uhattuna olekaan. Toisaalta YLE on vastannut kaupallisten kavavien kilpailuun lisäämällä aamun lastenohjelmien tarjontaa.

Suurimmassa muutoksessa on ollut internetin palvelujen käyttö. Vielä vuonna 1999 vajaa 60 prosenttia 13–15-vuotiaista suomalaisnuorista sanoi käyttävänsä internetiä usein. Päivittäin internettiä käytti vain yksi kymmenesosa 13–19-vuotiaista nuoresta. 13–15-vuotiaat selailivat sivustoja, pelasivat, imuroivat tiedostoja ja chattailivat. Kymmenisen prosenttia nuorista osallistui usein keskusteluryhmiin. (Lukka ym. 2001.) Nyt internet on nuorten arkipäivää ja sen sisällöt ovat muuttuneet valtavasti.

6.2 Mediasisältöihin liittyvä jännitys ja pelko

Sekä tytöt että pojat odottavat fiktiivisiltä tarinoita ja mediasisällöiltä usein jännitystä (Kytömäki 1999). Tähänkin tutkimukseen osallistuneet lapset ja nuoret valitsivat mediasisältöjään usein positiivisen jännityksen kriteerein. Jo 5-vuotiaat arvostivat mediasisällöissä jännitystä, kunhan sisällöt eivät olleet liian pelottavia. Yleensä 5- ja 8-vuotiaat kuvasivat tällaisia mieluisia sisältöjä ”jänniksi ja hauskoiksi”. Koska vanhemmat usein pyrkivät rajaamaan liian jännittävät sisällöt pois lasten ulottuvilta, ”kiva”-kommentilla lapset pyrkivät osoittamaan, ettei sisältöä ole syytä kieltää.

H: Mitäs ne tekee siellä ohjelmassa sitten?

V: No, ne lentää näillä siivillä.

H: No niin tietenkä. Onks siellä sitten jotain pahiksiakin.

V: No, joo vähän.

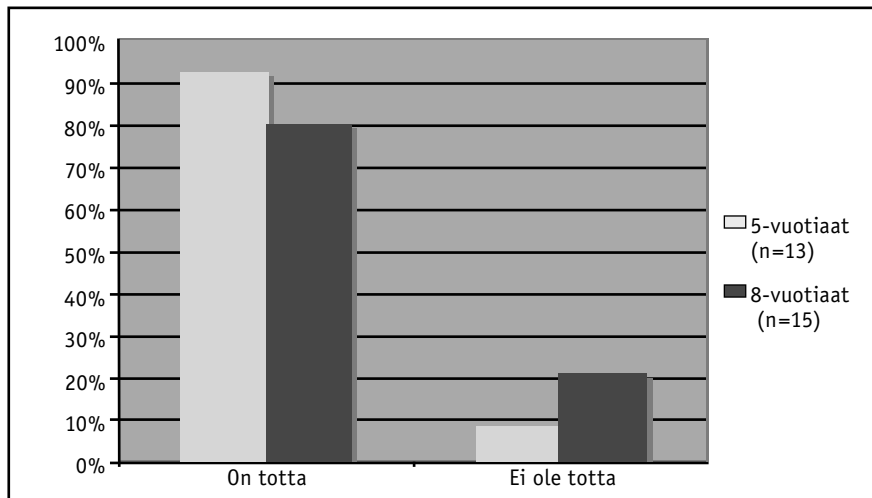
H: Onks se jännä ohjelma?

V: Joo, mutta silti kiva.

(Tyttö, 5-v, HA)

Positiivisen jännityksen tunteista huolimatta sekä 5- että 8-vuotiaat kokivat televisio-ohjelmat usein myös pelottaviksi (kuvio 10).

Kuvio 10. Televisio-ohjelmat pelottavat minua (5- ja 8-vuotiaat).



Vaikka vanhemmat usein suosivat lauantain alkuillan luontodokumentteja koko perheen katselukokemuksina, 5-vuotiaista eläinten taistelu- tai metsästyskohtaukset saattoivat olla pelottavia. Myös fiktiiviset taistelukohtaukset hyvän ja pahan välillä olivat jännittäviä ja toisinaan pelottavia. Lastenohjelmissa hyvän ja pahan kuvaukset ovat yleensä stereotyyppisiä ja helposti tunnistettavia. Lapset erottivatkin jo 5-vuotiaana helposti hyvää ja paha edustavat hahmot.

H: Ootko nähnyt telkkarista sellasia asioita, mitä olis sua pelottanut?

V: En oo. Kerran mua vähän jännitti siinä Hopeanuoleessa. Sillä oli tossa punasta tukkaa. Se tappo yhdellä tassulla ja yhdellä iskulla niin se toinen yks karhu olis voinu tappa sen. Arvaa kuinka monta harpuunaa sillä oli selässä?

H: Neljä

V: Kolme.

H: Aika lähelle arvasin. Sillä olikin vahvat aseet mukanaan.

V: Se hyökkäs laivaan.

H: Oliko se ilkeä tyyppi?

V: Oli!

(Poika, 5-v, HA)

H: Ooksää käyny elokuvissa aikasemmin? Mitä sää oot käyny kattoon?

V: Bambin.

H: Aijaa. Millanen se oli?

V: Mua vähän pelotti se.

H: Mikä kohta?

V: Koirat yritti sen syödä.

H: Mitä sää teit silloin?

V: Emmä tiedä. Isä huusi, että Bambi!

H: Siinä kävi ihan hyvin sitten lopuks.

V: Sillä ei ollu isää eikä äitiä.

(Tyttö, 5-v, HA)

Kohdatessaan pelottavia mediasisältöjä 5-vuotiaat reagoivat minimoimalla mahdollisuuksien mukaan pelottavat tekijät. He saattoivat esimerkiksi kelata satukasetin pelottavan kohdan ohi, piiloutua tyynyn taakse tai sulkea radion. Lapsilla onkin käytössään useita *coping* -keinoja, eli psykologisia puolustuskeinoja, joilla he suojautuvat haitallisilta ohjelmasisällöiltä. Pienten lasten keinot ovat ei-kognitiivisia: he sulkevat silmät tai hakeutuvat aikuisten seuraan (ks. Salokoski & Mustonen 2007 24).

8- ja 11-vuotiailla myönteinen jännitys saattoi vaihtua epämiellyttäväksi pelontunteeksi, jos esimerkiksi heidän suosikkihahmonsa televisiosarjasta kuoli:

H: Ooksää nähny mediassa mitään semmosta pelottavaa?

V: Ai niinkun vaikka Salkkareissa?

H: Niin.

V: No, oli silloin kun oli yks semmonen kuka aina joi paljon kaljaa semmonen Riku Salkkareissa, niin se ajo ulos.

H: Aijaa, näiksää sen jakson?

V: Joo.

H: Mitä sää sitten aattelit? Tai mitä sää teit silloin?

V: Kattelin vaan.

H: Olik siinä muitakin kattelemassa sun kanssa?

V: No oli, koko perhe kattoo aina yhdessä Salkkarit.

H: No, mitäs ne, mitä vanhemmat sano?

V: Ei mitään. Mä saan kattoo niitä, koska mä tiiän ettei se oo totta.

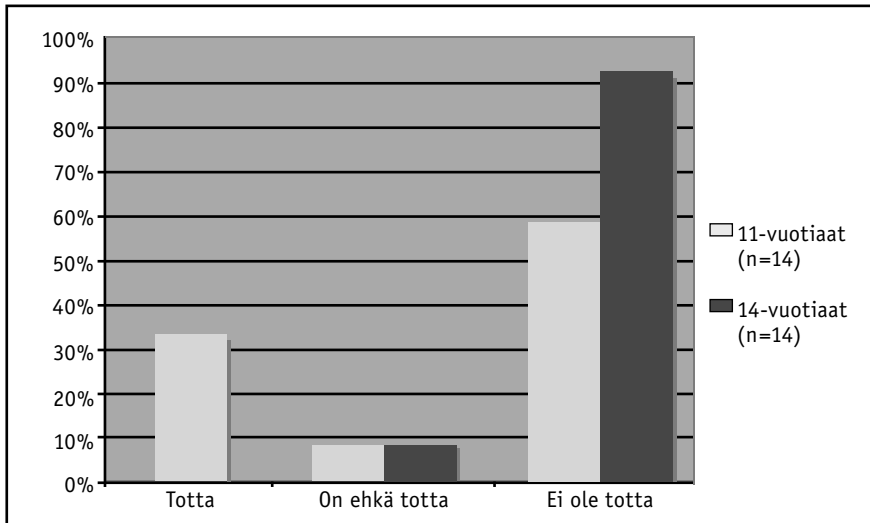
(Tyttö, 8-v, HA)

Kyseinen lapsi tiesi, että Salkkarit on fiktiivinen tarina. Toden ja fiktion rajan ymmärtäminen oli nimenomaan perusteluna sille, miksi lapsi sai katsoa jännittäviä kohtauksia televisio-ohjelmasta. Siitä huolimatta eläytyminen tapahtumiin aiheutti ikävän pelontunteen. Lapsi lievensi pelkoaan muistutamalla itseään faktan ja fiktion erosta. Vanhemmat lapset voivatkin käyttää pelon tunteen lieventämiseen myös kognitiivisia keinoja ja esimerkiksi muistuttaa itseään, ettei nähty ole totta (emt.).

11- ja 14-vuotiaiden kokemuksissa mediasisällöt eivät enää näyttäytyneet niin pelottavina (kuvio 11).³²

32 Kysymyksen muotoon oli lisätty myös vaihtoehto ”On ehkä totta”, sillä pelon myöntäminen ei välttämättä ole itsestäänselvää 11- ja 14-vuotiaille.

Kuvio 11. Televisio-ohjelmat pelottavat minua joskus (11- ja 14-vuotiaat).



Suurin osa 11-vuotiaista ei kokenut televisio-ohjelmia pelottaviksi, ja 14-vuotiaista kukaan ei ollut täysin samaa mieltä sisältöjen pelottavuudesta. Tämä voi johtua siitä, että useimmat lapset oppivat hallitsemaan pelkoja tuottavan eläytymisen, ja toisaalta etääntymään fiktiivisten sisältöjen tuottamista pe-loista 10–13 vuoden iässä (Kytömäki 1999). Lisäksi kysymyksenasettelun mielekkyyttä voi pohtia, sillä teini-ikäiset hakevat nimenomaan positiivista jännitystä mediasisältöjen parista, ja pelkojen tunnustaminen voisi aiheuttaa tiettyjen ohjelmien kieltämisen.

Haastattelutilanteessa murrosikää lähestyvät lapset eivät välttämättä halua myöntää jonkin sisällön pelottavan. Sen sijaan he saattoivat muistella ”lapsuudessaan” näkemiään pelottavia tilanteita, nyt jo Muumien Mörölle naureskellen:

H: Tuleeks sulle mieleen joku semmonen mediaohjelma joku mikä olis pelottanu, jääny mieleen sillain?

V: No, oli yhen ohjelman lopussa semmonen, kun oli pienenä niin siinä oli semmonen nauru, joka oli aika pelottava silleen.

H: Onks nykyään vielä?

V: Ei, ja just sitten pienenä oli Muumeissa Mörkö.

H: Mites sitten, mitä siitä seuras?

V: Mä näin painajaisia silleen ja olin peloissani.

(Poika, 11-v, HA)

Sekä 11- että 14-vuotiaat olivat katselleet lapsilta kiellettyjä sisältöjä. 11-vuotiaat olivat kuitenkin katselleet alle 15-vuotiailta kiellettyjä elokuvia yleensä vanhempien kanssa, jotta katselutilanteesta ei tullut liian pelottavaa. Eri-tyisesti 14-vuotiaiden tyttöjen suosikkeihin kuuluivat kauhukirjat, kauhu-elokuvat tai yliluonnollisista asioista kertovat sarjat. Näitä tytöt katselivat

usein yhdessä kavereidensa kanssa ja pelottavia kohtauksia katsottaessa kiljuttiin yhdessä. Jotkut kertoivat, että sisältöjen pariin houkutteli juuri ikärajan ylittäminen ja kielletylle maaperälle astuminen. Eräs 14-vuotias tyttö sanoi taistelukohtausten kiehtovan niiden visuaalisuuden vuoksi. Myös 14-vuotiaita poikia kiinnostivat rikos- ja jännitysarjat, mutta he eivät ilmaisseet kiinnostustaan kauhuun yhtä selvästi kuin tytöt. Kauhuelokuvat eivät tyttöjen mukaan seuraa heidän uniinsa, eikä niitä ilmeisesti pidetä aidosti pelottavina.

H: Minkätyyppisistä kirjoista sä tykkäät?

V: No jostain sci-fi ja kauhukirjoista.

H: Ai-jaa, ei sun tuu niistä painajaisia?

V: Ei, pienenä mä kyllä näin ihan sairaasti painajaisia. Ne tuli vaan ihan sillee, mä näin painajaisia lepakoistakin, vaikka mä en oikein tiennyt miks mä pelkäsin niitä.

H: Mikä noissa kauhukirjoissa oikein viehättää?

V: Se on jännittävää ja niitä on kiva lukee.

H: Jääkö niihin koukkuun?

V: Joo, välillä.

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Sä et oo muuten ensimmäinen lainkaan, joka kattoo tommosia kauhujuttuja. Mistä sä luulet että se johtuu?

V: En mä tiedä. Ehkä se on kun ne on kaikki aina kiellettyjä, K15, niin se on kauheen mielenkiintosta sitten. Sitten kun meidän ikäsille ei oo tehty mitään kauhujuttuja, niin toi ei nyt mun mielestä, siinä ei oo mitään ikärajaa. Niin tota on kauheen kiva kattoo.

H: Ei sitten tuu painajaisia koskaan?

V: Ei kauheesti.

(Tyttö, 14-v, HA)

Tosielämän raakoja tapahtumia ja katastrofiuutisia pidettiin pelottavampina kuin jännitysfiktiota. Lapset ja nuoret saattoivat seurata kauhuelokuvia ja pitivät niiden tuomaa jännitystä positiivisena, kun taas ympäristökatastrofit huolestuttivat oman voimattomuuden tunteen vuoksi. Pelottavat asiat saattoivat liittyä myös median ulkopuoliseen maailmaan. Etenkin kaupunkilaislasten elinpiirissä joko lapsi itse tai joku hänen kaveripiiristään oli törmännyt hiippareihin tai outoihin aikuisiin.

H: Pelottaako sua koskaan tv-ohjelmat?

V: No mä rakastan kauhuelokuvia. Että kyl ne välillä pelottaa.

H: Osaatko sanoa miks sä rakastat kauhuelokuvia?

V: En mä tiedä. Mulla on yks kaveri, jonka kanssa me aina katotaan niitä yhdessä ja kiljutaan...

H: Mitäs jos ajattelet niitä kauhuelokuvia tai suurkatastrofijuttuja, niin kummat sua jännittää tai pelottaa enemmän?

V: No tietysti ne katastrofit, kaikki kasvihuoneilmiöt, että pitäiskö asialle tehdä jotain.

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Mitäs jos sä muuten ajattelet maailmaa ja asioita, joita uutisista vaikka kuulee, niin pelottaako sua semmoset asiat koskaan?

V: No siis kyllä tavallaan. Kyllä mä pelkään kaikkee sotaa ja tällasia asioita. Ja sillai, lintuinfluenssaa pelkäsin silloin, mutta kyllähän Suomessa on tietenkäin niin hyvä terveydenhuolto, että ei se varmaan mitenkään vaikuta ja ei se nyt välttämättä enää edes tuu. Ja sillai, mutta kyllä mä pelkään ihan realistisia asioita.

(Tyttö, 14-v, HA)

Kaiken kaikkiaan eri ikäiset lapset siis hakeutuivat vapaaehtoisesti jännittäviksi kokemiensa mediasisältöjen pariin. He myös säätelivät jonkin verran itse sitä millaisia sisältöjä seurasivat, jotta katsomistilanne ei olisi muodostunut liian jännittäväksi.

5-vuotiaiden mediakäyttöä valvovat paljolti vanhemmat. Päiviä rytmittävät television lastenohjelmien katselun rutiinit, ja DVD-tallenteita käytetään perheissä lastenvahteina. Tietokonetta lapset käyttävät yleensä vanhempien avustamana. Lastenohjelmat saattavat jännittää tai pelottaa 5-vuotiaita. Taistelut kiehtovat erityisesti 5-vuotiaita poikia ja sukupuolten erot näkyvät jo median käytössä.

8-vuotiaat viihtyvät vielä lastenohjelmien parissa, mutta myös koko perheen viihdeohjelmat kiinnostavat. Kiinnostus brändättyyn nuorisomusiikkiin herää. Jännitystä haetaan turvallisessa median käytössä.

11-vuotiaat tutustuvat vanhempien valvonnan ulkopuoliseen media-maailmaan. Sosiaalisen median sisällöt ja internet kiinnostavat. Lapset ottavat ensiaskeleitaan mediasisältöjen tuottajina. Aikuisten viihdeohjelmat kiinnostavat, mutta lapsilta kiellettyjä ohjelmia seurataan vielä aikuisten seurassa. Jännitystä haetaan kirjoista, peleistä ja elokuvista.

14-vuotiaat elävät melko itsenäistä mediaelämää omissa huoneissaan ja internetin keskustelufoorumeilla. He ovat jo täysiverisiä sisältöjen tuottajia. Suosikkiohjelmien kärjessä ovat amerikkalaiset jännitys- ja rikossarjat, ja kiinnostus koko perheen viihdeformaatteja kohtaan laskee. Fiktiiviset sisällöt eivät niinkään pelota, enemmän huolettavat tositapahtumat. 14-vuotiaat tytöt hakeutuvat kauhun ja jännityksen pariin.

6.3 Mainosten kiehtova ja ärsyttävä läsnäolo

Kulutusviestit ovat yhä enemmän mediasisällöistä erottumattomia, ja mediasisällöt vahvistavat erilaisten oheistuotteiden markkinointia (Koivusalo-Kuusivaara 2007, 34). Tässä luvussa nostamme esiin sellaiset kulutusviestit, jotka lapset itse tunnistivat mainonnaksi. Mainokset ovat läsnä jo pienten lasten mediaympäristössä. Usein mainosten olemassaolo oli niin luonnollinen osa mediaympäristöä, ettei niitä edes havaittu saati muistettu.

Lasten kuitenkin ajatellaan erottavan televisiomainokset muista ohjelma-muodoista jo ennen kuin he täyttävät viisi vuotta. Ymmärrys mainosten tarkoituksesta puolestaan ymmärretään kouluiässä. Ennen tätä lapset pitivät mainoksia viihteenä ja puolueettomana tietona, ja esimerkiksi ajattelevat mainosten kertovan siitä mitä voi ostaa. (Roeder John 2002.) Tutkimuksessamme nuorimmissa ikäryhmissä mainokset nousivat esiin kahdella tavalla. Ensinnäkin 5-vuotiaat oppivat radion ja television mainoslaulut ja mainoslauseet ulkoa. Moni päiväkotikiikainen lauleskeli haastattelutilanteissa pätkiä radio- tai televisiomainosten tunnuslauluista. Tuttujen ja suosittujen hahmojen lisäksi mainonnassa käytetäänkin voimakkaina vaikutuskeinoina juuri lauluja tai lausahduksia, joita opitaan yhdistämään tuotteisiin (Salokoski & Mustonen 2007, 40).

H: Muistatko muuten ootko nähnyt telkusta koskaan mainoksia?

V: Oon, ainakin Autotalo Laakkosen mainoksen. [Laulaa] ”Hatanpäällä autot vaihtaa Autotalo Laakkonen”.

(Tyttö, 5-v, HA)

Lelu- ja mainoskuvastot olivat nuorimpien lasten suosikkilukemistoa. Yhtäältä mainoksissa kiehtoo varmasti niiden visuaalisuus, sillä 5-vuotiaat eivät yleensä vielä osaa lukea sujuvasti. Tätä näkemystä puoltaisi se, että lelu-kuvastot eivät enää kiinnostaneet lukuraitoisia 8-vuotiaita yhtä paljon kuin 5-vuotiaita. Lisäksi mainokset tarjosivat lapsille tietoa leluista. Lelukuvas-toista lapset pääsivät itse valitsemaan seuraavan joului- tai syntymäpäivälah-jansa ja kirjaamaan ne halutessaan lelu kuvaston lahjatoivelistoille.

T huomasi uuden lelulehden postin seasta ja nyt hän odottaa kovasti Toys”R”Us -lelu kaupan (Ideaparkin ison lelukaupan) mainosta. [...] Leluleh-ti on hänestä todella kiinnostavaa postia. Ja kuten aina hän tunnisti kohdan missä oli nettiosoite ja se piti hänelle lukea ääneen. [...] Illalla hän kävi le-lulehden kotisivuilla, mutta ei viihtynyt kauaa vaan vaihtoi Pikku Kakkosen tehtävä sivuille.

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Lapset arvostivat yleensä huumoripitoista mainontaa. 8- ja 11-vuotiaat haas-tateltavat mainitsivat esimerkiksi appelsiini-mainoksen, jossa mummo las-kettelee helmat viuhuen alas mäkeä tai mainoksen, jossa poika sivelee naar-muuntuneen auton kylkeen desinfioidua voidetta. Erityisesti 14-vuotiaat



Kuva 10. Kuvia mediaympäristöstä: Tampere, Hämeenkatu, 4.4. 2007

122

tytöt kertoivat visuaalisesti näyttävien mainosten herättävän heidän huomionsa ja he myös kritisoivat mainoksia pohtien niiden ulkoista toteutusta. Yleensä 14-vuotiaat tiesivät mainosten oletetusta vaikutussuhteesta katsojaan, mutta osa heistä uskoi vankasti siihen, ettei hän itse ole altis mainosten manipuloinnille tai vaikutuspyrkimyksille. Toisaalta jotkut lapset kertoivat avoimesti mainosten herättämistä mieliteoista. Markkinointiviestinnän ja mainonnan stereotyyppioita tai alitajuista vaikuttamista eivät osanneet kritisoida vielä 14-vuotiaatkaan.

V: Tietysti mainokset, kyllä mä nyt jossain bussipysäkillä katon, jos on joku hauskan näkönen ja yleensä ne on tavallaan niin yksinkertaisia, että pystyy jostain autosta näkeen. Niin ei niihin kauaa mee kun ne on katottu läpi. Nytkin tuli siihen Stockmannin eteen ihan pari päivää sitten siihen bussipysäkille joku huulipunamainos, oikein sillee, että koko bussipysäkki oli vuorattu vaaleanpunaisella pabvilla tai jollain. Kyllä se nyt vähän herätti huomiota.

H: Häiritseekö ne sua koskaan?

V: No ei oikeestaan. Ja lähinnä, että jos on jotain hyvännäköistä jäätelöä, että semmosta saattaa kattoo, että tota vois maistaa. Mutta ei se kauheesti enempää vaikuta.

(Tyttö, 14-v, HA)

Novellen uuden fruit-juoman mainos oli bussipysäkillä. Olin nähnyt mainoksen monta kertaa. Kun näin mainoksen tuli mieli ottaa iso hörppy tuotta uutta mehua. Mainos oli hyvä, koska teki mieli juoda sitä.
(Tyttö, 14-v, PÄ)

H: Katoksä yleensä mitä niissä [ulkomainoksissa] on?

V: Kyllä mä jokus. Että aamuisin on bussissa pakotettu katsomaan, että mikä on siinä kadulla... kun odotan, että päästään pysäkille, kun seistään liikennevaloissa.

H: Mitä mainoksia siinä on yleensä ollut?

V: Siinä on ollu vähän kaikenlaista. Ne, mitkä mä parhaiten muistan, niin joskus syksyllä oli semmonen, se 200 grammaa vihanneksia ja hedelmiä -juoma

Sisar: Knorr-we

V: Knorr-we juomamainos ja sitten nyt siinä on joku vitsin olutmainos...

Edellinen [bussipysäkki] on muutettu seisovaks Lancomen mainoskytiks.

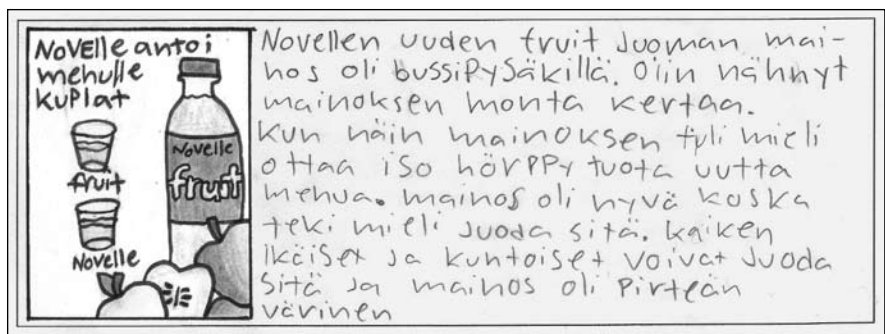
Kaikki sen seinä on peitetty Lancome-mainoksilla. Että ei pahemmin kiinnosta kattoo sinne päin.

(Poika, 14-v, HA)

Moni lapsi katseli ulkomainoksia kulkiessaan vanhempien autossa matkalla mummolaan tai kaupunkiin asioimaan. Itsenäisesti kaupunkiin suuntautuvia koulumatkojaan kulkevat 14-vuotiaat katselivat mainoksia bussin ikkunasta.

11- ja 14-vuotiaat tiedostivat jo tarkasti minkä vuoksi mainoksia on olemassa ja mihin niillä pyritään. Vanhemmat ikäryhmät saattoivat tietoisesti vältellä heidän miestään ärsyttävää mainontaa ja lievää mainos- ja kulutuskriittisyyttäkin esiintyi. Osa mainitsi esimerkkeiksi häiritsevistä mainonnasta radiokanavien ja internet-sivustojen mainostarjonnan. Myös tylsät mainokset jäivät usein haasteltavien mieleen. Katumainontaa haastattelutavat pitivät katukuvaan kuuluvana asiana, joka ei heitä liiemmin häirinnyt. Lapset eivät nostaneet esiin brändivapaan tilan tärkeyttä tai kaupallisten viestien leviämisen ongelmallisuutta.

123



Kuva 11. Mediapäiväkirjan mainostehtävä, tyttö 14-v.

V: Ei muu esimerkiksi alusvaatemainokset tai sellaiset ärsyt. Mutta jotkut Hesburgerin oksettavat hampurilaiset niin niitä ei mielellään kattele.

H: Ootko sä kasvissyöjä?

V: En, mutta haluaisin olla. Mutta en saa.

H: No sitten jossain vaiheessa voit varmaan päättää enemmän ite noista asioista.

V: Niissä hampurilaisissa on yleensä kuvattu se läheltä ja sillee inhottavan tarkasti sieltä pursuaa ne kaikki täytteet ulos, niin se ei oo kivan näköstä.

(Tyttö, 14-v, HA)



Kuva 12. Kuvia mediaympäristöstä: Tampere, Rautatieasema, 4.4.2007

Eräänä mainonnan erityisalueena nousivat esiin iltapäivälehtien lööpit. Lööppien tarkoituksena on myydä iltapäivälehtien irtonumeroita, ja ne toteuttavat tehtävänsä sekoittamalla journalistista sisältöä mainonnan muotoihin. 5- ja 8-vuotiaat tunnistivat lööpit. Mediaympäristöstä otettuja kuvia katsoessaan 5-vuotiaat sijoittivat lööppikuvan lähikauppaan, ”siihen kasasaan viereen”. Lööppien sisältöjä 5- ja 8-vuotiaat eivät kuitenkaan juuri seuranneet. 5-vuotiailla lukutaidottomuus tietenkin rajoitti lööppien omaksumista. 8-vuotiaiden osalta on vaikea sanoa olivatko lapset kiinnostuneita lööpeistä vai tiesivätkö he, että ne olivat jossain määrin kiellettyjä sisältöjä, joita ei ollut suotavaa lukea. 11-vuotiaat silmäilivät lööppejä. Jotkut pitivät niitä tylyinä, toiset taas muistivat lööppien uutisotsikoita, jotka satunnaisesti jäivät mieleen kauppareissun jälkeenkin. Osa 11-vuotiaista tiesi lööppien olevan tosiasiaissa iltapäivälehtien mainoksia. 14-vuotiaille lööpit oli-

vat tuttuja sisältöjä, joita he aktiivisesti seurasivat. He saattoivat pitää lööppejä tyhmänä, pinnallisena ja liioiteltuna mainontana, mutta katsoivat silti, mitä uutisia lööpeissä oli tarjolla.

H: Ooksä tämmösiä nähny missään [lööpit]?

V: No oon jossain kaupassa.

H: Katoksää niitä yleensä?

V: No en!

H: Ei, eikö kiinnosta.

V: Ei.

(Tyttö, 5-v, HA)

V: Tämmötteitä on kyllä kaupossa.

H: Missä kaupossa niitä oli, muistksää?

V: En.

H: Katoksää niitä yleensä, mitä siellä on?

V: Kyllä mää, mutta en niin tarkkaan.

(Tyttö, 8-v, HA)

H: Jätkö sä miettiin noita uutisotikoita sen jälkeen kun olet tullut kaupasta pois?

V: Ai mitä? Mä jäin lukemaan tätä [lööppiä].

H: Jätkö sulla joskus ajatuksiin tollaset otsikot?

V: En mä ihan heti niitä unohda ja sitten ne tehdään tuollasiksi sen takia, että ihmiset ostaa niitä. Ja kattoo mitä siinä on. Ja loppujen lopuks siinä onkin jotain ihan tylsää.

(Poika, 11-v, HA)

H: Muistatko sä jotain aiheita, jotka viime viikkoina olis ollut lööpissä?

V: No en mä.

H: Muistatko niitä yleensä jälkeenpäin?

V: No jos on jotain kauheeta, joku tapaturma tai joku tämmönen. Mutta jos se on joku turhanpäivänen, joku juoru vaan, niin ei sitä sitten oikein muista.

H: Kiinnostaako sua mitkään tämmöset julkkisjuorut tai julkkisuutiset?

V: Ei mua kauheesti kiinnosta.

H: Entäs onko se totta mitä lööpeissä sanotaan?

V: No ei se aina oo totta. Kun sitten toisissa lehdissä ne väittää toista.

H: Mistähän se johtuu?

V: En tiedä, ehkä ne liioittelee niitä asioita tai sitten muuttaa vähän kiinnostavammiksi.

(Tyttö, 14-v, HA)

6.4 Brändättyjen mediahahmojen pauloissa

Edelliset luvut ovat esitelleet lasten ja nuorten suosimia mediasisältöjä sekä heidän käsityksiään mainoksista. Seuraavaksi pureudumme hienovaraisempiin kaupallisiin viesteihin, kuten formaatteihin ja brändeihin, joiden kaupallisia tarkoituksia lapset eivät aina tunnista.

Brändit tulevat median kautta lasten tietoisuuteen usealla tavalla. Mediatuotteet itsessään voivat olla osa brändiä, kuten esimerkiksi tietyn tuotantoyhtiön tuotteita (Disney-hahmot, Muumit), tietyn hahmon ympärille rakennettua brändiä (Puuha- Pete, Winx) tai vaikkapa ohjelmaformaatin ympärille rakennettua brändiä (Idols, Euroviisut). Myös yksittäisen ohjelman voi ajatella olevan brändi, jonka tarkoituksena on saada katsoja palaamaan yhä uudestaan kyseisen ohjelmasisällön pariin. Lisäksi mediaan suoranaisesti liittymättömät tuotemerkit ja palvelut tulevat lasten ja nuorten tietoisuuteen median mainosten kautta. Niin Aku Ankan sivuilla kuin kaupallisten kanavien ohjelmien välissä esitellään tuotteita ja palveluita lapsille ja koko perheelle.

Brändikeskustelu sisältää usein ajatuksen tuotemerkkien negatiivisesta vaikutuksesta nuoriin. Toisaalta nuorten toimijuutta brändien täyttämässä mediakulttuurissa korostetaan, ja tutkijat näkevät myös vastarinnan mahdollisuuksia. Nuoret voivat rakentaa vaikkapa vastabrändejä (Kotilainen & Rantala 2007). Tässä tutkimuksessa tuomme esiin, miten median välittämät tuoteperheet olivat läsnä lasten arjessa erityisesti erilaisten mediahahmojen kautta. Tutkimuksessamme nuorimpien lasten (5- ja 8-vuotiaiden) elämässä brändit näkyivät fiktiivisinä mediahahmoina ja niihin liittyvinä tuotteina, vanhemmat ikäryhmät (11- ja 14-vuotiaat) suosivat useammin todellisiin ihmisiin perustuvia brändejä.

6.4.1 Fiktiiviset mediahahmot: Mikit, muumit ja prätkähiiret

Lasten mediamaailman tuotteistuminen näkyy samojen mediahahmojen esiintymisenä kokonaisina tuoteperheinä: kirjoissa, DVD:llä, leluissa ja kodintekstiileissä. Lapset saattoivat tutustua lastenohjelmien mediahahmoihin joko seuraamalla kyseisiä mediasisältöjä tai toisaalta mediahahmoista tuotettujen lelujen kautta. Usein brändit näyttivät 5-vuotiaille olevan mediatuotteiden tunnistamisen välineitä. Tutut mediahahmot Mikki Hiiristä Winx-keijukaisiin olivat selviä kiinnekohtia, joiden kautta mediasisältöjä saattoi tunnistaa. Disneyn hallinnoiman lastenohjelmatuotannon suosikkihahmot esiintyivät televisiosta tutussa muodossa myös lasten kirjojen sivuilla. Voi olla, että vanhemmat motivoivat lapsiaan lukemaan suosiessaan kirjoja, joissa esiintyi lasten suosikkiahmoja (ks. Marsh ym. 2005). Dis-

neyn piirrettyjen pohjalta tehdyt satuklassikko-kirjat toivottiin kenties antavan ponnahduslaudan lukuharrastukseen.

5- ja 8-vuotiaiden suosikkeja olivat usein Disneyn tai Pixarin animaatiohahmot, mutta myös Muumit nousivat esiin merkittävänä tuoteperheenä. Vanhempien puheissa etenkin Muumit nousi esille positiivisena vaihtoehtona. Sinänsä sekä Muumien että Disneyn hahmot ovat tuotteistettuja, mutta vanhemmat kokivat Muumi-hahmot kenties suomalaisiksi ja siinä mielessä ”eettisemmiksi” mediavaihtoehdoiksi. Lisäksi suosittuja hahmoja haastateltujen keskuudessa olivat tyttöillä keijukais-Winxit, Bratz-nuket ja Barbiet, pojilla puolestaan Prätkähiiret, Autot-elokuvan hahmot, Puuha-Pete ja Pokémonit. Usein nämä hahmot esiintyivät lastenhuoneissa leluina, nukkeina ja julisteissa.

*Illalla luin lelusarjakuva tai jotain lehteä mikä tuli postissa, siinä oli äidin nimi, mutta oikeesti se oli mulle. Siinä oli kaikkia makeita leluja: Spiderman, Salama Autot-elokuvasta, prätkähiiret, Turtlesit. Multa puuttuu vaan yks Turtles, Mike
(Poika, 5-v, PÄ)*

H: Hei, onpas hienot verhot, mikä tää on?

V: Puuha-Pete-verho.

H: Mistä tämmönen on?

V: Siellä lankakaupassa, missä on erilaisia lankoja.

(Poika, 5-v, HA)

Mediahahmot olivat luonnollinen osa kodin mediaympäristöä ja leikkejä. Mediahahmot olivat myös olennaisia sosiaalisten suhteiden muodostuksessa, sillä brändi-leluilla leikittiin sisarusten ja kavereiden kanssa. Aution (2006, 14–15) mukaan nuoret oppivat varhain kommunikoimaan kulutustavaramaailman tuotteilla ja elämäntyyleillä. 5-vuotiaat tunnistivat jo sujuvasti eri brändejä ja niihin kuuluvia hahmoja. Lapset tekevät kulutuspäätöksiä melko itsenäisesti ja 64 prosenttia 3–16-vuotiaista lapsista ostaa suosikkimerkkejään, kun taas vanhemmista 68 prosenttia sanoo ostavansa lasten ilmoittamia suosikkimerkkejä (YIPPEE-tutkimus 2008).

Tuotemerkit palvelevat nuorten arjessa erottautumisen ja samastumisen päämääriä. Ne ovat osa identiteetin rakentamisen välineitä ja kommunikoinnin muoto. Jo viisivuotiaat osasivat kertoa suosikkiahmoihin liittyviä tarinoita. Eräs 5-vuotias haastateltava kertoi Autot-animaatioon liittyvän värityökirjan jokaiselta sivulta hahmojen nimet ja tapahtumat, eikä keskeyttänyt ennen kuin koko kirja oli käyty läpi. Samankaltainen tarinankerronta näkyy seuraavasta esimerkistä.

H: Minkälaisista kirjoista sää tykkäät muuten?

V: Aku Ankoista eniten, mutta sitten niitä on vähän vaikka Pluto ja Mikki Hiiri, niin se on yks. Nimi tais olla Pluto eläintarhassa, kun se meni hakeen

ton aamulehden, kun se näki kyltin eläintarhaan, niin ei voinu vastustaa sitä. Sieltä sitten löytyi luutkin. Kun sillä ittellä ois tän kokosen, niin se löysi vielä semmosen tän kokosen. Mutta se näki siellä myös tän kokosen, mutta se oli leijonan, sitä se ei saanu. Kun se yritti kaivaa pakoreittiä, kalterit oli liian pienet. Pakoreitin kaivamisessa yks kivi osu leijonaan, ja sit se leijona heräs, mut sit se heitti sen luun vaan suuhun ja pääsi karkuun. Mutta bulldoggi heräs, kun se taas yritti varastaa sen luun, ja katkas köyden poikki ja lähti jahtaamaan. Ja sitten se Pluto eksytti sen bulldogin vasta huvipuistossa ja peilitalossa. Se oli varmaan silleen, että mikä tuolla on, ja se lähti sitä kohti, kun se Pluto meni ihan ohi sen.

(Poika, 8-v, HA)

Lapset oppivat hyvin nuorina, millaisia symbolisia merkityksiä brändeillä on (Roedder John 2002). Tämä kyky erottaa itselle kiinnostavien tuoteryhmien brändit tuli esiin tutkimuksessamme. Lapset erottivat esimerkiksi eri hahmot toisistaan, muistivat hahmojen nimet ja tiesivät millaisia ominaisuuksia kullakin hahmolla oli

H: Onko prätkähiiret sitten hyviksiä?

V: Toi on Moto, joka on V:llä. Ja sitten toi on Vinski, joka on tolla R:llä ja mulla on toi Vinskin pelkkä mopo ja sitten toi Turtle.

H: Sä erotat ne hyvin toisistaan, onko ne kaikki eri värisiä vai mistä sä ne tunnet?

V: Kun Motolla on toi rautakäsi. Tolla on tavallinen ja tollakin. Ja sitten mä erotan niin noi kaks, koska tolla on hanskassa pyssy.

(Poika, 5-v, HA)

128

Verrattuna tapaan, jolla nuorimmat lapset hahmottivat mediaympäristöönsä yleisesti, heidän suosikkiahmoihinsa liittyvä tietämys oli hyvin jäsentynyt. 5-vuotiaat eivät välttämättä muistaneet, mitä ohjelmia seurasivat tai mitä päivän aikana oli ylipäättään tapahtunut median parissa – sen sijaan he pystyivät kertomaan Prätkähiiri-figuureiden ominaisuudet yksityiskohdaisesti. Tämä näkyy myös seuraavassa 8-vuotiaan sitaatissa:

H: Onks telkkarissakin noita Pokémon-juttuja?

V: Joo.

H: Millonkas niitä tulee?

V: Emmä enää muista. Tääkin on Pokémoneja.

H: Aijaa. Sää oot nähny telkkarissa kuitenkin?

V: Joo.

H: Mitäs ne tekee siellä telkkarissa?

V: Taistelee toisia Pokémoneja vastaan. Siellä on raketiryhmä, joka on paha, joka yrittää ja ne yrittää varastaa Picachun. Nää on energioita kanssa. Tää on maa-Pokémon ja tää, nää on tuli-Pokémoneja.

(Poika, 8-v, HA)

Tiettyyn hahmoon kiintymisen myötä suosikkiahmoa esittävät oheistuotteet tulivat merkityksellisiksi. Suosikkiahmot voidaan nähdä myös samastumisen kohteina ja identiteetin rakentamisen välineinä. Jokin hahmo voi olla mieleinen, koska se herättää muistoja, tunteita tai mielikuvia tai siihen

liittyy erilaisia sosiaalisia tilanteita (ks. Kupiainen 2002). Suosikkihakmot saattoivat olla identifioitumisen kohteita jo 5-vuotiaille. Osa vanhemmista kuitenkin koki, että juuri 5-vuotiaille ei ollut mediassa sopivia samastumiskohteita.

H: Nuuskamuikkunen, minkälainen tyyppi se muuten on?

V: Se muuttaa talvella etelään.

H: Mitäs se sitten tekee etelässä?

V: Emmä tiä.

H: Sit se tulee takasin.

V: Niin, keväällä.

H: Mitä se tekee sitten kun se tulee?

V: Soittaa huuliharppua.

H: Miks se on sun mielestä kiva?

V: Siks kun mää oon se.

(Poika, 5-v, HA)

R pitää muumeista, mutta kaipaa selvästi jo vähän vaubdikkaampaa meininkiä välillä; Hämähäkkimiehet, Mutanttinijakilpikonnat ja Harry Potterit taas ovat turhan rajuja pikkupojille, samoin kuin Legon Bionicle-hakmot.

(Poika 5-v, vanhempien PÄ)

Mediahahmojen luominen on nykyisin tärkeä osa televisio-, elokuva- ja pelituotantoa. Keskeistä on erityisesti hahmojen poikkimarkkinointi eri tuoteryhmien välillä. Pokémonit esiintyvät piirretyissä, korteissa ja peleissä, sarjakuvissa ja kirjoissa. Pikkulasten kiinnostus leluhahmoihin on mediatuottajien tiedossa, ja nykyisin oheistavaroiden tuotanto on jo lähtökohtaisesti osa suurten tuotantoyhtiöiden elokuvien markkinointia. Lisäksi oheistavarat saatetaan jopa kehittää ensin ja televisio-ohjelma luodaan näiden hahmojen ympärille. (Kenway & Bullen 2001.) Leluihin perustuvat televisio-ohjelmat ja elokuvat yleistyivät USA:ssa He-Manin kaupallisen menestyksen johdosta 1980-luvulta lähtien. Vuosina 1980–1987 televisio-ohjelmiin liitettyjen lelujen myynti kasvoi USA:ssa 10:stä 60 prosenttiin kaikesta lelumyyntistä (Bryant 2007, 19). 2000-luvun vaihteessa varsinkin yhdysvaltalaiset lastenohjelmat ovat jo läpeensä kaupallistettuja ja lisensoituja. Ohjelmien ja lelujen yhteenliittymän johdosta lasten televisio-kanavia, kuten Disney Channelia voidaankin pitää nimenomaan mainoskanavana, joka tarjoaa jatkuvasti houkutusmediakulttuurisiin tuotteisiin.

6.4.2 Tosielämän mediahahmot ja brändätty fanisuus

Fiktiivisten hahmojen lisäksi mediassa esiintyvät todelliset ihmiset voivat rakentaa itsestään brändin, tuotteen, jota markkinoidaan monipolvisesti. Superjulkikset, kuten joidenkin tämän tutkimuksen tyttöjen fanitama Britney Spears tai jopa Steven Spielbergin kaltaiset tunnetut ohjaajat

voivat olla osa brändiä. Tällöin todellisia ihmisiä ihailevat kuluttavat tiettyä imagoa, ja osallistuvat myös näihin mediahahmoihin liittyvän oheistuotannon ostamiseen.

Mediahahmojen ympärille rakentuu usein fanikulttuureita. Yleensä faniudella viitataan voimakkaaseen, kiihkeään ihailuun, joka liittyy populaarikulttuuriin ja viihteen alan esiintyjiin (Nikunen 2005). Tutkimukseen osallistuneiden fanius kytkeytyi musiikkiin (Britney Spears, Lordi, Eminem, HIM, Nightwish, Idols-tähdet), mediatapahtumiin (Euroviisut, Idols, Jääkiekon MM-kisat), sarjafilmeihin (Salatut elämät, O.C., Extreme-Duudsonit) sekä elokuvaan (Star Wars, Mr Bean, Harry Potter).

Tutkimusta tehtäessä MTV3:n Idols ja Idols-tähtien fanitus oli voimakkaasti läsnä miltei kaikkien tutkimukseen osallistuneiden lasten elämässä – jopa niiden, jotka eivät kyseistä ohjelmaa seuranneet. Idols-tähdistä joko pidettiin tai ohjelmaa käytettiin oman vastakkaisen musiikkimaun määrittäjänä. Määrittely tapahtui joka tapauksessa suhteessa ohjelmaan.

Idols-ohjelmaformaatti luo osallistuvista ihmisistä osan brändiä. Esiintyjiä ei niinkään tunnusteta itsenäisiksi artisteiksi, vaan nimenomaan Idols-tähdiksi. Tosi-tv-ohjelman ohella Idols-formaatti onkin markkinointityökalu, jonka yhtenä päämääränä on edistää tähtien levymyyntiä. Tutkimuksesamme Idolsin nousi jo 5-vuotiaiden suosioon. Kiihkeimmillään Idols-fanitus oli 8- ja 11-vuotiailla tytöillä kunnes vähitellen alkoi hiipua 14-vuotiailla. Idols-kisan seuraaminen ei rajoittunut vain tiettyyn tuotantokauteen, vaan ohjelman vetovoima saattoi jatkua useita kausia.

Kuuntelin vaan radioo aamulla äitin autossa, Idolsit lauloi sen pop-pop-musiikkia, siinä se yks sanoo kirosan. Päikyssä ei ollu ees mitään mediaa, ei ees musiikkia. Illalla en kattonu paljon lastenohjelmia kun olin ulkona, mutta meillä alko loma ja me saatiin katsoa Pikku-Arista se ihan viimeinen Idols-ohjelma, Ari on mun suosikki.

(Poika, 5-v, PÄ)

H: Idolsiakin sä oot kattonut tänä keväänä. Kukas sun suosikki oli?

V: Anna.

H: Mä jotenkin arvasin. Ootko sä kattonut sitä isän ja äidin kanssa, vai ihan yksin?

V: Äidin kanssa.

H: Oliko äidin suosikki kanssa Anna?

V: Ei. Ari. Se voitti. Mutta mä oon sanonut, että mä haluan Annan levyn ja sitten yks kerta kun mä näin Hanna Pakarisen mainoksen, että se on tehnyt uuden, niin mä haluan senkin.

(Tyttö, 8-v, HA)

Faniuteen liittyy vahvasti halu ilmentää sitä jollain tavalla. Faniuden yhtenä erityispiirteenä onkin sen julkisuus, ja ihailu tehdään tunnetuksi erilaisin käytännöin. Faniuden yhtenä kriteerinä pidetään toimintaa, eli että fani

ei ainoastaan seuraa jotakin ohjelmaa vaan ryhtyy keräämään lisää aineis-
toa kuten tietoa, kuvia kirjallisuutta tai tavaraa faniuden kohteesta. (Niku-
nen, 2005.) Tutkimuksessamme haastateltavien fanius näyttäytyi kiinnos-
tuksena idolin elämää ja muun muassa nettisivuja kohtaan. Haastateltavat
kirjoittivat foorumeille ja kiinnittivät idolin kuvia perinteiseen tapaan huo-
neensa seinille. Perinteiset ja interaktiiviset mediat liittyivät yhteen fanitta-
misessa. Lehdistä paitsi luettiin juttuja, myös ”tuotettiin uusia sisältöjä” eli
leikattiin ja koottiin kuvia leikekokoelmaan tai -kansioon.

H: Kun sää leikkaat kuvia lehdistä, niin mitä sää teet niille sitten?

V: Laitan seinille tai kansioon tai jonnekin.

H: Jaa, onks sulla kansio, sää liimaat oikein kansioon.

*V: Ei, vaan mää vaan laitan ne säilytän, että mä voin vaikka antaa kaverille,
jos se haluaa tai laittaa seinälle sitten joskus.*

(Tyttö, 11-v, HA)

V: Että mää aina jonkun tietyn mallin mukaan ne järjestelen niitä.

H: Joo. Nää on ihan, että sää et mitenkään liimaile näitä.

V: No en.

H: Kuinka usein sää sitten kättelet tai levittelet näitä?

*V: No melki kuukausittan, että kun mää aina leikkaan niin sitten mää levi-
tänkin, että katon kuinka paljon niitä oli tullu tietyn mallin kohdalle.*

H: Meneeks sulla siinä yleensä pitkään kun sää...?

*V: No saattaa mennä melkein koko päivä. Ja sitten vanhemmat aina suuttuu,
kun mää en ikinä sit kerää niitä, eikä täällä pysty käveleen.*

(Tyttö, 14-v, HA)

11- ja 14-vuotiaat ilmensivät faniuttaan keräilemällä mediatuotteita. Osa
keräsi DVD-elokuvasarjoja tai tiettyyn fiktiiviseen mediahahmoon liitty-
viä keräilytuotteita. Keräily kohdistui myös idolien kuviin ja julisteisiin, le-
vyihin ja muihin oheistuotteisiin.

H: Säkin olet sitten keräillyt leffojen oheiskamaa. Mitäs sä olet kerännyt?

V: Mä keräilen näitä Batmaneja.

H: Just, no tuolla näkyy ainakin Lego-Batman.

V: Mulla on sit tää juliste, sitten mulla on elokuvia ja tv-sarjoja.

H: Mikäs tossa keräilyssä on niin kivaa?

V: Se vaan on jotenkin niin hianoo.

*H: Mitäs onko sulla jotain tavaraa tai kamaa, jota sä metsätät tai haluaisit
saada seuraavaksi?*

V: Mä oon ajatellut seuraavaks näitä joitain vanhoja Batman-sarjiksia.

(Poika, 11-v, HA)

Tässä sitaatissa haastateltava kuvaa miten hänen faniutensa manga-sarja-
kuviin on syntynyt.

H: Joo. Muistaksää mistä sää oot keksiny alun perin tän?

*V: No, kerran mää kävelin kaupassa ja sitten mää näin kivan pokkarin ja
sitten mää katoitin, että ai, kun kiva, kivat kuvat, määpä ostan tän kerran-
kin, kun en mää osta yleensä mitään. Siis mää en osta paljon melkein mitään.*

Niin sitten mää, joo täähän on kiva, ja mää luin sen sitten ja sitten mää ostin noi kaks muuta osaa. Ja sitten mää luin niistä yhen kerran, siinä on sivuun kirjoitettu jotain, piirtäjä on kirjottanu kaikkee. Siinä sitten luki Kamikaze Kaitou Jeanne, niin mää löysin olikse kahen kuukauden päästä ton ekan osan yhestä kaupasta ja mää ajattelin kattoo, kun se nimi oli tutun näköinen ja tosakin oli kivat kuvat. Niin mää ostin ja sitten mää aloin pitää siitä sarjasta.
(Tyttö, 14-v, HA)

Joissakin tapauksissa fanittaminen jatkuu, vaikka oman idolin musiikkia ei enää edes kuunneltu. Monesti julkkiskulttuuriin ja fanittamiseen liittyvä oheistoiminta voikin olla merkittävämpi kokemus kuin idolin varsinaiset teot ja tuotokset.

H Kenes nimikirjoitus siinä on?

V: Maija Vilkkumaan.

H: Mistäs sä sen oot saanut?

V: Maija Vilkkumaan konsertista.

H: Ootko sä itse ollut konsertissa?

V: Joo, äidin kanssa. Me taidettiin siinä nimmarijonossakin olla ekoja. Sitteen kun äiti oli sanonut iskälle, että ei tarvi pitää kiirettä, niin me saatiin sitä ootella.

H: Kiinnostaako sua tollaset julkkisjutut?

V: Joo! Pitäis kysyä Antti Tuiskultakin sen nimhari. Mulla taitaa olla kaikki muut päitsi se uusin levy.

H: Kuunteletko sä sitten Antti Tuiskun musaa?

V: En mä sitä niin kauheesti kuuntele enää.

(Tyttö, 8-v, HA)

132

Suurin osa tutkimukseen osallistuneista nuorista fanitti kaupallisesti menestyneitä brändejä ja idoleita. On kuitenkin olemassa myös faniutta, jota voi luonnehtia maanalaiseksi, valtavirran kulutuskuulttuurista poikkeavaksi (Nikunen 2005). Joillakin haastateltavista yhteisöllisyyden ja vuorovaikutuksen muodot tuntuivat korostuvan kaupallisuuden sijaan. Valtakulttuuriin sitoutumisen sijaan fanius oli erottaamisen väline ja tarkoituksena oli nimenomaan oman yksilöllisyyden osoittaminen. 14-vuotiailla mediamielilymykset alkoivat jo selvemmin eriytyä, ja niinpä esimerkiksi eräs haastateltu 14-vuotias poika toteaa, ettei arvosta YleX-radiokanavan turhina pitämäänsä hittejä. Oman musiikkinsa kyseinen poika löysi Mikseri.net -musiikkisivustolla, bändeiltä, joita ei kuule yleisillä soittolistoilla.

H: Jaa, mitäs siellä on katotaas. Sulla on erilaisia. Hip hopia on ja metallia-kin. Sulla on tosi paljon.

V: Joo.

H: Onks nää sellasia, mitä pystyy kuuleen radiosta ikinä vai onks nää...?

V: Ei, nää on tällasia, ettei näillä oo yhelläkään levytyssopimusta, näillä ei saa olla. Ne on kaikki semmosia, joilla ei oo mitään levytyssopimusta.

(Poika, 14-v, HA)

Alakulttuuriseen fanittamiseen liittyi tosin usein toive siitä, että oma yh-

tye tai idoli kasvaisi suosituksi. Näin fani voisi olla yksi bändin ”löytäjistä”, ja sijoittua myöhemmin fanihierarkiassa arvostettujen alkuperäisfanien luokkaan.

H: Tää on joku bändi, minkä maalainen se on?

V: Se on tamperelainen. Mää oon jo yli vuoden tykänny näistä ja keikoillakin aika paljon ollu. Ei se viä suosittu oo, mutta kyllä se siitä vähän ajan päästä.
(Tyttö, 14-v, HA)

6.5 Brändätyt verkkoyhteisöt: ”Kyllä mä osaan tehdä hyviä kauppvoja”

Erilaisia lasten mediakäytön sosiaalisia ulottuvuuksia ja sosiaalisen median muotoja on käsitelty luvussa 5, mutta tässä alaluvussa keskitytään vielä lasten verkkoympäristön kaupallisiin piirteisiin. Tarkastelemme nuoria itsenäisinä toimijoina, jotka hakeutuvat verkkoyhteisöihin saadakseen elämyksiä ja rakentaakseen identiteettiään. Haluamme kuitenkin nostaa esiin myös kaupallisten toimintaympäristöjen asettamia rajoituksia. Voidaan pohdita, luovatko kaupalliset ympäristöt rajoitteita vuorovaikutukselle ja millaisia rajoitteita nämä ovat. Onko kyseessä pikemminkin jonkinlainen virtuaalikuluttajuuden muoto kuin yhteisöllisyys?

Verkkoyhteisöihin ja keskustelufoorumeille osallistuminen oli monelle nuorelle keskeinen faniuteen liittyvä toiminto. Verkossa omaa fanitusta tehtiin julkiseksi.

Kiinnostus tiettyyn aihepiiriin sai 11- ja 14-vuotiaat osallistumaan aktiivisesti samanmielisten verkkoyhteisöihin. Monien nuorten suosimien sivujen toimintaperiaatteet olivat kaupallisesti värittyneitä. Suosittuja kaupallisia verkkosivustoja olivat virtuaalilemmikkien sivustot, musiikkisivustot, joilla oli mahdollista liittyä yhteisöihin musiikkimaun perustella sekä bändien ja televisioesiintyjien sivut, joilla oli mahdollista jopa olla sähköpostiyhteydessä idoleihinsa. Internetin verkkopalvelut voidaan nähdä nuorisobrändien rakentamiseksi, tällöin verkkosivuston hahmot ja sisällöt muodostavat brändin, joka tulee osaksi nuorten elämää (Keso, Lehtimäki & Pietiläinen 2006).

Lemmikkisivuilla suosittua oli virtuaalirahalla tapahtuva virtuaalilemmikkien ostaminen ja myynti. Samoin keskiaikaan sijoittuvat online-pelit perustuivat pitkälti ostamisen, myymisen ja vaihdannan periaatteille. Peleissä oli mahdollista edistyä kehittämällä pelihahmoaan ja hankkimalla sille uusia ominaisuuksia tai varusteita. Peleissä pelaaja sai usein alkupääoman, jota hänen oli omalla toiminnallaan ja taidoillaan mahdollista kartuttaa. Kaupallisuus oli kiehtovaa lasten ja nuorten mielestä. He kokivat kartutta-

vansa bisnes-taitojaan tai osaamistaan kuluttajina käyttämällä virtuaalirahaa ja tehdessään peleissä ”hyviä kauppvoja”. Nettipeleihin ja virtuaalimaailmoihin liittyy toisinaan myös todellista kaupallista toimintaa. Lapset saattavat kaupata kehittämiään hahmoja tai varusteita muille pelaajille esimerkiksi nettihuutokaupan kautta. Hinnat voivat liikkua 10 ja 1000 euron välillä. Kiinnostusta kaupalliseen toimintaan osoittivat erityisesti 11-vuotiaat, mutta sama piirre tuli esiin myös 14-vuotiaiden haastatteluissa.

H: Mitenkäs se muuten toimii, että sulla on tossa rahaa 68, niin miten sitä rahaa laitetaan sinne?

V: No, tällain, täältä saa valita minkä lemmikin haluaa ja sitten täältä pitää täyttää nämä tiedot.

H: Haluaako yksivärisen vai...?

V: Täältä tulee kaikki nämä hamsterit esiin.

H: Onks sitten sillain, että jos siihen rekisteröityy, niin maksaaks tää oikeeta rahaa vai onks tää tämmöstä leikkirahaa ikään kuin?

V: Joo, jos kultajäseneks, niin se maksaa kaks euroo oikeesti.

(Tyttö, 11-v, HA)

*H: Niin sähän laitoit tonne päiväkirjaan, että sun bisnestaidot kehittyi pela-
tessa.*

*V: Ne kehittyi kyllä siinä Sidmeyrissä, mutta tässä mä en niin paljon. Tai kyl-
lä mä tässäkin osaan tehdä ihan hyviä kauppvoja.*

*H: Tuolla on sitten jotain varusteita mitä voit myydä? Vai onko siinä vielä jo-
tain ominaisuuksia?*

*V: Ei ominaisuuksia, mutta varusteita. Tossa näkyy se montako goldia, niin se
tarkottaa, että noin monta kultaa.*

*H: Mistäs sä saat rahan tonne? Onko toi semmonen, että sä joudut ostamaan
jäsenyyden tai?*

V: Ei kun tekee vaan tyyppin, sitten sillä alussa on 16 kolikkoa.

(Poika, 11-v, HA)

Jotkut haastatelluista 11- ja 14-vuotiaista tytöistä kävivät internetissä Stardoll-sivustoilla, joka on julkkiskulttuurin ja perinteisten paperinukkeleikkien yhdistelmä. Sivuilla puetaan julkkiksia erilaisiin asusteisiin. Sivuille kirjautumisen jälkeen voi luoda itsestään virtuaalisen MeDoll-paperinuken, valita itselleen mieleiset hiukset, nenän, reidet tai huulet. Omalle hahmolle oli mahdollista ostaa vaatteita virtuaalisesta ostoskeskuksesta. Palvelu on ilmainen, mutta kaupallisesti väritynyt, sillä se mainostaa julkkiksia, joiden paperinuket ovat tarjolla. Lisäksi sivut mainostavat sisältöään paikkana, jossa ”voit oppia muodista ja uusimmista trendeistä.”

Musiikkiyhteisöjen sivuilta sai ladata ilmaiseksi musiikkia ja osallistua lisäksi foorumeilla käytäviin keskusteluihin. Yhteisöllinen osuus syntyi kanssakäymisestä foorumin muiden kävijöiden kanssa. Kaupallinen tarkoitusperä puolestaan toteutui, kun bändit mainostivat tuotantoaan antamalla joi-
takin kappaleita ilmaiseen lataukseen. Lisäksi kaverit suosittelivat toisilleen

musiikkisisältöjä. Näin he toimivat bändien ilmaisina markkinoijina.

H: Tuleeks sun tuolta sitten haettua ladattua musiikkia?

V: Joo tulee, aika paljonkin oikeestaan.

H: Joo, onks sulla nyt joku, viime aikoina olisit löytänyt jonkun hyvän.

V: No emmää muista oikeestaan, emmää ees muista kaikkien bändien nimiä mitä mulla on. Kun kuulee kaveriltakin yleensä, jos täällä on joitain hyviä, niin tulee sitten ladattua.

(Poika, 14-v, HA)

Kavereille suosittelemisen lisäksi yhtyeiden fanit toimivat mukana myös aktiivisessa markkinoinnissa. Eräs tyttö kertoi kuuluvansa bändien street teameihin, joiden tarkoituksena on levittää tietoa yhtyeen keikoista. He voivat näin kerätä itselleen pisteitä ja palkintoja. Yhteisöllisyys yhdistyy kaupalliseen markkinointiin, jonka fanit tekevät yhtyeen puolesta. Tunteisiin vetoavuudesta, vuorovaikutuksesta palvelun tuottajan ja käyttäjien välillä ja sosiaalisuudesta onkin tullut keskeisiä uusien menestystuotteiden edellytyksiä (Kangas 2006).

H: Sit nää street teamit, et määkin kuulun kolmen bändin street teameihin. Että tää on sillain aktiivisin, että nyt siinä kerätään pisteitä ja sitten nää tyyppit on lähettäny mulle tarroja ja sitten mää liimailen ja laitan niitä ja teen ite mainoksia. Niistä saa aina enemmän ja enemmän pisteitä ja sit kun on paljon pisteitä, ne tyyppit voi lähettää palkintona niitä omia sinkkuja ja tällästä. Se on mitä fanit tekee bändin hyväks työtä.

(Tyttö, 14-v, HA)

Brändättyjen verkkoyhteisöjen ja nuorten nettisivustojen kaupallisten muotojen kehitystä on kiinnostava tarkkailla myös tulevilla tutkimuskierroksilla. Missä mittakaavassa brändätyt verkkoyhteisöt ovat kuluttajaksi opetelun paikkoja ja kehittävätkö nuoret myös osallistumisen taitoja verkkosivustoilla?

7. Lasten mediataidot ja kodin mediakontrolli

Mediaympäristön muutos vaatii kansalaisilta erilaisia medioihin liittyviä valmiuksia ja taitoja, joita ovat esimerkiksi median tekniset käyttötaidot, mutta myös uudenlaiset sosiaaliset taidot ja medialukutaidot. Median teknisen käytön lisäksi on hallittava ja ymmärrettävä myös kommunikoinnin erilaisia tapoja ja moninaisia mediaesityksiä, niiden totuudellisuutta, ilmaisutapoja ja retoriikkaa. Näitä taitoja pyritään kehittämään sekä kotona että koulussa. Mediataitojen kehittäminen nähdään usein kasvatuksen asiaksi, jota kutsutaan mediakasvatukseksi.

Tutkimuksemme kannalta mediataitoihin, medialukutaitoon ja lasten ja vanhempien asenteisiin on tältä osin tärkeää kiinnittää huomiota. Olimme kiinnostuneita siitä, olivatko vanhemmat ohjeistaneet lapsia ja nuoria median käytössä, minkälaista mediakasvatusta kodeissa ja kouluissa annetaan, ja miten lapset ja nuoret mielsivät omat mediataitonsa. Mielenkiintoista on erityisesti se, tapahtuuko tässä suhteessa muutosta ajan kuluessa. Tutkimuksen laajuuden vuoksi emme kuitenkaan voineet paneutua erityisen syvästi kysymyksiin mediakasvatuksesta ja mediataidoista. Tutkimuksessamme ei kerätty aineistoja opettajilta eikä haastateltu vanhempia.

136

Tässä luvussa kiinnitämme huomiota siihen mitä lapset ja nuoret ajattelevat omista taidoistaan ja minkälaiset taidot korostuvat tämänhetkisessä mediaympäristössä. Tarkastelemme myös kotien tapaa ohjata lapsia mediaympäristössä, ja mitä lapset ja nuoret ajattelevat koulun roolista mediataitojen opettamisessa.

Selvitämme aluksi, mitä tarkoitamme mediataidoilla ja mediakompetenssilla. Mediataidot voidaan jakaa erilaisiin kehittyviin osa-alueisiin. Keskeisiä alueita ovat mainitut tekniset taidot, sosiaaliset taidot, median vastaanottamisen ja tuottamisen taidot ja turva- ja tunnetaidot. Mediakasvatuksen näkökulmasta puhutaan myös mediakompetenssista. Kompetenssia voidaan ajatella erilaisina yksilön valmiuksina suoritua jostakin tehtävästä tai käsitellä jotain tilannetta (ks. Ruohotie 2005). Nämä valmiudet on ajateltava kuitenkin laajasti esimerkiksi kognitiivisina, affektiivisina, motorisina, sosiaalisina ja persoonallisina taitoina (emt.). Tällaisena taidollisena kokonaisuutena mediakompetenssi edellyttää mediasuhteiden moninaisia valmiuksia ja kypsyyttä käsitellä, ymmärtää, arvioida, arvottaa ja välittää mediaa, mediaviestejä ja -merkityksiä. Sirkku Kotilainen (1999, 39) määrittää mediakompetenssin monipuoliseksi osaamiseksi, tilanne- ja toimintaympäristökohtaiseksi valmiudeksi, jossa on keskeistä vahvistunut toimijuus.

Myös medialukutaito on keskeinen käsite tarkasteltaessa lasten ja nuorten mediasuhteita. Medialukutaito määritellään usein henkilökohtaiseksi valmiudeksi tai kyvyksi saavuttaa, ymmärtää ja luoda informaatiota eri konteksteissa (Livingstone, Van Couvering & Thumim 2005, 3; Varis 2005, 9). Medialukutaito on kehittynyt valmius, joka sisältää niin tuotannon, ilmaisun kuin vastaanotonkin strategioita (Kotilainen 1999, 37; 2001). W. James Potter (2004) katsoo, että medialukutaito sisältää ymmärrystä median sisällöistä, median tuotantorakenteista, median vaikutuksista sekä itsestä median käyttäjänä. Tällaisena medialukutaito voi kehittää yksilön autonomiaa, esteettistä makua, sosiaalista omaatuntoa, itsekunnioitusta, valtautumista ja asemaa kuluttajana ja kansalaisena sekä tuottaa ymmärrystä median sisällöistä, rakenteista ja toimintatavoista. Lopulta se johtaa aktiiviseen median käyttöön ja hyödyntämiseen luovan ilmaisun välineenä (emt. 261-264).

Perinteisestä lukutaidosta on huomioitu, että lapset oppivat paljon lukemisen roolista, luonteesta ja tarkoituksesta niiden päivittäisten käytäntöjen kautta, joita kirjoittamisella ja lukemisella on lapsen jokapäiväisessä elämässä. Sama pätee myös medialukutaitoon (Marsh ym. 2005, 10). Arkipäivän median käyttö ja mediakulttuurin läsnäolo leikeissä, harrastuksissa, oppimisessa ja muussa toiminnassa kehittävät lasten medialukutaitoa, vaikka tämä ei varsinaisesti tavoitteena olisikaan (emt.).

7.1 Mediataitoja opitaan yhdessä

Millaiselta lasten ja nuorten mediataidot sitten tutkimuksessa näyttivät? Mediakulttuurissa kasvaneista lapsista on käytetty muun muassa nimityksiä digiskidit (Niinistö & Sintonen 2007), verkkosukupolvi (Tapscott 1998), digitaaliset alkuasukkaat tai natiivit (Prensky 2001)³³ ja ”insiderit” (*insiders*) (Lankshear & Knobel 2006, 34). Näiden näkemysten mukaan uudet sukupolvet ovat omaksuneet ja hallitsevat yhteiskunnan avainteknologiat, mikä merkitsee suurta muutosta perinteiseen sukupolvien väliseen suhteeseen, jossa vanhemmat sukupolvet ovat välittäneet kulttuurin ja tradition nuoremmille.

Tutkimuksessamme 41 prosenttia vanhemmista totesi, että lapset ovat opastaneet heitä median käytössä. Haastatteluissa paljastuu kuitenkin, että lapset ja vanhemmat opiskelevat paljon yhdessä median käyttöä ja opastavat toisiaan. Usein juuri isä auttaa lasta alkuun. Lasten arviot mediaosaami-

33 Ks. luku 4 tässä tutkimuksessa.

sesta näyttävät olevan perinteisellä tavalla sukupuolittuneita, jopa niin, että perheen äiti nähdään tässä ”heikoksi lenkiksi”:

H: Sitten sä oot laittanut tähän, että sä ehkä osaat käyttää tietokonetta paremmin kuin vanhempasi.

V: Niin, mun isihän nyt tietenkin osaa käyttää tietokonetta paremmin, mutta joskus mä autan mun äitiä.

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Mitäs kun tässä on tämmönen kohta, että neuvon joskus vanhempiani tai sisaruksia median käytössä.

V: Se on vähän vaikeempaa, paitsi äitiä yritän neuvoa, mutta se sanoo, että osaa. Iskää ei tarvi neuvoa.

(Tyttö, 8-v, HA)

Lapset arvelivat olevansa parempia median käyttäjiä kuin vanhempansa. Eroa tehtiin erityisesti äitiin, kuten edellä huomattiin. Myös vuonna 2001 tehdyssä tutkimuksessa 8–10-vuotiaat lapset pitivät itseään taitavampina tietokoneen käyttäjinä kuin oma äiti (Suoranta ym. 2001, 73). Samanlainen sukupuolijakauma löytyy myös Marja Saanilahden (1999) tutkimuksesta. Sukupuolittuneisuus näyttää istuvan lujasti kun puhutaan tietotekniikasta ja siihen liittyvästä osaamisesta. Tosiasiassa erot hälvenevät, jos mediateknologiaa otetaan käyttöön jo pienestä pitäen. Tämä on havaittu muun muassa projekteissa, joissa tietotekniikka on integroitu varhaiskasvatukseen (ks. Suoranta ym., 2001, 75).

138

Mediateknologia ei kodeissa kuitenkaan näyttäydä niin selvästi maskuliinisenä alueena, kuin edelliset lainaukset antaisivat ymmärtää. Edellä juuri tytöt kertoivat opastavansa äitiä. Tämä voi kertoa myös tietyistä kodin mediateknologian vastuualueiden jaosta. Virve Peteri (2006, 258) huomasi kodin mediateknologiaa käsittelevässä väitöskirjassaan, että kodeissa tunnistetaan helposti mikä kuuluu kenenkin vastuu- ja osaamisalueeseen, ja tämän mukaan myös toimitaan. Esimerkiksi nainen saattoi huolehtia videoiden ajastamisesta, kun taas mies tietokoneen päivittämisestä. Voidaan ajatella, että muista kotiin liittyvistä vastuista poiketen myös lapsilla on mahdollisuus osallistua neuvotteluun kodin mediateknologian hallinnasta. Erityisesti konsolipelit ovat vahvasti lasten omaa teknologiaa, joista vanhemmat eivät juuri olleet kiinnostuneita. Vastuu laiteiden käytöstä kasvattaa uskoa myös omiin taitoihin.

Jopa 5- ja 8-vuotiaat arvioivat itse mediataitonsa varsin korkeiksi. He uskoivat olevansa taitavia median käyttäjiä ja sanoivat osaavansa käyttää esimerkiksi televisiota ja kuvanauhuria itse. Television käyttö opittiin itsenäisesti seuraamalla muiden toimintaa, mutta esimerkiksi nuoremmat lapset käyttivät tietokonetta valvotusti ja yhdessä vanhempien tai sisarusten kanssa. Tietokone ja pääsy internetiin edellyttivät usein käyttäjätunnusten ja sa-

lasanojen hallintaa. Lapsen omat taidot pääsivät esiin vasta kun vanhemmat olivat avanneet koneen ja mahdollistaneet sen käytön.

H: Sun mielestä sä olet aika taitava median käyttäjä. Osaatko sä käyttää kotona olevia laitteita, jos teillä on telkkari ja tietokone, osaatko sä käyttää niitä ihan itse?

V: Kyllä mä ihan tavallisesti osaan telkkaria katsoa, mutta kun kattoo

DVD:tä niin pitää vaihtaa joku johto, niin mä en osaa sitä.

H: Kuka sen sitten vaihtaa?

V: Äiti tai iskä.

H: Entäs tietokonetta?

V: Kyllä mä osaan, jos iskä laittaa kaikki ne käyttäjätunnukset ja salasانات.

H: Niin sitten osaat mennä sinne sivuille ja hakee ne pelit millä pelaat ja muut?

V: Joo.

Äiti: Meillä on netti iskän läppärissä. Se on käytössä silloin kun iskä tulee töistä. Kun V tulee yksin, niin se ei pääse pelaamaan eikä muuta. Netti saapuu vasta silloin kun iskä saapuu kotiin.

(Tyttö, 8-v, HA)

Haastatteluissamme oli kuitenkin mukana pienimpiäkin lapsia, jotka kirjautuivat itse tietokoneelle. Koneen käyttö tapahtui valvotusti ja ongelmia pyrittiin ratkaisemaan yhdessä vanhempien kanssa. Perheiden median käyttöä ja mediaosaamista tuntuikin määrittävän paljolti yhteinen toiminta ja vuorovaikutus, etenkin jos laitteet olivat yhteisissä tiloissa. Seuraava esimerkki kertoo 5-vuotiaan lapsen ja äidin yhteisestä tuokiosta tietokoneen äärellä.

Äiti: Jos sä haluut, sää voit H näyttää miten sää meet tietokoneessa sun omalle puolelle. Ja sää voit näyttää niitä sun kuvia, mitä sää oot ottanut edellisen viikon aikana, tietokoneen sillä kameralla.

[H Kirjautuu koneelle.]

Äiti: Sää voit näyttää minkälaisia kuvia sää oot ottanut. Tossa on se hyvä puoli, että sitten on noi kaikki estot, että hän ei pääse mihinkään uudelle sivulle ilman salasanaa.

H: Oho, rikki, rikki, rikki

Äiti: Kokeilepas tuplaklikkausta.

H: Eikun oikeesti nää on rikki, missä nää kyselyt on. Rikki, rikki, rikki.

Äiti: Eikun onko papa laittanut jonnekin kuule pois ne sulta.

H: Rikki, rikki, kaikki on rikki

Äiti: Ne voi viedä tota...Onks ne kaikki muka, että täällä mikään ei toimi?

[Kuvatiedostot on siirretty eivätkä pikakuvakkeet avaa niitä.]

Äiti: Mihinköhän ne on laitettu sitten?

H: Isi on laittanut ne roskakoriin.

Äiti: Oisko roskakoriin voinu laittaa?

H: Ne on menny rikki, kun ne on liian kauaa aikaa ollu siellä.

(Poika, 5-v, HA)

Isä on siirtänyt kuvatiedostoja toiseen paikkaa eikä poika saa niitä enää avatuksi työpöydän pikakuvakkeiden avulla. Tilanteesta pyritään selviyty-

mään kokeilemalla ja pohtimalla asiaa yhdessä äidin kanssa. Vastaavanlaiset tilanteet ovat tyypillisiä lasten toimiessa yhdessä medialaitteiden äärellä ja neuvoessaan toisiaan. Mediaan liittyvää osaamista ja taitoja voidaankin pitää paljolti yhteistoiminnallisina. Perheen jäsenet tai sisarukset ja kaverit neuvovat ja auttavat toisiaan. Yhteistoiminnallisesti kokeilun ja harjoittelun kautta lapset olivat oppineet muun muassa tietokoneohjelmien käyttöä ja animaatioiden tekemistä.

Lähes kaikki vanhemmat ilmoittivat olevansa kiinnostuneita lasten mediasällöistä ja tuntevansa mitä medioita lapset käyttävät. Vanhemmat tunsivat ja tunnustivat lasten mediamaailman vaikka heidän oma median käytön tapansa ja mediamaisemansa erosi lasten mediamaisemasta. Tämä tuli esille muun muassa siinä, että vain 11 prosenttia vanhemmista ilmoitti käyttävänsä mediaa usein lastensa kanssa. Tärkeimmät yhteiset mediakokemukset liittyivät television katselemiseen eivätkä välttämättä kohdistuneet ohjelmasisältöihin. Pikemminkin televisio keräsi perheen yhteen:

Tellua oli kiva katsella pitkästä aikaa yhdessä, vanhempien mielestä ei ohjelmalla ollut niinkään väliä mutta oli kiva olla rauhassa yhdessä.
(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

Kun puhe kääntyi digitaaliseen pelaamiseen, vanhemmat myönsivät auliisti olevansa hieman ”pihalla” koko asiasta.

Serkun kanssa H puhuu paljon tietokone- ja Nintendo-peleistä ja he myös pelaava yhdessä. Koska äiti ja isä ovat ”pihalla” näistä peliasioista on serkku hyvin tärkeä ja odotettu vieras.
(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

Ermin, Mäyrän ja Heliön (2005b 140–141) lasten digitaaliseen pelaamiseen liittyvässä tutkimuksessa kävi ilmi, että lapset halusivat vanhempiaan pelikavereiksi, mutta heidän opettamisensa olisi ollut liian iso urakka. Aikuisilla ei ollut aikaa eikä valmiuksia osallistua lastensa peliharrastukseen. Ermi ja kumppanit esittävätkin haasteen, jonka mukaan lasten ja aikuisten mediasuhteet ja tietotaidot olisi saatava dialogiin keskenään (emt. 141).

7.2 Lasten ja nuorten tiedonhaun taidot

Kuten edellä tuli ilmi, jo viisivuotiaat kokevat olevansa taitavia median käyttäjiä. Voidaan esittää, että tietyt tekniset perustaidot omaksutaan jo melko varhain kodin mediaympäristössä. Lasten kasvaessa median käyttö alkaa ja eriytyä, ja erilaiset omaan kiinnostukseen liittyvät taidot korostuvat. Tutkimuksessamme tämä näkyi erityisesti internetin tiedonhakuun liittyvissä taidoissa. Haastatteluissa nuorilta kysyttiin tiedon luotettavuuden arvioi-

misesta ja internetin käytön ohjeistuksista kotona ja koulussa. Näimme internetin käyttöön liittyvät taidot ja erilaiset informaatiolukutaidot tärkeinä erityisesti siksi, että lasten ja nuorten liikkumiseen internetissä on viime aikoina kiinnitetty paljon huomiota. Internet nähdään koukuttavana ja vaarallisenakin paikkana, eivätkä vanhemmat kykene täysin valvomaan millä sivuilla netissä liikutaan. Taitavat median käyttäjät pystyvät puolestaan ohittamaan erilaisia teknologioita esteitä tai muokkaamaan sivuhistorioita, mikä tuli esille myös omassa tutkimuksessamme.

Kuten edellä on jo todettu, internet ja sen sosiaalisen verkoston paikat olivat varsinkin 11- ja 14-vuotiaille keskeisiä mediamaiseman kiintopisteitä. Tutkimuksemme osallistuneista nuorista osa oli innokkaita pelaajia, jotka hakivat netistä peleihin liittyviä koodeja ja osallistuivat pelien keskustelufoorumille. Kiinnostus muotimaailmaa kohtaan oli puolestaan vienyt jotkut haastateltavistamme blogin käyttäjäksi, osalla harrastukset innostivat kuvien vaihteluun ja lisäämiseen nettiin tai musiikin latailuun ja verkko-yhteisöjen jäseniksi. Osa nuorista oli innostunut omasta animaation tekemisestä. Erilaiset kiinnostuksen kohteet ja harrastukset suuntasivat varsinkin nuoria erilaisiin mediasuhteisiin, joissa oli myös opittava uusia asioita. Pääasiassa opittiin itse kokeilemalla ja kavereiden avustuksella. Luvussa 5.3 esitimme jo, että digiajan ja sosiaalisen median kulttuurille on ominaista toisten mentorointi ja yhteistoiminnallinen tekeminen, jossa kaverit opettavat toisiaan.

Yhteistä nuorille oli internetin käyttö informaation, kommunikaation ja viihtymisen välineenä. Nuoret olivat oppineet erityisesti informaation hakuun liittyviä taitoja, pääasiassa ”googlettamista” ja Wikipedian käyttöä. Varsinkin näissä tiedonhaun taidoissa nuoret mainitsivat opastavansa vanhempiaan.

Yksi keskeinen nuorten käyttämä tiedon etsimisen tapa on arkipäiväinen sosiaalisista tilanteista lähtevä spontaani surffailu ja ”googlettaminen” netissä (*everyday-life information seeking*) (Harris 2008, 162). Kysymys on luonteeltaan todellakin enemmän sosiaalisesta kuin kognitiivisesta toiminnasta. Arkipäiväisessä tiedon etsinnässä strategiana on usein tyytyminen ratkaisuihin tai tietoon, joka on tilanteeseen ”riittävä”. Varsinaista tiedon arviointia ei tehdä, vaan tyydytään siihen, mikä on ”tarpeeksi hyvä”.

Lapset ja nuoret etsivät usein tietoa viihdemaailman asioista. Yhdysvaltalaisstudiumissa (Lenhart ym. 2007) on todettu, että 81 prosenttia nuorista netin käyttäjistä vierailee säännöllisesti suosittujen televisio-ohjelmien, elokuvien, bändien ja urheilijoiden web-sivuilla ja käyttää hakukoneita nimenomaan tämänkaltaisen tiedon löytämiseksi. Tytöt hakevat lisäksi runsaasti tietoa myös ulkonäköön, muotiin, terveydenhoitoon ja laihdutuk-

seen liittyvistä aiheista. Toisaalta miltei 77 prosenttia yhdysvaltalaisnuorisista kertoi etsivänsä netistä tietoa ajankohtaisista asioista ja uutisista. Omassa tutkimuksessamme nuoret kertoivat hakevansa verkosta erityisesti viihde-maailman tietoa. Sen lisäksi hakukoneita käytettiin koulutehtävien ja har-rastuksiin liittyvän tiedonhaussa. Muutama lapsi ja nuori kertoi hakevansa tietoa esimerkiksi esitelmiä varten myös kirjastosta, mutta useimmat ker-toivat aloittavansa minkä tahansa tiedon hakemisen internetistä.

H: Mitä sää yleensä etit, jos tarvit tietoa johonkin?

V: Yleensä mä käytän joko niin, että naputtelen Googleen, katon Wikipediaa tai sitten niin tietokirjoja katon kirjastosta.

(Poika, 14-v, HA)

Googlen lisäksi Wikipedia mainittiin monessa haastattelussa yleisenä tiedon-haun paikkana. Wikipediasta ei kuitenkaan keskusteltu esimerkiksi koulu-tunneilla, vaan tieto käyttäjien vapaasti muokkaaman tietosanakirjan ole-massaolosta oli kulkeutunut lapsille kaveripiiristä tai vanhemmilta. Wiki-pedian luonne käyttäjien täydentämänä sivustona oli kuitenkin täysin sel-vä vain muutamalle 14-vuotiaalle nuorelle. Varsinkaan nuoremmat käyttä-jät eivät kyseenalaistaneet Wikipediassa ollutta tietoa, vaan luettujen asioiden saatettiin ajatella olevan totta sellaisenaan. Wikipedian kirjoittamiseen ei ollut haastattelujemme mukaan osallistunut kukaan.

H: Oot laittanut tänne, että esimerkiks Wikipediasta oot hakenut tietoa. Mis-tä asioista?

V: Koulujuttuihin. Jos on kiinnostunut jostain asiasta, niin sieltä yleensä löy-tyy. Vaikka ei ne välttämättä oo kauheen luotettavia.

H: Miksei ne oo luotettavia?

V: Sinne saa kirjottaa kaikki mahdolliset.

H: Onko teille koulussa kerrottu, että Wikipedia toimii sillä tavalla vai mis-tä sä tiedät sen?

V: Ei oo taidettu koulussa kertoa, mutta jostain mä sen tiedän, en edes tiedä mistä.

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Sä sitten opastat sun vanhempiakin joskus median käytössä. Millos oot nii-tä päässyt neuvomaan?

V: Jos on vaikka joku elokuva, niin mä kerron kuka joku on. Tai sitten näytän jotain uusia ohjelmia, ja ne on et hei, mistä sää noi sait. Tai Wikipediasta jo-tain, niin ne kysyy, että mitä sä noita älysit ottaa.

H: Sä käytät Wikipediaa sitten kanssa?

V: Käytän.

H: Onks Wikipediassa kaikki jutut totta?

V: On mun mielestä ainakin.

(Poika, 11-v, HA)

Arkipäiväisen surffailun lisäksi nuoret toteuttivat omaehtoista, omista eri-tyisistä mielenkiinnon lähteistä kumpuavaa tiedon etsimistä ja toimivat tie-don tuottajina ja jakajina keskustelufoorumeilla. Esimerkiksi harrastusfoo-

rumeilla osa nuorista esiintyi asiantuntijaroolissa, ja keskusteluissa haettiin yhteisesti vastauksia kiinnostaviin kysymyksiin. Foorumit olivat myös eriytyneet sen mukaisesti, oliko keskusteluissa pelkästään sosiaalinen funktio, vai koskivatko ne harrastuksiin liittyviä erityiskysymyksiä ja tietoa.

H: Tuli noista hevosista ja nettikeskusteluista vielä mieleen, että löydätkö sä sieltä foorumilta jotain uutta? Että lisääntykö sun tietous siitä harrastuksesta kun käyt siellä?

V: Se vähän riippuu, esimerkiksi siellä yleisessä keskustelussa se on enemmänkin höpö-höpö -juttua, mutta ratsastusfoorumissa kysytään ihan kunnollisia asioita ja vastataan ihan kunnollisesti. Kyllä sieltä joskus jotain tulee, mitä ei oo aikaisemmin tiennyt. Semmosta mulle yleensä vähän ekstraa, kyllä mä mielestäni sillee tiedän mun käyttötarkoituksiini sopivasti.

(Tyttö, 14-v, HA)

Nuorten taidot käyttää internetiä ja arvioida tietoa kasvoivat sen mukaan mitä läheisemmiksi he asiat kokivat. Eräs haastattelemamme 14-vuotias poika oli erityisen innostunut vanhoista autoista ja etsi niistä tietoa, jota jakoi tässä tapauksessa äidin työkaverin kanssa.

Lähetin äidin työkaverille sähköpostia, johon skannasin auton kuvan Mobilisti-lehdestä. Hain samasta autosta kuvia netistä. Kävin myös autoliikkeen nettisivuilla ja lähetin heille sähköpostia.

(Poika, 14-v, PÄ)

Esimerkin poika ei vain käynyt autoliikkeen nettisivuilla, vaan varmisti asioita vielä sähköpostin välityksellä. Päiväkirjassaan poika kertoi etsineensä tietyn auton kuvia netistä parina päivänä ja lisäksi lukeneensa V8-Magazinea, Mobilistia ja Tekniikan Maailmaa. Tällaiselle omaehtoiselle tiedon etsimiselle ja varmistamiselle on luontaista tiedon jakaminen sekä tarkempi suhtautuminen tiedon luotettavuuteen (Harris 2008).

Kolmas tutkimuksessamme esiin tullut tiedon etsimisen tapa oli ulkopuolelta, erityisesti koulusta ohjattu tiedon etsiminen.

H: No annettiin teille koulusta ohjeita, että jos nyt vaikka menee jonnekin sivuille, missä kerrotaan undulaateista, niin miten sitä arvioi kuinka hyvää tai oikeanlaista se tieto on? Sanottiinko siitä mitään miten ne pitää valita ne sivut sieltä?

V: Joo, se anto sivut, joilta haetaan.

(Tyttö, 11-v, HA)

H: Ootteko te saanut koulussa ohjeita siihen mistä kannattaa netistä hakee tietoa?

V: Siis joskus jos me tehdään jotain atk-luokassa, niin ne kirjottaa siihen taululle semmosia sivuja mistä voi kattoo.

(Tyttö, 14-v, HA)

Sen sijaan, että oppilaita olisi kannustettu omaehtoiseen tiedon etsimiseen, heille oli tarjottu valmiit www-sivut ja tietolähteet. Tehtävä ei erityisesti kannusta tiedon luotettavuuden arviointiin, varsinkaan mikäli oppilaalla ei ole omaa intressiä ja kiinnostusta aiheeseen. Parhaiten tiedon arvioinnin taidot kehittyvätkin omista intresseistä lähtevässä toiminnassa, johon liittyy myös tiedon jakamista.

Nuoret kertoivat, että koulussa oli kuitenkin jonkin verran kiinnitetty huomiota tiedonhaun periaatteisiin. Äidinkielessä oli puhuttu tiedon luotettavuudesta ja opettaja saattoi tarkistaa miltä sivulta tietoja on haettu. Osa nuorista taas esitti, että opettajat luottavat nuorten omiin taitoihin tiedonhaussa.

H: Onko teille koulussa annettu mitään, jos teillä on ollut vaikka historian esitelmää, niin ohjeita siitä mihin voi luottaa ja mihin ei?

V: Ei o kyl kauheesti. Yleensä kaikki menee vaan Googlen kautta tai sellasen kautta ja etii jotain. Ei meille oo koulussa koskaan sanottu, että ettikää esim. täältä. Vaan annetaan omatoimisesti tehdä.

(Tyttö, 14-v, HA)

Koska tiedon hankintaan liittyvä internetin käyttö on nykynuorten elämässä erittäin tärkeää, tämä luo varmasti haasteita informaatiolukutaidon oppimiseen ja opettamiseen sekä kotona että koulussa. Nuorten haastattelujen perusteella asiaan on toistaiseksi kiinnitetty varsin vähän huomiota. Silti nuoret osaavat myös olla varovaisia löytämänsä tiedon suhteen, mutta kriteerit tiedon arvioimiseen ja kriittinen lukutaito ovat vasta kehittymässä.

Internet on itsessään varsin vaikea ympäristö tiedon arvioinnin kannalta. Nicholas Burbules (2001) on esittänyt, että perinteiset tiedon arvioinnin kriteerit eivät päde internetissä, koska se on rakenteeltaan monimuotoinen, siitä puuttuvat perinteiset viittauskäytännöt ja se on samaan aikaan sekä informaatiolähde että sosiaalinen verkosto. Nettisivuilta ei useinkaan löydy julkaisijaa, kirjoittajan nimeä tai muita institutionaalisia luotettavuuden lähteitä. Tieto ei ole järjestetty, se on epähierarkkista ja informaatio, viihde ja mainonta sekoittuvat toisiinsa. Erottelujen tekeminen eri sivujen kesken on vaikeaa erityisesti siksi, että nettisivut eivät tarjoa riittävästi kontekstia sisällön tarkastelulle: netissä ei ole eri ”osastoja” fiktiolle tai faktalle. Voi olla esimerkiksi vaikea erottaa jonkin rock-bändin virallisia sivuja, fanisivuja ja fantasiasivuja.

Lapsilla ja nuorilla ei aina ole käytössään sellaisia analyttisiä välineitä kuten lähdekritiikki tai kriittinen lukutaito. Siksi onkin varsin yleistä, että arviointiin käytetään sisällön sijasta ulkoisia kriteereitä (Harris 2008, 161). Havaitsimme tämän myös omassa tutkimuksessamme:

H: Onko sun mielestä vaikeeta ajatella noista netin sivuista, että voiko siihen luottaa vai ei?

*V: No yleensä jos siellä on joku kirkkaan sininen tausta ja ihmeellisellä käsi-alalla kirjoitettu, niin silloin mä en luota niihin. Että jos ne on siistit ulkospäin, niin silloin mä yleensä luotan ja jos siinä heti etutekstissä lukee, että ter-
vetuloa mun sivuille, niin silloin mä heti pistän pois, että mä en semmisiin luota.*

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Mites muuten liittyen tohon luotettavuuteen liittyen, jos ajattelet erilaisia nettisivuja, niin onko se vaikea jotenkin arvioida mikä sivu on luotettava tai uskottava ja mikä ei?

V: No on se sinänsä jos ei tiedä siitä asiasta valmiiksi mitään. Niin sitten ottaa kaiken tiedon vastaan. Mutta mulle ainakin sivujen ulkoasu kertoo sillei että voiko tähän luottaa edes yhtään. Jos on sellanen joku hutaistu, surkea, ruma, niin ei se välttämättä sitten oo ja kauheesti kirjoitusvirheitä ja semmosia. Tuntuu, että se on vaan laitettu sinne muuten vaan. Semmoset siistit ja muutenkin uskottavat tekstit, niin ne.

(Tyttö, 14-v, HA)

Nuoret eivät kuitenkaan tässä suhteessa olleet kaikki samanlaisia. Osa nuorista käytti arviointiin kriittisempiä vertailun strategioita. Esimerkiksi James Potter (2004, 126–128) kutsuu tällaista vertailua arvioinniksi (*evaluation*), joka on yksi perustavanlaatuinen medialukutaidon osa-alue. Arviointi, eli joillekin kriteereille perustuva vertailu, oli yksi haastatelluille ominaisista tavoista selvittää nettisivujen luotettavuutta:

H: Mites jos sä lähdet hakemaan tietoa, vaikka sitä sun esitelmää varten, ja meet jonnekin sivuille, niin mietkö sä koskaan, että voitko sä luottaa siihen sivuun mitä siellä sanotaan?

V: No mä käytän vähän maalaisjärkeä siinä ja sillee, että kaikista luotettavampia on viranomaisten tai järjestöjen sivut. Sitten jos on jotain harrastelijoiden tekemiä, niin niitä voi kattoo vähän, että onko niissä yhteneväisyyksiä sitten virallisten tietojen kanssa. Mutta kyllä mä jätän ihan omaan arvoonsa sellaset, missä jotain mainoksia tulee ja neon-keltasella kirjoitettu siniselle pohjalle esimerkiksi.

(Tyttö, 14-v, HA)

H: Onks sun mielestä helppo löytää netistä sellasta niinkun luotettavaa tietoa vai onko se niinkun sellasta roskatietoa?

V: Kyllä sieltä on mun mielestä aika helppoo löytää semmosta ihan todenperästäkin tietoa.

H: Miten sää pystyt kattoon, näkeen siitä, että onko se todenperäistä?

V: No, no tota [mieltii pitkään] ver...kyllä mä siihen vertaan, että mitä niin aikasemmin oon, mitä mä tiedän siitä asiasta, niin siitä pystyy vertaan, ja sitten just katon useemmasta lähteestä, jos niin niissä kaikissa on sama juttu, niin sitenhän se on melko varmasti paikkansa pitävää tietoa.

(Poika, 14-v, HA)

7.3 Faktaa vai fiktiota?

Lapset ja nuoret arvioivat haastatteluissa myös televisio-ohjelmien ja lehtien todenperäisyyttä ja luotettavuutta. Nykyisessä mediaympäristössä yksi perustaidoista onkin faktan ja fiktion erottaminen toisistaan. Ohjelmatyypistä riippuen lapset oppivat erottamaan fiktion ja faktan yleensä noin viiden vuoden iässä (Salokoski & Mustonen 2007, 19). Tämä rajankäynti näkyi tutkimuksemme mukaan muun muassa viisivuotiaiden päiväkirjoissa, joissa epäiltiin olisikohan Salattujen elämien Niina oikeasti raskaana tai vakuuteltiin sitä, että Eläinlääkäri-ohjelman eläimet ovat oikeasti kipeitä eivätkä näyttele. 8-vuotiaan annetaan puolestaan katsoa Salkkareita juuri siksi, että hän tietää, etteivät sarjan tapahtumat ole totta.

Ohjelmien fiktiivisyydestä keskusteltiin kotona usein varsinkin pienten lasten kanssa, erityisesti jos jokin ohjelma oli pelottanut. Luvussa 5.1.2 viitattiin kahden 5-vuotiaan pojan vanhempien päiväkirjoihin, jossa kerrottiin poikien pelästyneen dinosauruksista kertovaa televisio-ohjelmaa. Tilanteesta selvittiin keskustelemalla faktasta ja fiktiosta, ohjelmassa käytetyistä animaatiotekniikoista ja myös haettiin internetistä lisää tietoja dinosauruksista. Keskustelu ja yhteinen laaja perehtyminen asiaan sai pelon hälvenemään ja ainakin toinen lapsista olisi halunnut katsoa kesken jäänyttä ohjelmaa uudelleen. Kyky erottaa fakta ja fiktio toisistaan ei kuitenkaan sinänsä takaa pelon voittamista, sillä pelot liittyvät yleensä hahmoihin ja näiden ulkonäköön riippumatta siitä onko hahmo todellinen, fiktiivinen vai mielikuvituksen tuotetta (ks. Salokoski & Mustonen 2007, 47). Perheiden strategia asian käsittelemiseksi oli kuitenkin mediakasvatuksellinen. Mediaan kiinnitettiin huomiota, sen esityskeinoista keskusteltiin ja siihen liitettiin yhteistä mielekästä toimintaa.

11-vuotiaat saattoivat jo pohtia laajasti fiktiivisten elokuvien ja televisiosarjojen realistisuutta. Heille oli selvää se, että elokuvat ja televisiosarjat ovat fiktiota. Kysymykseksi nousi enemmänkin se, kuinka uskottavia ja todenmukaisia tapahtumat ovat. Tällä on merkitystä muun muassa käsiteltäessä mediaväkivaltaa. Mediaväkivallan esitystavoilla, kuten sen realismilla, ja ohjelman sisältämällä asenteilla on vaikutusta siihen, miten ohjelma merkityksellistetään ja otetaan vastaan. Realistinen, väkivallan tekijöitä ihannoiva ohjelmatyyppi lisää sekä pelkoja että myönteisiä asenteita väkivaltaa kohtaan (emt. 90). Tapahtumien pohtiminen, todenperäisyyden arvioiminen ja vertaaminen puolestaan auttaa ymmärtämään ohjelman esityskeinoja ja toimii kognitiivisena suojautumiskeinona. Näin eräs 11-vuotias haastateltavamme pohti omaa katsomiskokemustaan.

V: Niin, kun mä oon kattonut jotain K15, missä on ikäraja, mutta se on kyllä ärsyttävää, että aina kun tulee joku jännä kohta, niin joutuu sulkeen tv:n, et-

tä nyt pitää mennä nukkumaan. Mutta ne on sillee aika outoja.

H: Millä tavalla?

V: Sillee kun mä katoin yhen, missä laitettiin yks tyyppi hauta-arkkuun. Joku tyyppi, joka vihas sitä laitto sen hauta-arkkuun ja lukitse sen, niin mites se sai sen auki? Miten sillä voi olla avain?

H: Ai sillä, joka joutu sinne arkkuun?

V: Ei vaan sillä, joka laitto sen sinne. Sillai ihan oudosti, se sai nostettua sen ja lyötyä vaikka sen pään johonkin seinään sillee ihan oudosti. Siinä on aika paljon sellasta mikä ei oo totta niinku. Että ei ihminen kestä sellasta, että se heitetään johonkin päin seinää.

H: Niin se on ihan totta.

V: Mutta minkä takia tehdään sellasta? Että ihmisille tulis sellanen mielikuva, että se on totta ja sit ne tekee ja sit kuolee?

H: Mitäs sä itse luulet, minkä takia?

V: No sen takia, en mä tiedä.

H: Niin, kyllä ne on kauheen todenmukaisia tavallaan ne elokuvat. Yritetään tehdä kaikilla tehosteilla ja näin, että se näyttäisi todelta. Sulle taitaa olla siten aika selvää, että näissä jännäreissä ja action-elokuvissa näytetyt asiat ei voi olla totta, vai ootko sä ajatellut joskus niin?

V: No kyllä kaikki sanoo, että se ei oo totta. Ja mä sitten uskon. Ja koulussa-kin sanotaan, että ketään ei sais lyödä. Että jos lyö vaikka jotain, niin voi jalka mennä sinne sisälle, eikä se kimpookaan siitä takasin. Ja jos joku kaatuis ja sillä pää osuis vaikka lattiaan, niin siihenkin voi joku kuolla.

(Tyttö, 11-v, HA)

Tyttö pohtii aluksi itseltään kielletyksi luokitellun ohjelman kerrontaa ja esitystapoja. Ohjelma vaikutti 'oudolta', kuten tyttö ilmaisi. Outous johtui varmasti osin siitä, että 11-vuotias oli siirtymässä uudenlaisiin mediakokemuksiin ja -ympäristöön, lasten, nuorten ja koko perheen mediasisällöistä yhä vahvempaan aikuisten mediaviihhteeseen. Kiellettyjen ohjelmien katsominen oli ensi askel, jota myös kielletyn leima houkutti.

Lasten ohjelmien esityskonventioihin tottuneelta uusi mediamaailma näyttää ehkä aluksi käsittämättömältä. 11-vuotias voi vielä aidosti kysyä esimerkiksi väkivaltaviihteen tarkoitusta, ”minkä takia tehdään sellasta?” Samalla hän kykenee ottamaan etäisyyttä koettuun mediasisältöön, pohtimaan ohjelman esityskonventioita, tuotantoa ja yleisöä, jotka ovat myös keskeisiä ulottuvuuksia medialukutaidossa. Tämä osoittaa myös sen kuinka tärkeää ohjelmista keskusteleminen on eräänlaista ”mediamurrosikää” lähevien kanssa ja kuinka lasten ja nuorten esittämät kysymykset voivat avata hedelmällisiä näkökulmia.

Edellisessä haastattelusitaatissa keskustelu siirtyy kerrontakonventioista, tehosteista ja ohjelman motiiveista todellisuuden ja fiktion eroihin. Haastattelu paljasti, että myös koulussa on kiinnitetty huomiota mediaväkivallan esittämiseen ja väkivallan todellisiin seurauksiin. Suomessa on pitkään tehty valistustyötä tällä alueella ja se näyttää tuottaneen tulosta.

Nuoret arvioivat faktan ja fiktion rajaa myös vertailemalla sanomalehtiä. 11- ja 14-vuotiaat arvioivat, että iltapäivälehdissä esimerkiksi viihdealan juttu- ja liioitellaan ja muokataan.

H: Voisiko uutinen olla tai joku lehdessä julkaistu juttu sellainen, mikä ei sun mielestä olisikaan totta? Onko se mahdollista?

V: Ei. Mutta niitä on ehkä vähän muokattu. Mä veikkaan että Aamulehdessä niitä ei muokata, mutta Iltalehdessä on.

H: Miksi sä veikkaat näin?

V: Koska Aamulehdessä on enemmän ihan uutisiin liittyviä, mutta sitten Iltalehdessä on kaikkee, että joku on murhannut ja sillee ja että joku julkkis on ollut kannissa jossain. Mä veikkaan, että niitä on vähän muokattu.

(Tyttö, 14-v, HA)

V: No kyllä mä luulen, että noissa Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa ne on totta, mutta sitten Iltasanomat ja nää, niin ei se sitten välttämättä kaikki oo.

H: Miten sen erottaa sitten toisistaan? Onko se vaikea tietää? Vai mistä sä päättelet näin?

V: No se on vähän sellanen, että se lehti on vaan jotenkin sen olonen. Ja kaikki otsikot on niin semmosia niinku hyökkäviä. Ne on sillee liioiteltuja. Ne on yhteen henkilöön kohdistuvia ja tässä on vähän tavallaan yleisemmin asioista.

(Tyttö, 14-v, HA)

148 Nuorilla tuntui olevan selvä käsitys iltapäivälehtien viihteellisyydestä. Viihteellisyys näytti tarkoittavan tässä sitä, että yksilöt, julkkikset ja rikosuutiset nousevat pintaan. Vaikka nuoret tutkimuksemme mukaan olivat vahvasti kallellaan viihteeseen, he suhtautuivat viihteelliseen uutiskäsittelyyn varovasti. Edellä lainattu 14-vuotias ymmärsi iltapäivälehtien luonteen ja retoriikan, vaikka ei pystynyt lehden käyttämiä keinoja täysin käsitteellistämään: ”se lehti on vaan jotenkin sen olonen”. Nuori oli kiinnittänyt erityisesti huomiota lehtien otsikoiden tyyliin ja tapaan nostaa yksityishenkilöitä esille. Lyhyet huomiot kertoivat kriittisestä medialukutaidosta, kyvystä ottaa etäisyyttä tekstiin ja arvioida sitä myös suhteessa muihin teksteihin. Samoin kuin internetsivuja arvioitaessa strategiana oli vertailu.

Mediapäiväkirjaan liittyvä uutistehtävä toi esille nuorten käsityksen erityisesti vakavasti otettavasta uutismediasta, joka lähes kaikilla oli sanomalehti. Nuorten poimimat uutisaiheet taas vaihtelivat vakavammista viihteellisiin (ks. luku 4.3). Myöskin Yleisradion televisiokanavia arvostettiin asiallisina ja todenmukaisina, mutta ne jäivät nuorten mediakokemuksissa viihteeseen varjoon. Varsinkin 14 -vuotiaat ilmoittivat, että Yleisradion televisiokanavat eivät heitä kiinnosta:

H: Yleisradion kanavilta ei vaan jostain syystä tuu mitään katselamisen arvoista. Ainakaan jkköseltä ei tuu. Kakkoselta saattaa joskus tulla joku hyvä pätkä, mutta harvemmin.

(Poika, 14-v, HA)

7.4 Taitojen tarkastelua

Tutkimuksessamme korostuivat lasten ja nuorten tekniset mediataidot, jotka tuottivat myös ylpeyttä – erityisesti, jos lapset ja nuoret tunsivat taitonsa ylittävän omien vanhempiensa taidot. Joillekin nuorille etenkin koulujen tietokoneen käyttöön liittyvä opetus oli turhauttavaa, sillä käsiteltävät asiat olivat heille jo tuttuja.

Median käyttö näytti edistävän myös sosiaalisia taitoja. 5-vuotiaiden mediakäyttö oli vielä sidottu kotiin ja päivähoitoon. Kotona pelattiin tai katsottiin televisiota ja elokuvia sekä yksin että muiden perheenjäsenten kanssa. 5-vuotiailla lapsilla ei ollut omissa huoneissa tietokonetta. Vanhempien lasten mediakäyttö nivoutui vahvasti sosiaaliseen toimintaan. Medialla kommunikoiitiin kavereiden, sukulaisten ja perheenjäsenten kanssa. Puhelimella ja tekstiviesteillä tavoitettiin vanhempia ja ystäviä, Skypellä puolestaan kauempana asuvia sukulaisia. Internetin käyttö nivoutui paljolti harrastusten ympärille ja pelaamisessa tavoiteltiin laajempia peliyhteisöjä. Myös tietoa haettiin yhteisöllisissä merkeissä. Kuten luvussa viisi tuli esille, sosiaalinen media kuten blogit ja IRC-Galleria loivat yhteyksiä kodin ulkopuolelle. Haastatteluissa erityisesti keskustelupalstojen käyttäjät toivat esille virtuaalimaailman erityispiirteitä ja niissä vaadittavia taitoja.

H: Onko toi enemmän sellaista, että heitetään jotain hauskaa juttua ja läppää, toi yleinen keskustelupalsta vai onko sielläkin semmosia asiapitoisia?

V: No se on vähän niinku tommosta, ei siä kukaan tavallaan mitään asiaa siellä kirjota. Toi on enemmänkin tollasta, että mitä mieltä oot ja kommentoi tätä videoo. Kysymystä ja tämmöstä.

H: Minkäslainen toi on sävyltään toi palsta, mä olen joskus käynyt itse koiraiheisilla palstoilla ja niillä on joskus aika semmosta töykeetäkin. Jos joku kirjoittaa, niin voi aika nopeesti saada isonkin ryöpsytyksen niskaansa.

V: Kyllä täällä aika mun mielestä hyväntahtoisesti kirjoitetaan. Että sitten tietenkin on niitä, jotka kirjoittaa jollain nimimerkillä jotain kummallista.

H: Entä onko siellä mitään kiusausta tai tän tyyppistä, että joku...

V: No ei pahemmin. Oonkohan mä kerran nähnyt, että joku pikkutyttö jollain nimimerkillä oli ja kaikki vähän sitä hännäs. Että tossa on taas toi. Se kysy samaa asiaa tuhat kertaa ja ... mutta ei siä mitenkään sillee, että aika paljon saa häiritä toisia ennen kuin ne ärsyyntyä tai käy sun kimppuun. Mutta kun tuolla ei pysty sitä nimimerkkiä rekisteröimään niin sekin tekee, että siellä semmosia feikkimimimerkkejä, että joku tulee toisen nimimerkillä ja sanoo jotain outoa. Mutta kyllä nekin aika nopeesti huomataan, että ei toi henkilö tommosta sanois.

(Tyttö, 14-v, HA)

Haastattelun tyttö tunsu hyvin netikettiin liittyviä piirteitä, keskustelupalstalla käytetyn kirjoitustyylin sekä nimimerkkeihin ja palveluihin liittyviä ongelmia. Sosiaalisten taitojen kehittyminen näkyi erityisesti siinä, miten haastateltava oli oppinut verkkokeskusteluissa tunnistamaan pienistä ny-

ansseista ja sävyistä onko henkilö se, joka väittää olevansa. Nuoret luottivat tunnistavansa internetiin sisältyviä vaaroja ja esittivät olevansa varuillaan keskustellessaan ja liikkueessaan netissä.

H: Miten sää ite aattelet, jossain netin käyttämisessä, että minkälaisia asioita pitäis muistaa.

V: No, ettei mee minnekään, ei turhille tai semmosille tyhmille sivuilla, eikä roskapostia kannata aukasta. Emmää es muista. Ettei saa olla liikaa tietystikään, kannattaa varoo kyllä kaikkee.

(Poika, 14-v, HA)

Eurooppalaisessa 29 maata kattavassa 9–14-vuotiaiden nettiturvallisuusbarometrissä (Safer Internet for Children 2007), samoin omassa tutkimuksemme, nuoret mainitsivat olevansa tietoisia internetiin sisältyvistä sosiaalisista ja muista riskeistä. Keskeisimmiksi riskeiksi nuoret kertoivat virokset ja muut haittaohjelmat, väkivallan ja pornografian kohtaamisen ja omaan persoonaan kohdistuvat hyökkäykset (vrt. emt.). Internetin käytön oppiminen on nuorille itseäänselvyys ja tämä sisältää sekä teknisten että sosiaalisten taitojen kehittymisen internetin maailmaa vastaavaksi. Tutkimuksemme eräät nuoret tiedostivat muun muassa, että kuvien lisäämisessä internetiin on omat vaaransa, koska kuvia ei tämän jälkeen voi koskaan täydellisesti internetistä poistaa (ks. myös luku 5).

150

On kuitenkin huomattava, että tutkimuksemme kaikki nuoret eivät suinkaan tiedostaneet tai osanneet yksilöidä internetin vaaroja. Pikemminkin haastatteluissa korostettiin internetin positiivisia ominaisuuksia ja ajanviettemahdollisuutta.

Osa nuorista toi esille, että erityisesti kotona on valistettu internetistä ja siihen liittyvistä vaaroista:

Siis muahan on varjeltu tosi hyvin noiden koneiden kanssa. Mua on valistettu kaikista netin vaaroista. Mä en oo ite löytänyt sillee. Ja kun mä olin nuorempi niin mulla oli tosi tarkat rajat ja täyty aina tietää missä mä meen. Ja kyl mun isi varmaan nytenkin kattoo missä mä oon. Mutta kun mä en oo missään selasilla missä mä en saisi olla.

(Tyttö, 14-v, HA)

Aiemmissa tutkimuksissa on huomioitu internetin käyttämisen, pelaamisen ja muiden mediaan liittyvien toimien tuottavan aktiivista sosiaalista toimintaa (Suoranta ym. 2001, 102). Esimerkiksi kännykän ja tietokoneen monipuolinen käyttö näyttää olevan yhteydessä laitteiden sosiaaliseen käyttöön toisten kanssa, ahkeraan pelaamiseen ja liikuntaharrastuksiin (emt.).

Myös Ulla Matikkala ja Anja Riitta Lahikainen toteavat tutkimuksessaan, että säännöllisesti ja runsaasti eri medioita käyttävät lapset käyttävät medioita sosiaalisemmin kuin vähän medioita käyttävät lapset (Matikkala &

Lahikainen 2005, 98; ks. myös Ermi ym. 2005a, 122). Sosiaalinen käyttö on sekä mediavälitteistä yhteyttä muihin että tietokoneen ja pelikoneen käyttämistä yhdessä muiden kanssa.

Mediatuottamisen taidot nousivat esille erityisesti 11- ja 14-vuotiaiden nuorten haastatteluissa. Nuoret latasivat kuvia internetiin, julkaisivat tekstejä tai tekivät animaatioita joko kännykällä tai kameralla. Jälleen kerran voidaan todeta, että mediatuottamisen taidot eriytyivät paljolti nuorten kiinnostuksen ja harrastusten mukaan. Omaan mediatuottamiseen liittyvät myös erilaiset faniaktiiviteetit, jotka edellyttivät aktiivista läsnäoloa ja osallisuutta faniyhteisössä: keskustelua, kirjoittamista ja omaa kulttuurin tuottamista. Tällaiset media-aktiivisuuden ja oman tuottamisen muodot kehittävät yleisemmin tietoisuutta median tuotantotekniikoista, genren ja kerronnan rakentumisesta, eri medioiden kieliopista ja markkinoinnista ja yleisökäyttäytymisestä (ks. Herkman 2007, 201).

Oma tuottaminen ja media-aktiiviteetit kehittävät erityisesti medialukutaitoa. Tutkimuksemme perusteella voidaankin sanoa, että lapset ja nuoret liikkuvat päivittäin hyvin moninaisissa tekstuaalisissa ympäristöissä, jotka koostuivat multimodaalisista teksteistä: kuvasta, kirjoituksesta, musiikista ja grafiikasta. Päivään kuului radion ja musiikin kuuntelemista, sarjakuvia, sanomalehden silmäilyä, pelaamista, internetissä liikkumista, television katselemista, lukemista ja kirjoittamista. Koulua käyvien päivittäiset rutiinit vaihtelevat paljolti koulupäivien ja arjen vapaa-ajan rytmin mukaisesti. Seuraavassa on pari esimerkkiä 14-vuotiaiden mediapäiväkirjoista.

Heräsin jälleen herätyskelloon, puin ja katsoin tv:tä. Matkalla kouluun kuuntelin iPodia. Koulussa olimme tietokoneella ainakin puoli tuntia. Kotona luin Katsoa ja lähdin ulos kavereiden kanssa. Kun tulin illalla kotiin katsoin tv:tä vähän yli kaksi tuntia.
(Tyttö, 14-v, PÄ)

Heräsin lauantaina vähää vaille yhdeksän ja ensimmäinen mediaan liittyvä puuhailu oli Aamulehden luku. Kun aamulla siivosin huonettani, kuuntelin lempibändini Rasmusen kappaleita. Seuraavaksi ajauduin jälleen koneelle ja foorumilla sain tietää voittaneeni kilpailun johon olin osallistunut. Siirryin Macilta PC:lle ja ryhdyin ottamaan toiseen kilpailuun kuvia. [...] Lähettelin muutamia tekstiviestejä neljän aikoihin. Kävin kaupassa, jonka jälkeen hiljain foorumilla n. kolme tuntia. Katsoin myös Simpsonsia ehkä vartin. Luin sängyssä vielä Sara@gratzymail.com -kirjaa ja menin nukkumaan yhdentoista ja kahdentoista välisenä aikana.
(Tyttö, 14-v, PÄ)

Varsinkin viikonloppuna 14-vuotiaat siirtyivät saumattomasti erilaisista mediatiloista toisiin ja käyttivät monia medioita myös yhtäaikaaisesti (ks. luku neljä). Nuoret kykenivät seuraamaan erilaisia tekstuaalisia viestejä ja käyt-

tivät medioita omiin tarpeisiinsa. Pienemmät lapset kuvasivat puolestaan vuolaasti erityisesti videopelien tapahtumia, televisio-ohjelmia ja elokuvia sekä kirjoja, joita luettiin päiväkodeissa ja iltasaduiksi.

7.5 Kotien mediakasvatus

Kodeissa lasten mediataitoja pidetään tärkeinä ja vanhemmat ilmoittivat olevansa varsin kiinnostuneita lasten käyttämistä mediasisällöistä. Aikuiset olivat myös huolissaan median vaikutuksista lapsiin ja nuoriin, ja pyrkivät kontrolloimaan median käyttöä. Kotien mediakasvatus näyttäytyikin erityisesti erilaisina kontrollimuotoina, joihin lapset ja nuoret suhtautuivat enimmäkseen hyväksyen. 11- ja 14 -vuotiaista suurin osa oli samaa mieltä siitä, että vanhempien on hyvä rajoittaa lasten mediakäyttöä. 5- ja 8-vuotiaiden kodeissa kiistelyä median käytön määrästä käytiin lähes päivittäin.

Median käytön rajoittamiselle esitettiin erilaisia syitä, jotka koskivat sekä omaa mediakäyttämistä että yleisemmin lasten mediakäyttöä.

H: Tässä sä olit samaa mieltä, että vanhempien on ihan hyvä rajottaa lasten median käyttöä. Miksi?

V: No sen takia, että jos pelaa tietokonetta koko ajan, niin sitten ei syö ja on huonolla päällä ja sillee.

(Tyttö, 11-v, HA)

H: Minkäs takia sun mielestä vanhempien on joskus hyvä rajoittaa lasten median käyttöä?

V: Ettei, kyllä mä yhen kerran pelasin jotain kolme tuntii ja rupes sillee päässä huippaamaan.

H: Eikö sitä itse pysty lopattamaan?

V: Ei, kun sitä ei huomaa, ja ne sanoo, että sä oot ollut siellä jotain kolme tuntii. Ala vähän lopetteleen jo.

(Poika, 11-v, HA)

H: Minkä takia sun mielestä vanhempien on hyvä rajottaa lasten median käyttöä?

V: No jos ne joskus kattoo vaikka vähän liian rajua tai kauheen myöhään jottakin.

(Tyttö, 14-v, HA)

Nuoret olivat itse huomanneet median käyttöön liittyviä riskejä ja tunteuksia. Varsinkin pelaaminen oli silloin tällöin temmannut mukaansa niin, että ajan kulumista ei huomannut. Pitkä pelirupeama saattoi myös tuottaa fyysisiä oireita, varsinkin jos syöminen unohtui. Nuoret pitivätkin hyvänä, että aikuiset huomauttavat ajan kulumisesta ja rajoittavat pelaamiseen käytettyä aikaa. Yleisemmässä puhettavassa tuotiin esiin huoli mediaväkivallan tai rajun aineiston vaikutuksista. Lapset ja nuoret huolehtivatkin

yleensä varsin mielellään nuorempiensa median käytöstä. Tämä on myös yksi tapa kertoa tarinaa itsestä. Nuori rakentaa positiivista identiteettiä suhteuttamalla itsensä nuorempiin ja heidän kypsyttömyyteensä (Buckingham 2000, 133).

Suomalaisissa kodeissa käytetään hyvin samantapaisia sääntöjä lasten mediasuhteiden kontrolloimiseksi kuin muissakin maissa. Median käytön aikoja rajoitetaan, lasten käyttämiä sisältöjä valvotaan ja rajoitetaan ja mediaa käytetään sekä palkitsemisen että rankaisun keinona (vrt. Bachen 2007). Yhdysvaltalaisen alle 6-vuotiaiden perheisiin kohdistuneen tutkimuksen mukaan 90 prosenttia perheistä valvoi lasten television katselua, 87 prosenttia videopelien sisältöjä ja 79 prosenttia tietokoneen ja internetin sisältöjä (Rideout ym. 2003). Television katsomisen aikaa sääтели 69 prosenttia, videopelien 76 prosenttia ja tietokoneen 61 prosenttia vanhemmista (emt.). Suomessa 5–6-vuotiaiden vanhemmista 93 prosenttia rajoittaa lasten television katselun määrää, 98 prosenttia ohjelmien sisältöjä ja 86 prosenttia katsomisen ajankohtaa (Valkonen ym. 2005, 64). Kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että vanhempien lasten mediakäyttöä kontrolloidaan yleensä selvästi vähemmän (Bachen 2007, 242). Myös suomalaisissa tutkimuksissa päädytään samaan. Vuonna 2001 tehdyssä tutkimuksessa vain kahdella kymmenestä 8–10-vuotiaasta oli katselurajoituksia television suhteen (Suoranta ym. 2001, 78).

Mediasäännöillä on nähty olevan merkittäviä vaikutuksia perheissä. Television käytön rajoittaminen vähentää myös muun median käytön määrää lukemista lukuun ottamatta, jonka on puolestaan huomattu lisääntyvän television käyttöä rajoitettaessa (Bachen 2007, 242). Eksplisiittiset rajoitukset määrittävät lasten kasvaessa myös heille itselleen, mikä on sopivaa ja mikä ei, ja kuinka paljon median ääressä on hyvä viettää aikaa (emt.). Tämä tuli ilmi myös tutkimuksessamme, jossa lapset määrittelivät itse sopivia peliaikoja ja arvostelivat liikaa pelaavia kavereitaan. Erilaiset mediaan liittyvät normit omaksutaan näin kotoa ja todennäköisesti viedään eteenpäin sukupolvelta toiselle.

Tutkimuskodeissamme aikarajoituksia käytettiin erityisesti konsolipelien ja tietokone- ja nettipelien yhteydessä. Aikarajat vaihtelivat suuresti. Seuraavassa joitakin esimerkkejä: 1,5 tuntia viikossa; 2 tuntia viikossa; 20 minuuttia päivässä; 30 minuuttia neljästi viikossa; 2,5 tuntia päivässä. Aikarajoituksia saatettiin valvoa mekaanisesti niin, että vanhempi oli ajastanut koneen sammumaan automaattisesti aikarajan täytyttyä. Toisinaan taas vanhempien oli tarkkaan seurattava minkälaisissa osissa aika täyttyi. Vanhempien oli tällöin tarkkailtava, paljonko aikaa on käytetty ja paljonko on vielä jäljellä.

Myös pienten lasten nettielämää varjeltiin kotona erilaisin aikarajoituksin ja teknologisin estoin. Esimerkiksi salasana oli vanhempien hallussa tai lasten käyttämät internetsivut oli tarkoin määritelty. Vanhemmille lapsille kerrotaan myös netin vaaroista ja annetaan ohjeita muun muassa siitä, että netissä pitää käyttäytyä fiksusti, omia tietoja tai kuvia ei pidä levittää, maksullisia palveluita ei saa käyttää, roskaposteja ei saa aukaista tai ”tyhmillä” sivuille ei saa mennä. Joissakin perheissä valistusta ei kuitenkaan ollut annettu:

H: Mites teillä kattooks sun vanhemmat kuinka paljon sää oot netissä, tai valvooks ne tai tämmöstä?

V: Ei oikeestaan.

H: Onks ne ohjeistanu jotain, että missä saa käydä tai?

V: No ei oikeestaan.

H: Joo, saat ihan vapaasti.

V: Joo. Kun kaikill meillä on omat koneet, niin se on vähän niin, että saa tehdä mitä haluaa. Mun sisko on aika paljon koneella, niin kyllä ne sillon joskus sanoo, että älä nyt aina oo, ja näin.

(Tyttö, 14-v, HA)

Mediasisällön rajoitukset tulivat esille erityisesti televisiosta puhuttaessa, sillä varsinkin pienemmät lapset katselivat varsin mieluusti aamun lastenohjelmia kaupallisilta televisiokanavilta. Vanhemmat arvostivat kuitenkin pääasiassa TV2:n lastenohjelmia ja Pikku Kakkosta:

Äitinä laitan kyllä TV2 päälle aina. En näytä/kerro mitä TV3/TV4 näyttää, ne on pahoja.

(Tyttö, 5-v, vanhempien PÄ)

Yleensä meillä katsotaan enemmän TV2:n lastenohjelmia, koska niitä lapsen voi antaa katsoa yksinään. (MTV3:n ohjelmat välillä liian jänniä).

(Tyttö, 5-v, vanhempien PÄ)

Meillä on huonoa kokemusta kaupallisten tv-kanavien lastenohjelmista, joiden taso vaihtelee laidasta laitaan ja joista osa on hyvinkin pelottavia lapsen mielestä.

(Tyttö, 5-v, vanhempien PÄ)

Kaupallisten kanavien lastenohjelmien aamutarjonta harmitti joitakin vanhempia. Vuoden 2008 alusta Pikku Kakkonen on kuitenkin aloittanut myös aamulähetykset ja on selvästi vastannut vanhempien kaipuuseen rauhallisemmista lastenohjelmista.

Mediasisältöjä valvottiin myös kuvataallenteiden ja television ikärajoja seuraamalla. Vanhemmat eivät kuitenkaan pitäneet ikärajoista aivan tarkkaan kiinni. 51 prosenttia vanhemmista ilmoitti seuraavansa tarkasti ikärajoja, 42 prosenttia jokseenkin tarkasti ja seitsemän prosenttia ei ollut kovinkaan tarkkoja ikärajoitusten suhteen. 5-, 8- ja 11-vuotiaiden perheissä oltiin var-

sin tarkkoja ikärajojen suhteen ja vasta 14-vuotiaiden vanhemmat suhtautuivat ikärajoihin hieman väljemmin.

Median käyttöön liittyi myös joukko muita sopimuksia, joiden avulla lapsia motivoitiin muun muassa pukemaan, tekemään aamutoimia, syömään tai siivoamaan. Television sai esimerkiksi avata vasta kun aamutoimet on suoritettu. Mediaa voitiin käyttää myös palkitsemis- ja rangaistusvälineenä. Rangaistuksina voidaan käyttää peliaikojen mitätöimistä tai vaikkapa Salkkareiden katsomiskieltoa.

Useat mediaan liittyvät keskustelut, rajoitukset ja neuvottelut perheissä liittyivät ajan käyttöön. Ajan nähtiin toisinaan olevan luonnonvara, jota ei ole tarpeen tuhlaata television katselemiseen tai pelaamiseen. Vanhempien silmissä median käyttö näyttäytyi eräänlaisena toissijaisena vapaa-ajan toimintana. Etusijalla oli koulu, työ, harrastukset, leikkiminen ja ulkoilu, ja mikäli aikaa vielä riitti, se voitiin käyttää mediaan:

Kun ”työviikko” on ohi, niin lapsenkin on kiva rentoutua lempiohjelman ja pelin parissa.

(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

Pelejä S olisi halunnut pelata, mutta emme antaneet, koska muutakin tekemistä riitti.

(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

Oltiin ulkona paljon ja tuntui että kerkesi tekemään vaikka mitä kun ei katseltu telkkaria tai oltu internetissä.

(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

Perheiden arki oli usein ajan kontrolloimista, jossa median käytöllä oli oma roolinsa. Median käyttöä pyrittiin rajoittamaan, jotta aikaa jäisi ”muuhunkin”. Liiallinen median käyttö aiheutti puolestaan syyllisyyttä. Ajan suhteen perheille oli muodostunut oma käsitys ”normaalista” median käytöstä, jota ei kuitenkaan juurikaan määritelty tarkemmin. Arkipäivän rutiineja muutavat sairastumiset tai sade saattoivat kuitenkin rikkoa ”normaalin”.

Tänään lapsen median käyttö oli enemmän kuin normaalisti arkipäivänä, koska vanhempi poika on kipeänä ja ollaan oltu koko päivä kotona.

(Poika, 5-v, vanhempien PÄ)

Tänään aika normaali päivä. Tai oikeastaan tuli illalla katsottua vähemmän tv:tä kuin normaalisti, sillä nautittiin vielä hyvästä säästä ulkoilemalla.

(Tyttö, 5-v, vanhempien PÄ)

On kuitenkin huomattava, että rajoitukset ja ajan kontrolli sisältyivät yleisesti sähköisen median käyttöön. Lukemista ei kukaan rajoittanut. Sen sijaan lukemisen määrää olisi voitu lisätäkin:

Pohdimme myös riistääkö televisio/tietokone ja vastaavat palan lapsuutta kun itse leikkimiselle jää vähemmän aikaa. Pöydän lopputulos ei ole kovin yksiselitteinen mutta varmaan jatkossa rajoitamme enemmän tietokoneen/television katselua. Perheessämme voisi lukea enemmän.
(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

Kuten aikaisemmin todettiin, kodeissa neuvoteltiin jatkuvasti sopivasta median käytöstä ja sisällöistä. Aikuisten käsitys mediasta toissijaisena vapaa-ajan toimintana ja varsinkin nuorten päiväkirjoista esiin tullut median rooli elämäntavan osana näyttäytyivät osittain ristiriitaisina. Lapset ja nuoret hyväksyivät kuitenkin kotien mediakontrollin ja myös vanhemmat näyttivät käytännössä hyväksyvän nuorten mediakäytön. On kuitenkin huomattava, että nuoret käyttivät mediaa paljolti myös oman huoneen soppukoissa, joihin vanhemmilla ei enää ollut niin paljoa valtaa. Nuoremmilla lapsilla osana mediakontrollia oli puolestaan median käyttöpaikan määrittäminen. Niinpä 5-vuotiailla lapsilla ei omissa huoneissa ollut esimerkiksi pääsyä internetiin.

Voidaan myös väittää, että mediakontrolli suuntautuu paitsi nuorempiin lapsiin myös aina uuteen teknologiaan. Mediahistoria on osaltaan myös media-paniikkien historiaa, jossa aina uudet mediateknologiat ovat herättäneet varauksellisuutta. Suoranta, Lehtimäki ja Hakulinen esittävät, että perheiden rajoitusten ja vapauksien suhde on kääntäen verrannollinen mediavälineiden perinteisyyteen tai uutuuteen: mitä uudempi mediaväline, sitä enemmän rajoituksia (Suoranta ym. 2001, 79). Omassa tutkimuksessamme rajoitukset koskivat erityisesti digitaalista pelaamista ja internetiä. Toisaalta taas mediakulttuuria ja mediakokemuksia sinänsä pidettiin usein toisarvoisina ja arvoltaan vähäisempinä kuin ”todellisuus”, kuten edellä tuli esille.

156

7.6 Mediat ja oppiminen

Vanhemmat arvostivat lasten mediakäytössä erityisesti oppimista. Mediaa voidaan nykyisellään pitää niin sanottuna informaalina oppimisympäristönä: oppiminen tapahtuu median käytön ohessa. Useimmissa arkipäivän median käytön tilanteissa ei ole mukana sisäänrakennettuja oppimistavoitteita, vaan lapset oppivat viihteen ja leikin varjolla. Esimerkiksi digitaalista pelaamista voidaan hyvinkin pitää monissa tapauksissa lähellä leikkiä. Tällaisissa peleissä oppimista tapahtuu, vaikka se ei ole keskeisin motivaatio tai tavoite (ks. Ermi ym. 2004, 63).

Osa peleistä on puolestaan suunniteltu oppimistavoitteiden mukaisesti. Jotkut vanhemmista olivatkin hankkineet esimerkiksi tietokonepelejä juuri sillä periaatteella, että niistä voisi oppia matematiikkaa tai kirjoittamis-

ta. Esille tuli myös tietokoneen käytön, kuten näppäimistön ja hiiren hallinnan oppiminen. Televisio-ohjelmissa voitiin puolestaan korostaa sellaisia ohjelmia, joista oppii eläimistä ja luonnosta. Oppiminen saattoi olla peruste Muumi-videoidenkin katselulle, sillä niistä saattoi oppia hyvää suomea ja käytöstapoja.³⁴

Kaikki vanhemmat eivät kuitenkaan olleet täysin vakuuttuneita siitä, että mediasta voisi oppia. 19 prosenttia oli täysin samaa mieltä ja 61 prosenttia jokseenkin samaa mieltä siitä, että lapset ovat mediasta oppineet. 11- ja 14-vuotiaista lapsista sen sijaan 79 prosenttia oli selvästi sitä mieltä, että on oppinut mediasta jotakin. Ermin, Heliön ja Mäyrän (emt., 64) digitaalisiin peleihin painottuvassa, 10–12-vuotiaisiin kohdistuneessa tutkimuksessa vuonna 2005, neljännes lapsista oli sitä mieltä, että peleistä oppii. Vanhemmista näin ajatteli 36 prosenttia.

Mitä lapset sitten kokevat oppivansa? Yksi tunnetuimmista ilmiöistä on englannin kielen oppiminen. Monet pelit ja internetin sosiaalinen elämä vaativat englannin taitoa ja useat lapset totesivatkin englannin kehittyneen median käytön myötä. Myös vanhempien mielestä pelien positiivinen puoli oli erityisesti englannin oppiminen.

Positiivista tietokone- ja Nintendo-peleissä on se, että J on oppinut englantia huomaamattaan, koska kaikkien pelien tekstit ovat englanniksi.
(Poika, 8-v, vanhempien PÄ)

157

Haastatteluaineistossa nousi esille myös hieman yllättäviä seikkoja, kuten bisnestaitojen kehittyminen:

H: Niin sähän laitoit tonne päiväkirjaan, että sun bisnestaidot kehittyi pelatessa.

V: Ne kehittyi kyllä siinä Sidmeyrissä, mutta tässä mä en niin paljon. Tai kylä mä tässäkin osaan tehdä ihan hyviä kauppoja.

(Poika, 11-v, HA)

H: Sä kirjoitat, että oot oppinut bisnestä peleistä? Mitäs se tarkoittaa?

V: No kaikkee, käymään kauppoja muiden pelaajien kanssa.

(Poika, 11-v, HA)

Bisnestaitojen oppiminen liittyy kognitiiviseen oppimiseen, jota digitaalisten pelien kohdalla usein arvostetaan. Omassa aineistossamme nuoret liitivät tähän muun muassa eri tilanteiden ja mahdollisuuksien arvioimisen

34 Brittiläisessä alle kuusivuotiaiden lasten perheisiin kohdistuneessa tutkimuksessa luokiteltiin kuusi keskeistä aluetta, joita vanhemmat uskoivat lapsensa oppivan televisiosta: 1) persoonallinen, sosiaalinen ja emotionaalinen kehitys, 2) kommunikaatio- ja kielitaidot, 3) matemaattinen kehitys, 4) tieto- ja ymmärrys maailmasta, 5) fyysinen kehitys (esim. motorinen kehitys) ja 6) luovuus (Marsh ym. 2005). Omassa tutkimuksessamme emme keränneet vanhemmilta yksilöityjä tietoja oppimisen alueista.

ja taktikoinnin sekä ongelmanratkaisun kehittymisen. Peleistä oppimisesta tutkinut Paul Gee (2003) esittää pelaajien olevan juuri aktiivisia ongelman ratkaisijoita, joille myös epäonnistumiset ovat mahdollisuuksia oppimiseen ja jotka etsivät jatkuvasti uusia ja parempia ratkaisuja pelissä esiintyvillä haasteilla.

Informaalin oppimisen lisäksi lapset hakivat mediasta tietoa, joka liittyi muun muassa harrastuksiin ja eläimiin. Esimerkiksi ratsastusta harrastavat lapset nivoivat harrastukseensa mediaa. Heidän kotiinsa oli tilattu harrastuksesta kertovia lehtiä ja netistä haettiin vastaavasti tietoa hevosista ja käytiin hevoskerhon sivustoilla. Myös nettipelit ja tietokoneen taustakuvat liittyivät usein harrastukseen. Urheiluharrastuksissa käyvät lapset puolestaan pelasivat urheiluun liittyviä pelejä ja seurasivat urheilua televisiosta tai sanomalehdestä. YouTubea saatiin käyttää joidenkin liikesarjojen, tempujen tai esimerkiksi karkeiden laulun sanojen opettelemiseen.

Media liittyi olennaisesti myös musiikin harrastamiseen. 14-vuotiailla nuorilla oli mukana fanikulttuuriin liittyviä median käytön piirteitä. Tämä sisällsi fanittamiseen liittyvien internetsivustojen ja keskustelufoorumien käyttöä, verkottumista ja jopa osallistumista vertaismarkkinointiin (ks. luku 6.4).

Yksi oppimisen alueista on koulun verkko-oppimisympäristöjen käyttö. Haastatellut nuoret käyttivät erityisesti Opit-ympäristöä koulutehtävien toteuttamiseen. Pienemmät lapset saattoivat käyttää mainoksia, lelukuvastoja, mainoskylttejä ja muuta satunnaista mediamateriaalia opetellessaan lukemaan.

O huomioi Bauhausin kyltin ostoksille mentäessä, ja luetteli kirjaimia Hespergerin ja Ässä-divarin mainoskylteistä.
(Tytö, 5-v, vanhempien PÄ)

Mediakulttuurisille teksteille oli monia käyttäjiä käyttäjien iästä, intresseistä ja motiiveista riippuen. Perinteisen mediatutkimuksen kysymyksen ”mitä media tekee meille?” sijaan onkin yhä useammin kysyttävä ”mitä me teemme medialla?” Median käyttäjien aktiivisuus ja vapaus on tietysti suhteellista, mutta sosiaalisen median palvelut, jossa yleisöt luovat sisältöjä, voivat hyvin opettaa käyttämään myös perinteisempiä medioita vapaammin.

7.7 Koulun mediakasvatus

11- ja 14-vuotiailta kysyttiin käsitelläkö koulussa media-aiheita riittävästi. Vastaukset vaihtelivat, mutta suurin osa luotti koulun opetukseen. Osa nuorista oli oppinut tietokoneen käyttöä koulussa, mutta osalle koulun ATK-opetus oli auttamattoman ”vanhanaikaista”.

Koulussa ei opiskeltu niitä ohjelmia, mä tunnen ne jo. Ja sitten ope vaan, että tämä ohjelma tässä on Paint, vaikka se on mulle niin tuttu ohjelma, että tuntuu ei voi olla.

(Poika, 11-v, HA)

No siis kyllä mun mielestä koulussa vois enemmän käyttää tietokoneita. Mutta toisaalta kun ajattelee niin ei välttämättä opettajat niinku kauheen hyvin osaa käyttää niitä koneita. Ja kun on tietenkin sellaisia oppilaitakin, jotka ei välttämättä osaa käyttää. Niin varsinkin ala-asteella oli tosi puuduttavaa kun "nyt avataan koneet ja sitten tuplaklikkaatte siitä sitä e:n kuvaa". Kun jos on pienestä asti käyttänyt tietokoneita niin ei jaksa sillai.

(Tyttö, 14-v, HA)

Vuonna 2006 toteutetun SITES-tutkimuksen (2008) mukaan kaikissa suomalaisissa yläkouluissa on käytettävissä verkkoyhteys ja tietokoneet. Vertailtaessa tutkimukseen osallistuneiden 19 maan oppilasmäärän suhdetta tietokoneisiin, Suomi sijoittui viidenneksi. Sen sijaan tarkasteltaessa 8-luokalla tietotekniikan hyödyntämistä opetuksessa, Suomi oli vasta sijalla 10. Tietotekniikkaa ei tutkimuksen mukaan Suomessa hyödynnetä parhaalla mahdollisella tavalla, varsinkin tietotekniikan säännöllinen käyttö oli vähäistä. Tästä näkökulmasta edellä siteerattu tyttö oli oikeilla linjoilla esittäessään arvioita opettajien taidoista ja kompetenssista tietotekniikan suhteen. Suurimmat ongelmat tietotekniikan opetuskäytön kehittämisessä ovat kansainvälisesti enemmän opettajien kuin oppilaiden suunnalla. Opettajilta puuttuu taito, uskallus ja aika (emt.).

159

Myös oppilaat nostivat haastatteluissamme ajan puutteen esiin. Yläkoulussa aikaa median käsittelyyn tuntui olevan vähemmän ja nuoret myös tiedostivat koulun paineet, jotka kohdistuivat perusoppiaineiden opettamiseen. Eräs nuorista vastasi kysymykseen koulun mediaopetuksesta seuraavasti.

Ei me sillee hirveesti kun me enemmän keskitytään niihin oppiaineisiin, mutta kyllä me nyt jos tulee joku tsunami tai tämmönen, niin siitä vähän keskustellaan. Enemmänkin se oli siellä ala-asteella, että pysty vähän paremmin miettiin kun ei ollu niin tarkkaa niiden tuntien ajankohhta. Mutta nyt on se 45 minuuttia ja opettajat ei kauheesti halua tuhrata sitä aikaa ylimääräseen. Mikä ei liity siihen aiheeseen.

(Tyttö, 14-v, HA)

Koulussa on totuttu toimimaan omalla tavallaan eikä median käyttö tunnu siihen myöskään välttämättömästi kuuluvan:

Onhan se ihan kiva tehdä koulussa jotain tietokoneella, mutta en mä sitä osaa sillee odottaa tavallaan.

(Tyttö, 14-v, HA)

Lapset kertoivat kuitenkin, että koulussa saatettiin suhtautua uuteen mediakulttuuriin myös varsin vapaasti. Uutta mediakulttuuria ja sosiaalisen median muotoja ei kuitenkaan vielä osata täysipainoisesti hyödyntää ope-

tuksen osana (Rättilä 2007), vaan kouluissa annetaan usein nuorten toimia median kanssa koulupäivän sisään jäävinä vapaina hetkinä. Esimerkiksi ATK-luokassa oli mahdollista kuunnella musiikkia YouTubelta tai joillakin tunneilla oli mahdollista pelata netissä. Jotkut nuorista olisivat halunneet muun muassa sanomalehtitunteja kouluun, koska sanomalehtiä ei muuten tule luetuksi. Sanomalehtien käyttö koulussa rajoittui lähinnä koulujen sanomalehtiiviikkoon, jonka Sanomalehtien liitto järjestää vuosittain.

Nuorten päiväkirjojen ja haastattelujen mukaan elokuvia ja televisio-ohjelmia koulussa katsottiin enemmän, muun muassa uskonnon, historian ja äidinkielen tunneilla, mutta myös elämäkatsomustiedon, englannin ja jopa kotitalouden tunneilla. Uskonnon ja muiden reaaliaineiden tunneilla keskeistä oli oppiaineen aiheiden käsittely, kun taas äidinkielessä saatettiin vertailla esimerkiksi kirjaa ja elokuvaa toisiinsa. Äidinkielessä median käyttö oli siis vahvemmin mediakasvatuksellista siinä mielessä, että mediaa ei käytetty vain opetuksen apuna, vaan myös kohteena.

Äidinkieli on perinteisesti keskeisessä asemassa mediakasvatuksen opetuksessa. Vuonna 2001 julkaistun tutkimuksen mukaan 78 prosentille 13–19-vuotiaista mediaa oli käsitelty nimenomaan äidinkielen tunneilla. Seuraavina olivat ATK (31 %) ja historia ja yhteiskuntatieteet. (Luukka ym. 2001, 255.)

160

Haastatteluissamme nousi esille myös internetin käsittely koulussa. Erityisesti koulussa puhuttiin internetin vaaroista, kuten omien kuvien julkaisemisen riskeistä ja nettikiusaamisesta. Lapsia oli myös varoitettu tutustumasta vieraisiin netissä tavattuihin ihmisiin. Valistaminen ja varoittaminen kertovat siitä, että keskeisin mediakasvatuksellinen strategia internetiin liittyen on suojelullinen. Valistusta internetin vaaroista oli kouluissa annettu myös koulun ulkopuolisten tahojen toimesta. Keväälle 2007 sijoituikin muun muassa Mannerheimin lastensuojeluliiton Turvallisesti netissä -kampanja kuten myös muita internetin turvallisuutta käsitteleviä kampanjoita. Erilaiset järjestöt järjestivät kouluvierailuja, mutta näitä ei haastatteluissa yksilöity.

Haastattelut paljastivat, että kodin ja koulun mediamaailmat eriytyivät toisistaan. Tosin kouluissa oli myös eroja muun muassa siinä, miten lasten mediakulttuuriin ja -välineisiin suhtauduttiin. Esimerkiksi osa nuorista huomautti, että kouluun ei saa tuoda kännykkää, edes välitunnille. Osa nuorista taas kuunteli välituntisin musiikkia ja käytti puhelinta tekstiviestintään. Nuoret myös ymmärsivät, että koulu on oma sfäärinsä, jossa medialla ei tarvitsekaan olla sitä asemaa mitä sillä on heidän vapaa-ajallaan.

Yleisesti koulujen suhtautuminen uuteen mediakulttuuriin vaihtelee suu-

resti. Mediaopetus on pitkälti aktiivisten opettajien varassa, vaikka media-kasvatus koulujen opetussuunnitelmaan kuuluukin. Koulu on myös edelleen paljolti kiinni perinteisessä kirjakulttuurissa ja siihen liittyvissä opetustavoissa, vaikka tietokonetta, elokuvia ja Opit-tyyppisiä oppimisympäristöjä käytetäänkin.

Myös lasten ja nuorten välillä oli suuria eroja. Osa lapsista ei ollut kotonaan tekemisissä tietokoneiden ja internetin kanssa eivätkä korostaneet mediataitojaan. Mediataitojen eriytyminen on yhteydessä muun muassa perheen taloudelliseen asemaan. Mediataitojen ja myös medialukutaidon kehittymisen yksi keskeisiä tekijöitä on median saatavuus, pääsy medialähteille (*access*). Laajakaistojen yleistymisestä huolimatta Suomessakin löytyy tässä mielessä myös eriarvoisuutta. Koulussa opettajien on puolestaan otettava huomioon myös tietokonetta vähemmän käyttävät lapset ja nuoret.

8 Yhteenvedoa ja kurkotuksia tulevaan

Kahdessakymmenessä vuodessa mediassa tapahtuu luultavasti vaikka mitä. Ainakin paperimainokset ovat unholassa, lehdetkin saattavat olla vain sähköisessä muodossa. Medialaitteiden muotoilu muuttuu paljonkin, luultavasti kaikki on entistä pienempää. Puhelimiin keksitään mitä hurjimpia ominaisuuksia ja kaikissa kännyköissä on kamera ja nettiselain. Ihmiset ovat tietoisempia maailman tapahtumista reaaliaikaisten näyttötaulujen ansiosta. Itse pyrin olemaan ajan hermoilla, mutta omistan vain kännykän ja tietokoneen. Ja mitä-pä muilla tekisin – voin katsoa televisiota tietokoneelta, kuunnella musiikkia, lukea uutiset ja käyttää tarvitsemiani ohjelmia.

(Tyttö, 14-v, PÄ-tehtävä)

Tutkimuksessa mukana olleiden lasten ja nuorten kuvitelma median tulevaisuudesta oli hyvin laite- ja tekniikkakeskeinen. Heidän visioissaan median käytön muutos ei liittynyt käytön syihin tai merkityksiin. Elämä ja ajattelu itsessään säilyivät samanlaisena, vain laitteet kehittyivät.

Yritämme tässä loppuluvussa pohtia laitteiden sijasta vaihtoehtoisia sosiaalisen ympäristön muutoksia: yhteiskunnallisia murroksia, lasten ja nuorten kasvua ja kasvatusta, arvoja ja poliittisia valintoja. Mutta palataan ensin alkuun.

162

Tavoitteenamme on ollut rakentaa tästä tutkimuksesta pitkittäistutkimus eli toistaa tutkimus suhteellisen saman osallistujaryhmän kanssa yhteensä neljä kertaa, kolmen vuoden välein (ks. luku 1.2). Silloin voisimme seurata muutosta yhdessä tutkimukseen 4–5-vuotiaina mukaan tulleiden lasten kanssa aina siihen saakka kun he täyttävät 14 vuotta. Jokaisena tutkimuskertana otettaisiin mukaan uusi 5-vuotiaiden ryhmä ja edellisen tutkimuskierroksen 14-vuotiaat jäävät pois tutkimuksesta. Viimeinen tutkimuskierros tehtäisiin näin vuonna 2016.

Oletamme, että tietyt teemat voisivat toimia muutosmittareina, joiden kautta mediaympäristön muuttumista voitaisiin kartoittaa. Muutosta indikoiviksi, samoin kuin tätä raporttia jäsentäviksi teemoiksi, valitsimme muun muassa lasten käyttämät välineet, median parissa käytetyn ajan, mediavälineiden sosiaalisen käytön, aktiivisen tekemisen ja tuottamisen, suosikkisisällöt, mainonnan roolin sekä lasten mediataidot ja mediaa koskevat asenteet.

Näiden teemojen tarkastelun tulisi luoda pohja yleiskuvan hahmottamiseksi. Kun tutkimus myöhemmin toistetaan, perusteemojen ohella on mahdollista keskittyä myös joihinkin erillisiin, ajassa tärkeisiin ja pohtimista vaati-

viin aiheisiin. Tässä loppuluvussa nostamme esille joitakin mahdollisia seuraamisen arvoisia kysymyksiä.³⁵

Jatkoa luettaessa on syytä pitää mielessä aineistomme rajoitukset; lapset tulivat keskimääräistä korkeamman tulo- ja koulutustason perheistä. Mukana oli joitakin perheitä, joissa toinen vanhempi oli taustaltaan ulkomaalainen. Vaikka asuinpaikat vaihtelivat, asuminen ison kaupungin keskustassa, lähiössä tai maalaispaikkakunnalla ei näyttänyt tuovan suurta eroa lasten mediaympäristöön. Oleellisempaa oli pääsy esimerkiksi verkkoon ja perheen säännöt median käytöstä.

On hyvä myös muistaa, että vanhimmat tässä tutkimuksessa mukana olevat nuoret olivat 14-vuotiaita, joista monilla oma ja itsenäinen mediakäyttö on vasta nupullaan. Monet ovat vielä tiiviisti mukana perheen yhteisessä mediakäytössä ja hyväksyvät vanhempien asettamat, usein tarkatkin rajoitukset. Tutkimus vain pari vuotta vanhemmista nuorista olisi voinut muuttaa kokonaiskuvaa.

8.1 Kriisit ja lama

Tulevaisuudessa kaikilla olisi taskukokoinen tietokone ja kaikki olisivat kiireisiä. Koko elämä olisi koneiden varassa ja sähkökatkos olisi jokaisen pahin painajainen. Sademetsät olisivat melkein kokonaan tuhoutuneet ja maapallolla olisi niukasti happea. Otsonikerros olisi myös repaleina teollisuuden päästöjen takia. Käyttäisin itse mediaa kaikessa tekemisessäni ja olisin varmasti täysin riippuvainen mediasta. Sitä en toivo, mutta se on varmasti karu todellisuus. (Tyttö, 14-v, PÄ-tehtävä)

Vuoteen 2016 ulottuva aika voi sisältää rajuja yhteiskunnallisia muutoksia, esimerkiksi kiihtyvän ilmastonmuutoksen aiheuttaman taloudellisen laman sekä siihen liittyviä sotilaallisia ja poliittisia kriisejä. Kriisitilanteille on tyyppillistä, että faktatietoa välittävien ja luotettavina pidettyjen tiedotusvälineiden seuraaminen kasvaa.

Nuorten osalta tämä voisi merkitä ainakin sitä, että uutisten seuraamisen tapa muuttuisi. Tällä hetkellä nuorten seuraamat uutiset ovat viihdeutisia tai kohu-uutisia, eikä niidenkään rooli ole kovin keskeinen heidän elämässään. Päivän uutisagenda elää hieman kuin taustalla, kommentoinnin kohteena, nuorten omassa keskinäisessä viestinnässä. Nuoret varmaankin

35 Osa kysymyksistä on noussut Suomen Akatemian ja Tekesin ennakointihankkeen FinnSight 2015 loppuraportin mediaa koskevista skenaarioista. (FinnSight 2015 2006, 209–234).

ovat kiinnostuneita myös yhteiskunnan ja maailman tapahtumista, mutta eivät sillä abstraktiotasolla, jolla niin sanottu ”vakava” uutismedia niistä puhuu tai sillä innokkuudella, että he alkaisivat aktiivisesti keskustella uutismedian agendalla olevista aiheista. Vakava kriisi voisi tässä mielessä ”aikuistaa” nuorten mediakäyttöä ja saada heidät seuraamaan valtavirran uutisvälineitä.

Aivan yhtä mahdollista on kuitenkin se, että jokin osa vertaisviestintään totuneista varttuneemmista nuorista luottaisi kriisin tullen tietojen saannissa entistä enemmän omiin verkostoihinsa ja niihin tiedon tuottajiin, joita he pitävät taloudellisesta ja poliittisesta vallasta riippumattomina. Kriisi kääntää osan nuorista valtavirran uutisvälineiden käyttäjiksi, mutta kiinnittää erilaisiin alakulttuureihin kuuluvia ja valtavirtaa kohtaan epäluuloa tuntevia entistä tiiviimmin omiin tiedonvaihdon ja arvojen verkostoihinsa.

Taloudellisen laman aikana perheet joutuisivat todennäköisesti lykkäämään viestintävälineiden hankintoja tai jopa luopumaan joistakin välineistä. Tällaiset valinnat kertoisivat varmasti sekä perheiden valtasuhteista että koetusta välineiden tärkeysjärjestyksestä.

Lasten mediakäyttöön mahdollisen taloudellisen tai muun kriisin voi arvela vaikuttavan vähemmän kuin nuorten. Lapset eivät juuri seuraa uutismediaa, ja heidät pyritään jopa pitämään aktiivisesti tietämättöminä sellaista kriiseistä ja näyistä, joita vanhemmat pitävät mahdollisesti lasta järkyttävänä ja vahingoittavana. Tutkimukseen osallistui oli muun muassa 8-vuotias lapsi, jolle ei ollut koskaan näytetty Yhdysvaltojen 2001 terrori-iskujen kuvia. Eri asia sitten on, millä tavoin tällainen eristäminen onnistuu, jos kodissa on useita vaihtoehtoisia mediavälineitä ja lapsella on normaali sosiaalinen ympäristö kodin ulkopuolella.

Toisaalta, jos kaikki perheiden omassa taloudessa ja kansantaloudessa sekä politiikassa menee hyvin, viihdesisältöjen osuus median kulutuksesta näyttäisi vain kasvavan.

Jatkotutkimuksissa on kuitenkin kiinnostavaa seurata, millaiset talouden ja politiikan murrokset tunkeutuvat 14-vuotiaitten ja sitä nuorempien lasten mediaelämään. Arvella voi, että esimerkiksi 1990-luvun lamakausi, joka kosketti konkreettisesti lähes kaikkia suomalaisia perheitä, näkyi jollakin tavalla nuorten tavassa hahmottaa median kautta omaa ympäristöään.

8.2 Perheestä projekti?

Keskiluokkaisten ja kaupunkilaisten ihanteiden mukaisesti perhe on paitsi joukko saman katon alla asuvia ihmisiä, myös arvoyhteisö, jossa ihmiset jakavat samat tavoitteet ja tukevat toisiaan. Uudet viestintävälineet ovat vaarantaneet tämän ideaalin, sillä samassa tilassakin ollessaan perheen jäsenet voivat viestiä aivan muiden ihmisten kanssa ja tuntea kuuluvansa muihin yhteisöihin kuin perheeseen. Vaikka tuo eriseuraisuus ei sinänsä vaarantaisi perhettä ja sen arvoja, se tekee ainakin mustasukkaisuuden mahdolliseksi.

Tulkintamme on, että tutkituissa perheissä lapset ja nuoret eivät kokeneet perheen avautumista kännyköiden ja tietokoneiden kautta ulospäin ongelmaiseksi. Heille median erilainen käyttö eri tiloissa on sillä tavoin luonteva osa elämäntapaa, etteivät esimerkiksi siirtymät välineestä toiseen tai välittyneen ja fyysisen sosiaalisen vuorovaikutuksen kesken muodosta pulmaa. Vanhemmilla sen sijaan on vielä sellaisia arvoja, jotka saattavat kyseenalaistaa median käytön ylipäätään ja erityisesti silloin, jos se on fyysisesti jaetun sosiaalisen vaihtoehdona.³⁶

Lapset ja nuoret eivät näyttäisi juuri tekevän jakoa esimerkiksi hyviin ja huonoihin vapaa-ajan viettämisen tapoihin. Vanhemmille sen sijaan lapsen tai nuoren saaminen ulkoilmaan voi olla tärkeä tavoite, koska yksi päivä on silloin voitettu medialta autenttiselle lapsuudelle.

Lapsille ja nuorille voi olla hyvin luontevaa käyttää erilaista mediaa vuorokauden koko kulun aikana kouluun ja vapaa-aikaan limittyneenä ja lomituneena, ja usein vielä useita medioita samanaikaisesti. Vaikka vanhemmat usein kodin arjessa toimivat samalla tavalla – välineitä on auki useita ja niitä käytetään muiden toimintojen lomassa – he kuitenkin katsovat, että median seuraamisen tulisi olla keskittynyttä, mielellään yhteistä ja tapahtua vasta muiden askareiden tauottua. Media – esimerkiksi televisio – on vuorossa sitten, kun päivän ”tärkeät” asiat on toimitettu. Yhteinen kokoontuminen jonkin televisio-ohjelman ääreen voi olla vanhemmille jälkiruoka, palkinto sekä päivän uurastuksesta että perheen hyväksi tehdystä työstä.

On kiinnostavaa seurata, säilyvätkö nämä erot vanhempien ja perheen jälkikasvun arvoissa tutkimuksen seuraavien jaksojen aikana. Yhtäältä voi olettaa, että vanhempien oma työ (sikäli kuin se on informaatiotyötä) kehittyy melko lailla nuorten mediakäyttöä muistuttavaan suuntaan: se on jokahetkistä, reaaliaikaista, simultaanista ja multimodaalista. Toisaalta nuoret perheet näyttävät nykyisin rakentavan perhettä hyvin suunnitelmallisesti sekä

³⁶ Tutkimuksessa ei varsinaisesti haastateltu vanhempia, mutta perheiden taustatietolomakkeiden, lasten kertomusten ja haastattelutilanteiden kautta välittyi tietoa myös vanhempien ajattelusta.

fyysisesti (koti ja laitteet) että henkisesti (arvot ja säännöt). Perhe on projekti, johon lapset hankitaan suhteellisen myöhään ja suunnitellusti.

”Projektiperheissä” lasten ja nuorten mediakäytöllä on korostunut, jopa symbolinen asema siinä, miten nuoret vanhemmat toteuttavat omaa (ihanne) vanhemmuuttaan, vievät eteenpäin traditioita ja hahmottavat omaa suhdettaan mediaan. Tuohon ihannevanhemmuuteen saattaa kuulua jopa televisiottomuus tai ainakin melko tarkka kontrolli sen suhteen, mitä lapset saavat televisiosta katsoa. Tietyt perinteet, kuten Avaran luonnon katsominen yhdessä pienempien lasten kanssa lauantai-iltana, lauantaikarkkeja napostellen, tuntuvat elävän jännittävän vahvoina. Mediaa koskevat perhetraditiot, kuten myös kontrollin rajat näyttävät siirtyvän ainakin tietyissä sosiaaliryhmissä sukupolvelta toiselle.

Ehkäpä joskus mennään saunan jälkeen selaamaan Facebookin profileita? Parempi arvaus lienee se, että perheissä syntyy käytäntöjä yhteisen ja yksityisen media-ajan jakamisesta. Mediarutiinit järjestävät perheen arkea ja säännöt konkretisoivat valtasuhteita ja niiden haastamista; vaikka mediat muuttuvat, nämä median funktiot tuskin katoavat. Se, miten media kulloinkin arkea rytmittää, miten traditiot säilyvät ja uudistuvat ja miten yhteinen ja yksityinen media-aika perheissä jaetaan, ovat varmasti kiinnostavia seurattavia asioita tutkimuksen seuraavissa vaiheissa.

166

Tietty perhekeskeisyyden trendi on näkynyt myös media-alalla tarjonnan lisääntymisenä. Esimerkiksi peliteollisuus on tuottanut uusia, perheen kesken pelattavia konsepteja ja toisaalta esimerkiksi lasten viestintää ulos kodista voidaan rajoittaa luomalla eräänlainen kodin sisäinen intranet, joka tarjoaa vain vanhempien hyväksymät yhteydet ja sisällöt.

Pienten lasten mediakäytön kontrollointi on helppo tehtävä. Vaikeammaksi se tulee, kun kaveripiirin paine ja vaikutus kasvaa ja kun alkaa murrosikään liittyvä siirtyminen itsenäiseksi mediakäyttäjäksi. On kiinnostavaa, jos pääsemme seuraamaan, miten erilaiset perheet näitä haasteita ratkaisevat.

8.3 Vertaismedian palkinnot ja vaarat

On mahdollista, että tulokset olisivat olleet toiset, jos tutkimus olisi toteutettu marraskuussa 2008 tapahtuneiden Jokelan koulun murhien jälkeen. Vertaismediaan liittyvät ongelmat näyttäytyvät lasten ja nuorten haastatteluissa ja päiväkirjoissa vakavina ja vakavasti otettuina, mutta eivät niin synkässä kehyksessä, jonka Jokela tarjoaa.

Uutismediassa on jo kiinnitetty huomiota yksityisyyden menettämisen ja

maineen hallinnan pulmiin verkkotodellisuudessa sekä ongelmiin, joita esimerkiksi ”ikävät osumat” voivat aiheuttaa työnhaussa. Tietosuojavaltuutettu Reijo Aarnio linjasi vuonna 2006, ettei työnantajalla ole oikeutta etsiä hakijan tietoja internetistä ilman hakijan lupaa. Käytäntöä on kuitenkin mahdotonta estää, ja sitä pidetäänkin varsin yleisenä (Ahlholm 2008). Millaiset mahtavat olla juorulehtien saaliit silloin, kun MySpace-, IRC- ja Facebook-sukupolvi tulee siihen ikään, että on aika hakea kirkkoherraksi tai vakuutusjohtajaksi?

Tutkimuksessa mukana olleet nuoret tuntuivat olevan hyvin selvillä siitä, että esimerkiksi seksuaalisviritteisiä kuvia ei kannata ladata verkon kautta julkisuuteen. He tuntuivat myös mieltävän oman verkon kautta tapahtuvan yhteydenpitonsa paremminkin fyysisen kaveripiirin yhdeksi yhdessäolomuodoksi kuin itsenäiseksi sosiaalisiksi verkostoksi. Joukossa tosin oli myös yksi haastateltava, jolle verkkoyhteisön mieli oli juuri siinä, että se oli jotakin kokonaan omaa, eikä hän halunnut jakaa sitä kenenkään fyysiseen lähipiiriinsä kuuluvan kanssa.

Nuorilla oli myös tieto siitä, ettei verkossa voinut esittää jotakin ihan muuta kuin oli kavereitten kanssa. Kaksinaamaisesta esiintymisestä – verkossa *cool* ja koulussa täysi nörtti – jäisi ennemmin tai myöhemmin kiinni. Arkinen sosiaalisen median käyttö on siis paljon arkisempaa, kuin kuvitelmat salamyhkäisistä virtuaalisista yhteisöistä, joissa ihmiset vaihtavat persoonallisuutensa ja muuttuvat ihmissusiksi. Kyse on pääosin samasta juttelusta samojen kavereitten kanssa kuin koulun pihalla.

Jokelan tapaus lienee kuitenkin saanut monet kasvattajat ja nuoret ajattelemaan, että myös tuo ihmissusitarina on mahdollinen. Kollegojen apua tarvitseva pedofiili ei voi mennä torille huutelemaan, olisiko paikalla muita pedofiilejä, mutta verkossa se on (tietyin varauksin) mahdollista. Tapani Suominen (1997) totesi Länsi-Euroopan radikaaleja nuorisoliikkeitä käsitelleessä väitöskirjassaan, että Länsi-Saksan RAF radikalisoitui terroristiseksi osin siksi, että siltä estettiin kaikki julkisuus ja sosiaaliset yhteydet ja se itse vetäytyi kaikesta julkisuudesta ja yhteydenpidosta. Omassa hapettomassa tilassaan ryhmän käsitys maailmasta vääristyi ja moraalit normaalit rajoitukset väkivallalta poistuivat. Kiinnostavaa on, miten myös rajattomien julkisuus ja sosiaalisten verkostojen mahdollisuus verkkotodellisuudessa voi tuottaa saman eristyneisyyden, joka on usein terroristisen väkivallan taustalla.

Jatkotutkimuksessa on tärkeää kiinnittää huomiota siihen, ovatko lasten ja nuorten omat käsitykset internetistä ja sosiaalisesta mediasta muuttuneet Jokelan jälkeen.

Vertaismedian voimistunut rooli nuorten elämässä on nostanut esiin myös sen merkityksen nuoruuteen keskeisesti liittyvässä identiteettityössä: kuka ja millainen olen, mihin joukkoon tai joukkoihin kuulun, mikä on minun tarinani ja mikä on sen tarinan päätepiste. Ja: kuka ei kuulu joukkoon. Verkon selvä etu on, että se luo mahdollisuuksia etsiä samastumisen kohteita tai erilaisia identiteetin tienviittoja huomattavan laajalti. Ennen nettiä ja mediakulttuuria nuorella oli käytössään vain paikkaan, luokkaan ja sukupuoleen kiinnittyviä valintoja. Internet tarjoaa laajan valikon, jossa voi seurata, ottaa yhteyttä ja jopa panna testattavaksi oman persoonallisuuden erilaisia konsepteja tai versioita. Jos asian osaa ottaa oikein, toiminta lienee turvallinen ja hyödyllinen tapa konkretisoida nuoruuteen luonnollisena piirteenä kuuluvia pohdintoja omasta itsestä.

Median kehitys on muuttanut nuorten identiteettityössä ainakin sen, että verkko tarjoaa mahdollisuuden myös kodin, koulun tai harrastusryhmän piiriä laajempaan omaan julkisuuteen, esimerkiksi omaan blogiin. Muutos on samanlainen useimpien ikäryhmien osalta, nuoret vain omaksuvat uusia teknisiä ja sosiaalisia keksintöjä nopeimmin. Muidenkin kuin nuorten uskotaan kehittyvän vastaanottavasta massayleisöstä osallistuvaksi ja aineistoa tuottavaksi ”uusyleisöksi”.

Ainakin tähän tutkimukseen osallistuneiden nuorten käsitys mahdollisuuksista sen laajempaan julkisuuteen (tai laajemman julkisuuden hyödyistä) oli varsin realistinen ja varauksellinen. Selvästikään se ei ollut niiden tulosten mukainen, joita esimerkiksi Risc Monitor on saanut vuoden 2005 asenne- ja arvotutkimuksessaan (Forsell 2006) ja tutkija Anni Ahmavaara (2004) tutkimusraportissaan ”Kun minä olen aikuinen”. Niiden mukaan hyvin huomattava osa nuorista haluaa julkkiksen ammattiin, tytöt toivovat julkisuutta mallin tai näyttelijän työn tai pop-tähteyden kautta. Pojat haaveilevat ammattilaisurheilijan tai muusikon urasta. Se, että tässä tutkimuksessa ei juuri julkkisehdokkaita ollut, saattoi johtua osin tutkimusmenetelmästä. Kotona tehtävä haastattelu, kuten tässä, voi antaa maanläheisempiä tuloksia kuin kysely.

Idols oli toki monelle lapselle ja nuorelle hyvin tärkeä ja mieluinen ohjelma. Mutta ohjelman seuraamisen funktioita on varmasti monia muita kuin suoraviivainen halu pop-tähden uralle.³⁷

37 Ohjelman yksi suosion salaisuus voi olla sama kuin Salatut elämät -sarjan: kumpikin tarjoaa mahdollisuuden eri ikäisille ihmisille käydä läpi omaan identiteettiinsä ja rooliinsa liittyviä asioita; yksi seuraa ja arvioi tapahtumia tyttären tai pojan, toinen äidin tai isän roolissa. Kun todellisuuden ja sadun suhde on oikea, pohdinta ei mene liian lähelle itseä ja kommentointi perheen sisällä on vaivatonta. Liian lähelle ja kipeästi osuvaa ohjelmaa sekä lapsen että vanhemman on ehkä helpompi seurata omissa oloissaan tai ajatuksissaan.

Sosiaalisen median yhtenä myönteisenä puolena voi pitää sitä, että lopulta sen sisällöissä on hyvin vähän väkivaltaa. Jokelan surmien yhteydessä esiin tulleet verkostot ovat suuria poikkeuksia normaalista toiminnasta verkossa. Sen sijaan esimerkiksi hyvin moni suurille lasten ja nuorten yleisöille suunnattu elokuva sisältää väkivaltaa, koska väkivalta on tarinan kuin tarinan helpoimmin jännitystä ja katsojan emotionaalista sitoutumista elokuvan hahmoihin luova elementti.

8.4 Rahaa, rahaa, rahaa...

Ensimmäinen mediakeskustelu, jonka vanhemmat käyvät lapsensa kanssa, koskee usein faktan ja fiktion erottamista. Vanhemmat haluavat varmistaa, että lapsi ymmärtää sadun olevan satua ja että hän osaa erottaa tarinoiden uhat todellisuudesta.

Lienee kuitenkin niin, että sekä faktan että fiktion massatuotanto on suunniteltu käsittelemään samoja ihmisen emotionaalisia mekanismeja samalla tavalla ja juurikaan erottelematta lapsia, nuoria ja aikuisia. Juonet vaihtelevat ikäryhmittäin, mutta ihmisen perustunteet ja niiden liikuttamiseen kehitetty mediateollinen tietotaito ovat yhteisiä. Faktan ja fiktion ero syntyy lapselle oikeastaan ennen kaikkea vanhempien, opettajien ja kaveripiirin reaktioista – siis kontekstuaalisista, ei tekstuaalisista tekijöistä. Lapset kuitenkin oppivat hyvin nopeasti ilmaisemaan, että faktan ja fiktion ero on heille selvä, sillä se on selvästi se taikasana, jolla he pääsevät ”seuraavalle askelmalle”.

Seuraavalla askelmalla vanhemmat ja mediakasvattajat yrittävät opettaa erottamaan suostuttelevat ja ei-suostuttelevat viestit toisistaan. Jako on tosin vaikea kasvattajille ja tutkijoillekin. Kelpaavatko journalismiksi, siis ei-suostutteleviksi sanomiksi, esimerkiksi Me-lehti, Pirkka tai Yhteishyvä, jotka on tarkoitettu suurten kauppaketjujen asiakas- ja sidosryhmätöihin? Niiden jutut on tehty ammattitaitoisesti eikä niissä ole virheitä tai valheita ainakaan sen enempää kuin tavallisessa journalismissa. Mutta jos jutun teon prosessin aikana tulisi esiin jokin kauppaketjulle, sen kauppiaille tai tuotteille mahdollisesti merkittävä kielteinen seikka, sitä ei todennäköisesti julkais-taisi. Onko siis kyse suostuttelevasta vai ei-suostuttelevasta viestinnästä?

Entä missä kulkevat dokumentin, tosi-tv:n ja fiktion rajat, kun kaikkia niistä voidaan toteuttaa tarkasti käsikirjoittaen ja näytellen? Mihin lajityyppiin kuuluvat dinosaur-dokumentit?

Tutkimusryhmä kiinnitti huomiota siihen, että verkossa markkinointi sulautuu niin saumattomasti muuhun viestintään, ettei alle 14-vuotiaan nuo-

ren ole helppo erottaa niitä toisistaan. Nuoret ymmärsivät kyllä varsin hyvin selkeät myyntikehotukset ja niiden markkinointiluonteen. Mutta esimerkiksi brändien merkitystä markkinoinnissa tai verkostomarkkinointiin kuuluvaa kaveruuden hyväksikäyttöä he eivät näyttäneet kovin hyvin oivaltavan.

Markkinoinnin puolella kyse on siirtymästä, jossa mainoksen ja käytössä olevan mediatuotteen raja pyritään hävittämään. Yksinkertaisin esimerkki on kaupallisen televisio-kanavan mainostauko, jonka kuluttaja pystyy nykyisin halutessaan usein ohittamaan digitaalisen television sallimilla teknisillä mahdollisuuksilla. Mutta jos kyseessä on ohjelman runkoon kiinnitetty sponsorointi, tuotesijoittelu tai kohtauksiin luontevasti rakennettu mainosviesti, huomaaminen ei ole yhtä helppoa. Verkon puolella on suosituksi – tällä haavaa nopeimmin kasvavaksi – markkinoinnin kanavaksi noussut ilmiö, josta käytetään monia nimityksiä: vertaismarkkinointi, viraalimarkkinointi, hopottaminen, puskaradiomarkkinointi (Luostarinen 2006). Yhtä hyvä ehdotus voisi olla vertaisbulvaanimainonta, joka kuvaa ilmiöstä oleellisen. Joku ystäväpiiriisi kuuluva mainitsee myönteisessä yhteydessä jonkin tuotteen (levy, konsertti, elokuva, shampoo, suklaapatukka tms.), jonka markkinointiringissä hän on mukana. Hän saa palkaksi ehkä vain kokemusta markkinoinnin uusimmasta virrasta, mutta joskus myös firman tuotteita, selvää rahaa tai aiempaa korkeamman aseman organisaatiossa.

170

Nuoret eivät koe välttämättä tähän vertaisbulvaanin rooliin liittyvän mitään kielteistä. Todennäköisesti he eivät markkinoi sellaisia tuotteita, joita eivät olisi itse jo kokeilleet ja havainneet hyväksi. Ja jos kaikki nykyään markkinoivat ja mainostavat ja saavat siitä elannon, miksi ei myös nuori voisi sitä harrastaa? Mutta toisaalta: jos omasta markkinoijan roolistaan ei kerro kaverilleen, toiminta on selvästi sekä arkielämän että verkon eettisiä sääntöjä vastaan.

Haastateltavissa oli yksi nuori, joka toimi erään yhtyeen katutiimissä. Tiimi kierteli liimaamassa ja jakamassa keikkamainoksia ja muuta promootiotavaraa ja sai palkkiokseen pisteitä, joilla saattoi aikanaan saada keikkalippuja tai levyjä. Nuori oli siis hyvin perinteisessä vertaismarkkinointitehtävässä, joka saattaa olla sosiaalisesti hyvin palkitseva, vaikka taloudellinen hyöty olisikin vähäinen.

Tultaessa 14-vuotiaitten ikäryhmään nuorilla on vahva tekemisen, toiminnan ja vaikuttamisenkin tarve. Sosiaalinen piiri laajenee ja perhe käy riittämättömäksi. Toiminnan tarpeen suuntaamisessa on osin kyse siitä, missä määrin sen ottavat haltuunsa yritykset vertaismarkkinoinnin tehtäviin ja missä määrin ei-kaupalliset perinteiset tai uudemmat liikkeet, harrastukset ja aatteet (partio, liikunta, kulttuuri, seurakunnat, eläinoikeudet, ihmis-

oikeudet jne.). Haastatelluissa 14-vuotiaissa oli niitäkin, joilla oli ainakin orastavaa kriittisyyttä kulutuskulttuuria ja esimerkiksi brändejä kohtaan. On hyvin mahdollista, että nuoriso jakautuu nykyistäkin voimakkaammin niihin, jotka rakentavat ja viestivät identiteettinsä brändien kautta ja niihin, jotka leikkaavat tuotemerkit pois vaatteistaan ja asettavat vaihtoehtoisia elämisen malleja. Jälkimmäisiä on varmasti vähemmän kuin edellisiä.

Pelien osalta oli kiinnostavaa se, että haastateltavat korostivat niiden opettavan bisnestaitoja, harkittua ja laskelmoitua vaihdantaa sekä oikean ostamisen ja myymisen hetken odottamista. Peleissä on kyse myös ”oikeasta” rahasta, mutta pääosin kuitenkin pelien omien sisäisten maailmojen valuutoista, joilla voi ostaa virtuaalista tavaraa, mutta myös korottaa sosiaalista asemaansa ja päästä sisäpiireihin. Se, että lapset sanovat mielellään pelien opettavan bisnestaitoja, kertoo ainakin siitä, että he uskoivat haastatellijan pitävän asiaa hyväksyttävänä ja arvostettuna. Ilmeistä on, että lapset joutuvat joskus puolustelemaan vanhempien keskuudessa huonomaineista pelaamista.

8.5 Harmaa YLE

Mediakulttuurin osalta YLE jää nuorten maailmassa jonnekin harmaalle alueelle. Se ei ole kaupallinen, mutta ei myöskään alakulttuurinen. Yhtiön leima on aikuinen ja virallinen. Nuorten kommentit YLE:stä olivat varsin tylyjä: ”Ei mitään katsomisen arvosta” ja ”Jos ei tuu mitään muuta”, ”Ei sarjoja”.

YLE:n näkökulmasta lähitulevaisuuden voi nähdä kahdesta eri näkökulmasta. Yhtäältä nuorten ”segmentin” voi katsoa menetetyksi ja keskittyä lastenohjelmien laatuun ja tarjontaan, kuten nyt on tehty lisäämällä Pikku Kakosen esitysaikoja myös arkiaamuihin. Tämä tie on turvallinen, sillä myös tässä tutkimuksessa suurin osa vanhemmista syysi omia lapsiaan TV2:n, ”turvallisen lapsenvahdin” syliin. Mutta jo 8-vuotiaat kertovat katsovansa kaupallisia kanavia, jos siihen vain oli mahdollisuus. Kertominen voi hiukan poiketa todellisesta katsomiskäyttäytymisestä, mutta ainakin se viestii YLE:n katselun tuovan vähänlaisesti sosiaalista pääomaa ikäryhmässä.

Toisaalta YLE voisi katsoa pelkän ikäsegmentin sijasta nuorison heterogeenisyyttä ja sisäisiä jakoja. Oma tutkimuksemme tukee sitä ajatusta, että perheiden ja siten myös lasten mediakulutuksessa ja mediaa koskevissa asenteissa on hyvin suuria eroja, ja nuorissa on varmasti ryhmiä, joiden kiinnostukset ja arvot eivät mene yksiin kaupallisen nuoriso-ohjelmiston kanssa.

Jatkotutkimuksen kannalta on kiinnostavaa seurattavaa, syntyykö Suomeen

lasten sukupolvi, jolla ei ole henkisenä taustanaan Pikku Kakkosta ja sen arvomaailmaa. Vuosien 2007 ja 2008 aikana toteutetun digitalisaation myötä osa kotitalouksista on ilmeisesti päättänyt käyttämään kodin mediakuluihin varatun rahan mieluummin maksullisiin televisio-palveluihin kuin YLE:n tv-maksuun. Päätökset saattavat olla osin poliittisia ja taloudellisia, mutta ennen kaikkea perheen katselutottumuksiin liittyviä: YLE:n kanavien käyttö on vähäistä. Koska kiinni jäämisen riski on ollut nimellinen kuten myös luvattomaan katseluun liittyvä moraalinen paine, perheiden on ollut helppo tehdä päätös tv-maksun maksamatta jättämisestä.

Kiinnostavaa tämän tutkimusprojektin kannalta on se, millaiseksi kehittyi median käytön tavoiltaan se nyt kasvava sukupolvi, joka on ottanut keskeiset vaikutteensa MTV3:n ja Nelosen lastenohjelmista sekä niiltä maksukanavilta, joita lähivuosina tarjotaan Suomessa (Disney Channel, MTV Junior ym.). YLE:n lastenohjelmat ovat kuitenkin olleet tähän saakka yhteinen ja lähes kaikkien jakama osa lapsuutta ja lastenkulttuuria.

8.6 Eriytyvät yleisöt

Ehkä ne lentävät autot on vaan joku kuvitelma tulevaisuudesta. No ehkä kotirobotteja. Semmonen lentävä tietokone olisi kiva. Toimis ajatuksen voimalla ja ei tarvis näppistä. Samanlainen tv olisi kyllä hauska. Jos ajattelisi tiettyä ohjelmaa niin sieltä vaan yhtäkkiä alkais tulla. Kolmiulotteinen tv olisi uskomaton. Jos katselisi vaikka Idolsia ne laulajat svengaisi olohuoneen sohvalla. Heh heh.

(Poika, 11-v, PÄ-tehtävä)

Edettäessä kohti vuotta 2016 näyttää varsin selvältä, että lasten ja nuorten yleisöt eriytyvät muutenkin kuin YLE:n ja kaupallisten kanavien yleisöiksi. Maahanmuuttajaväestön kasvaminen tuo varmasti myös lapsia ja nuoria, jotka saattavat olla verkon ja satelliitin avulla enemmän lähtömaansa kuin suomalaisen median vaikutuspiirissä. Tutkimuksen jatko-osissa on syytä ottaa huomioon etnisten väestösuhteiden muutos. Samalla on tarkoituksenmukaista tarkastella nykyistä tutkimusta selvemmin myös niin sanotun valtaväestön omia sisäisiä sosiaalisia jakoja ja niiden vaikutusta median käyttöön.

Jos nyt haastateltuja lapsia ja nuoria jokin yhdisti, se oli nopean ja multimodaalisen viestinnän luonteisuus. Erotkin olivat suuria. Joissakin perheissä esimerkiksi tietokoneen käyttö oli rajoitettu vain muutamaan tuntiin viikossa. Toisessa ääripäässä mediavälineitä oli hyvin runsaasti, ne olivat uusinta tekniikkaa ja niiden käyttö oli lähes rajoittamatonta.

Lasten ja nuorten mediakulttuurin tarjonnassa näyttää olevan menossa muu-

tos, jossa Aasia, etenkin Japani, haastaa populaarikulttuurin aikaisemman suurvallan Yhdysvallat. Esimerkiksi japanilaisessa manga-sarjakuvassa on kyetty yhdistämään teollisen massakulttuurin massiivisten tuotantomäärien edut lukijoiden omakohtaiseen tekemiseen ja harrastamiseen ja myös suuriin yhteisiin tapaamisiin. Mitä vanhempiin haastateltaviin tultiin omassa tutkimuksessamme, sen todennäköisimmin he olivat jollakin median sektorilla myös itse tekijöitä – usein vain pieneltä osin, mutta kuitenkin.

Hollywood-viihteen korvaava lasten ja nuorten massakulttuuri on ehkä jonkinlainen mangasta vielä eteenpäin kehitetty hybridi, jossa yhdistyy suurteollisuus, sosiaalinen media, itse tekeminen sekä virtuaalisten verkostojen ajoittainen jalkautuminen fyysisiin kohtaamisiin.

Iltasatujen asema ei kuitenkaan näytä uhatulta, ainakaan tutkimusperheissämme. Eikä myöskään paksujen, pitkiä ja monipolvisia tarinoita kertovien kirjojen. Vaikka tutkimukseen osallistuneet lapset ja nuoret saattoivat olla omassa viestinnässään hyvin lyhytjännitteisiä ja kärsimättömiä, ”aina online”, luetun pitkän kertomuksen taika ei näytä kadonneen.

Lähteet

Ahlholm, A. (2008). Jäätkö kiinni Googlessa? Ikävät osumat haittaavat työnhakua. *Journalisti* 2/2008.

Ahmavaara, A. (2004). Kun minä olen aikuinen. Raportti tutkimukseen osallistuneille ala-asteille. <http://www.pakia.edu.hel.fi/Tiedostot/anniahmavaara.pdf> [Luettu 1.3. 2008].

Alanen, L. (2001). Lapsuus yhteiskunnallisena ilmiönä. Sankari A. & Jyrhämä J. (toim.) teoksessa *Lapsuudesta vanhuuteen. Iän sosiologiaa*. Tampere: Vastapaino.

Alasuutari, M. (2005). Miten rakentaa vuorovaikutusta lapsen haastattelussa? Teoksessa *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino.

Arinen, P. & Karjalainen, T. (2007). Pisa 2006 ensituloksia 15-vuotiaiden koululaisten luonnontieteiden, matematiikan ja lukemisen osaamisesta. <http://www.min.edu.fi/export/sites/default/OPM/Koulutus/artikkelit/pisa-tutkimus/pisa2006/liitteet/PISA2006fi.pdf> [Luettu 1.3. 2008].

Autio, M (2006). Legoista Leviksiin – Kuluttajaksi kasvun aakkoset. Teoksessa Lehtimäki, H & Suoranta, J. (toim.) *Kasvattajan brändikirja*. Helsinki: Finn lectura.

Bachen, C. M. (2007). Just Part of the Family? Exploring the Connections between Family Life and Media Use. Teoksessa Mazzarella (toim.) *20 Questions About Youth & the Media*. New York: Peter Lang.

Barber, B. R. (2007). *Consumed. How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole*. London: W.W. Norton & Company.

Bolger N., Davis, A., & Rafaeli, E. (2003). Diary methods: Capturing life as it is lived. *Annual Review of Psychology*, 54/2003.

Boyd, D & Ellison, N (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*.

Boyd, D (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. <http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf> [Luettu 1.3. 2008].

Bryant, A. J. (2007). How Has the Kid's Media Industry Evolved? Teoksessa Mazzarella (toim.) *20 Questions About Youth & the Media*. New York: Peter Lang.

Buckingham D (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.

Buckingham, D. (2000). *After the Death of Childhood Growing up in the Age of Electronic Media*. Cambridge: Polity Press.

Burbules, N. C. (2001). Paradoxes of the Web: The Ethical Dimensions of Credibility. *Library Trends* vol. 49, no. 3, Winter 2001.

Coogan K & Kangas S (2001). Nuoret ja kommunikaatioakrobatia. 16-18-vuotiaiden kännykkä- ja internetkulttuurit. Nuorisotutkimusverkosto ja Elisa Communications, raportti nro 158. http://www.nuorisotutkimusseura.fi/tiedoston_katsominen.php?dok_id=84 [Luettu 1.3. 2008].

d'Haenens, L. (2001). Old and New Media: Acces and Ownership in the Home. Teoksessa Livingstone, S. & Bovil, M. (toim.) *Children and their Changing Media Environment. A European study*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- Ermi, L. & Mäyrä, F. & Heliö, S. (2005a). Digitaaliset lelut ja ja maailmat: pelaamisen vetovoima. Teoksessa Lahikainen, A. R., Hietala, P. & Inkinen, T. ym. (toim.) Lapsuus mediamaailmassa. Näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan. Helsinki: Gaudeamus.
- Ermi, L. & Mäyrä, F. & Heliö, S. (2005b). Mediakasvu ja pelaamisen hallinta. Teoksessa Lahikainen, A. R., Hietala, P. & Inkinen, T. ym. (toim.) Lapsuus mediamaailmassa. Näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan. Helsinki: Gaudeamus.
- Ermi, L., Heliö, S. & Mäyrä F. (2004). Pelien voima ja pelaamisen hallinta. Hypermedialaboratorion verkkojulkaisuja 6. <http://tampub.uta.fi/tup/951-44-5939-3.pdf> [Luettu 22.1. 2008].
- Finnpanel Oy/ tv- mittaritutkimus (4.1.2007). www.finnpanel.fi
- FinnSight 2015 (2006). Tieteen, teknologian ja yhteiskunnan näkymät. Tekes/Suomen Akatemia, Helsinki.
- Forrester M A (2002). Appropriating cultural conceptions of childhood. *Participation in conversation*. *Childhood* 9/2002.
- Forsell, J. (2006). Nuoret tahtovat julkiksiksi – varjopuolista vähät. *Tiede* 6/2006.
- Gee, J. P. (2003). *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Harris, F. J. (2008). *Challenges to Teaching Credibility Assessment in Contemporary Schooling*. Teoksessa Metzger, M. J. & Flanagin, J. *Digital Youth, and Credibility*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Herkman, J. (2001). Median monet funktiot lasten ja nuorten elämässä. Teoksessa Kangassalo M. & Suoranta J. (toim.) *Lasten tietoyhteiskunta*. Tampere: Tampere University Press.
- Herkman, J. (2007). *Kriittinen Mediakasvatus*. Tampere: Vastapaino.
- Holloway & Valentine (2003). *Cyberkids: Children in the Information Age*. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> [Luettu 1.3. 2008].
- Inkinen, T. (2005). Johdattava polku lasten tietoyhteiskuntaan. Teoksessa Lahikainen, A. R., Hietala, P. & Inkinen, T. ym. *Lapsuus mediamaailmassa. Näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan*. Helsinki: Gaudeamus.
- IRC-Galleria, tilastot (2007). <http://irc-galleria.net/dob.php> [Luettu 18.12. 2007].
- Johnsson-Smaragdi, U. (2001). *Media Use Styles Among the Young*. Teoksessa Livingstone & Bovil (toim.) *Children and Their Changing Media Environment. A European study*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Kangas S & Laukkanen M (2007). Haluan 15 sekuntia parrasvaloissa ja tuhat ystävää! Nuorten ubiikki nettiarki. *Nuorisotutkimus* 3/07.
- Kangas, S (2006). Käyttäjät brändin muokkaajina. Teoksessa Lehtimäki, H & Suoranta, J (2006) *Kasvattajan brändikirja*. Helsinki: Finn Lectura.
- Karimäki, R. (2007). *Media leikkiin innoittajana*. Teoksessa Pentikäinen L, Ruhala A, & Niinistö H. (toim.) *Mediamatkaa! Kasvattajan matkaopas lasten mediamaailmaan, osa 2*. Helsinki: Mediakasvatuskeskus Metka ry.
- Kasesniemi, E-L & Rautiainen, P (2001). *Kännyssä piilevät sanomat – Nuoret, väline ja viesti*. Tampere: Tampere University Press.

- Kemppinen, J. (2001). Lapsi ja media. Teoksessa Sulku S. & Aromaa J. (toim.) Koh-
taamispaikkana lapsuus. Vuoropuhelua lapsen maailmasta. Helsinki: Edita.
- Kenway, J. & Bullen E. (2001). *Consuming Children: Education-Entertainment-Ad-
vertising*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Keso, Lehtimäki & Pietiläinen (2006). Virtuaalilemmikki ja virtuaalirakas nuorten
verkkobrändin luominen. Teoksessa Lehtimäki, H & Suoranta J (2006) Kasvattajan
brändikirja. Helsinki: Finn Lectura.
- Kivimäki, R & Otonkorpi-Lentoranta, K (2005). Aikuisen työ lapsen silmin. Teokses-
sa Lahikainen, A. R., Hietala, P. & Inkinen, T. ym. Lapsuus mediamaailmassa: Näkö-
kulmia lasten tietoyhteiskuntaan. Helsinki: Gaudeamus.
- Koivusalo-Kuusivaara, R (2007). Lapset, media ja symbolinen vuorovaikutus. Suoma-
laisten, englantilaisten ja saksalaisten lasten mediasuhteen tarkastelua. Helsingin yli-
opisto, Viestinnän laitos.
- Kopomaa T (2000). *Kännykkäyhteiskunnan synty*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kotilainen, S. & Rantala, L. (2007). Nuoret median kuluttajina: vastaanottajia vai
vaikuttajia? *Nuorisotutkimus* 25: 3/2007.
- Kotilainen, S. (2001). Mediakulttuurin haasteita opettajankoulutukselle. Tampereen
yliopisto. *Acta Electronica Universitatis Tampereensis* 98. <http://acta.uta.fi/teos.phtml?5158> [Luettu 1.3. 2008].
- Kotilainen, S., (1999). Mediakasvatuksen monet määritelmät. Teoksessa Kotilainen,
S., Hankala, M. & Kivikuru U. (toim.) *Mediakasvatus*. Helsinki: Edita.
- Kupiainen, R. (2002). Mediakokemuksia viihteen, mielihyvän ja nautinnon labyrin-
teissa. Teoksessa Sintonen, S. (toim.) *Median sylissä: Kirjoituksia lasten mediakasva-
tuksesta*. Helsinki: Finn Lectura.
- Kytömäki J. (1999). Täytyy katsoa, jos saa katsoa. Sosiaalipsykologisia näkökulmia
varhaisnuorten televisiokokemuksiin. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Kytömäki, J. (2001). Kertomuksia kertomuksista: Fiktio merkityksestä varhaisnuor-
ten kasvussa. Teoksessa Kangassalo, M. & Suoranta, J. (toim.) *Lasten tietoyhteiskun-
ta*. Tampere: Tampere University Press.
- Kännykällä totta kai! (2006). Raportti lasten matkapuhelinten käytöstä. Pelasta-
kaa lapset ry. www.pelastakaaalapset.fi/nettivihje/Mobiilikysely_2006.pdf [Luettu 1.3.
2008].
- Lankshear, C. & Knobel, M. (2006). *New Literacies Everyday Practices and Class-
room Learning* (2. ed). Buckingham: Open University Press.
- Larson R. (1989). Beeping Children and Adolescents: A Method for Studying Time
Use and Daily Experience. *Journal of Youth and Adolescence*, 18/1989.
- Laycock, J (2006). Online Reputation Management for a New Generation. [http://
www.searchengineguide.com/jennifer-laycock/online-reputati.php](http://www.searchengineguide.com/jennifer-laycock/online-reputati.php) [Luettu 1.3. 2008].
- Lehtinen, E (2007). Maintaining and Extending Social Networks in IRC-galleria. So-
siaalipsykologian pro-gradu tutkielma, Helsingin yliopisto, Sosiaalipsykologian laitos.
<http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20071779> [Luettu 1.3. 2008].
- Lenhart A, Madden M, MacGill A & Smith, A (2007). Teens and Social Media. Pew
Internet & American Life Project. [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_So-
cial_Media_Final.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_So-
cial_Media_Final.pdf) [Luettu 1.3. 2008].

- Linnakylä, P. & Malin, A. (2007). Miten tukea heikkoja lukijoita? Lukuharrastukseen sitoutuminen lukutaidon vahvistajana. *Kasvatus* 4/2007.
- Livingstone, S & Bovill, M (2001). *Bedroom Culture and the Privatization of Media Use*. Teoksessa: Livingstone, S. & Bovill, M. (toim.) *Children and Their Changing Media Environment. A European Comparative Study*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Livingstone, S (2002). *Young People and New Media*. London: Sage Publications.
- Livingstone, S. & Bober M (2005). *UK Children Go Online. Final Report of Key Project Findings*. <http://personal.lse.ac.uk/bober/UKCGOfinalReport.pdf> [Luettu 1.3. 2008].
- Livingstone, S. & Van Couvering, E. & Thumim, N. (2005). *Adult Media Literacy. A Review of the Research Literature on Behalf of Ofcom*. www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrssl/aml.pdf [Luettu 22.1.2008].
- Luostarinen, H. (2006). *Rauhaan jättävä mainonta. Esitelmä Mainonnan lukutaito-seminaarissa Tampereella 8.11. 2006*.
- Luukka, M.-R., Hujanen, J., Lokka, A., Modinos, T., Pietikäinen, S. & Suoninen, A. (2001). *Mediat nuorten arjessa. 13–19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosittain vaihteissa*. Jyväskylän yliopisto, Soveltavan kielentutkimuksen keskus.
- Maffesoli M (1995) *Maailman mieli. Yhteisöllisen tyylin muodoista*. Helsinki: Gaudeamus.
- Marsh J., Brooks G., Hughes J, Ritchie L, Roberts S & Wright K (2005). *Digital Beginnings: Young Children's use of Popular Culture, Media and New Technologies*. Literacy Research Centre, University of Sheffield. <http://www.digitalbeginnings.shef.ac.uk/DigitalBeginningsReport.pdf> [Luettu 1.3. 2008].
- Matikkala, U. & Lahikainen A. R. (2005). *Pelit, tietokone ja kännykkä lasten sosiaalisissa suhteissa*. Teoksessa Lahikainen, A. R., Hietala, P. & Inkinen, T. ym. (toim.) *Lapsuus mediamaailmassa. Näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan*. Helsinki: Gaudeamus, 92-109.
- Mithell, C. & Reid-Walsh, J. (2002). *Researching Children's Popular Culture. The Cultural Spaces of Childhood*. London, New York: Routledge.
- Morley, D. (2000). *Home territories. Media, mobility and identity*. London, Routledge.
- Morley, D. (2003) *Kuulumisia – Aika, tila ja identiteetti medioituneessa maailmassa*. Suom. E. Vainikkala. Teoksessa Lehtonen, M. & Löytty, O. (toim.) *Erilaisuus*. Tampere: Vastapaino.
- Niinistö, H. & Sintonen, S. (2007). *Mä keksin! Tehdään yhdessä mediakulttuuria*. Teoksessa Pentikäinen, L., Ruhala, A. & Niinistö, H. (toim.) *Mediametkaa! Osa 2 – Kasvattajan matkaopas lasten mediamaailmaan*. Mediakasvatuskeskus Metka ry.
- Nikunen, K (2005): *Faniuden aika: kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosittain taitteen Suomessa*. Tampere: Tampere University Press.
- Nuoret ja Media –tutkimus (2007). <http://www.aikakauslehdet.fi/default.asp?docId=19189> [Luettu 1.3. 2008].
- Nuorison mediankäyttötutkimus (2007). *Taloustutkimus Oy ja Suomen sanomalehtien liitto*. http://www.viestinet.org/liitetiedostot/SL/wwwSuomi/6/25/Nuorison_mediankayttotutk_2007_tiiv.pdf [Luettu 1.3. 2008].

Nuorisoverkkobrändit (2007). Taloustutkimus, julkaistu 29.11.07 osoitteessa <http://www.taloustutkimus.fi/?x1541798=1605045> [Luettu 1.3. 2008].

O'Reilly, T (2005). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html [Luettu 1.3. 2008].

Okkonen, S (2007). Faktaa ja fiktiota lasten kanssa – Median tarinat draamakasvatuksessa. Teoksessa Pentikäinen L. Ruhala A. & Niinistö H. (toim.) *Mediamatkaa! Kasvattajan matkaopas lasten mediamaailmaan, osa 2*. Mediakasvatuskeskus Metka ry.

Oksman, V & Rautiainen, P (2001). ”Se on sitä nykypäivää.” *Matkaviestintä lasten ja nuorten tietoyhteiskuntanta*. Teoksessa Kangassalo, M. & Suoranta, J. (toim.) *Lasten tietoyhteiskunta*. Tampere: Tampere University Press.

Oksman, V & Rautiainen, P (2001a). Perhaps It Is a Body Part. How the Mobile Phone Became an Organic Part of Everyday Lives of Children and Adolescents. A Case Study of Finland. Teoksessa Katz, James (toim.) *Machines That Become Us*. www.nordicom.gu.se/eng_mr/iceland/papers/twelve/VOksman.rtf [Luettu 1.3. 2008].

Pennanen, S (2006). Mä sitä paitsi tykkäänkin uutisista. 5–6-vuotiaiden lasten käsityksiä ja kokemuksia TV-uutisista. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.

Peteri, V. (2006). *Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta*. Tampere University Press. Media Studies.

Potter, J. W. (2004). *Theory of Media Literacy. A Cognitive Approach*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications.

Potter, J. W. (2004). *Theory of Media Literacy. A Cognitive Approach*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications.

Rideout V.J., Vandewater E.A, Wartella E.A (2003). Zero to six. Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers and preschoolers. A Kaiser Family Foundation Report. <http://www.kff.org/entmedia/upload/Zero-to-Six-Electronic-Media-in-the-Lives-of-Infants-Toddlers-and-Preschoolers-PDF.pdf> [Luettu 1.3. 2008].

Ritala-Koskinen A (2001) Lasten haastattelu tutkijan haasteena. Teoksessa Kangassalo, M. & Suoranta, J. (toim.) *Lasten tietoyhteiskunta*. Tampere, Tampere University Press.

Ritala-Koskinen, A. (2001). Mikä on lapsen perhe? tulkintoja lasten uusperhesuhteista. Helsinki: Väestöntutkimuslaitos, Väestöliitto.

Roedder John, D (2002). Consumer Socialization of Children – A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research. Teoksessa Hansen, F. ym. (toim.) *Children – Consumption, Advertising and Media*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.

Ruohotie, P. (2005). Kvalifikaatioiden ja kompetenssien kehittäminen koulutuksen tavoitteena. Teoksessa Varis, T. (toim.) *Uusrenessanssijattelu, digitaalinen osaaminen ja monikulttuurisuuteen kasvaminen*. Helsinki: Okka-säätiö.

Rydin, I. (2003). *Media Fascinations: Perspectives on Young People's Meaning Making*. Göteborg: Nordicom.

- Rättilä, T. (2007). Sosiaalisen median mahdollisuudet kodin, koulun ja kunnan viestinnässä. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitoksen julkaisu B 47.
- Saanilahti, M. (1999). Lasten ja nuorten muuttuva mediakulttuuri. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisu B 42.
- Safer Internet for Children. Qualitative Study in 29 European Countries. Summary Report. (2007). European Commission. Directorate-General Information Society and Media. http://ec.europa.eu/public_opinion/quali/ql_safer_internet_summary.pdf [Luettu 22.1. 2008].
- Salokoski, T. & Mustonen, M. (2007), Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin – katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatukseen ja –sääntelyn käytäntöihin. Mediakasvatuseuran julkaisu 2/2007. www.mediakasvtus.fi/publications. [Luettu 22.1. 2008].
- SITES-tutkimus 2008. Jyväskylän yliopisto. Koulutuksen tutkimuslaitos. <http://ktl.jyu.fi/ktl/sites/> [Luettu 12.3. 2008].
- Suominen, T. (1997). Ehkä teloitamme jonkun. Opiskelijaradikalismi ja vallankumousfiktio 1960- ja 1970 -lukujen Suomessa, Norjassa ja Länsi-Saksassa. Helsinki: Hanki ja Jää.
- Suoninen, A. (2004). Mediakielitaidon jäljillä. Lapset ja nuoret valikoivina median käyttäjinä. Helsinki: Gummerus.
- Suoranta, J. & Lehtimäki, H. (2004). Children in the Information Society. The Case of Finland. New York: Peter lang.
- Suoranta, J., Lehtimäki, H. & Hakulinen, S. (2001). Lapset tietoyhteiskunnan toimijoina. Tietoyhteiskunnan tutkimuskeskuksen työraportteja 16/2001. Tampereen yliopisto.
- Tapscott, D. (1998). Growing up Digital the Rise of the Net Generation. New York: McGraw-Hill.
- Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja kuluttajabarometrit: eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1996-2006. http://www.stat.fi/til/jvie/2006/jvie_2006_2007-01-26_tau_043_en.xls [Katsottu 12.3. 2008].
- Valkonen, S., Pennonen, M. & Lahikainen, A. R. (2005). Televisio pienten lasten arjessa. Teoksessa Lahikainen, A. R., Hietala, P. & Inkinen, T. ym. Lapsuus maailmassa: Näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan. Helsinki: Gaudeamus.
- Varis, T. (2005). Medialukutaidon tila ja toteutus Euroopassa. Teoksessa Varis, T. (toim.) Uusrenessanssijattelu, digitaalinen osaaminen ja monikulttuurisuuteen kasvaminen. Helsinki: Okka-säätiö.
- Wilksa, T-A (2006). Teknotytöt ja tyylipojat: Sukupuoli lasten ja nuorten kulutuksen määrittäjänä. Teoksessa Lehtimäki, Hanna & Suoranta, Juha (toim.): Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura.
- Yahoo! and OMD Research 2006. Lehdistötiedote 26. 9. 2006. <http://yhoo.client.shareholder.com/press/releasedetail.cfm?ReleaseID=212192> [Katsottu 30.1. 2008].
- YIPPEE (2008). Sanoma Magazines Finland. Tiivistelmä tutkimustuloksista: Sanoma Magazines Finland.

Liitteet

Liite 1. Pitkittäistutkimus lasten ja nuorten mediaympäristön muutoksesta. Tutkimuksen etenemisen havainnollistaminen 2007–2016.

L apset ja media, pitkittäistutkimus lasten mediaympäristön muutoksesta tutkimuskerta 1. vuonna 2007

2002 syntyneet		1999 syntyneet		1996 syntyneet		1993 syntyneet	
Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat
5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl
Tre lähiö	Tre lähiö	Tre kesk./VL	Tre kesk./VL	Tre/VL	Tre/VL	Tre	Tre

Vuonna 2010

2005 syntyneet		2002 syntyneet		1999 syntyneet		1996 syntyneet	
Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat
5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl
Tre	Tre	Tre lähiö	Tre lähiö	Tre kesk./VL	Tre kesk./VL	Tre/VL	Tre/VL

Vuonna 2013

2008 syntyneet		2005 syntyneet		2002 syntyneet		1999 syntyneet	
Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat
5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl
Tre kesk./lähiö	Tre kesk./lähiö	Tre	Tre	Tre lähiö	Tre lähiö	Tre kesk./VL	Tre kesk./VL

Vuonna 2016

2011 syntyneet		2008 syntyneet		2005 syntyneet		2002 syntyneet	
Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat
5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl	5-7 kpl
VL/Tre	VL/Tre	VL/Tre	VL/Tre	Tre	Tre	Tre lähiö	Tre lähiö

VL: Vesilahti, L empääää tms. lähialueen pienempi kunta
Treen keskusta-alue
Treen lähialueet

Tutkimusvuosien aikana haastatellaan ja päiväkirja-
ym. metodein tutkitaan 70-100 lapsen käsityksiä
mediankäytöstä ja mediaympäristöstä.

Liite 2. Päiväkirjapohja 5- ja 8-vuotiaille ja heidän vanhemmilleen.



Nimi: _____

Mediapäiväkirja

1999 ja 2002 syntyneet lapset

Tervetuloa kirjoittamaan mediapäiväkirjaa!

Päiväkirjan ensimmäinen osio täytetään yhdessä lapsen kanssa. Vanhempi toimii kirjurina ja tarvittaessa auttaa muutamalla kysymyksellä lasta kertomaan siitä miten hän on medioita päivän aikana käyttänyt ja mitä ajatuksia ne ovat herättäneet.

Toiseen osioon vanhempi voi kirjata omia huomioitaan ja ajatuksiaan perheen ja lapsen median käytöstä kyseisen päivän aikana. *Apukysymyksiä päiväkirjan täyttämiseen löytyy ohjepaperista.*

Kirjoittakaa päiväkirjalomakkeeseen myös lapsen nimi, jotta tiedämme kenen päiväkirjasta on kyse.

Tiistain mediapäiväkirja – lapsen ajatukset

Millä tavoilla lapsi on päivän aikana mediaa käyttänyt. Jos tila loppuu jatka paperin taakse.

Tiistain mediapäiväkirja – vanhemman ajatukset

Mitä ajatuksia lapsen ja perheen median käyttö vanhemmassa herätti.

Liite 3. Päiväkirjapohja 11- ja 14-vuotiaille



Nimi: _____

Mediapäiväkirja

1996 ja 1993 syntyneet lapset ja nuoret

Tervetuloa kirjoittamaan mediapäiväkirjaa!

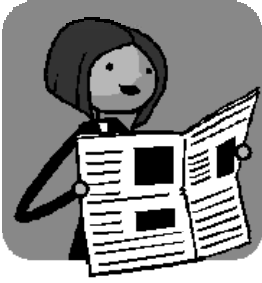
Kirjoita siitä mitä sinulle on tänään tapahtunut: Mitä medioita olet käyttänyt, missä tilanteissa, kenen kanssa jne. Voit myös kirjoittaa siitä miksi ET ole ehkä käyttänyt tänään mediaa. Jos et keksi mitä kirjoittaisit, katso lisää apukysymyksiä ohjepaperista.

Muista vastata myös päivän tehtävään/ kysymykseen, jonka sait tekstiviestillä. Löydät saman kysymyksen ja paikan siihen vastaamiselle tämän paperin alaosasta.

Tiistain mediapäiväkirja

Kirjoita millä tavoin olet tänään mediaa käyttänyt. Jos tila loppuu, jatka paperin taakse.

Päivän tehtävä: Valitse yksi tänään näkemäsi mainos ja kerro siitä. Missä mainoksen näit, mitä se esitti olitko nähnyt mainoksen jo aiemmin? Mitä ajattelit kun näit mainoksen? Oliko se mielestäsi hyvä tai huono, miksi? Entä millaisille ihmisille mainos oli mielestäsi tehty ja millainen tunnelma mainoksessa oli?



Mediapäiväkirja

Keskiviikon mediapäiväkirja

Kirjoita millä tavoin olet tänään mediaa käyttänyt. Jos tila loppuu, jatka paperin taakse.

Päivän tehtävä: Etsi päivän uutistarjonnasta jokin sinusta mielenkiintoinen uutinen: kerro mistä välineestä (netti, TV, lehti ym.) sen löysit, mitä uutinen käsitteli, ketkä ihmiset siinä puhuivat. Kerro myös miksi aihe oli sinusta kiinnostava tai tärkeä. Entä oliko uutinen sinusta kaikilta osin totta?



Mediapäiväkirja

Torstain mediapäiväkirja

Kirjoita millä tavoin olet tänään mediaa käyttänyt. Jos tila loppuu, jatka paperin taakse.

184

Päivän tehtävä: Kirjoita omasta suosikkisisällöstäsi (esim. TV-ohjelma, nettisivu, peli): mikä sisältö on kyseessä, mistä se kertoo, millaiset hahmot/ ihmiset siinä esiintyvät. Kerro myös miksi se on sinusta erityisen hyvä. Käytätkö tätä sisältöä yleensä yksin, kavereiden vai perheen kanssa?



Mediapäiväkirja

Perjantain mediapäiväkirja

Kirjoita millä tavoin olet tänään mediaa käyttänyt. Jos tila loppuu, jatka paperin taakse.

Päivän tehtävä: Kerro miksi pidät tai et pidä pelaamisesta. Jos pelaat, kerro millaisia pelejä pelaat, mitkä ovat suosikkipelejäsi, milloin ja kenen kanssa pelaat sekä mitä olet mahdollisesti oppinut pelien avulla. Entä onko peleissä mitään huonoja puolia?

Jos et harrasta pelaamista, kerro miksi teet mieluiten jotain muuta ja mitä asioita ne ovat.



Mediapäiväkirja

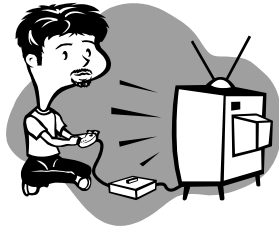
Lauantain mediapäiväkirja

Kirjoita millä tavoin olet tänään mediaa käyttänyt. Jos tila loppuu, jatka paperin taakse.

186

Päivän tehtävä: Kuvittele millainen olisi tulevaisuuden koti 20 vuoden kuluttua: millaisia medialaitteita siellä olisi ja mitä niillä voisi tehdä. Millainen ihmisten mediaympäristö silloin olisi? Miten itse käytät silloin mediaa?

Liite 4. Vanhempien taustatietolomakkeet.



Lapset, nuoret ja media - 1996 ja 1993 syntyneiden lasten vanhempien taustatietolomake

I. Perheen taustatiedot	
Lomakkeen täyttävän vanhemman nimi:	
Osoite:	
Puhelinnumero:	
Sähköposti:	
Ikä:	
Koulutus:	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Perus-, keski- tai kansakoulu<input type="radio"/> Ylioppilas<input type="radio"/> Ammatillisia kursseja<input type="radio"/> Ammatillinen koulu<input type="radio"/> Ammattikorkeakoulututkinto<input type="radio"/> Alempi korkeakoulututkinto<input type="radio"/> Ylempi korkeakoulututkinto<input type="radio"/> Yliopistollinen jatkotutkinto
Työtehtävä/ -paikka:	
Perheen toisen aikuisen nimi:	
Ikä:	
Koulutus:	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Perus-, keski- tai kansakoulu<input type="radio"/> Ylioppilas<input type="radio"/> Ammatillisia kursseja<input type="radio"/> Ammatillinen koulu<input type="radio"/> Ammattikorkeakoulututkinto<input type="radio"/> Alempi korkeakoulututkinto<input type="radio"/> Ylempi korkeakoulututkinto<input type="radio"/> Yliopistollinen jatkotutkinto
Työtehtävä/ -paikka:	
Tutkimukseen osallistuvan lapsen nimi:	
Perheen koko yhteensä:	aikuista ja lasta.

Perheen arvioidut tulot kuukaudessa ennen verojen pidätystä ja muita menoja:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Alle 1500 € kk ○ 1500-3000 € kk ○ 3000-4500 € kk ○ 4500-6000 € kk ○ Yli 6000 € kk 																																																																																															
Perheen kotona olevat mediat/ medialaitteet:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;"></th> <th style="width: 10%;">Ei yhtään</th> <th style="width: 10%;">1 kpl</th> <th style="width: 10%;">2-3 kpl</th> <th style="width: 10%;">4-5 kpl</th> <th style="width: 10%;">6 tai enemmän</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Analoginen TV</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>DigiTV</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Digiboksi</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kotiteatteri</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>VHS-videonauhuri</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>DVD-soitin</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Pelikonsoli (Playstation, Xbox ym.)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kännykkä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Lankapuhelin</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Radio/ cd-soitin</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kannettava musiikkilaitte (MP3, korvalappustereot ym.)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kannettava pelilaitte (Gameboy, PSportable ym.)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Tietokone</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Muu laite, mikä? _____</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>							Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän	Analoginen TV						DigiTV						Digiboksi						Kotiteatteri						VHS-videonauhuri						DVD-soitin						Pelikonsoli (Playstation, Xbox ym.)						Kännykkä						Lankapuhelin						Radio/ cd-soitin						Kannettava musiikkilaitte (MP3, korvalappustereot ym.)						Kannettava pelilaitte (Gameboy, PSportable ym.)						Tietokone						Muu laite, mikä? _____					
	Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän																																																																																											
Analoginen TV																																																																																																
DigiTV																																																																																																
Digiboksi																																																																																																
Kotiteatteri																																																																																																
VHS-videonauhuri																																																																																																
DVD-soitin																																																																																																
Pelikonsoli (Playstation, Xbox ym.)																																																																																																
Kännykkä																																																																																																
Lankapuhelin																																																																																																
Radio/ cd-soitin																																																																																																
Kannettava musiikkilaitte (MP3, korvalappustereot ym.)																																																																																																
Kannettava pelilaitte (Gameboy, PSportable ym.)																																																																																																
Tietokone																																																																																																
Muu laite, mikä? _____																																																																																																
Mitä medioita/ mediapalveluita perheenne on tilannut? Valitse taulukosta sopiva kappalemäärä	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;"></th> <th style="width: 10%;">Ei yhtään</th> <th style="width: 10%;">1 kpl</th> <th style="width: 10%;">2-3 kpl</th> <th style="width: 10%;">4-5 kpl</th> <th style="width: 10%;">6 tai enemmän</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Kotiin tilattuja sanomalehtiä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kotiin tilattuja aikakauslehtiä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Lapselle tilattuja lehtiä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Maksullisia tv-kanavia/ kanavapaketteja</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>							Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän	Kotiin tilattuja sanomalehtiä						Kotiin tilattuja aikakauslehtiä						Lapselle tilattuja lehtiä						Maksullisia tv-kanavia/ kanavapaketteja																																																																	
	Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän																																																																																											
Kotiin tilattuja sanomalehtiä																																																																																																
Kotiin tilattuja aikakauslehtiä																																																																																																
Lapselle tilattuja lehtiä																																																																																																
Maksullisia tv-kanavia/ kanavapaketteja																																																																																																

		Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän	
	Matkapuhelinten datapalvelupaketteja						
	Internet						
	Muita palveluita, mitä?						
Rastita kuinka usein ostatte seuraavia mediasisältöjä?		Päivittäin	Kerran viikossa	Muutamman kerran kuussa	Muutamman kerran vuodessa	Harvemmin	Emme koskaan
	Ostamme iltapäivälehtiä						
	Ostamme lehtien irtonumeroita						
	Ostamme pelejä						
	Vuokraamme pelejä						
	Ostamme cd:tä tai lataamme maksullista musiikkia						
	Ostamme videoita/ dvd:tä						
	Vuokraamme videoita/ dvd:tä						
	Käymme elokuvissa						
Rastita kuinka usein keskustelette lasten kanssa seuraavista median käyttöön liittyvistä asioista?		Päivittäin	Kerran viikossa	Muutamman kerran kuussa	Muutamman kerran vuodessa	Harvemmin	Emme koskaan
	TV-ohjelmien/pelien ym. sisällöistä (juonesta, henkilöhahmoista ym.)						
	Median käytön määrästä						
	Median uhkakuvista tai mediassa nähdystä pelottavista asioista						
	Netissä käyttäytymisestä & turvallisuussäännöistä						
	Uusista mediahankinnoista/ ostettavista laitteista						
	Jostain muista asioista, mistä? _____						

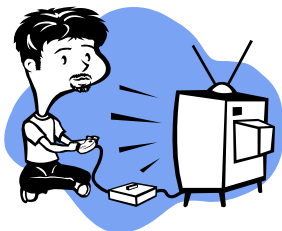
II. Ota vielä kantaa seuraaviin väittämiin valitsemalla mielipidettäsi parhaiten vastaava vaihtoehto:

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Luotan lapseni kykyyn käyttää mediaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Median avulla lapseni oppii merkittäviä taitoja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ikärajat joissakin mediasisällöissä ovat tarpeellisia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seuraan tarkasti mediasisältöjen ikärajasuosituksia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiedän mitä medioita ja sisältöjä oma lapseni käyttää	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen kiinnostunut lapseni käyttämistä mediasisällöistä, esim. tv-ohjelmista t. peleistä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Käytän usein mediaa lapseni kanssa (esim. pelaan, olen netissä ym.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lapsellani ja minulla on yhteisiä suosikkisisältöjä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perheessäni syntyy usein kinaa mediankäytöstä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Median riskejä liioitellaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen huolissani mediäväkivallan vaikutuksista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen huolissani lapseni median käytön määrästä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen ohjeistanut lastani miten nettiympäristössä tulee toimia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mediat tuovat lapseni elämään pelkoa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mediat tuovat lapseni elämään iloa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lapseni opastaa minua ajoittain median käytössä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lapseni mielipide vaikuttaa mediahankintoihimme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Media lyhentää lapsuutta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lapseni soittaa minulle usein työpaikalleni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perheessäni on usein joku medialaite auki, vaikka sitä ei seurata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Onko mielessäsi jotain muuta, mitä haluaisit sanoa lapsesi median käytöstä tai lasten ja nuorten mediasuhteesta yleensä?



Kiitos vastauksistasi!



Lapset, nuoret ja media - 2002 ja 1999 syntyneiden lasten taustatietolomake

I. Perheen taustatiedot

Lomakkeen täyttävän vanhemman nimi:	
Osoite:	
Puhelinnumero:	
Sähköposti:	
Ikä:	
Koulutus:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Perus-, keski- tai kansakoulu <input type="radio"/> Ylioppilas <input type="radio"/> Ammatillisia kursseja <input type="radio"/> Ammatillinen koulu <input type="radio"/> Ammattikorkeakoulututkinto <input type="radio"/> Alempi korkeakoulututkinto <input type="radio"/> Ylempi korkeakoulututkinto <input type="radio"/> Yliopistollinen jatkotutkinto
Työtehtävä/ -paikka:	
Perheen toisen aikuisen nimi:	
Ikä:	
Koulutus:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Perus-, keski- tai kansakoulu <input type="radio"/> Ylioppilas <input type="radio"/> Ammatillisia kursseja <input type="radio"/> Ammatillinen koulu <input type="radio"/> Ammattikorkeakoulututkinto <input type="radio"/> Alempi korkeakoulututkinto <input type="radio"/> Ylempi korkeakoulututkinto <input type="radio"/> Yliopistollinen jatkotutkinto
Työtehtävä/ -paikka:	
Tutkimukseen osallistuvan lapsen nimi:	
Perheen koko yhteensä:	_____ aikuista ja _____ lasta.

Perheen arvioidut tulot kuukaudessa ennen verojen pidätystä ja muita menoja:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Alle 1500 € kk ○ 1500-3000 € kk ○ 3000-4500 € kk ○ 4500-6000 € kk ○ Yli 6000 € kk 																																																																																															
Perheen kotona olevat mediat/ medialaitteet:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 80%;"></th> <th style="width: 10%;">Ei yhtään</th> <th style="width: 10%;">1 kpl</th> <th style="width: 10%;">2-3 kpl</th> <th style="width: 10%;">4-5 kpl</th> <th style="width: 10%;">6 tai enemmän</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Analoginen TV</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>DigiTV</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Digiboksi</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kotiteatteri</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>VHS-videot</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>DVD-soitin</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Pelikonsoli (Playstation, Xbox ym.)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kännykkä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Lankapuhelin</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Radio/ cd-soitin</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kannettava musiikkilaite (MP3, korvalappustereot ym.)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kannettava pelilaite (Gameboy, PSportable ym.)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Tietokone</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Muu laite, mikä? _____</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>							Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän	Analoginen TV						DigiTV						Digiboksi						Kotiteatteri						VHS-videot						DVD-soitin						Pelikonsoli (Playstation, Xbox ym.)						Kännykkä						Lankapuhelin						Radio/ cd-soitin						Kannettava musiikkilaite (MP3, korvalappustereot ym.)						Kannettava pelilaite (Gameboy, PSportable ym.)						Tietokone						Muu laite, mikä? _____					
	Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän																																																																																											
Analoginen TV																																																																																																
DigiTV																																																																																																
Digiboksi																																																																																																
Kotiteatteri																																																																																																
VHS-videot																																																																																																
DVD-soitin																																																																																																
Pelikonsoli (Playstation, Xbox ym.)																																																																																																
Kännykkä																																																																																																
Lankapuhelin																																																																																																
Radio/ cd-soitin																																																																																																
Kannettava musiikkilaite (MP3, korvalappustereot ym.)																																																																																																
Kannettava pelilaite (Gameboy, PSportable ym.)																																																																																																
Tietokone																																																																																																
Muu laite, mikä? _____																																																																																																
Mitä medioita/ mediapalveluita perheenne on tilannut? Valitse taulukosta sopiva kappalemäärä	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 80%;"></th> <th style="width: 10%;">Ei yhtään</th> <th style="width: 10%;">1 kpl</th> <th style="width: 10%;">2-3 kpl</th> <th style="width: 10%;">4-5 kpl</th> <th style="width: 10%;">6 tai enemmän</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Kotiin tilattuja sanomalehtiä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Kotiin tilattuja aikakauslehtiä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Lapselle tilattuja lehtiä</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Maksullisia tv-kanavia/ kanavapaketteja</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>							Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän	Kotiin tilattuja sanomalehtiä						Kotiin tilattuja aikakauslehtiä						Lapselle tilattuja lehtiä						Maksullisia tv-kanavia/ kanavapaketteja																																																																	
	Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän																																																																																											
Kotiin tilattuja sanomalehtiä																																																																																																
Kotiin tilattuja aikakauslehtiä																																																																																																
Lapselle tilattuja lehtiä																																																																																																
Maksullisia tv-kanavia/ kanavapaketteja																																																																																																

		Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän	
	Matkapuhelinten datapalvelupaketteja						
	Internet						
	Muita palveluita, mitä?						
Rastita kuinka usein ostatte seuraavia mediasisältöjä?		Päivittäin	Kerran viikossa	Muutamana kerran kuussa	Muutamana kerran vuodessa	Harvemmin	Emme koskaan
	Ostamme iltapäivälehtiä						
	Ostamme lehtien irtonumeroita						
	Ostamme pelejä						
	Vuokraamme pelejä						
	Ostamme cd:tä tai lataamme maksullista musiikkia						
	Ostamme videoita/ dvd:tä						
	Vuokraamme videoita/ dvd:tä						
	Käymme elokuvissa						
Rastita kuinka usein keskustellette lastenne kanssa seuraavista median käyttöön liittyvistä asioista		Päivittäin	Kerran viikossa	Muutamana kerran kuussa	Muutamana kerran vuodessa	Harvemmin	Emme koskaan
	TV-ohjelmien/pelien ym. sisällöistä (juonesta, henkilöhahmoista ym.)						
	Median käytön määrästä						
	Median uhkakuvista tai mediassa nähdystä pelottavista asioista						
	Netissä käyttäytymisestä & turvallisuussäännöistä						
	Uusista mediahankinnoista/ ostettavista laitteista						
	Jostain muista asioista, mistä? _____						

II. Lapsen mediankäyttö

Täytyä seuraavat kohdat joko yhdessä lapsen kanssa tai itse lapsesi median käyttöä arvioiden.

<p>Kuinka paljon lapsi katsoo päivässä televisiota?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ei lainkaan <input type="radio"/> Alle tunnin <input type="radio"/> 1-2 tuntia <input type="radio"/> 2-4 tuntia <input type="radio"/> 4-6 tuntia <input type="radio"/> yli 6 tuntia
<p>Mitkä ovat lapsen suosikkiohjelmia?</p>	
<p>Tuleeko lapselle lehtiä tai kuuluuko hän kirjakerhoon?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ei <input type="radio"/> Kyllä, mitä lehtiä/ mihin kirjakerhoon? _____
<p>Kuunteleeko lapsi äänikirjoja tai satu-cd:tä?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ei kuuntele <input type="radio"/> Kyllä, joka päivä <input type="radio"/> Kyllä, viikottain <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran kuussa <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran vuodessa
<p>Käyttääkö lapsi internetiä/ tietokonetta?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ei, lapsi ei käytä internetiä/ tietokonetta <input type="radio"/> Kyllä, aikuisen avustuksella <input type="radio"/> Kyllä, itsenäisesti
<p>Mitä internet sisältöjä tai palveluita lapsi käyttää?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sähköposti <input type="radio"/> Messenger <input type="radio"/> Blogit <input type="radio"/> Kuvasivustot (esim. ii2, IRC-galleria) <input type="radio"/> Internet-puhelut (esim. skype) <input type="radio"/> Yhdessä toisten kanssa pelattavat pelit <input type="radio"/> Yksin pelattavat pelit <input type="radio"/> Keskustelufoorumit <input type="radio"/> Sivustot, jolta voi ladata musiikkia <input type="radio"/> Hakukoneet, esim. google <input type="radio"/> Verkkoyhteisöt, esim. MySpace <input type="radio"/> Valokuva- ja videokuva-albumit, esim. Photopocket <input type="radio"/> Jotkut muut sivut/ sisällöt, mitkä? _____
<p>Onko lapsi tehnyt itse joitakin sisältöjä internetiin? (Esim. laittanut oman kuvansa, kirjoittanut tekstejä ym.) Jos on, niin kerro muutama esimerkki mitä sisältöjä ja minne.</p>	

Onko lapsella netissä joitakin suosikkisivuja, mitä?	
Millaisia pelejä lapsi tavallisesti pelaa?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lapsi ei tavallisesti pelaa pelejä ○ Palapelejä ○ Lautapelejä (esim. Monopoli, Afrikan tähti) ○ Konsolipelejä (esim. Playstation) ○ Internetissä olevia pelejä ○ Kännykkäpelejä (esim. matopelit) ○ Joitakin muita pelejä, mitä? _____
Jos lapsi pelaa pelejä, mitkä ovat hänen suosikkipelejänsä?	
Kuinka paljon lapsi yleensä pelaa päivässä?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ei lainkaan ○ Alle tunnin ○ 1-2 tuntia ○ 2-4 tuntia ○ 4-6 tuntia ○ yli 6 tuntia
Onko lapsella oma kännykkä?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kyllä ○ Ei
Jos lapsella on kännykkä, kuinka mones puhelin se hänellä on?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Hänen ensimmäinen puhelimensa ○ Hänen toinen puhelimensa ○ Hänen kolmas puhelimensa ○ Hänellä on jo ollut neljä tai useampi puhelinta
Jos lapsella on kännykkä, mikä on sen merkki / malli?	
Kuunteleeko lapsi musiikkia?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lapsi ei kuuntele musiikkia ○ Kyllä, satunnaisesti muiden perheenjäsenten valitsemaa musiikkia ○ Kyllä, itse valitsemaansa musiikkia päivittäin ○ Kyllä, itse valitsemaansa musiikkia viikoittain ○ Kyllä, itse valitsemaansa musiikkia, mutta harvoin
Mitä kautta lapsi musiikkia kuuntelee?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kotona olevasta radiosta ○ Autoradiosta ○ CD-levyiltä ○ Kaseteilta ○ Ladattua musiikkia (puhelimesta, tietokoneelta, MP3:lta) ○ Jostain muualta, mistä? _____
Käytkö lapsi säännöllisesti harrastuksissa, missä harrastuksissa?	

Kenen kanssa lapsi on tavallisesti koulun tai tarhapäivän jälkeen?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lapsi on iltapäiväkerhossa ○ Lapsi on yksin ○ Lapsi on isän tai äidin kanssa ○ Lapsi on sisarustensa kanssa ○ Lapsi on kavereidensa kanssa ○ Lapsi on isovanhempiensa kanssa ○ Lapsi on joidenkin muiden aikuisten kanssa
Mitä lapsi tavallisesti tekee tarhan tai koulupäivän jälkeen?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lapsi on kavereidensa kanssa ulkona ○ Lapsi on kaverinsa kanssa meillä kotona tai kaverin kotona ○ Lapsi pelaa tietokoneella tai pelikonsolilla kotona ○ Lapsi katsoo televisiota kotona ○ Lapsi tekee läksyjä/ leikkii kotona ○ Lapsi lukee kirjoja/ lehtiä kotona ○ Lapsi kuuntelee musiikkia kotona ○ Lapsi tekee jotain muuta, mitä? _____
Mitä medialaitteita lapsella on omassa huoneessaan?	

III. Lapsen itsearvio median käytöstä

Pyydä lasta arvioimaan ovatko seuraavat lauseet hänestä totta vai eivät.

	Totta	Ei ole totta
Olen aika taitava median käyttäjä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Osaan käyttää tv:tä, videoita/ dvd-soitinta itse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Osaan käyttää tietokonetta itse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saan katsoa telkkaria miltei aina kun haluan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisio-ohjelmat pelottavat minua joskus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Katson joka päivä tv:tä äidin tai isän kanssa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
On hyvä, että vanhemmat joskus kieltävät minua pelaamasta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen oppinut kaikenlaisia uusia asioita tv:stä ja netistä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Juttelen äidin ja isän kanssa tv-ohjelmista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen joskus törmännyt netissä pelottaviin asioihin tai ihmisiin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuulen kotona päätkiä muiden katsomista tv-ohjelmista kotona ja jään ajattelemaan niitä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neuvon vanhempiani / sisaruksia joskus miten medialaitteita (tv:tä, tietokonetta ym.) käytetään	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leikin usein telkkarihahmoihin tai peleihin liittyviä leikkejä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. Vanhemman käsitykset lasten mediankäytöstä

Ota vielä kantaa seuraaviin väittämiin rastiittamalla mielipidettäsi parhaiten vastaava vaihtoehto.

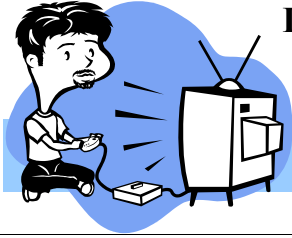
	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Median avulla lapseni oppii merkittäviä taitoja					
Ikärajat joissakin mediasisällöissä ovat tarpeellisia					
Seuraan tarkasti mediasisältöjen ikärajasuosituksia					
Tiedän mitä medioita ja sisältöjä oma lapseni käyttää					
Olen kiinnostunut lapseni käyttämistä mediasisällöistä, esim. tv-ohjelmista t. peleistä					
Käytän usein mediaa lapseni kanssa (esim. pelaan, olen netissä ym.)					
Lapsellani ja minulla on yhteisiä suosikkisisältöjä					
Perheessäni syntyy usein kiina mediankäytöstä					
Median riskejä liioitellaan					
Olen huolissani mediaväkivallan vaikutuksista					
Olen huolissani lapseni median käytön määrästä					
Olen on antanut ohjeita lapselleni miten netissä tulee toimia					
Mediat tuovat lapseni elämään pelkoa					
Mediat tuovat lapseni elämään iloa					
Lapseni opastaa minua ajoittain median käytössä					
Lapseni mielipide vaikuttaa mediahankintoihimme					
Media lyhentää lapsuutta					
Lapseni soittaa minulle usein työpaikalleni					
Perheessäni on usein joku medialaite auki, vaikka sitä ei seurata					

Onko mielessäsi jotain muuta, mitä haluaisit sanoa lastesi median käytöstä tai lasten ja nuorten mediasuhteesta yleensä? (jatka tarvittaessa paperin toiselle puolelle)



Kiitos vastauksistanne!

Liite 5. Lasten taustatietolomakkeet.



Lapset, nuoret ja media - 1996 & 1993 syntyneiden taustatietolomake

I. Taustatietoja omasta mediankäytöstä

Oma nimi:						
Ikä:						
Sähköpostiosoite ja puhelinnumero:						
<p>Rastita taulukkoon kuinka monta medialaitetta sinulla <i>on omassa huoneessasi</i> tai jotka ovat muuten sinun omiasi.</p>		Ei yhtään	1 kpl	2-3 kpl	4-5 kpl	6 tai enemmän
	Analoginen (tavallinen) TV					
	DigiTV					
	Digiboksi					
	Kotiteatteri					
	VHS-videonauhuri					
	DVD-soitin					
	Pelikonsoli (Playstation, Xbox ym.)					
	Kännykkä					
	Lankapuhelin					
	Radio/ cd-soitin					
	Kannettava musiikkilaitte (MP3, korvalappustereot ym.)					
	Kannettava pelilaitte (Gameboy, PSportable ym.)					
	Tietokone					
Muu laite, mikä? _____						

Onko sinulle tilattu lehtiä?	<input type="radio"/> Ei <input type="radio"/> Kyllä, mitä lehtiä? _____
Jos kotiisi tulee sanomalehti, luetko sitä?	<input type="radio"/> En <input type="radio"/> Kyllä, mitä osia/ millaisia juttuja? _____
Luetko koulukirjojen lisäksi muita kirjoja?	<input type="radio"/> En lue <input type="radio"/> Kyllä, joka päivä <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran viikossa <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran kuukaudessa <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran vuodessa
Kuunteletko äänikirjoja?	<input type="radio"/> En kuuntele <input type="radio"/> Kyllä, joka päivä <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran viikossa <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran kuukaudessa <input type="radio"/> Kyllä, muutaman kerran vuodessa
Kuinka paljon katsot televisiota tavallisesti päivässä?	<input type="radio"/> En lainkaan <input type="radio"/> Alle tunnin <input type="radio"/> 1-2 tuntia <input type="radio"/> 2-4 tuntia <input type="radio"/> 4-6 tuntia <input type="radio"/> yli 6 tuntia
Mitkä ovat suosikkiohjelmiasi?	
Mitkä ovat suosikkikanaviasi?	<input type="radio"/> Yle1 <input type="radio"/> Yle2 <input type="radio"/> MTV3 <input type="radio"/> Nelonen <input type="radio"/> Sub-TV <input type="radio"/> Jokin muu, mikä? _____
Merkitse rastilla ne internet-sisällöt ja palvelut, joita käytät.	<input type="radio"/> En käytä internetiä <input type="radio"/> Sähköposti <input type="radio"/> Messenger <input type="radio"/> Blogit <input type="radio"/> Kuvasivustot (esim. IRC-galleria, ii2, Kuvake.net) <input type="radio"/> Verkkoyhteisöt (esim. MySpace) <input type="radio"/> Virtuaaliset valokuva- ja videoalbumit (esim. Flickr, Photopocket) <input type="radio"/> Chatit <input type="radio"/> Keskustelufoorumit (esim. harrastajien foorumit) <input type="radio"/> Internet-puhelut (esim. skype) <input type="radio"/> Yhdessä toisten kanssa pelattavat pelit <input type="radio"/> Yksin pelattavat pelit <input type="radio"/> Hakukoneet (esim. google) <input type="radio"/> Sivustot, joita lataat musiikkia <input type="radio"/> Jotkut muut sisällöt/sivut, mitkä? _____

<p>Kerro oletko tehnyt itse sisältöjä edellisen kysymyksen internet-palveluihin. (esim. ladannut kuvia, videoita, kirjoittanut tekstejä jne.).</p> <p>Kerro muutama esimerkki mitä olet tehnyt minnekin.</p>	<p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> <p>4. _____</p> <p>5. _____</p>
<p>Mitkä ovat netissä suosikkisivustojasi ?</p>	
<p>Kuinka paljon käytät päivässä tietokonetta/ internetiä?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> En käytä internetiä <input type="radio"/> Alle tunnin <input type="radio"/> 1-2 tuntia <input type="radio"/> 2-4 tuntia <input type="radio"/> 4-6 tuntia <input type="radio"/> yli 6 tuntia
<p>Millaisia pelejä tavallisesti pelaat? (merkitse rastilla enintään 2-3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> En pelaa tavallisesti mitään pelejä <input type="radio"/> Lautapelejä <input type="radio"/> Live roolipelejä <input type="radio"/> Taistelupelejä <input type="radio"/> Strategiapelejä <input type="radio"/> Muistipelejä <input type="radio"/> Fantasiapelejä <input type="radio"/> Sotapelejä <input type="radio"/> Ralli- tai autopelejä <input type="radio"/> Urheilupelejä <input type="radio"/> Virtuaalielämä-pelejä (esim. Sims, Habbohotelli) <input type="radio"/> Seikkailupelejä <input type="radio"/> Joitain muita pelejä, mitä? _____
<p>Mitkä ovat suosikkipelejäsi? Kerro myös ovatko ne verkkopelejä, konsolipelejä, kännykkäpelejä jne.</p>	
<p>Jos sinulla on kännykkä, merkitse rastilla ne toiminnot joita käytät kännykän kautta joka viikko.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Minulla ei ole kännykkää <input type="radio"/> Puhelut <input type="radio"/> Tekstiviestit <input type="radio"/> Kuvaviestit <input type="radio"/> Kamera <input type="radio"/> Chatti <input type="radio"/> Pelit <input type="radio"/> Soittoäänet, logot, näytönsäästäjät <input type="radio"/> Televisio <input type="radio"/> Internet <input type="radio"/> Sähköposti <input type="radio"/> Videopuhelut <input type="radio"/> Musiikin kuuntelu /lataus <input type="radio"/> Jotkut muut, mitkä? _____ <p>_____</p>

<p>Jos sinulla on kännykkä, mikä on sen merkki ja malli?</p>	
<p>Kuinka mones matkapuhelin nykyinen puhelimesi on?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Minulla ei ole kännykkää <input type="radio"/> Nykyinen puhelin on ensimmäiseni <input type="radio"/> Minulla on ollut 1-2 puhelinta tätä ennen <input type="radio"/> Minulla on ollut 3-4 puhelinta tätä ennen <input type="radio"/> Minulla on ollut 5 tai enemmän puhelimia tätä ennen
<p>Kuinka paljon kuuntelet musiikkia päivässä?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> En kuuntele musiikkia <input type="radio"/> Alle tunnin <input type="radio"/> 1-2 tuntia <input type="radio"/> 2-4 tuntia <input type="radio"/> 4-6 tuntia <input type="radio"/> yli 6 tuntia
<p>Mitä kautta kuuntelet musiikkia?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Kotona olevasta radiosta, miltä kanavalta? _____ <input type="radio"/> Autoradiosta <input type="radio"/> CD-levyiltä <input type="radio"/> Kaseteilta <input type="radio"/> Ladattua musiikkia (puhelimesta, tietokoneelta, MP3:lta) <input type="radio"/> Jostain muualta, mistä? _____ <p>_____</p>
<p>Onko sinulla suosikkiradiokanavaa? Mikä?</p>	
<p>Mitä muita asioita harrastat säännöllisesti?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. _____ 2. _____ 3. _____
<p>Kenen kanssa olet tavallisesti koulun jälkeen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Olen yksin <input type="radio"/> Olen äidin tai isän kanssa <input type="radio"/> Olen sisarusteni kanssa <input type="radio"/> Olen kavereideni kanssa <input type="radio"/> Olen isovanhempieni kanssa <input type="radio"/> Olen joidenkin muiden kanssa
<p>Mitä teet tavallisesti koulun jälkeen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Olen kavereiden kanssa ulkona <input type="radio"/> Olen kaverini kanssa joko meillä tai kaverini kotona <input type="radio"/> Pelaan tietokoneella tai pelikonsolilla kotona <input type="radio"/> Katson televisiota kotona <input type="radio"/> Teen läksyjä kotona <input type="radio"/> Luen sarjakuvia <input type="radio"/> Luen kirjoja <input type="radio"/> Kuuntelen musiikkia <input type="radio"/> Teen jotain muuta, mitä? _____ <p>_____</p>

II. Rastita vielä ovatko seuraavat lauseet mielestäsi totta vai eivät.

	Totta	On ehkä totta	Ei ole totta
Vanhempani tekevät usein töitä kotona tietokoneella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saan käyttää tietokonetta miltei aina kun haluan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Osaan käyttää tietokonetta paremmin kuin vanhempani	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanhempani ovat antaneet minulle ohjeita miten netissä toimitaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muut netin käyttäjät ovat joskus kiusanneet minua ollessani netissä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen törmännyt netissä joskus pelottaviin tai outoihin ihmisiin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuulen kotona usein pätkiä tv-ohjelmista, joita joku muu katsoo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisio on usein päällä kotonani, vaikka sitä ei katsoisi kukaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saan katsoa televisiota miltei aina kun haluan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Katson joka päivä tv:tä yhdessä muiden perheenjäsenten kanssa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mediaohjelmat pelottavat minua joskus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanhempien on joskus hyvä rajoittaa lasten mediankäyttöä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ikäraajat ovat tarpeellisia joissakin tv-ohjelmissa ja peleissä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Käytän jotain mediaa samaan aikaan kun teen läksyjä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen liian usein yksin kotona koulun jälkeen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voin soittaa isälle tai äidille työpäivän aikana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Juttelen vanhempieni kanssa tv-ohjelmista, pelien sisällöistä jne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanhempani tietävät mitä ohjelmia katson tai mitä pelejä pelaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanhempani ymmärtävät hyvin miksi haluan pelata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mediaohjelmat tuovat elämäni paljon iloa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen aika taitava median käyttäjä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen oppinut uusia asioita median kautta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opastan joskus vanhempieni median käytössä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen saanut uusia kavereita median kautta (esim. netistä)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koulussa käsitellään riittävästi media-aiheita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Käytämme usein nettiä koulussa tiedon hakemiseen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kiitos vastauksistasi!

Liite 6. Teemahaastattelurunko

Tutkimuksen läpikäyminen.

- Tunnelmat tutkimukseen osallistumisesta
- Haastattelutilanteen selittäminen

1. Piirrosten/ valokuvien läpikäyminen

- Piirroksen esittämät kuvat/ tilanteet
 - Kuvassa esiintyvät hahmot/ toiminta/ kuvitellut puheenvuorot?
 - Mitä ennen kuvan tilannetta voisi tapahtua, entä sen jälkeen?
 - Aiheen valinta: tavallinen/ erikoinen tilanne – jännittävä/hauska tilanne?

2. Mediaympäristönä koti

5- ja 8-vuotiaat kysymyksiä voi esittää Media-Masan kautta lasta puhutaten. Lasta pyydetään näyttämään mahdollisimman paljon konkreettisia asioita kodistaan/ omasta huoneestaan/ siellä sijaitsevista medioista.

I. Televisio/ tallenteet

- *Katsotut ohjelmat*
 - Mitä ohjelmia/ DVD:tä/ videoita katsoit? Suosikkiohjelmat? Mistä ne kertovat?
 - Lastenohjelmia/ muita ohjelmia/ aikuisten ohjelmia?
 - Televisiokanavien tunnistaminen? Kanavien erot/ omat mieltymykset
 - Laitteiden käyttö: itsenäistä/ vanhempien avustamaa?
 - Kielletyt sisällöt/ niiden näkeminen
 - Televisionomainokset: mitä mainoksia muistat? Kenelle ne on tehty/ miksi?
 - Teksti-tv:n käyttö?
 - Maksulliset tv-pelit/ chatit yms.?
- *Käyttötilanteet*
 - Aamulla – päivällä – illalla?
 - Yksin - yhdessä? Kenen kanssa?
 - Muu tekeminen katselutilanteessa (leikki, juttelu, nauraminen)
 - Television/ televisioiden sijainti kodissa?
- *Mediakriittisyys/ medialukutaito*
 - Hyvät ja huonot ohjelmat?
 - Television pelottavat sisällöt/ niiden muistaminen?
 - Toden ja fiktion erottaminen: ovatko televisio-ohjelmat totta – mitkä ovat/ eivät?
- *Televisio katsomistilanteiden ulkopuolella*
 - Televisio-ohjelmiin/ hahmoihin liittyvät leikit: mitä, missä, kenen kanssa?
 - Televisio-ohjelmiin/ hahmoihin liittyvät keskustelut kaveripiirissä/ vanhempien kanssa?

II. Konsoli/ tietokone ym. pelit

- *Pelatut pelit*
 - Suosikkipelit/ sisältö/ mihin niissä pyritään? (lasta pyydetään näyttämään pelejään)
 - Kodin pelilaitteet/ niiden käyttö: itsenäisesti/ vanhempien tai sisarusten avustamana?
 - Pelitoiveet (joulu lahja tai synttäritoiveet)?
- *Pelitulanteet*
 - Päivittäin: aamulla-päivällä-illalla? Kesällä/ talvella?
 - Yksin - yhdessä? Kenen kanssa?
 - Muu tekeminen pelitulanteessa (leikki, juttelu, nauraminen, kannustaminen, kilpailu, kiukuttelu)
 - Pelaamisen hauskat/ ei-hauskat hetket?
 - Pelaaminen vs. television katsominen? (Kumpi tekeminen on mieluisampaa/ jännittävämpää jne.)
- *Mediakriittisyys/ lukutaito*
 - Hyvät ja huonot pelit?
 - Pelirajoitukset: millaisia ja miksi?
 - Pelien hyödyllisyys: oppiminen pelien avulla?
 - Pelien vahingollisuus: miksi/ miksi ei?
- *Pelit pelitulanteen ulkopuolella*
 - Peleihin/ pelihahmoihin liittyvät leikit/ keskustelut kaverien / vanhempien/ sisarusten kanssa?

205

III. Tietokone/ internet

- *Internetsisällöt*
 - Tietokoneen käyttö: itsenäistä/ avustettua/ kuka auttaa tarvittaessa?
 - Tietokoneen/ koneiden sijainti kodissa?
 - Tietokoneella tehdyt asiat (piirtäminen, kirjoitus, netti, pelit, mesetys jne.)?
 - Sivut, joilla kävi tutkimuspäivien aikana (niiden esittely)?
 - Hyvät/ huonot nettisivut? Suosikkisivut?
 - Mistä tietoa kivoista nettisisällöistä?
- *Käyttötilanteet*
 - Tietokoneen käyttö: joka päivä; aamulla-päivällä-illalla?
 - Yksin vai yhdessä? Kenen kanssa?
 - Kotoa annetut nettiohjeet?
 - Epämiellyttävät tai pelottavat tilanteet/ henkilöt, joihin on törmännyt netissä?
 - Muu tekeminen tietokoneen käytön tilanteessa
- *Mediakriittisyys/ medialukutaito*
 - Nettisisältöjen todenmukaisuus: faktan ja fiktion erottaminen?
 - Kuka voi tehdä nettisisältöjä?
 - Oma sisällön tuottaminen nettiin (minne, mitä, milloin, miksi, help-

poa/ vaikeaa jne.)?

- Millainen on internet?
 - hauska
 - vähän niin kuin telkkari
 - tavallinen
 - hyödyllinen
 - vaarallinen
 - vahingollinen
- *Internet käyttötilanteiden ulkopuolella*
 - Tietokoneeseen/ nettisisältöihin liittyvät leikit/ keskustelut vanhempien/ kavereiden/ sisarusten kanssa?

IV. Muut mediat

• **Kännykkä**

- Puhelimen esittely
- Puhelimen ominaisuuksien käyttö?
- Puhuminen vs. tekstittely (kenelle, missä, milloin, miksi)?
- Puhelinlasku/ saldorajoitukset?
- Kännykkäkameran käyttö (kuvat, videot – niiden lähettäminen)?
- Kännykkäpelien käyttö (mitä, missä, milloin)?
- Puhelimen mukana pitäminen (koulussa, harrastuksissa ym.)?

• **Radio/ musiikin kuuntelu**

- Lempimusiikki?
- Minkä laitteen välityksellä? (radio, cd, ladattua musiikkia)
- Missä tilanteissa? (kotona, autossa, välitunnilla ym.)
- Musiikista juttelu kaveripiirissä (fanitus, yhteiset idolit)?

• **Kirjat/ lehdet**

- Kotiin tulevan sanomalehden lukeminen (sisällöt, mitä ja milloin)?
- Mistä asioista sanomalehdet kertovat?
- Muiden lehtien lukeminen (itselle tilatut lehdet)?
- Lukutilanteet?
- Luetaanko sinulle/ onko luettu?
- Lempikirjat/ tarinat?
- Kirjojen lukemisen tilanteet (päivittäin/ harvemmin, aamulla, illalla, matkalla jne.)
- Kirjat vs. muut mediamuodot?
- Äänikirjojen/ satukasettien yms. kuuntelu

V. Median käyttö yleinen

• *Median simultaanikäyttö/ passiivinen käyttö*

- Monen median päällekkäinen käyttö (mitä medioita, missä tilanteissa, miten)?
- Leikitkö käyttäessäsi mediaa?
- Kodin mediamaisema: onko monia laitteita usein yhtäaikaisesti

päällä

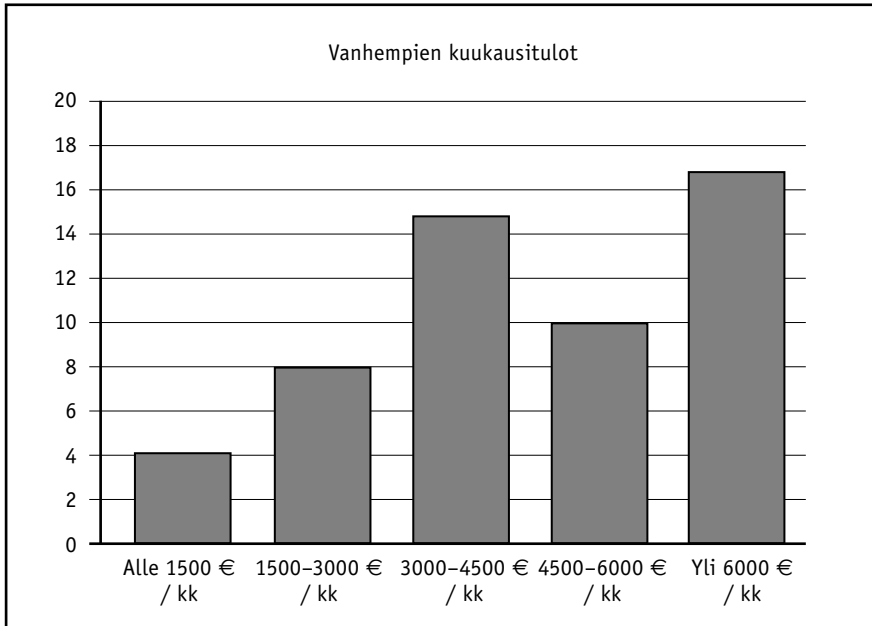
- Toisten käyttämien sisältöjen katselu/ kuuleminen ohimennen
- *Mediakulttuuri*
- Mediahahmoin liittyvät tavarat ja oheistuotteet (niiden esittely)
- Mediahahmojen fanitus – sen merkitys itselle ja kaveripiirissä/ fanitoiminta?

3. Mediaympäristö kodin ulkopuolella – valokuvien läpikäyminen

- Mitä kuva esittää – sen tuttuus/ sijainti?
- Koulun mediatarjonta/ medioiden käyttö koulussa tai päiväkodissa?
- Missä ympäristöissä media on esillä kotien ulkopuolella? Miksi/ mitä ihmiset niillä tekevät?
- Tärkeitä – turhia, viihdyttäviä – häiritseviä?
- Lööpit ja mainokset
 - Seuraatko, luetko, katsotko?
 - Mitä mainoksia/ lööppejä muistat?
 - Ymmärrätkö niiden sisällön?
 - Jäävätkö mietityttämään jälkeensä?
 - Oletteko keskustelleet niistä kotona?

Liite 7.

Taustatietoja tutkimukseen osallistuneista perheistä: perheiden tulotaso.



Liite 8.

Taustatietoja tutkimukseen osallistuneista perheistä: vanhempien koulutustaso.

