

LIKKUVAN MEDIAN ULOTTUVUUKSIA

Visuaalinen viestintä nuorten matkapuhelimen käytössä

Timo Mäntylä
Yhteiskuntapolitiikan Pro gradu -tutkielma
Yhteiskuntatieteen ja filosofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Marraskuu 2005

LIIKKUVAN MEDIAN ULOTTUVUUKSIA

Visuaalinen viestintä nuorten matkapuhelimen käytössä

Timo Mäntylä
Ohjaajat: Susanna Myllylä ja Sakari Taipale
Yhteiskuntapolitiikan pro gradu -tutkielma
Marraskuu 2005
Jyväskylän yliopisto
82 sivua + 1 liite

Tutkimuksessa selvitettiin kvantitatiivisilla menetelmillä suomalaisten kaupunkilaisnuorten tapoja käyttää matkapuhelinta viihdyttämiseen, huvitteluun tai vastaavuroiseen seurusteluun sekä pyrittiin löytämään niitä tekijöitä, jotka selittävät visuaalisen matkaviestinnän määrällisiä eroja. Aineisto kerättiin survey-kyselyä neljän suomalaisen kaupungin: Helsingin, Jyväskylän, Kuusamon ja Porin nuorilta keväällä 2005. Lomake lähetettiin yhteensä 800:lle 15-26-vuotiaalle nuorelle, joista uusintakyselyn jälkeen saatiin 421 hyväksyttyä vastausta. Analyysimenetelminä käytettiin suoria jakaumia, ristiintaulukointia, elaboraatiota, T-testiä, faktorianalyysiä sekä yksisuuntaista varianssianalyysiä. Aineiston käsittelyyn on käytetty SPSS-ohjelmaa.

Tutkimuksessa löydettiin neljä matkapuhelimen käyttöön liittyvää tarvetta. Käyttötarpeista ajan, paikan sekä sosiaalisten suhteiden hallintaan liittyvät tarpeet nimettiin ensisijaisesti viestinnän funktionaaliseksi ulottuvuudeksi ja viihdekäyttö affektiiviseksi ulottuvuudeksi. Oletus tyttöjen affektiivisemmista matkapuhelimen käyttötavoista toteutui. Sen sijaan näyttöä siitä, että poikien matkapuhelimen käyttö olisi enemmän funktionaalista, ei saatu. Myös oletus nuorempien ikäluokkien vahvemmassa affektiivisesta suuntautumisesta osoittautui paikkaansa pitäväksi. Viihdeominaisuuksia käyttävillä nuorilla oli kuitenkin enemmän myös funktionaalisia viestinnällisiä tarpeita. Pelkästään viihteellisesti suuntautuneita käyttäjiä ei löytynyt, vaan nuoret käyttivät matkapuhelinta varsin monipuolisesti tilanteiden mukaan.

Matkapuhelimen visuaalisten ominaisuuksien käyttö osoittautui varsin vähäiseksi. Käyttökontekstit rajautuivat tilanteisiin, joissa haluttiin viihdyttää itseä tai toista sekä tilanteisiin, joissa viestinnältä haluttiin monipuolisuutta. Koulutustasolla näytti olevan vaikutusta kuva- ja multimediaviestien käyttöön: alhaisemman koulutustason omaavat nuoret lähettivät useimmin kuva- ja multimediaviestejä kuin korkeammin kouluttautuneet. Paikkakunnittain kuusamolaiset ja porilaiset nuoret käyttivät jyväskyläläisiä ja varsinkin helsinkiläisiä aktiivisempia kuva- ja multimediaviestejä.

Kamerapuhelimen käyttö oli runsasta, mutta kuvien lähettäminen verkon kautta multimediaviesteinä oli varsin harvinaista. Naiset ottivat enemmän kuvia matkapuhelimellaan, sen sijaan multimediaviestien lähettämisen suhteen eroja ei löytynyt.

Avainsanat: matkaviestintä, visuaalinen viestintä, mobiliteetti, mobiili media

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	3
2. TUTKIMUKSEN TAUSTAA	5
2.1 Mobiciteetti ja hybridit identiteetit	5
2.2 Viestinnän ulottuvuudet	7
2.3 Matkapuhelin mediana	8
2.4 Tutkimustehtävistä ja menetelmistä	9
3. NUORET VISUAALISUUDEN JA VIIHTEEN TEKNOKULTTUURISSA.....	11
3.1 Median konvergensi ja visuaalisuus – kohti mobiilia mediaa?	11
3.1.1 Uudet mediat	13
3.1.2 Visuaalinen viestintä ja multimedia	14
3.2 Viihde ja viestintä kulttuurisessa merkityksessä	17
3.3 Teknologia viihteenä ja hyötynä	18
3.4 Nuoret teknologisen kulttuurin tuottajina.....	21
4. VÄLITTYNYTTÄ SEURALLISUUTTA JA VUOROVAIKUTUSTA.....	25
4.1 Nuorten matkapuhelimen käytön erityispiirteitä.....	25
4.2 Tarpeet ja käyttötarkoitukset viestintävälineiden käytössä.....	28
4.3 Kuvallinen viestintä – sosiaalista hauskanpitoa	32
5. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	36
5.1 Tutkimustehtävät ja hypoteesit.....	36
5.2 Aineisto ja tutkimusmenetelmät.....	38
6. MATKAPUHELIN AJANVIETOSSA JA ARJENHALLINNASSA	42
6.1 Viestinnän ulottuvuudet nuorten matkapuhelimen käytössä.....	42
6.2 Taustamuuttujien erot ulottuvuuksissa.....	46
6.3 Viihdeominaisuuksia ja ajanhallintaa.....	50
7. MOBIILI VISUAALINEN VIESTINTÄ – TYYLIKYYTTÄ JA KOKEILUNHALUA.....	52
7.1 Satunnaista kuva- ja multimediaviestintää	52
7.2 Kuvallisen viestinnän käyttäjiä	54
7.2.1 Matkapuhelimen kehittyvät ominaisuudet	55
7.2.2 Viestintälaatuja valitseminen	57
7.3 Kamerapuhelin – off-line -käyttöä	65
7.4 Kuvaviestintää ja aktiivista viihtymistä	67
8. YHTEENVETO.....	70
8.1 Mobiili visuaalinen viestintä – tarpeita odotellessa	70
8.2 Johtopäätökset	71
LÄHTEET.....	76

LIITE 1 Kyselylomake

1. JOHDANTO

Matkapuhelinta, kuten lähes mitä tahansa muutakin teknologiaa, voidaan käyttää niin tiedonhankintaan kuin ajanviettoonkin. Erityisesti nuorten käyttötapoja uuden viestintäteknologian parissa on kuvattu voimakkaan ajanvietteellisiksi ja leikillisiksi, jopa jatkuvien elämysten hakemiseksi. Heidän usein varsin omaperäiset ja edistykselliset tavat käyttää uutta teknologiaa on historiallisesti nähty myös huonona ja paheksuttavana. Nuorten runsaan viihde-elektroniikan käytön on väitetty johtavan syrjäytymiseen ja perinteisten, kulttuurisesti hyvinä pidettyjen harrastusten vähenemiseen. Tutkimusten mukaan ei ole kuitenkaan ollut tarvetta kyseisen tyyppiseen huoleen. Nuorten ajanvietteellisiä tapoja ei ole tarpeellista ylikorostaa. Nuoret, siinä missä aikuisetkin, rentoutuvat viihteestä, mutta tarvitsevat teknologiaa myös arjen tarpeiden tyydyttämiseen. Nuorten käytössä korostuu sukkulointi paitsi eri medioiden, myös eri käyttötarpeiden välillä: ajanviete ja tiedonhankinta limittyvät erottamattomasti yhteen.

Jokaiselle viestintävälineelle ja medialle on tulkittavissa omat käyttötavat ja kulttuuriset merkitykset. Matkapuhelin tarjoaa monia toimintoja kalentereista peleihin ja kamerasta herätyskelloon tai nettiyhteyteen. Lisääntyneistä, perinteisiä medioita lähentävistä ominaisuuksistaan huolimatta, kännykkä mielletään kuitenkin ensisijaisesti kommunikointivälineeksi, jolla soitetaan ja hoidetaan asioita sekä ollaan tavoitettavissa (Nurmela 2000, 16). Lisääntyneiden ominaisuuksien myötä matkapuhelin on kuitenkin nähtävä yhä enemmän mediana, jolla on myös muita käyttömuotoja, kuin perinteinen puheluun perustuva yhteydenpito. Kuitenkaan uudet, matkapuhelinta lähemmäs perinteisiä medioita tuovat ominaisuudet, kuten kuva- ja multimediamiestit, eivät ole saavuttaneet odotetun kaltaista suosiota nuorten parissa.

Aiemmissä tutkimuksissa kuva- ja multimediamiestien käyttö on liitetty enemmän ajanvietteellisiin tarpeisiin kuten kevytmieliseen seurusteluun. Nuorten edellytyksiä ottaa käyttöön uutta, lähes puhtaasti ”kevyeen” käyttöön tarkoitettua sisältöä lienee hieman yliarvioitu. Toisaalta jos kuva- ja multimediamiestinnän alkuperäisenä tarkoituksena on ollut korvata tekstiviestintää, on markkinoille heitetty haaste varmasti sen suuruinen, että kehitys vie aikaa. Tiedämme, että tekstiviestit ovat juurtuneet osaksi nuorten ja melkeinpä kaikkien ihmisten arkea ja identiteettejä.

Tällöin haaveet kaikkien multimediakännykstä saatettaisiin heittää jopa ennenaikaisesti romukoppaan.

Tutkielman alussa käyn hieman lävitse tutkimukseen liittyvää taustaa, esittelen joitain keskeisiä käsitteitä sekä esittelen tutkimustehtävät. Koska matkapuhelin on arkisissakin käytännöissä nähtävä yhä enemmän mediana (esim. May & Hearn 2005), on näkökulmani ehkä lähempänä mediatutkimusta ja sen käsitteitä kuin perinteistä sosiaalitieteellistä kysymyksenasettelua. Olen tarkastellut myös median ja teknologian käyttöön liittyviä tarpeita, jotka ovat perinteisesti nähty tiukasti jakautuneina viihteeseen ja hyötyyn. Ihminen on aina hyödyntänyt tekniikkaa niin leikkipainotteisesti *homo ludens* -roolissaan kuin hyötypainotteisesti *homo faber* -roolissaan (vrt. Huizinga 1967). Erityisesti mediakulttuurissa nämä käyttöön liittyvät syyt ovat olleet historiallisesti arvolatautuneita, ja niiden välillä on käyty pitkään tiukkaa kulttuurista kamppailua esimerkiksi kasvattajien sekä toisaalta kaupallisten tahojen kesken. Neljännessä luvussa tarkastelen hieman spesifimpää yhteiskuntatieteellistä matkapuhelimen käyttökulttuureihin sekä –tarpeisiin liittyvää tutkimusta. Lisäksi esittelen hieman kuva- ja multimediatekniikan sekä kamerapuhelimen käytön tarpeita erittelevää tutkimusta, jota on hyvin vähän vielä saatavilla.

Tutkimuksen empiirisessä osiossa selvitän kännykän käytön eroja liittyen affektiivisiin käyttötarpeisiin, kuten viihdyttämiseen, huvitteluun ja vastavuoroiseen seurusteluun sekä funktionaalisiin käyttötarpeisiin, kuten ajan ja paikanhallintaan. Nämä ulottuvuudet ovat tulleet esille useissa käyttötarpeita kartoittavissa tutkimuksissa. Toiseksi pyrin löytämään niitä tekijöitä, jotka selittävät visuaalisen viestinnän eli lähinnä kuva- ja multimediatekniikan määrällisiä eroja. Tarkastelen lyhyesti myös kamerapuhelimen käyttöä, joka ei ole nuorten parissa kehittynyt odotettujen teknologiavisioiden mukaisesti. Lopuksi selvitän vielä, missä määrin visuaalinen viestintä on yhteydessä edellä mainittuihin viestinnän affektiivisiin ja funktionaalisiin ulottuvuuksiin.

2. TUTKIMUKSEN TAUSTAA

Ennen kuin varsinaisesti siirryn teoreettisen kehyksen selvittelyyn, käyn hieman läpi tutkimuksen taustaan ja käsitteisiin liittyviä yksityiskohtia. Selvitän sitä, miksi olen liittännyt matkapuhelimen käytön mediaan ja ajallemme tyypilliseen medioitumiseen. Esittelen myös tutkimusongelman sekä katsauksen käytetyistä tutkimusmenetelmistä. Aluksi koen kuitenkin tarpeelliseksi selvittää aiheeseen liittyvää, toisinaan varsin kirjavaakin, käsitteistöä. Käyn läpi tutkimukseni kannalta tärkeitä mobiili ja mobiiliteetti käsitteitä sekä hieman keskustelua fyysisten ja inhimillisten osakokonaisuuksien hybridisoituneista identiteeteistä. Tarkastelen myös teknologian ”viihde- ja hyötykäyttöön” liittyvää käsittekeskustelua syvällisemmin luvussa. Muut tutkimuksen kannalta oleelliset käsitteenmäärittelyt olen jättänyt kahteen seuraavaan lukuun.

Perinteisistä yhteiskuntatieteellisistä aiheista poikkeavan tutkijan on kiinnitettävä kaksin verroin huomiota käsitteisiinsä. Yhteiskuntatieteilijöitä on joskus moitittu puhumisesta keskenään identtisistä asioista eri käsittein. Käsitteiden kirjavuus on varsin ominaista myös oman tutkimukseni aihealueelle – sosiaalitieteelliselle matkapuhelintutkimukselle. Käsitteiden laaja kirjo voi olla merkki myös tieteenalan nuoruudesta. Tämä voisi sopia kohdalleni hyvin: matkapuhelintutkimus käsitteineen on yhteiskuntatieteissä vielä hyvinkin nuori ja vakiintumaton alue.

2.1 Mobiliteetti ja hybridit identiteetit

Kun kuulemme sanan mobiili tai mobiilisuus, mielikuvituksemme johtaa korkeintaan johonkin matkapuhelimen mainoslauseisiin. Käsitteiden laajempi merkitys ei kuitenkaan liity lainkaan tekniikkaan, vaan liikkumiseen eri tavoin. *Mobiliteetti* on johdettu englanninkielisestä sanasta *mobility*, jolla yleensä tarkoitetaan liikkuvuutta.

Brittiläisen sosiologin John Urryn (2000) mukaan liikkuminen hallitsee nykyistä elämänmuotoamme niin paljon, että hän ehdottaa erityisen mobiliteetti-käsitteen ottamista vallitsevan sosiologisen ja yhteiskuntatieteellisen keskustelun ja analyysin keskiöön. Hän jakaa mobiliteetin fyysiseen, virtuaaliseen ja kuvitteelliseen liikkumiseen sekä tavaroiden liikkumiseen. Fyysinen liikkuminen viittaa ihmisten

tapoihin ylittää etäisyyksiä kävelemällä, juoksemalla tai kulkuneuvoilla. Tavaroiden liikkumisella Urry tarkoittaa tuotteiden, kulutustavaroiden ja materiaalien kuljettamista eri paikkoihin. Virtuaalinen liikkuminen sekä kuvitteellinen liikkuminen ovat oman tutkimukseni kannalta mielenkiintoisimpia. Huomattavaa on kuitenkin, että liikkuvuuden eri tasoja ei ole Urryn mukaan mahdollista erottaa täysin toisistaan, sillä pikemmin ne muodostavat keskenään monimutkaisia kombinaatioita kuin olisivat täysin irrallisia.

Urryn mukaan liikumme kuvitteellisesti esimerkiksi television ja radion välityksellä eri paikkoihin ja erilaisten tapahtumien keskelle. Matkustamme mielikuvituksessamme myös tekstien, kuvien sekä aistimusten avulla, vaikka emme fyysisesti liiku mihinkään. Tieto- ja viestintäteknologia, kuten internet ja matkapuhelin, mahdollistavat virtuaalisen liikkumisen. Ne muodostavat erityisen kybertilan, jossa aika lasketaan nanosekunneissa ja liikkuminen useampaan paikkaan lähes samanaikaisesti on mahdollista. Hetkellisyys muuttaa perinteistä lineaarista aikakäsitystämme murtaen eroja päivän ja yön, viikonlopun ja viikon sekä työn ja vapaa-ajan välillä. (Urry 2000.)

Urryn mukaan mobiliteettien eri tasot muodostavat keskenään *mobiileja hybridejä*. Mobiili hybridi on fyysisten ja inhimillisten kokonaisuuksien muodostama verkosto, joka kumpuaa mobiliteettien kompleksisista kombinaatioista. Ei-inhimilliset objektit, kuten koneet, teknologiat, tekstit, kuvat jne. muokkaavat ja rakentavat uudestaan sosiaalisia suhteita. Toimiminen tietoyhteiskunnassa tapahtuu tällaisten ei-inhimillisten objektien ja yksilöiden välisessä tiiviissä, mutta kompleksisessa vuorovaikutuksessa. (Urry 2000; 14, 188.) Matkapuhelimen käyttäjä ja matkapuhelin muodostavat erityisen mobiilin hybridin. Nuorten toiminta ja elämä tietoyhteiskunnassa jäsentyy pitkälti juuri matkapuhelimen kautta, sillä sen avulla he ovat yhteydessä ympäröivään yhteiskuntaan ja hallitsevat arkeaan. Moniulotteisiksi kehittyneissä matkapuhelinkulttuureissa on Urryn käsitteellistämisen valossa nähtävissä molempien mobiliteettien tasojen kombinaatioita, jotka digitaalisen (median) konvergenssin eli mediamuotojen sulautumisen myötä vahvistunevat entisestään. Fyysistä liikkumista edeltää yhä useammin paitsi kuvitteellinen niin myös virtuaalinen liikkuminen matkapuhelimen välityksellä. Kun matkapuhelimesta ajatellaan kehittyvän konvergenssikännykkä eri

mediaominaisuuksineen, hämärtyvät myös virtuaalisen ja kuvitteellisen liikkuvuuden rajat.

Keskusteluissa hybridisoituneista identiteeteistä viitataan usein amerikkalaisen feministifilosofiin Donna Harawayhin (1991). Eräs tunnetuimmista Harawayn käyttämistä käsitteistä on *kyborgi*. Kyborgi on metafora, jolla viitataan ihmisen ja teknologian yhteen sulautumiseen, koneen ja elollisen risteymään sekä sen synnyttämiin uusiin identiteetteihin. Se on samanaikaisesti sekä sosiaalisen todellisuuden ja mielikuvituksen olio. Harawayn mukaan olemme kaikki kyborgeja, sekasiitoksia potentiaalisesti ristiriitaisista ainesosista. Biologisista organismeista on tullut bioottisia järjestelmiä, kommunikaatiolaitteita, jolloin tietämyksessämme ei ole perustavanlaatuisia ontologista eroa koneen ja organismin välillä. Puhtaat identiteetit ovat Harawayn mukaan mahdottomia, sillä joudumme jatkuvasti tekemään valintoja ja neuvottelemaan tiettyjen dualismien, kuten minän ja toisen välillä. (Haraway 1991, 149-181.) Kyborgi-identiteetti liittyy myös oleellisesti tilanteeseen, jossa tietoverkot ovat tulleet osaksi arkeamme. Haraway näkee teknologian kuitenkin osana laajempaa yhteiskunnallista kehitystä.

Matkapuhelimeen puhuva ihminen tai alati tekstiviestejä näppäilevä nuori on varmasti aikamme yleisin kyborgi. Viittaahan kännykkä käsitteenä ”käden jatkeeseen”: ajatus elämästä ilman kännykkää on mahdottomuus (Roos 1999). Myös kuuluisan Marshall McLuhanin (1984) lausahduksen mukaan teknologiat ja viestimet ovat paitsi aistiemme jatkeita, myös ruumiimme laajentumia. Kännykkä ei ole kuitenkaan nuorille pelkästään fyysisen kehon jatke tai osa, vaan se on synnyttänyt kokonaan uusia identiteettejä. Matkapuhelin on nuorille elimellinen osa persoonaa ja mielikuvitusta. Nuoret ovat äänien, kuvien, tekstien ja signaalien ympäröimiä – osittain laitteidensa kontrollissa.

2.2 Viestinnän ulottuvuudet

Tutkimuksessa on tarkoitus osaltaan selvittää sitä, missä määrin kännykän käyttö palvelee nuorten arkiseen toimintaan liittyviä käytännön tarpeita, kuten ajan ja paikan hallintaa ja missä määrin se on yhteydessä vain keveään seurusteluun, viihdyttämiseen, huvitteluun ja ajanviettoon. Matkapuhelin ei ole nuorten käytössä pelkästään kommunikointiväline, vaan se on osana ”sosiaalisia pelejä”,

viihdyttämisen, verkostoitumisen, aikataulutuksen, tulevaisuuden järjestämisen ja jäsentämisen muodossa. Olen nimennyt lähinnä ajan ja paikan hallintaan liittyvät tarpeet matkapuhelimen käytön *funktionaaliseksi* ulottuvuudeksi. Sen sijaan kevyemmistä, ajanviettoon ja seurusteluun viittaavista tarpeista käytän nimitystä *affektiivinen* ulottuvuus. Vastaavaa jaottelua ja samoja käsitteitä – tosin hieman eri merkityksissä – ovat käyttäneet ainakin Kindberg ym. (2004, 2005) tutkiessaan kamerapuhelimen käyttöä. Tarkastelen heidän tutkimustaan myöhemmin.

Sanakirjan (Uusi sivistyssanakirja) mukaan sana affektiivinen viittaa tunteisiin eli emootioihin. Affektiivisen käyttö on emotionaalisesti virittyntä, jolloin matkapuhelimen käytön ja viestinnän pääasiallinen tarkoitus on vaikuttaa käyttäjän tai vastaanottajan mielentilaan. Funktionaalinen taas viittaa toimintaan tai tehtävään. Käyttötarvetutkimuksessa (ks. luku 4.2.) ovat eri tutkijat käyttäneet eri termejä viitaten samaan tarpeiden mukaiseen jaotteluun. Ainakin seuraavia käsitteitä on käytetty eri tutkimuksissa:

Sosiaalisesti suuntautunut	↔	Asiakeskeinen
Sosiaalinen	↔	Praktinen
Seurallinen	↔	Käytännöllinen
Relationaalinen	↔	Funktionaalinen
Emotionaalinen	↔	Instrumentaalinen

Matkapuhelintutkimuksessa tiukkaa dikotomista jaottelua on pyritty välttämään. Pikemminkin on pyritty etsimään lisää uusia käyttötarpeiden mukaisia ulottuvuuksia. Esimerkiksi nuorten viestintää on hankala nähdä vain kahteen dimensioon jakautuneena. Onkin muistettava, että ulottuvuudet ovat vain viitteellisiä ryhmittelyjä eivätkä lainkaan toisiaan poissulkevia vaihtoehtoja. Matkapuhelimen käyttötarpeita ovat tutkineet ainakin Leung ja Wei (2000) sekä Höflich ja Rössler (2002). Hieman samansuuntaista tutkimusta ovat tehneet myös Ling ja Yttri (1999). Aiempia tutkimuksia tarkastelen myöhemmin.

2.3 Matkapuhelin mediana

Matkapuhelin on mahdollisesti kaikkein tärkein tekninen laite, jonka ympärille sosiaalinen kanssakäyminen tulevaisuudessa muotoutuu. Kun ihmisillä on

taskussaan laite, jolla he ovat jatkuvasti kytkeytyneinä viestintää, mediaa ja arjen hallinnan välineitä yhdistävään tietoverkkoon, merkitsee matkapuhelimien ominaisuuksien kehittyminen myös merkittäviä sosiaalisia ja kulttuurisia muutoksia. Matkapuhelinvalmistajat ja palveluntarjoajat panostavat yhä enemmän lisäominaisuuksiin ja uskovat, että alkuperäinen puheominaisuus jää taka-alalle uusien, osittain visuaalisten ominaisuuksien tieltä. Tällainen monikanavaisuus toisi kännykät – ainakin visioissa – lähemmäksi muita uusia medioita, kuten digitelevisiota ja nettipäätettä, jolloin ne eivät vastaisi enää niitä käyttötarkoituksia ja kulttuurisia merkityksiä, mitä aiemmin ymmärsimme. Median konvergenssi eli yhdentymisen on 2000-luvun taitteessa tullut mediatutkimuksen keskiöön.

Mielestäni matkapuhelinta on tärkeää nähdä mediana, vaikka se ei sitä perinteisessä mielessä – ainakaan arkijärjellä ajateltuna – välttämättä vielä olekaan. Multimedian eli ääntä, kuvaa ja tekstiä sisältävien viestinnällisten elementtien myötä matkapuhelin voidaan yhä perustellummin nimetä mediaksi. Tällöin matkapuhelimen käyttöön liittyviä ilmiöitä on tarkasteltava osittain mediatutkimuksen näkökulmasta ja myös sen käsitteitä käyttäen. Näin on tehty esimerkiksi käyttötarkoitustutkimuksessa (ks. luku 4.2.), joka aiemmin tutki perinteisten medioiden, kuten radion ja television käyttöä, mutta laajeni myöhemmin esimerkiksi puhelimen käytön tarpeiden analyysiin. Nytemmin käyttötarpeita on kartoitettu myös sosiaalitieteellisessä matkapuhelintutkimuksessa (esim. Leung & Wei 2000 ja Höflich & Rössler 2002).

2.4 Tutkimustehtävistä ja menetelmistä

Tutkimuksessa selvitetään kännykän käytön eroja liittyen viihdyttämiseen, huvitteluun tai vastavuoroiseen seurusteluun sekä pyritään löytämään niitä tekijöitä, jotka selittävät visuaalisen viestinnän määrällisiä eroja. *Ensimmäisenä tutkimustehtävänä selvitän sitä, missä määrin nuorten matkapuhelimen käyttö jakaantuu funktionaalisiiin ja affektiivisiin ulottuvuuksiin.* Funktionaalisilla ulottuvuuksilla viitataan ajan, paikan ja sosiaalisten suhteiden hallintaan, affektiivisillä ulottuvuuksilla taas kevyempiin käyttötarpeisiin, kuten ajanvietteeseen ja seurusteluun. Tarkoitukseni ei ole jakaa käyttäjiä kyseisiin ryhmiin, sillä nuoret käyttävät matkapuhelintaan varsin monipuolisesti sekä viihtymiseen että arjen tarpeiden hoitamiseen. Esimerkiksi seurustelu liittyy

läheisesti ajanvietto- ja viihdekäyttöön. Toisaalta se voi olla myös sosiaalisten suhteiden hallintaa, joka kuuluu funktionaaliseen ulottuvuuteen. Matkapuhelimen käytön eri ulottuvuudet ovat kuitenkin tulleet vahvasti esille aiemmissä käyttötarkoituksia eritellessä tutkimuksissa (esim. Höflich & Rössler 2002; Leung & Wei 2000). *Tutkimusoletukseni mukaan erityisesti tyttöjen käyttötavat ovat enemmän affektiivisesti suuntautuneita, sen sijaan poikien käyttöä ohjaavat funktionaaliset tarpeet. Iän myötä funktionaalinen ulottuvuus vahvistuu affektiivisten käyttötarpeiden menettäessä merkitystään.*

Toisena tutkimustehtävänä kartoitan niitä käyttökonteksteja, joihin visuaalisia elementtejä sisältävä viestintä nuorten matkaviestinnässä liittyy. Kuvaa ja ääntä sisältävät multimediaviestit (MMS-viestit) eivät ole syrjäyttäneet tekstiviestiä eivätkä ole saavuttaneet läheskään vastaavaa suosiota odotuksista huolimatta. Vaikka kuvaviestit oletetusti palvelevat enemmän affektiivisia tarpeita nuorten käytössä ja vaikka nuorten matkapuhelimen käyttö on aiemmissä tutkimuksissa osoitettu olevan enemmän viihteellistä, ei multimediaviestintä ole kaikesta huolimatta saavuttanut suurta suosiota. Tutkimusoletukseni mukaan kuva- ja multimediaviestinnän määrä on vähäistä, koska niiden käyttökontekstit ovat vähäisiä (lähinnä viihdekäyttö) eivätkä yhtä mielekkäitä kuin tekstiviestien. Multimediaviestejä käyttävät eniten tytöt ja nuorimmat ikäryhmät.

Kolmantena tutkimustehtävänä selvitän, missä määrin kuva- ja multimediaviestintä on yhteydessä näiden käyttötarkoitusten mukaisiin ulottuvuuksiin. Oletuksena on, että kuva- ja multimediaviestintä on vahvimmin yhteydessä affektiiviseen (erityisesti viihteelliseen) ulottuvuuteen.

Tutkimustehtävien selvittäminen ja hypoteesien testaaminen on suoritettu kvantitatiivisin menetelmin. Tutkimusta varten kerättiin kyselyaineisto neljältä eri paikkakunnalta: Helsingistä, Jyväskylästä, Porista ja Kuusamosta. Kyselylomake lähetettiin yhteensä 800:lle 15-26-vuotiaalle nuorelle, joista 421 palautti lomakkeen hyväksytysti täytettynä. Aineiston käsittelyyn olen käyttänyt SPSS-ohjelmaa. Tilastomenetelmistä olen käyttänyt suoria jakaumia, ristiintaulukointia, elaboraatiota, T-testiä, faktorianalyysiä sekä yksisuuntaista varianssianalyysiä.

3. NUORET VISUAALISUUDEN JA VIIHTEEN TEKNOKULTTUURISSA

Tässä luvussa käsittelen medioitumista ja erityisesti uusia viestinnän muotoja nuorten matkapuhelimen käytön näkökulmasta. Ensin käsittelen lyhyesti mediaa ja medioitumista yhteiskunnallisena ilmiönä. Tähän liittyy nykyiselle tietoyhteiskunnalle ominainen median konvergenssi, jonka myötä vanhat mediamuodot sulautuvat yhteen ja syntyy myös aivan uusia välittyneen viestinnän tapoja. Visuaalisuus on uuden median eräs keskeisimpiä piirteitä, mikä ei ole yllättävää. Onhan länsimainen kulttuurimme äärimmäisen visuaalista (ks. esim. Lehtonen 1998, 87). Nuorten toimintaa tietoyhteiskunnassa kuvastaa viihteellisyys ja teknologian leikkimielinen hyväksikäyttö sekä elämysten ja tunneperäisten kokemusten hakeminen. Omaperäisten käyttötapojen avulla nuoret muokkaavat ja luovat uutta teknologista kulttuuria.

3.1 Median konvergenssi ja visuaalisuus – kohti mobiilia mediaa?

Medioituminen on yksi länsimaisen kulttuurimme peruspiirteistä. Ihmiset ovat joutuneet merkitysten ja tekstien eli inhimillisesti tuotettujen merkeistä koostuvien symbolisten yhdistelmien, kuten äänien, sanojen ja kuvien tulvan kohteeksi (Lehtonen 1998). Media on läsnä kaikkialla niin läpitukevasti ja ympärivuorokautisesti, että emme tule edes ajatelleeksi sen läsnäoloa arkipäivän tilanteissa. Viimeisten vuosikymmenten aikana ja erityisesti nyt mobiilin viestinnän aikakaudella median yhteiskunnallinen ja kulttuurinen merkitys on kasvanut aikatavalla.

Ymmärrämme median käsitteen usein paljon suppeammin, mitä se oikeasti on. Usein käsite ymmärretään vain joukkoviestinnän avulla tapahtuvaan merkitysten välittämiseen. Median käsite tulee latinan kielen sanasta *medium*, joka viittaa välineeseen tai välittäjään. *Media* on käsitteen monikkomuoto. Teknisessä mielessä mediaksi ymmärretään kaikki välineet, joiden avulla voidaan välittää merkityksiä. Mediasta voidaan puhua myös laajemmassa mielessä, jolloin teknisten ominaisuuksien lisäksi siihen liitetään sen käytön ja toiminnan sosiaaliset ja kulttuuriset tavat. Media voidaan ymmärtää siis myös kommunikaation sosiaalisesti välikappaleeksi tai instituutioksi, joka välittää merkityksiä – ei pelkästään tekniikaksi. (Herkman 2002a, 14; Nieminen & Pantti 2004, 15;

Lehtonen 1998, 73-75.) Tutkimuksessani ymmärrän median tämän määrittelyn mukaisesti. Viestintäteknologia ei itsessään ole media, vaan se tarvitsee aina toimiakseen inhimillisen toimijan.

Mediamuotojen sulautumista käsitellään konvergenssin käsitteellä. *Median konvergenssi* käsitteenä liittyy monimutkaisiin, toisiinsa kietoutuviin, parhaillaan käynnissä oleviin mediakentän muutoksiin. Sillä viitataan kehitykseen, jossa eri mediat (esim. televisio, tietokone ja puhelin) digitalisoitumisen myötä lähenevät tai yhdyntyvät uudenlaiseksi *multimediaksi* (Nieminen 1999). Tällöin viestinnässä on mukana symbolista materiaalia kuten kuvaa ja ääntä perinteisen kirjoitetun tekstin lisäksi. Konvergenssikehityksen keskiössä on kaiken kattava digitalisointi – median toiminnan ja sisällön (tuotanto, käsittely ja levitys) muuttaminen tietokonepohjaiseksi, tietokoneen avulla työstettäväksi ja muokattavaksi. Digitaalisuus yhdistää konvergenssin kulttuuriset ja teknologiset muodot toisiinsa. (Herkman 2002b; Nieminen 1999.)

Matkapuhelimesta uskotaan kehittyvän hybridimedia ja konvergenssilaitte, joka yhdistää aiempia viestintäkanavia (ks. esim. Kasesniemi 2002). Visioissa puhutaan monikanavaisuudesta: kännykkä tulee lähemmäksi muita uusia medioita, kuten digitelevisiota ja nettipäätettä. Musiikin kuuntelu, videoiden katselu sekä radion kuuntelu laajentavat perinteisen kännykän käyttömahdollisuuksia ja siitä tuleekin mediaalaitte. Tällöin kännykkä ei vastaa enää niitä käyttötarkoituksia ja kulttuurisia merkityksiä, mitä vielä tällä hetkellä ymmärrämme. Konvergenssikännykkä ymmärrettäisiin myös arkiajattelun tasolla mediana eli joukkoviestimenä, joka tarjoaa paitsi kuvitteellisen myös virtuaalisen liikkumisen mahdollisuuksia (vrt. Urry). Esimerkiksi Nokia on käynnistänyt Suomen ensimmäisen mobiilitelevision pilotiohjelman ja uskoo, että televisiokuvan katsominen matkapuhelimen näytöltä on parin vuoden kuluttua yhtä suosittua kuin tekstiviestien lähettäminen (Iltalehti 9.3.2005).

Median konvergenssissa on keskeisesti mukana mobiilisuus. Informaatioalan yritysten tuotekehityksen visioissa eri mediamuotojen uskotaan paitsi sulautuvan yhteen myös muuttuvan mobiileiksi eli liikkuviksi. Hannu Niemisen (1999) mukaan vielä vuoden 1999 alkupuolella visioitiin kotiin rakentuvasta digitaalisesta mediakeskuksesta. Kuitenkin saman vuoden loppupuolella tapahtui hänen

mukaansa paradigman muutos, kun Nokia esitteli uuden kannettavan multimediapäätteen prototyypin. Tällainen universaali henkilökohtainen laajakaistainen interaktiivinen mobiili viestintäyhteys ja sen mahdollistava eri tarkoituksiin sopiva päätelaite uskottiin olevan jokaisen kuluttajan ulottuvilla 5-10 vuoden sisällä. Keskeistä siis on, että eri mediamuodot halutaan sulauttaa yhteen ja koota sellaiseen pienikokoiseen päätelaitteeseen, joka liikkuu helposti ihmisten mukana. Niemisen mukaan on kuitenkin eri asia, kuinka uskottava tällainen lupaus on. Huomiota olisi hänen mukaansa kiinnitettävä ainakin teknologisiin, sisällöllisiin, taloudellisiin, poliittisiin ja käyttäjäkohtaisiin näkökulmiin ja ongelmiin. Tämän hetken valossa näyttäisi, että osittain vision mukaisia päätelaitteita on jo markkinoilla eli visio mobiilista mediasta on jo ainakin joiltain osilta lunastanut lupauksensa. Se, miten ihmiset suhtautuvat näihin laitteisiin ja kuinka he omaksuvat niitä käyttöönsä, on jo paljon hankalampi kysymys. Mitä sellaista lisäarvoa tällainen uusi mobiili media tarjoaa, jota kuluttajat eivät jo saa edullisemmin olemassa olevien kanavien kautta?

3.1.1 Uudet mediat

Usein tehdään ero uuden ja vanhan median välille. Kun vanhan median ominaispiirteitä ovat yksisuuntaisuus, samansisältöisyys, samanaikaisuus ja staattisuus eli muuttumattomuus, niin uuden media ominaisuuksia ovat ainakin digitaalisuus, verkottuneisuus, reaaliaikaisuus, kaksisuuntaisuus, interaktiivisuus eli vuorovaikutteisuus, virtuaalisuus ja henkilökohtaisuus (Hintikka 1996). Kaikki mainitut uuden median ominaisuudet sopivat vallan hyvin matkapuhelinviestintään. John Fornäsin mukaan medioituminen ei ainoastaan pakota kuluttajia valintoihin, vaan myös pakottaa käyttämään yhtä mediaa toisen median yhteydessä ja muiden arkielämän toimintojen seassa. Joissakin tapauksissa uudet mediamuodot saattavat syrjäyttää vanhempia viestinnän tapoja, mutta todennäköisemmin ne laajentavat ihmisten mediavalikoimaa ja näin täydentävät vanhoja muotoja. (Fornäs 1999.)

Fornäsin mukaan sekä viestinnän että kulttuurin rajat ovat joutuneet liikkeeseen. Uudet mediat rikkovat työn ja leikinomaisen vapaa-ajan välisiä rajoja: kun tietotekniikka sulautuu medioihin, syntyy *lajityyppien hybridejä*, joissa yhdistyvät fakta ja fiktio, informaatio ja viihde. Uudet teknologiat eivät pelkästään palvele informaation levittämistä tai tuotantoa, kasvatusta tai uutisten levittämistä, vaan niillä on yhtä paljon tekemistä viihteen ja estetiikan kanssa. Näitä pidetäänkin usein

vain omana erityisalueenaan ”tärkeämpien” asioiden – ”todella olennaisten tekemisien” – taloudellisten, poliittisten ja pedagogisten alueiden koristeena. Vaikka poliittiset, taloudelliset ja teknologiset imperatiivit ovat motivoineet informaatioteknologioiden kehitystä, yhtälailla sitä ovat hallinneet leikilliset ja tyyllittelevät nuorisokulttuurit, esteettiset halut ja intertekstuaaliset vaikutteet muista mediatekstin lajityypeistä. (Fornäs 1999.) Viestinnän viihteellisyyttä kulttuurisessa merkityksessä käsittelen luvussa 3.2.

Viestintätyyppien rajojen liikehdinnällä Fornäs (1999) viittaa sekä interaktiivisuuteen että joukkoviestinnän (massamedian) ja muunlaisen median (”yksilöllisen” ja ”monen kesken” median) rajan hämärtymiseen sekä toisaalta niiden sekoittumiseen. Interaktiivisuus, jota monet uudet digitaaliset teknologiat ovat merkittävästi parantaneet, viittaa tiedon, merkitysten, kokemusten, identiteettien ja kulttuuristen ilmausten tuottamiseen yhdessä – joko sosiaalisesti vuorovaikutuksessa median käyttäjien välillä, teknisesti käyttäjien ja median (koneiden) välillä, tai kulttuurisesti tekstien ja käyttäjien välillä. Se siis korostaa käyttäjien merkittävää ja aktiivista panosta kulloisenkin mediatekstin rakentumisessa. (Emt.) Varsinkin nuorten matkapuhelimen käytössä interaktiivisuus on korostunut: kommunikointi on vastavuoroista ja erityisesti nuorten tekstiviestikulttuurissa osallistuminen määrää viestinnän lopullisen sisällön. Nuoret ovat luoneet viestinnälleen ja myös laitteille uusia sisältöjä, merkityksiä ja konteksteja. Myös laitteita on muovattu nuorten käyttöön sopiviksi. Kaikkein eniten interaktiivisuutta odotetaan juuri multimedialla ja visuaalisuuteen pohjautuvalta tulevaisuuden mobiililta viestinnältä.

3.1.2 Visuaalinen viestintä ja multimedia

Termi audiovisuaalisuus viittaa kuulo- ja näköaistimuksiin. Se on kuuloon ja näköön perustuvaa havainnointia, kuultavaa ja nähtävää. Median ympärillä audiovisuaalisuus on vakiintunut äänellis-kuvallisen mediateknologian avulla välitettyyn kulttuuriin ja tiettyihin viestinnän tapoihin. (Herkman 2002a, 12.) Omassa tutkimuksessani viittaan pelkästään *visuaaliseen viestintään* eli kuvallisen, näköaistiin perustuvan välittyneen viestinnän tapoihin ja merkityksiin. Teen näin, koska tarkoitukseni on tutkia visuaalista viestintää nuorten kännykän käytössä. Nuorten kännykkäviestinnässä käsite visuaalisuus on ymmärrettävä laajasti, koska se on paljon muutakin kuin pelkästään teknologisesti välittyntä visuaalisuutta.

Nuoret antavat visuaalisia merkityksiä myös kännykälle esineenä, joskin analyysini keskittyy enemmän teknologisesti välittyneeseen puoleen.

Visuaalinen viestinnän käsite kännykän käytössä voidaan jakaa karkeasti, joskaan ei ongelmattomasti, kahtia: epäsuoraan sekä suoraan visuaaliseen viestintään. Nuoret välittävät visuaalisia merkityksiä epäsuorasti puhelimen ulkonäöllä eli värikuorilla, logoilla, taustakuvilla, vilkkuvilla antennilla, puhelimen uutuudella/vanhuudella jne. Kyse on esineen kulttuurista. Kansantieteilijä Teppo Korhosen mukaan ihmiset panevat suurta painoa pikkueroavaisuuksiin kulutuksessaan samanaikaisesti kun kansantieteilijät välittävät yhä vähemmän tutkia konkreettisia muotovariaatioita. Keskeinen näkökulma on siinä, minkä merkityksen ja arvon kukin antaa esineille nostamalla esimerkiksi tietyt taideteoksiksi, statussymboleiksi, keräily- tai muistoesineiksi. Esineitä käytetään sosiaalisen ja kulttuurisen identiteetin erottautumisvälineinä vallan, hierarkioiden, sukupuolten, muodollisen ja epämuodollisen, yksityisen ja ammatillisen välillä. (Korhonen 1999 33-34.) Esineiden muovaamista ja koristelua on käytetty merkitysten tuottamisessa jo ennen kirjoitustaidon syntymistä. Esimerkiksi irokeesit käyttivät koristeellisia vöitä sekä viestien välittämiseen että myös henkilökohtaisina koristeina. (Lehtonen 1998, 15.) Vastaavasti nyky-yhteiskunnassa nuoret maalaavat, muotoilevat ja koristelevat kännykästään itsensä näköisen, uniikin ja erilaisen kuin muilla, ja viestivät näin ulkoiseen ympäristöönsä. Esimerkiksi Kasesniemi ja Rautiainen (2001) havaitsivat haastatellessaan alle 18-vuotiaita nuoria, että vain harvan nuoren matkapuhelin oli muotoilijan suunnittelemassa alkuperäisasussaan.

Suoraa visuaalista viestintää on luonnollisesti kaikki matkapuhelimella tapahtuva kuvallinen viestintä – tällä hetkellä lähinnä kuvaviestien, multimediaviestien sekä matkapuhelimeen integroidun kameran käyttö. Liikenne- ja viestintäministeriön selvityksessä (Mobiilipalvelumarkkinat Suomessa 2004) *Multimediaviestillä* (tunnetaan myös nimellä kuvaviesti tai MMS-viesti) tarkoitetaan henkilöiden välistä viestiä, joka voi sisältää tekstin lisäksi (tai sijasta) ääntä, kuvaa ja videotiedostoja. Multimediaviesti ja kuvaviesti voidaan nähdä, ja nähdään yhä enemmän keskenään synonyymeinä. Käsitykseni mukaan nuoret tekevät kuitenkin – ainakin vielä tällä hetkellä – eron eri viestilaaduille, joten niitä voidaan käsitellä erillisinä.

Kuvaviesti voi tarkoittaa yksinkertaisimmillaan tekstiviestikenttään eri merkeistä rakennettua kuvaa. Toisaalta se voi tarkoittaa palveluntarjoajalta valmiiksi tilattua yksinkertaista, useimmiten väritöntä yksittäisistä mustista pisteistä koostuvaa kuvaa, johon voi halutessaan lisätä tekstiä. Tämä voisi olla yksinkertaisimmillaan multimediaviestintää. Joskaan se ei sitä ole, koska sitä ei sellaiseksi arkikäytössä mielletä. Multimediaviestintää matkaviestinnässä sen sijaan tällä hetkellä on sellainen värillinen kuvaviesti, valokuva tai video, joka on joko tilattu valmiina joltain palveluntarjoajalta, otettu itse matkapuhelimen kameralla tai siirretty tietokoneelta tai digikameralta matkapuhelimelle ja lähetetty sitten eteenpäin. Kuvaan on voitu liittää tekstiä tai ääntä, mutta se ei ole välttämätöntä. Oikeastaan vasta puhelimen kameraominaisuus antaa mahdollisuuden täysin suoraan ja vastavuoroiseen visuaaliseen viestintään, ja ehkä synnyttää myös otollista maaperää uusille viestintäkulttuurisille käytännöille (Soronen 2002).

Jaottelu suoraan ja epäsuoraan viestintään on monellakin tapaa keinotekoinen, koska aina ei voi sanoa, kumpaan ryhmään tietty viestinnän muoto sijoittuu. Esimerkiksi logon tai taustakuvan tilaaminen kaverin puhelimeen on tilaajan näkökulmasta enemmänkin suoraa visuaalista viestintää. Myöskään saajan näkökulmasta viestintätapahtumaa on hankala luonnehtia epäsuoraksi, varsinkin jos tapahtumaan liittyy tiettyjä henkilöiden välisiä vastavuoroisia merkityksiä. Toisaalta esimerkiksi videon tai television katsominen kännykällä voi olla samanaikaisesti sekä epäsuoraa että suoraa visuaalista viestintää käyttökontekstista riippuen.

Aki Järvinen (1999, 37-38) puhuu hypermediasta multimedian synonyymina. Hypermedia sisältää symbolista materiaalia, kuten piirroksia, videokuvaa, kuvia tai ääntä perinteisen kirjallisen materiaalin lisäksi. Hypermedia on hänen mukaansa akateemisen maailman käsite, kun taas multimedia on huomattavasti arkipäiväisempi. Samaa ajatusta ovat hahmotelleet Kress ja Leeuwen (1996, 36) käsitteellä multimodaalisuus viitaten teksteihin, jotka yhdistävät erilaisia semioottisia raaka-aineita ja vetoavat useisiin aisteihin. Itse puhun mieluummin multimediasista, ja pidän hypermediaa tai multimodaalisuutta sen synonyymeina, koska koen tämän oman empiirisen tutkimukseni kannalta mielekkäänä. Sana multimedia on jo vakiintunut nuorten kännykänkäyttäjien sanavarastoon, mutta

hypermedia saati multimodaalisuus eivät kuulu nuorten termistöön. Merkille pantavaa on myös se, että matkaviestinnässä kirjoitettu teksti ja kuva yhdessä – tai usein pelkkä kuva – ymmärretään multimediamiaksi, sen sijaan teksti ja ääni – saati pelkkä ääni – ei suinkaan ole multimediamiaviestintää.

3.2 Viihde ja viestintä kulttuurisessa merkityksessä

Johan Fornäsin (1998) mukaan viestintä ja kulttuuri liittyvät läheisesti toisiinsa. Kulttuuri muotoutuu ihmisten välisessä symbolien vaihdannassa eli merkityksenannon käytännöissä. Viestintä on merkitysten vaihdon ja yhteisyyden prosessi, joka luo pohjan kulttuurille ja kerää ihmisiä yhteisten merkitysten äärelle eli rakentaa identiteettejä. Toisaalta kulttuuri yhtä aikaa yhdistää minän muihin ja rakentaa eroja. Erityisesti myöhäismoderni on vahvasti kommunikaation aikaa, jolloin on syntynyt uudenlaisia yhteisöjä eli uudenlaisia eroja. Institutionalisoituneet viestintäjärjestelmät eli mediat ovat nykyisin keskeisiä kulttuurisissa käytännöissä. Kun mediavälitteiset tekstit eli ne keinot, joilla merkitykset tuodaan vastaanottajille, kohtaavat inhimilliset subjektit jossain tilallisessa, historiallisessa, institutionaalisessa, sosiaalisessa tai kulttuurisessa kontekstissa, tuotetaan samalla merkityksiä ja identiteettejä. Jokainen ihmisten ja teknologisten laitteiden vuorovaikutustilanne on subjektien, tekstien ja kontekstien konstellaatio, jossa muotoutuvat yksilölliset ja kollektiiviset identiteetit ja elämismaailmat. (Fornäs 1998.)

Yhdysvaltalaisen taloustieteilijän Jeremy Rifkinin (2000, 137-140) mukaan jopa viestintävallankumouksen kiivaimmat puolestapuhujat ovat ymmärtäneet viestinnän ja kulttuurin läheisen yhteyden. Jos *kulttuuri* on Clifford Geertzin sanoja mukaillen ”merkitysten verkko”, joka punoo ihmiset yhteen, silloin *viestintä* on työkalu, jonka avulla ihmiset tulkitsevat, uusintavat, ylläpitävät ja muuttavat näitä merkitysten verkkoja. Kulttuuria ja viestintää ei voida erottaa. Tästä aiheutuu Rifkinin mukaan se, että kun viestinnän muodoista tulee hyödykkeitä, niin myös kulttuurista väistämättä tulee hyödyke. Kulttuuri työnnetään vääjäämättä median markkinoille, jossa se muovataan kaupallisuuden muottiin. Elämämme on yhä enemmän kaupallisen ja digitaalisen itseilmaisun kanavien kyllästävä, ja tästä johtuen myös kulttuurinen elämä – yhteiset merkitykset ovat hyödykkeistyneet. Hyvä esimerkki tästä on kulttuurielämän kaupallistuminen. Rifkinin mukaan olemme siirtyneet

aikakauteen, jossa digitaaliset viestintäteknologia ja kulttuurinen kaupankäynti yhdessä muodostavat uuden talouden paradigman ja kapitalismin muodon – elämystalouden.

Rifkinin ajatus täydellisen elämiskulttuurin syntymisestä tai olemassaolosta, jossa uudenlaiset ihmistyytit janoavat mielihyvää ja elämyksiä virtuaalimaailmoista, lienee kuitenkin hieman ennenaikainen. Kulttuurit ovat viimekädessä aina olleet elämiskulttuureja, kuten myös aina aikansa tietoyhteiskuntia. Antiikin Rooma – leipineen ja sirkushuveineen – lienee tunnetuin menneistä elämisyhteiskunnista. Gladiaattorinäytökset ovat ainakin jossain määrin verrattavissa tietoyhteiskunnan väkivaltaa sisältävälle digitaaliselle tuotannolle. Kuvastaahan aikaamme myös kieltämättä äärimmäisyyksien ja riskien hakeminen. Viihteen ei tarvitse kuitenkaan koostua pelkästään tunteisiin vetoavista elämyksistä, vaan myös esimerkiksi uusiin asioihin perehtyminen, tiedon hankinta ja ongelmien ratkaiseminen monessa muodossa antaa yleensä ihmiselle tyydytystä. Leikki ja viihde itsessään myös kehittävät eräitä hyödyllisiä arjen taitoja (Ermi & Mäyrä 2003). Lisäksi aivan oman keskustelunsa muodostavat puheet edutainmentista eli oppimisesta viihdeympäristössä (esim. Kirriemuir 2002) tai infotainmentista eli ajankohtaisviihteestä (esim. Sayre & King 2003), joissa informaatio ja viihde yhdistyvät Fornäsin (1998) käsitteitä käyttäen lajityyppien hybrideiksi.

3.3 Teknologia viihteenä ja hyötynä

Ihminen on läpi koko historian hyödyntänyt tekniikkaa yhtä lailla leikkipainotteisesti homo ludens- roolissaan kuin myös hyötypainotteisesti homo faber- roolissaan. Leikkiä ja ajanvietettä korostava näkemys on kieltämättä pinnalla, kun tarkastelemme aikamme mobiilin, langattoman yhteiskunnan palveluiden ja tuotteiden tarjontaa. (Heinonen 2003.) Erityisesti nuoret viettävät paljon aikaa tietoyhteiskunnan tarjoamien mahdollisuuksien parissa ja käyttävät tekniikkaa leikkipainotteisesti hakien jännitystä ja viihdyttäviä elämyksiä virtuaalimaailmoista. Sirkka Heinosen (2003) mukaan nuorten toimintaa tietoyhteiskunnassa on helppo havainnollistaa elämisyhteiskunnan käsitteellä, kun taas hyötyajattelu – faber – ei välttämättä istu nuorten maailmaan. Nuoria ei kuitenkaan ole syytä kokonaan leimata pelkiksi elämishakuisiksi viihdekäyttäjiksi, sillä nuorten käyttävät kännykkää tarpeen mukaan hyvin monipuolisesti, ja tässä

mielessä nuorten käyttötottumuksia on hankala jaotella. He käyttävät kännykkää monipuolisesti ja yhtäaikaisesti arkipäivän tiedontarpeiden tyydyttämiseen, sosiaalisten suhteiden luontiin ja ylläpitoon sekä puhtaaseen ajanviettoon ja viihteeseen (Kasesniemi & Rautiainen 2001).

Hollantilainen kulttuurihistorioitsija Johan Huizinga esitti vuonna 1938 ajatuksia leikkikäyttäytymisestä. Hän katsoi kulttuurin olevan perustaltaan leikillistä. Leikki on toimintaa, joka ei ole suoraan palautettavissa välittömään elonjäämiskamppailuun. Se luo mielekkyyttä elämään, koska siinä on aina mukana jotain sellaista, joka ei kuulu varsinaisiin elämäntarpeisiin. Leikki on vapaaehtoista ja tarkoituksellista askarointia vapaaehtoisesti hyväksytyjen sääntöjen mukaan; leikistä seuraa jännitystä ja iloa sekä tietoisuutta jostain, mikä on ”toista” kuin ”tavallinen elämä”. (Huizinga 1967.) Matkapuhelin nuorille ainakin osittain leikkiesine, jossa viihteellä ja seurustelulla on tiedonvaihdon ohella suuri merkitys. Teini-ikäisten nuorten käytössä leikkimielisyys ja kevyemmät affektiiviset käyttötavat ovat oletettavasti enemmän pinnalla, mutta iän myötä hyötyyn viittaavat funktionaaliset käyttötavat mahdollisesti yleistyvät.

Hyötypainotteiseen teknologian käyttöön on historiallisesti liittynyt tehokkuusajattelu. Samalla sekä tässä ajattelussa että tämän ajattelun kritiikissä – puheissa yhteiskuntamme ”macdonaldisaatiosta”, jossa hallitsevat yksipuoliset arvot kuten tehokkuus, arvioitavuus, ennustettavuus ja kontrolli (Ritzer 2002) – on ummistettu silmät vastavoimilta kuten leikilliseltä teknologian hyväksikäytöltä. Viestintäteknologiat ovat siis olemukseltaan voimakkaasti sosiaalisia ja symbolisia ja kytkeytyvät kulttuuriimme monin eri tavoin. (Mäyrä 2005.) Tällaista teknologian *sosiaalisen hyväksymisen* (social shaping), *omaksumisen* (adoption) tai *kotiutumisen* (domestication) tutkimusta Suomessa edustaa näkyvimmin Mika Pantzar (esim. Pantzar 1996). Hänen mukaansa teknologian omaksumiseen liittyy alussa aina leikkimielisyys: jopa polkupyörän käyttöönottoa leimasi aikoinaan voimakkaasti hui ja leikki.

Mediakulttuurissa ja -kasvatuksessa mediankäytön syyt ovat yhteiskunnallisesti arvolutautuneita. Hyötykäyttö on läpi aikojen nähty hyväksyttävänä, mutta median viihdekäyttö taas epätoivottavana ja turmiollisena. Aikuiset ovat olleet paljon huolestuneempia nuorten ja lasten turhista ja viihteellisistä käyttötavoista kuin

omasta viihtymisestään median äärellä. Tilastojen mukaan aikuiset katsovat esimerkiksi televisiota selvästi nuoria ja lapsia enemmän. Vuonna 2002 15-24-vuotiaiden television ääressä viettämä aika oli vain 72 prosenttia 35-44-vuotiaiden ja 60 prosenttia 45-64-vuotiaiden katseluajasta. (Suoninen 2004, 54-58.) Vastaavasti myös nuoret vähättelevät omaa viihteellistä mediakäyttöään. Kommunikaatioteknologian käyttöä koskevassa tutkimuksessa (Coogan & Kangas 2001) haastatellut nuoret korostivat internetin roolia tiedonhankinnassa ja vähättelivät omaa hupisurffausta tai chattaamista. Useimmissa kulttuureissa median käyttö tiedonetsintään on paljon hyväksytympää kuin ajantappamiseen ja viihteeseen. Lisäksi yleisen julkisuudessa esiintyneen käsityksen mukaan viihteelliset mediakulttuuriset harrastukset (netissä surffailu, pelaaminen, television katselu ym.) vievät aikaa muilta kulttuurisilta harrastuksilta, kuten liikunnalta ja kuntoilulta. Kuitenkin useat esimerkiksi tietokonepeleihin liittyvät tutkimukset eivät tue väitettä lainkaan (esim. Suoranta, Lehtimäki & Hakulinen 2001, 97; Ermi, Heliö & Mäyrä 2004).

Tietokoneiden osalta hyöty- ja viihdekäytön välillä on käyty kiivasta kulttuurista kamppailua välittömästi tietokoneen keksimisestä lähtien. Toisella puolella ovat olleet välineellisiä ja kasvatuksellisia merkityksiä korostavat viranomaiset ja kasvattajat ja toisella puolella taas kaupalliset tahot, jotka ovat korostaneet viihtymiseen, leikkiin ja itseilmaisuuksiin liittyviä käyttötapoja. (Lehtonen 1998, 86.) Tietokoneet tulivat ensin leikin ja pelien kautta koteihin, ja vasta 1990-luvulla sähköposti ja Internet toivat mukanaan niiden laaja-alaisen hyötykäytön. Sen sijaan kännyköissä hyötykeskustelu oli 1990-luvun alussa vahvoilla. Esimerkiksi Nokian mainokset olivat 1990-luvun alussa varsin teknologiapainotteisia; vasta vuosikymmenen puolen välin jälkeen leikkimielisyys, sosiaalinen vertailu ja jännitys astuivat mainoksiin mukaan. Tätä ennen kuitenkin tavalliset ihmiset olivat ennakoimattomasti löytäneet matkapuhelimen tarpeen ja sen myötä uuden elämäntavan. (Pantzar 2000, 100, 109-121.)

Tutkimukseni pääpaino on matkapuhelimen käytön viihteellisissä ja seurallisissa käyttötavoissa pyrkien kuitenkin huomioimaan nuorten erittäin monipuoliset käyttötottumukset. Jaottelu viihdekäyttö/hyötykäyttö on kuitenkin monessa mielessä ongelmallinen. Itse asiassa koko digitaalisen (median) konvergenssin ajatukseen sisältyy paitsi ajatus eri tieto- ja viestintäteknologioiden sulautuminen,

myös eri tarpeiden ja palveluiden, niin viihteen kuin tiedontuotannonkin yhdistyminen. (ks. May & Hearn 2005). Laitteilla saatava sisältö voi siis olla yhtä aikaa viihdyttävää tai hyödyttävää tai jopa niiden sekoitusta, infotainmenttia (ks. luku 3.2). Viihde on kuitenkin nostettu esille painokkaasti matkapuhelimien tuotekehityksessä – mediakänykkästä halutaankin tehdä taskuun mahtuva viihdekeskus, jonka muokkaamiseen käyttäjät omalla toiminnallaan osallistuvat. Pantzarin mukaan yritysten tavoitteet ovat muuttuneet, koska kuluttajat ovat lopulta vastoin monien tuottajien ja asiantuntijoiden toiveita määritelleet uudelle teknologialle myös viihteen ja leikin merkityksen (Pantzar 2000, 120). Kuitenkin jos matkapuhelin ajatellaan median konvergenssin eräänä kehitysmuotona, ei viihteen merkitystä tarvinne liikaa korostaa. Myös nuoret, joiden ajanvietteellisyyttä toisinaan hiukan yliarvioidaan, käyttävät kännykkää myös arjen tarpeiden ja toimintojen koordinointiin, ajan- ja paikanhallintaan. Nuorten matkapuhelimen käytössä arjen koordinointi sekä ajanvietto limittyvät erottamattomasti yhteen.

3.4 Nuoret teknologisen kulttuurin tuottajina

Tämän päivän nuoret kasvavat ja elävät monien viestintävälineiden keskellä, ja heidän elämänsä voidaan sanoa olevan läpeensä teknistynyt ja medioitunut. Nuoret rakentavat identiteettejään ja jäsentävät elämäänsä medioiden sekä erilaisten viestintävälineiden kautta. Mediat ja teknologiat ovat nuorille työkaluja, leikkikaluja ja arkitaideteoksia: nuoret hakevat niistä käytännön hyötyä, huvia tai vaikkapa statusta. Kännykkää voidaan käyttää yhtä lailla kavereiden etsimiseen kuin pelaamiseen ja viihdyttämiseen. Lisäksi kännykän mallin ja kuorien valinnalla voidaan osoittaa omaa asemaa. (Heinonen 2003.)

Nuoruus ei ole pelkästään rajapinta aikuisuuteen, vaan se on myös vaihe kohti kulutuksen, median, teknologian ja viihteen kulttuureita, joissa heidän kasvattajat ja vanhemmat ikäpolvet eivät ole edes kompetentteja vertaisia saati auktoriteetteja (Mäenpää 2003). Yleismaailmallisesti tietoyhteiskunnan kehittymiseen näyttää liittyvän piirteitä, jotka suosivat erityisesti nuorempia ikäryhmiä. Nuorilla on mahdollisuus tutustua tietokoneisiin jo varhaislapsuudesta lähtien, joten he hallitsevat ”digitaalisen lukutaidon” vanhempiaan paremmin, eivätkä tällöin koe teknologista maailmaa ihmisyydelleen vieraaksi (Kasvio 2001, 243). Nuorilla ei ole

ennakkoluuloja uutta teknologiaa kohtaan, koska he ovat viettäneet ikänsä kulutusteknologian parissa. Nuorista puhutaan siis teknologian avantgardejoukkona tai innovaattoreina, jotka ensimmäisenä omaksuvat uudet esineet ja niiden käyttötavat. Median – erityisesti kaupallisen – uusia muotoja nuoret ovat myös historiallisesti olleet soveltamassa usein ensimmäisten joukossa (Drotner 2000, 155).

Näin ei kuitenkaan aina ole. Sonja Kankaan ja Kaisa Cooganin mukaan nuoria ei pitäisi puristaa innovaattorimuottiin: kaikki nuoret eivät suinkaan ole virtuoosimaisia trendien oivaltajia eikä kaikkia kiinnosta tietotekniikka, saati kännykän tai netin tulevaisuus, vaan monia nuoria ahdistaa heihin kohdistuneet, teknologiaan liittyvät odotukset (Coogan & Kangas 2001, 71-72; Kasesniemi & Rautiainen 2001, 105). Lisäksi kännykkä ei suinkaan ole ainoa eikä välttämättä tärkeinkään viestintäteknologian artefakti. Kännykkä kytkeytyy nuorten elämässä muihin informaatioteknologioihin: uusmedia ei ole nuorille ”uutta mediaa” (Drotner 2000, 155), koska matkapuhelin ja netti ovat olleet heille arkipäivää lapsuudesta saakka. Uusmedian käsite onkin sukupolvittunut, ja voidaan puhua nuorista multimediasukupolvena, koska he sukuloivat eri medioiden välillä valiten aikaan ja paikkaan sopivan viestintävälineen. (Oksman & Rautiainen 2001.)

Tällä hetkellä erittäin suosittu viestintävälineitä kännykän ohella ovat nettiyhteyden kautta toimivat keskusteluohjelmat (MSN Messenger, Skype jne.), joissa pääasiassa ”chattailaan” tekstimuodossa sekä lähetellään kuvia ja videoita, mutta myös keskustellaan reaaliaikaisesti videokuvan välityksellä. Tällainen yhteydenpitomuoto on saattanut mahdollisesti jopa korvata kännykkäyhteyksiä. Vaikka netti ei ole mobiili, pääsee verkkoon nykyisin melkein mistä tahansa. Nuoria on kuvattu kännykkää käyttävinä nomadeina, jotka vaeltelevat yhteenkuulumattomien ja irrallisten paikkojen välillä. Käsite on osittain median ja markkinoiden hehkutusta: vaikka nuorten elämäntapa onkin liikkuvaa, se ei tarkoita sitä, etteivätkö nuoret joskus kaipaisi kodin rauhaa ja kiinteitä medioita. (Alakulju & Kattainen 2002.)

Pasi Mäenpään (2003) mukaan teknologia myös nuorentaa yhteiskuntaa, kun teknologinen kulutuskulttuuri ilmentää nuorison kulttuurista tilaa. Vaikkapa matkaviestinnän kulutuksen kentän laajentaminen ja rikastaminen – joka on täysin

välttämätöntä esimerkiksi Nokialle – vaatii uusia käyttötapoja sekä viestinnän ja mediakulutuksen tarpeita. Tällöin nuorisokulttuurista tulee tietoyhteiskuntakehityksen ja kansantalouden kannalta merkittävä tekijä: paikallinen ja pehmeä nuorisokulttuuri ruokkii kovaa teknotaloutta. Tässä valossa nuorisosta on tulossa kulttuurisen ja sosiaalisen muutoksen tuottaja. Tämä on näkynyt viime aikoina myös teknologiatutkimuksessa: huomio on siirtynyt insinööri- ja teknologiavetoisesta tuottajanäkökulmasta sen käyttäjä- ja käyttökulttuurilähtöiseen ajatteluun. (Mäenpää 2003.) Paraatiesimerkki lienee tekstiviestien kehittyminen massailmiöksi: käyttäjät synnyttivät täysin arvaamattomasti uudenlaisen käyttökulttuurin, ilman mainostajien ja markkinamiesten apua. Itseäni tässä tutkimuksessa taas askarruttaa se, miksi multimediatekniikat eivät ole synnyttäneet tekstiviestien tavoin kekseliäitä käyttötapoja, saati pysyvää käytön kulttuuria – mainonnasta ja viihteellisyydestään huolimatta. Näinhän teknologiavetoinen ajattelu on visioissaan olettanut tapahtuvan.

Tutkimuksessani en keskity tietoyhteiskuntavisioihin, vaan tarkoitukseni on selvittää nuorten matkapuhelimen käyttöä sosiaalisesta näkökulmasta. Kiinnostukseni kohteena on se, kuinka nuoret hyödyntävät uusinta matkapuhelintekniikkaa ja siihen liittyviä sovelluksia arkipäivän toiminnoissaan ja sosiaalisten suhteiden jäsentämisessä. Puhe teknologian sosiaalisesta yhteydestä on viime aikoina lisääntynyt, vaikka arkiajattelussa tekniikka nähdään edelleenkin irrallisena yhteiskunnan muista sosiaalisista ja kulttuurisista prosesseista. Äärimmäisillään tällainen ajattelu liittyy *teknologiseen determinismiin*, jonka mukaan teknologian kehitys muokkaa yhteiskunnallisia käytäntöjä väijäämättömän ulkoisen voiman tapaan. Tällainen ajattelu on ollut ominaista esimerkiksi 1990-luvun jälkipuolen ”Suomi tietoyhteiskunnaksi” -raporteissa ja muissa vastaavissa tekniikan soveltamisen itsestäänselvyksiä korostavissa näkemyksissä. Teknologian yhteiskunnallinen luonne ja siihen liittyvien tulkintojen vuoropuhelu ei kuitenkaan avaudu lähestymistavalla, jossa yhteiskunnalliset toimijat nähdään teknologian näkökulmasta vain teknologian kehittäjinä, kuluttajina ja käyttäjinä. (Eriksson & Vehviläinen 1999, 8; Nieminen 1999.) Toisaalta jos korostetaan pelkästään teknologian rakentumista sosiaalisissa ja kulttuurisissa konteksteissa eikä oteta huomioon teknologian moniulotteista roolia ja sen vaikutuksia, päädytään helposti *sosiaaliseen determinismiin* (Järvinen & Mäyrä 1999, 13).

Tällaisten toistensa ääripäissä sijaitsevien yhden totuuden mallien sijaan teknologian tutkimuksessa ja kehityksessä tarvitaan monitieteellistä synteisiä, johon myös yhteiskuntatiede on osaltaan vastaamassa.

Teknologisen kulttuurin tulevaisuus on pitkälti nuorten käsissä, ja tekniikan kehittäjät eivät voi alistaa loppukäyttäjiä toimimaan kehitetyn tuotteen ehdoilla. Nuorilla on teknologian kehityksessä ”mikrovaltaa”: sen sijaan, että he vaikuttaisivat yhteiskunnallisten rakenteiden muotoutuiseen makrotasolla, he hallitsevat ja säätelevät teknisten laitteiden avulla elämäänsä arjen mikrotasolla keksien samalla uusia, ennalta arvaamattomia käyttötapoja uusille laitteille (Heinonen 2003). Nuorten tekstiviestikulttuurin kehittyminen – minkä jo olen maininnut – lienee yleisin esimerkki tästä (ks. Kasesniemi & Rautiainen 2001). Toisaalta ennalta arvaamattomasti kehittyneestä matkapuhelinkulttuurista sokaistuneena nuoria pyritään asettamaan liikaa trendien oivaltajien joukkoihin tai puristamaan innovaattorimuotteihin: markkinamenestystä odotetaan kaikenlaisista uusista viestintäteknologioista ja ominaisuuksista. Näin on käynyt, kun ei ole ymmärretty nuorten arjen logiikkaa tai paremminkin sitä äärimmäistä epäloogisuutta, joka näkyy nuorten toiminnassa. Nuoret eivät sitoudu tiettyyn tapaan, aikaan tai paikkaan ja harrastavat ”arvoshoppailua” omaksumalla keskenään ristiriitaisia arvoja. Shoppailu – ei pelkästään kaupallisessa mielessä – on osuva termi kuvaamaan nuorten toimintaa: arvoja, vaikutteita, tapoja ja ymmärryksiä ”makustellaan” ennen kuin ne varsinaisesti omaksutaan – jos yleensäkin omaksutaan.

4. VÄLITTYNYTTÄ SEURALLISUUTTA JA VUOROVAIKUTUSTA

Seuraavaksi käyn hieman tarkemmin läpi nuorten matkapuhelimen käyttöön sekä mobiiliin kuvaviestintään liittyvää tutkimusta. Nuorten persoonalliset tavat käyttää matkapuhelinta ovat monella tavalla olleet kiinnostavia viimeaikaisessa sosiaalitieteellisessä matkapuhelintutkimuksessa. Heidän viestintätavat eroavat huomattavasti vanhempien tavoista käyttää matkapuhelinta, ja tämä onkin lisännyt tieteellistä kiinnostusta juuri nuorten käyttötarpeita kohtaan. Käyttötarpeita on viestinnän ja median tutkimuksessa (erityisesti käyttötarvetutkimuksessa) perinteisesti tutkittu tilastollisin menetelmin. Erilaiset käyttötarpeiden mukaiset jaottelut ovat osittain hankalia, sillä nuorten viestintä kokonaisuutena ei helposti asetu tiukkoihin kategorioihin. Multimediamaviestien ja kamerapuhelimen käyttöä käsittelevää aikaisempaa tutkimusta on varsin vähän saatavilla. Oman tutkimukseni aikana uutta tietoa on ilmaantunut saataville, mutta tarkempaa tilastollista analyysiä niiden käytöstä ei edelleenkään ole riittävästi tehty.

4.1 Nuorten matkapuhelimen käytön erityispiirteitä

Nuorten toimintaa arvioidaan usein suhteessa ”muihin”. Tällöin korostetaan myös eroavaisuuksia nuorten ja toisaalta ”muiden” välillä. Nuoret asetetaan helposti yhden ja saman identiteetin, käyttäytymistavan tai jonkun alakulttuurin alle. Tällainen ajattelutapa on osaltaan saanut paljon kritiikkiä myös sosiaalitieteellisessä matkapuhelintutkimuksessa. Tilalle on tuotu näkemys, jonka mukaan nuorten identiteetit ja sosiaaliset suhteet nähdään laajana ja monipuolisena kirjona. Samalla on pyritty haastamaan se käsitys, että nuoret ja teknologiat voitaisiin yhdistää yhden ja saman kategorian alle, ja että nuoret olisivat sama yleisluontoinen ryhmä. (Green 2002.) Nuorten matkapuhelimen käyttöä voidaan kuitenkin verrata vanhempien käyttöön, ja varsinkin iän mukainen vertailu on hedelmällistä. Eriikäisten matkapuhelimen käyttöä on tutkinut esimerkiksi Ling (2002). Hänen mukaansa iällä on erityisen paljon vaikutusta matkapuhelimen käyttöön. Erot ovat merkittäviä sekä viestinnän määrässä, että sen tarkoituksissa. Nuoret viettävät matkapuhelimen parissa aikaa vanhempiaan enemmän. Toisaalta heidän käyttönsä liittyy huomattavasti vanhempiaan enemmän välittömästi sosiaalisiin suhteisiin ja hauskanpitoon. Vanhempien käyttöä määräävät taas enemmän käytännölliset tarpeet. Lingin tutkimuksesta kerron tarkemmin analyysiosassa.

Virpi Oksmanin ja Pirjo Rautiaisen mukaan nuorten kännykän käytön tavat sisältävät runsaasti erityispiirteitä, jotka eroavat vanhempien käyttötavoista. Matkapuhelin toimii sekä monipuolisena kommunikaatiovälineenä että arjen hyötyesineenä kuten kalenterina ja herätyskellona. Pääasiallisesti nuoret käyttävät matkapuhelintaan arjen organisointiin sekä sosiaalisten suhteiden hallintaan ja ylläpitoon. Erityisesti jälkimmäiseen tarkoitukseen nuoret käyttävät paljon tekstiviestiä. Sosiaalisten suhteiden hallintaan ja ylläpitoon kuuluvat läheisesti myös humoristiset viestit, pilapuhelut ja ketjuviestit, joten leikkimielisyys on vahvasti pinnalla nuorten viestintätavoissa. Nuorten keskinäinen viestintä on kauttaaltaan affektiivista, mutta toisaalta vanhemmilleen nuoret viestivät varsin käytännöllisesti ilmoittamalla heille esimerkiksi noutoaikaa tai olinpaikkaa. He myös personoivat puhelintaan tilaamalla soittoaaniä, logoja ja taustakuvia sekä muuntelemalla puhelimen ulkonäköä. Nuoret eivät kuitenkaan ole viestintätavoiltaan homogeeninen ryhmä, vaan erilaiset elämäntavat ja -tyylit ohjaavat kännykänkäyttöä. Iän noustessa viestintätavat alkavat eriytyä. (Oksman & Rautiainen 2002a, 2002b.)

Myös Alexandra Weilenmannin ja Catrine Larssonin mukaan teini-ikäisten nuorten matkapuhelinkäyttäjyminen poikkeaa radikaalisti vanhempien käyttäjäryhmien kännykkäkulttuurista. Heidän mukaansa nuorille matkapuhelin on sosiaalinen ja yhteinen väline. Nuoret käyttävät puhelinta kollektiivisesti, kun taas aikuisille kännykkä on henkilökohtaisempi. Teineille kännykkä ei ole henkilökohtainen väline, vaan he jakavat omassa ystäväpiirissään matkapuhelimen (esim. tekstiviestien ja puhelinmuistioden) tietoa toisilleen, ja joskus jopa vastailevat ystäville tarkoitettuihin puheluihin. Matkapuhelin helpottaa nuoria tutustumaan myös toisiin teineihin. Nuoret hyödyntävät puhelinta enemmän sosiaalisen elämän hyvinvointiin kuin esimerkiksi työn tehokkuuden lisäämiseen. Tutkijat esittävät, että laitteiden uudessa designissa otettaisiin huomioon matkapuhelimen merkitys nuorille sosiaalisena eikä niinkään informatiivisena välineenä. (Weilenmann & Larsson 2000; ks. myös Weilenmann & Larsson 2001.)

Nuorten matkapuhelimen käytössä on paljon yhtäläisyyksiä myös läpi eri maiden ja kulttuurien. Richard Ling ja Birgitte Yttri ovat tutkineet norjalaisten nuorten matkapuhelimen käyttörutiineja. He kutsuvat nuorten tapaa käyttää kännykkää ”hyperkoordinaatioksi”: nuoret käyttävät kännyköitään tunteiden ilmaisuun ja

sosiaaliseen kanssakäymiseen (*expressive*) ikätoverien kesken, kun taas vanhemmilla käyttäjillä on paljon välineellisempiä (*instrumental*) käyttötapoja. Nuoret elävät kontakteista ja vuorovaikutuksesta, toisin kuin vanhemmat, joille turvallisuus ja koordinointi on tärkeämpää. Nuorten viestintä on ekspressiivistä ja emotionaalisesti virittyntä vastakohtana välineellisille ja tarkoituskeskeisille käyttötavoille. Ekspressiivistä viestintää kuvaavat hyvin nuorten suosimat ketjuviestit, runot, seksistiset vitsit, yksinkertaiset kuvat ja pelit. Matkapuhelin on teineille myös työkalu, jolla piirretään raja kaveripiirien ja toisaalta vanhempien välille. Se tarjoaa mahdollisuuden jatkuvaan yhteydenpitoon, osittain vanhempien kontrollin ulkopuolella. (Ling & Yttri 1999; 2002.)

Myös Leopoldina Fortunati ja Anna Maria Magnanelli (2002) korostavat, että matkapuhelimesta on muodostunut nuorille erittäin tärkeä *itsehallinnollinen* väline, jonka avulla nuoret voivat rakentaa kaveripiiriään, hoitaa suhteitaan sekä järjestellä vapaa-aikaansa *vanhempien kontrollin ulkopuolella*. Saman suuntaisia havaintoja on tehnyt myös Mizuko Ito tutkiessaan japanilaisten nuorten matkapuhelinkulttuuria. Hänen mukaansa matkapuhelin on mullistanut kodille ominaisen valtageometrian: kotipuhelimen avulla vanhemmat aiemmin valvoivat lastensa suhteita muihin ikätovereihin. Kodit sirpaloituvat tilallisesti, koska viestintää (usein arkaluontoista) ei kyetä sitomaan enää yhteen kiinteään paikkaan. Käytännössä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että vanhemmat eivät tunne enää lastensa ystäviä. Matkapuhelin on synnyttänyt nuorille vaihtoehdoisen teknososiaalisen tilan, jonka avulla he haastavat perinteiset kodin, luokkahuoneen ja katujen valtageometriat. Toisaalta kännykkä itsessään on synnyttänyt uusia valtageometrioita: nuorten on oltava aina ja kaikkialla tavoitettavissa. (Ito 2005.)

Alex S. Taylorin ja Richard Harperin (2001) mukaan teinit osallistuvat matkapuhelimen avulla sosiaalisiin käytäntöihin tavoilla, jotka muistuttavat ikärikaista rituaalista lahjan antamista. Käsité viittaa voimakkaasti eri symbolisen vaihdon muotoihin, jotka ovat ominaisia nuorten käytännöille hallita ja organisoida sosiaalisia käytäntöjä matkapuhelimen välityksellä. Puhelut ja erityisesti tekstiviestit eivät ole pelkkiä lauseita tai sanoja, vaan jaettuina merkityksinä ne voimakkaasti lujittavat nuorten keskinäistä suhdetta. Nuoret säilövät puhelimessaan tärkeitä muistoja sisältäviä tekstiviestejä, tai jopa kirjoittavat niitä erityisiin tekstiviestivihkoihin, kuten Kasesniemi ja Rautiainen (2001) havaitsivat. Nuoret

myös jakavat matkapuhelinta sekä sen sisältöä antamalla muiden lukea esimerkiksi muistiin tallennettuja tekstiviestejä. Välittynyt lahjan antaminen on heille yksi mekanismi emotionaalisten kokemusten jakamisessa. Se myös ilmentää nuoren omaa henkilökohtaista merkitystä fyysisesti hajautuneessa, mutta sosiaalisesti hyvin läheisessä kaveripiirissä, ja tarjoaa myös keskustelunaiheen itsestään. Rituaalinen vaihto ja siihen kuuluvat lahjan antaminen, saaminen ja lahjaan vastaaminen symboloivat nuorten matkapuhelimen käytön kulttuuria. (Taylor & Harper 2001, 2002.)

Harperin ja Taylorin (2001, 2002) vertauskohta matkapuhelimesta lahjan antamisena aktualisoituu sitä mukaan kun sisällön ja eri palveluiden merkitys matkaviestinnässä kasvaa, ja erityisesti kun matkapuhelin lähenee muita medioita, jolloin perinteisten puhelujen merkitys kokonaisuudessaan vähenee. Vaikka omassa tutkimuksessani ylivoimaisesti suurin osa nuorista nimesi puhelut matkapuhelimen kaikkein tärkeimmäksi ominaisuudeksi, tuo matkapuhelinten tuotekehitys jatkuvasti uusia ominaisuuksia ja välittyneen viestinnän keinoja, jotka vähentävät perinteisen puhelun merkitystä. Kehitys on tosin yleensä huomattavasti hitaampaa, mitä hurjimmat teknologiavisiot maalailevat. Myöskään uusien ominaisuuksien omaksuminen ja käyttöönotto ei aina ole itsestäänselvyys. Multimediaviestintään Harperin ja Taylorin (2001, 2002) kuvaus lahjan antamisesta sopisi myös hyvin. Kuvaviestejä on helppo nähdä postikortin tapaisina, elämyksiä tuottavina sosiaalisina lahjoina, joilla näin olisi myös yhteys yli sata vuotta sitten kehittyneisiin kansanmenetelmiin (Kopomaa & Järvinen 2002).

4.2 Tarpeet ja käyttötarkoitukset viestintävälineiden käytössä

Lankapuhelimen käyttöä tutkivassa käyttötarkoitustutkimuksessa¹ on ainakin 70-luvulta lähtien pyritty erottelamaan kaksi selkeästi erilaista puhelimen käyttöön liittyvää tarvetta. Esimerkiksi Kellerin (1977) tutkimuksissa puhelimen käyttö jakautui toisaalta sosiaalisesti suuntautuneeseen tarpeeseen (intrinsic) sekä toisaalta

¹ Käyttötarkoitustutkimus (uses and gratifications approach) yrittää selittää tapoja, joilla yksilöt käyttävät mediaa tyydyttääkseen tarpeitaan ja saavuttaakseen päämääriään. Nämä tavat yritetään saada esiin yksinkertaisesti kysymällä yksilöiltä, minkä tarpeiden tyydytykseen he käyttävät mediatuotteita. Se ei kysy mitä viestintä tekee ihmisille, vaan mitä ihmiset tekevät viestinnällä. Käyttötarkoitustutkimuksen tutkimusperinteessä perusoletuksena on yleisön aktiivisuus: se ei ota vastaan mitä tahansa, vaan valikoi sisältöä kulloistenkin tarpeidensa mukaan. (McQuail & Gurevitch 1974.)

asiakeskeiseen käyttöön (instrumental). Eri tutkijat ovat puhuneet toisistaan poiketen eri käsitteillä. Vastaavissa jaotteluissa on käytetty yleisesti myös termejä: seurallinen (sociability) ja käytännöllinen (practical), sosiaalinen (social) ja praktinen (practical), relationaalinen (relational) ja funktionaalinen (functional) sekä emotionaalinen ja instrumentaalinen. (LaRose 2002.) Kaikille on kuitenkin keskeistä se, että ne tekevät eron kahden selkeästi erilaisen käyttötärpeen välille sekä toisaalta sosiaalisen integraation ja sosiaalisen koordinaation välille. O'Keefe ja Sulanowski (1995) löysivät tutkimuksessaan neljä selkeästi erilaista käyttötärvetta, jotka myöskin perustuivat dikotomiseen jaotteluun: seurallisuus (sociability), viihde (entertainment), tiedonvaihto (acquisition) ja ajanhallinta (time management). Erityisesti kaksi ensimmäistä sekä kaksi viimeistä korreloivat voimakkaasti keskenään, jolloin muodostuivat kaksi selkeää viestinnällistä ulottuvuutta.

Puhelimen käyttötärpeista erityisesti seurallisuus on historiallisesti mielenkiintoinen. Fischerin tutkimus yhdysvaltalaisen Seattlen kaupungin asukkaiden lankapuhelimen käytöstä 1900-luvun alkupuolella osoitti, että puolet puheluista oli sisällöltään sosiaalisia ja 30 prosenttia pelkästään joutilasta rupattelua ja juoruilua. Tämä päti varsinkin nuoriin käyttäjiin ja erityisesti naisiin. Tuolloin joka kolmannessa kaupungin taloudessa oli lankapuhelin. Naiset ja erityisesti maanviljelijöiden vaimot käyttivät puhelinta paljon sosiaalisten suhteiden ylläpitoon ja muodostamiseen. He olivat riippuvaisia puhelimitse välittyneestä seurallisuudesta, kunnes auto hieman myöhemmin helpotti kulkemista ja sosiaalisten kontaktien luomista. Fischerin mukaan kotona olevien naisten aikuiskontaktit erityisesti maaseudulla olivat vähäisiä, jolloin he turvautuivat puhelimeen. Naimisissa olevan naisen toimenkuvaan kuului eräänlainen ”sosiaalisen managerin” rooli. Hänen täytyi hoitaa perheessä ajanhallinta eli olla perillä tapaamisista ja eri tapahtumista sekä informoida muita näistä. (Fischer 1992, 222-254.) Fischerin kytkös auton ja puhelimen välillä on mielenkiintoinen. Koska naiset olivat miehiä sidotumpia kotiin ja heidän liikkumisensa oli miehiä rajoitetumpaa, puhelin tarjosi heille virtuaalisen mobiliteetin (vrt. Urry 2000) mahdollisuuksia aikana, jolloin fyysinen liikkuminen oli mahdollisuuksiltaan rajallisempaa.

Lankapuhelin on toisinaan liitetty pelkästään ihmisten keskinäiseen välittyneeseen viestintään. Joskus se taas on nähty enemmän joukkoviestimenä, joka tarjoaa informaation sisältöä ja viihdettä siinä missä mikä tahansa muu sähköinen media. Matkapuhelimen voidaan ajatella saaneen uutena mediana elementtejä molemmista. Matkapuhelin mahdollistaa keskinäisen viestinnän, mutta poimii vaikutteita perinteisistä medioista yhä enemmän. Aikaisempien puhelimen käyttöön liittyvien tutkimusten havainnot ovat yleisesti varsin odotettuja, ja yhteyksiä matkapuhelimen käyttötarpeisiin on lukuisia. Toisaalta pelkästään langattomuus on muokannut varsinkin nuorten matkapuhelimen käyttökulttuurista varsin omanlaisensa. Erityisesti sosiaaliset käyttötarpeet, joilla on myös vahvaa historiallista kaikupohjaa, ovat matkapuhelimen käytössä langattomuuden myötä muodostuneet varsin mielenkiintoisiksi.

J.P. Roos (1993) kirjoitti matkaviestinnän pioneeriartikkelin jo vuonna 1993, jolloin ihmeteltiin matkapuhelinten valtavaa määrää maassamme. Suomessa olikin niitä väkilukuun suhteutettuna valtavan paljon, noin 200 000, eli lähes yhtä paljon kuin Ranskassa. Mikään ennuste ei tietystikään osannut luvata yli kolmea miljoona matkapuhelinta vuosituhannen loppuun mennessä. Roos toteaa, että matkapuhelin kuuluu niihin elämää helpottaviin, hyödyllisiin asioihin, joita ei oikeastaan edes ajattele ja jotka solahtavat paikalleen itsestään selviksi koettuina: ilman matkapuhelinta eläminen oli kuin aika ilman Floraa (so. helposti leviävää voinkorviketta). Myöhemmässä artikkelissa Roos ja sosiologi Tommi Hoikkala (2000) toteavat, että matkapuhelin on kuin pyörä, jonka kaikki käyttötarkoitukset ovat tuskin vieläkään tulleet esiin. Väite lienee yhtä ajankohtainen vielä nykyisinkin, vaikka nuoret ovat jo perin pohjin muunnelleet matkapuhelimen käytöstä tarpeitaan vastaavan, keksineet puhelun ja tekstiviestin aina uudestaan ja uudestaan. Toisaalta kehittyvä teknologia tarjoaa aina mahdollisuuksia ”uudelleenkeksintään”, ja aina löytyy myös niistä uusia käyttötarpeita, joita ei alun perin ajateltu olevan olemassakaan. Nuorethan ovat tässä aiemmin kunnostautuneet.

Matkapuhelimen käyttötarkoituksia ovat tutkineet Leung ja Wei (2000). He löysivät yhteensä seitsemän eri käytön motiivia: muodikkaus tai status, tunteellisuus tai seurallisuus, rentoutuminen, instrumentaalisuus (työasiat), mielenrauha (turvallisuus), mobiilisuus ja välitön yhteys. Erityisesti kolme

viimeistä olivat sellaisia, joita ei aiemmista lankapuhelimen käyttötarkoituksia käsittelevistä tutkimuksista löytenyt. Matkapuhelimen keskeinen ominaisuus mobiilisuus tuo välittömyyden, suoran ja nopean yhteyden. Tutkijoiden mukaansa matkapuhelin on paljolti ”mielihyväpuhelin”. Miehet käyttivät puhelinta enemmän välineellisesti, jota kuvaavat lähinnä instrumentaalinen motiivi, mobiilisuus ja välitön yhteys, mutta erityisesti naiset ja varsinkin nuoret naiset, jotka puhuivat pitkiä puheluita lukumääräisesti paljon, käyttivät puhelintaan enemmän emotionaalisesti ja sosiaalisesti. Tutkijoiden mukaan tulokset myötäilevät melko hyvin perinteisen lankapuhelimen käyttötarkoitustutkimusten tuloksia – joskin instrumentaalisuus on matkapuhelimen käytössä heidän mielestään hieman enemmän pinnalla.

Höflich & Rössler (2002) ovat tutkineet tekstiviestien käyttötarkoituksia nuorten matkaviestinnässä. He löysivät niiden käytölle yhteensä viisi erilaista käyttötarkoitusta: vastavuoroinen huolenpito, yhteydenpito muuten vain, viestintäkanavan saatavuus ja tavoitettavuus, henkinen tuki sekä viestinnän hauskuus ja huvikäyttö. Selkeitä eroja tutkijat havaitsivat esimerkiksi viestinnän hauskuuden ja huvikäytön suhteen: lukiolaiset torjuivat tämän käyttötarpeen kaikkein hanakimmin. Sen sijaan reaalikoululaisille ja varsinkin kansalaiskoululaisille² huvikäyttö oli luonteenomaista. Koulutustasolla oli tutkijoiden mukaan selkeä vaikutus tekstiviestien käyttötarpeisiin. Huomattavaa on heidän mukaansa se, että reaalikoululaisille lähes kaikki käyttötarpeet olivat lukiolaisia ja kansalaiskoululaisia tärkeämpiä. Tutkimuksen perusteella aivan suoraa koulutustason mukaista yhteyttä ei ole, mutta toisaalta sen vaikutustakaan ei voida täysin sulkea pois. Selkeän yhteyden tutkijat löysivät myös tekstiviestien lähettämisen ja puhelimen käyttötiheyden suhteen: paljon puhelimella soittavat lähettivät myös paljon tekstiviestejä.

Sukupuolten välisiä eroja käyttötarpeiden suhteen on havainnut ainakin Berit Skog (2002) tutkiessaan norjalaisten nuorten matkapuhelimen hankintaan jaa käyttöön

² Saksassa peruskoulu käsittää neljä ensimmäistä luokkaa, jonka jälkeen siirrytään alemmalle toiselle asteelle eli kansalaiskouluun, reaalikouluun tai lukioon. Kansalaiskoulu kestää kolme tai neljä vuotta, minkä jälkeen yleensä mennään ammattikouluun. Kansalaiskoulu on pakollinen niille, jotka eivät mene reaalikouluun, lukioon tai yhtenäiskouluun. Reaalikoulu käsittää luokat 5–10 ja luo pohjan vaatimaan ammatilliseen tai opistotasoiseen koulutukseen. Lukio muodostuu luokista 5–13. Se antaa yleisen korkeakoulukelpoisuuden ja oikeuttaa opiskelemaan tiedekorkeakouluissa. (Mustonen 2003.)

liittyviä tekijöitä. Sosiaaliset tekijät, kuten yhteydenpito ystäviin olivat tytöille tärkeitä. Sen sijaan poikia lähellä olivat tekniset tarpeet, kuten puhelimen merkki, logo, ulkonäkö sekä eri ominaisuudet. Mielenkiintoinen havainto oli myös se, että työläisperheiden pojat omistivat enemmän matkapuhelimia kuin ylempien luokkien pojat. Skogin mukaan matkapuhelin vahvistaa työläislasten statusta luoden symbolista pääomaa. Havainto tukee Höflichin ja Rösslerin (2002) tulosta, jonka mukaan alhainen koulutustaso on yhteydessä aktiivisempaan matkapuhelimen käyttöön. Molemmat havainnot tukeva olettaa, että alhaisen koulutustason omaavat nuoret ovat edistyneisempiä matkapuhelimen käyttäjiä kuin korkeammin kouluttautuneet.

Kaikkiaan aikaisemmat tutkimustulokset eivät anna kuin viitteitä nuorten kännykän käyttöön liittyviin tarpeisiin. Ne kuitenkin osoittavat, että erityisesti nuorille matkapuhelin on suurelta osin paljon muutakin kuin pelkkä puhelin. Se on paitsi sosiaalisten suhteiden hoitoa ja ajanhallintaa helpottava – tai itse asiassa välttämätön osa niitä – ”elämäkapula”, niin myös yhtäläillä työkalu, arkinen taideteos, viihdekeskus tai lelu. Aikaisempiin käyttötartutkimuksiin liittyy lähtökohtaisesti ainakin sellainen ongelma, että käyttötartve on ymmärretty ikään kuin universaaliksi vakioksi. Käyttötartveet voivat kuitenkin muuttua sekä kulttuurisesti että historiallisesti. Esimerkiksi matkapuhelimen käytön tartveet ovat nuorilla hyvin erilaisia. Toisekseen nuoret eivät välttämättä tiedosta saati erittele tartveitaan, kuten perinteisessä käyttötartvetutkimuksessa yleensä on tehty. Omassa tutkimuksessa pyrin välttämään nuorten asettamista tiukasti eri käyttötartveeryhmien alle. Nuorten matkapuhelimen käytössä eri tartveet limittyvät ja sekoittuvat. Tämän perusteella en koe tekeväni perinteistä käyttötartvetutkimusta.

4.3 Kuvallinen viestintä – sosiaalista hauskanpitoa

Multimediaviestien käyttöön liittyvä aikaisempi tutkimus on hämmästyttävän vähäistä. Vaikka MMS-viesteille on asetettu suuria odotuksia, ja niistä on aikaisemmin povattu luontevaa seurausta tekstiviesteille, on tutkimustiedon löytäminen hankalaa. Syy lienee siinä, että yleensä vasta menestyvä tuote tai yleistyvä ilmiö herättää kiinnostuksen sen tutkimiseen. Kiinnostusta voi myös vähentää se, että ilmiöstä tai tuotteen käytöstä on hankala saada systemaattista tietoa, jos sen käyttö on enemmän tai vähemmän satunnaista ja marginaalista.

Tämän ongelman olen tutkijana kohdannut, kun olen yrittänyt selvittää multimediaviestien käyttöä nuorten keskuudessa. Suurimmat kuvaviestintään liittyvät tutkimushankkeet ovat pyrkineet kartoittamaan kameran käyttöä matkapuhelimen yhteydessä, ja tätä kautta syntyvää kuvallista viestintää. Toisekseen tutkimukset ovat olleet lähes poikkeuksetta kokeellisia, joten niiden vertailtavuus omaan tutkimukseeni on monessa mielessä heikko.

Kaikissa aikaisemmissa langatonta kuvaviestintää käsittelevissä tutkimuksissa kuvaviestien käyttö on liitetty sosiaalisuuteen, yhdessäoloon ja hauskanpitoon. Kuvaviestintää on tutkittu oikeastaan ensimmäistä kertaa 1990-luvun lopulla toteutetussa Maypole-projektissa. Tutkimushanketta varten rakennettiin laitteisto, jolla voitiin ottaa ja muokata kuvia sekä lähettää niitä eteenpäin. Kyse ei ollut tuolloin vielä nykyiseen tapaan kovinkaan kompaktista kuvaviestinnästä, sillä laitteistoon kuului kamera, päätelaite sekä mikrotietokone. Tutkimuksessa havaittiin, että kuvaviestejä käytettiin etupäässä pilailuun, tunteiden osoittamiseen ja taiteen tekemiseen. Mobiili kuvallinen viestintä oli tutkimuksen kenttäkokeiden perusteella ennen muuta sosiaalista. Kuvia käytettiin vähän ”asioiden” viestimiseen, koska pelkillä kuvilla on vaikea viestiä täsmällisesti. Tämän vuoksi ehdotettiin, että uusiin laitteisiin täytyisi sisällyttää mahdollisuus kirjoittaa tekstiä ja siirtää puhetta kuvien ohessa. Lapset olivat tulosten mukaan aikuisia ahkerampia kuvaviestien lähettäjiä: arvelujen mukaan aikuisten kiireinen elämänrytmi vaatii tehokkaita laitteita, joiden avulla voidaan vaihtaa tietoa toiminnan tarpeisiin. Paras väline tällaiseen viestintään on puhe, ei kuva. (Interactions 1999; Mäkelä 2000.)

Samansuuntaisia havaintoja hieman tarkennettuina löysivät Ilpo Koskinen, Esko Kurvinen ja Turo-Kimmo Lehtonen (2002) vuosituhannen vaihteessa toteutetussa kokeellisessa tutkimuksessaan. Tutkijat havaitsivat, että mobiili kuva soveltuu varsin huonosti hyötyviestintään, kuten tapaamisten järjestämiseen; sen sijaan kuvilla viestittiin enemmän elämyksiä ja tunnelmia, ja niihin liittyi vahvasti käyttäjien keskinäinen vuorovaikutus, vastavuoroisuus, hetkellisyys ja reagointi. Yksityiselämä, seurallisuus ja kaveruus jäsensivät kuvaamista ja kuvien lähettämistä. Kuvia käytettiin paljon pelkästään ajan kuluttamiseen, niillä tarinoitiin, juoruiltiin, vitsailtiin ja kiusoiteltiin (Esko Kurvinen eritellyt kiusoittelua tarkemmin uudemmassa artikkelissaan, ks. Kurvinen 2004). Kuvien ottamiseen liitettiin myös puolihuolimaton näpsiminen, mikä on jo viimeistään ajallemme –

digikameroiden aikakaudelle puoli vuosikymmentä tutkimuksesta eteenpäin – perin ominaista. Hankkeen laitteisto koostui erillisestä kamerasta sekä Nokia Communicator (9110) matkapuhelimesta. Viestintä hoidettiin kuitenkin sähköpostin kautta, joten kyse ei varsinaisesti ollut pelkästään matkapuhelimen kautta tapahtuvasta kuvallisesta viestinnästä.

Maypole-hankkeen tulkinat viihteellisestä käytöstä todennäköisesti ylikorostuivat hieman juuri sen vuoksi, että laitteet eivät mahdollistaneet äänen tai tekstin liittämistä kuvaviestin yhteyteen. Tämä ongelma korjattiin Koskisen ym. tutkimuksessa, mutta viihdeaspekti oikeastaan vain vahvistui entisestään. Tämä johtunee osittain siitä, että laitteet eivät olleet tutkittaville yhtä arkisia kuin matkapuhelin yleensä on. Uusina ja mielenkiintoisina välineinä ne kannustivat koehenkilöitä leikkimieliseen kokeiluun ja hauskanpitoon.

Hieman uudemmassa VTT:n toteuttamassa tutkimuksessa keväällä 2003 tutkittiin langattoman videokuvan käyttömahdollisuuksia. Myös tämä tutkimus toteutettiin kokeellisena, mutta siinä oli ensimmäistä kertaa mukana oikeat multimediaominaisuuksilla ja kameralla varustetut matkapuhelimet. Tutkimuksessa 40 koehenkilöä perheineen ja ystävineen kokeili videoviestintää matkapuhelimella. Tutkimus osoitti, että kuvallinen viestintä mukautuu myös osaksi käyttäjien elämänhallintaa: erityisen hyvin videoviestintä palveli viittomakielisiä. Tosin tämä havainto johtui paljolti siitä, että tutkimuksessa laitettiin merkittävää painoa käyttäjäryhmille, joiden tarpeita ei ole vielä lainkaan tai tarpeeksi huomioitu. Tällaisia ryhmiä olivat paitsi viittomakieliset myös ikääntyvät ja lapset. Näin tutkimuksessa yritettiin paikantaa kuvaviestinnän hyötykäyttöön viittaavia konteksteja viihdekäytön rinnalle.

Barbara Scifo (2005) on tutkinut italialaisten nuorten ja aikuisten (14-34-vuotiaiden) kamerapuhelimen käyttöä. Hänen mukaansa kamerapuhelin ei ole ainoastaan henkilökohtainen media, vaan se on yhä enemmän myös yhteinen teknologia, joka tarjoaa kasvokkaista seurallisuutta, viihteellisyyttä, kommunikatiivista vaihtoa paikallisen vuorovaikutuksen ja erityisesti vertaisten ryhmien puitteissa. Erityisesti nuorten kamerapuhelimen käyttöön liittyi voimakkaasti leikkimielisyys ja seurallisuus. Scifon mukaan MMS ei ole kuitenkaan pelkästään leikkimielinen ja sosiaalinen teknologia, vaan se voi sisältää myös

informatiivisten visuaalisten koodien vaihtoa, helpottaa ongelmien ratkaisua ja toiminnan organisointia sekä koordinointia.

Tim Kindberg, Mirjana Spasojevic, Rowanne Fleck ja Abigail Sellen (2004, 2005) ovat tutkineet kamerapuhelimen käyttöä Iso-Britanniassa ja Yhdysvalloissa. Aineistolähtöisen tutkimuksen perusteella tutkijat rakensivat kuusiosaiseen käsitteellisen taksonomian ja viitekehyksen, joka selittää kamerapuhelimella otettujen kuvien käyttöä toisaalta sosiaaliin ja yksilöllisiin tarkoituksiin sekä toisaalta affektiivisiin ja funktionaalisiin ulottuvuuksiin. Sosiaalinen viittaa lähinnä kuvien jakamiseen toisten ihmisten kanssa, yksilöllinen sen sijaan pelkkään henkilökohtaiseen käyttöön. Funktionaalilla käytöllä tutkijat viittaavat tehtäväkeskeiseen viestintään, affektiivinen taas liittyy tunteisiin eli emootioihin vetoavaan käyttöön.

Taulukko 1: Taksonomia kamerakännykällä kuvaamisesta

	Social			Individual		
Affective	Mutual Experience. Images used to enrich a shared, co-present experience (either in the moment or later as a memento).	103 (35%)	Absent Friends or Family. Images used to communicate with absent friends or family (either in the moment or later).	63 (21%)	Personal Reflection. Images used for personal reflection or reminiscing.	120 (41%)
Functional	Mutual Task. Images shared with people co-present in support of a task (either in the moment or after the event).	11 (4%)	Remote Task. Images used to help accomplish a task by sharing with remote family, friends or colleagues (either in the moment or later).	23 (8%)	Personal Task. Images used to support some future task not involving sharing.	29 (10%)

Lähde: Kindberg, Spasojevic, Fleck & Sellen (2004)

Haastatteluissa kerätty tutkimusaineisto koostui yhteensä 295 kamerapuhelimella otetusta kuvasta. Osalla kuvista oli kuitenkin kaksi tarkoitusta, joten molemmat niistä otettiin huomioon taulukon luvuissa. Sen sijaan prosenttiluvut kuvaavat kyseisen tarkoituksen osuutta kaikista 295:sta kuvasta. Taulukosta nähdään, että kamerapuhelimen käyttö asettuu valtaosin affektiiviseen ulottuvuuteen. Yllättävästi kameraa käytettiin eniten henkilökohtaiseen reflektioon ja muistojen tallettamiseen, jolloin kuvia ei jaeta kaverien kesken. 41 prosenttia aineiston kuvista kuului tähän kategoriaan. Toiseksi eniten kameraa käytettiin vastavuoroisesti elämysten ja kokemusten jakamiseen. Yhteensä 35 prosenttia tutkimusaineiston kuvista kuului

tähän ryhmään. Kolmas suuri ryhmä oli yhteydenpito ystäviin ja perheenjäseniin (21 prosenttia). (Kindberg ym. 2004, 2005.)

Kindberg ym. (2004, 2005) tutkimuksen mukaan kamerapuhelinta käytettiin pääosin yhteisesti, jolloin kuvia jaettiin ystävien ja tuttavien kesken. Kuvien lähettäminen verkon kautta oli tutkimuksen mukaan melko harvinaista: vain joka viides kuva oli lähetetty puhelimesta toiseen. Kuvia katsottiin ja näytettiin suoraan puhelimesta off-line -tilassa. Korkea hinta sekä laitteiden kompleksisuus vähensivät multimediaviestien lähettämistä. Lähettäjät eivät usein tienneet, onko vastaanottajalla riittävän kehittynyt matkapuhelin kuvien tarkastelemiseen, joten kuvat usein jäivät lähettämättä. Toisinaan tutkittavat eivät olleet saaneet multimediaviestien lähettämiseksi vaadittuja asetuksia kuntoon, jolloin viestejä ei voitu lähettää.

5. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkielman empiirisessä osassa selvitetään kvantitatiivisilla menetelmillä suomalaisten kaupunkilaisnuorten tapoja käyttää matkapuhelinta viihdyttämiseen, huvitteluun tai vastavuoroiseen seurusteluun sekä pyritään löytämään niitä tekijöitä, jotka selittävät visuaalisen viestinnän määrällisiä eroja. Ennen kuin siirryn varsinaisesti raportoimaan tuloksista, selvitän hieman tutkimukseni kysymyksenasettelua, käyn läpi tutkimustehtävät sekä hypoteesit. Tutkimusaineisto on kerätty survey-kyselynä, joten selvitän myös aineiston hankintaan, sen rakenteeseen sekä tutkimusmenetelmiin liittyviä yksityiskohtia.

5.1 Tutkimustehtävät ja hypoteesit

Ensimmäisenä tutkimustehtävänä selvitetään sitä, missä määrin nuorten kännykänkäyttö jakaantuu *funktionaalisiin* ja *affektiivisiin* ulottuvuuksiin. Funktionaalisilla ulottuvuuksilla viitataan ajan, paikan ja sosiaalisten suhteiden hallintaan, affektiivisillä ulottuvuuksilla taas kevyempiin käyttötärpeisiin, kuten

ajanvietteeseen ja seurusteluun. Seurustelu voi matkapuhelimen käyttäjästä ja käyttötarkoituksesta riippuen olla lähellä sekä sosiaalisten suhteiden hallintaa (funktionaalinen) että ajanvietteellisiä käyttötapoja (affektiivinen). Tarkoitukseni ei ole jakaa käyttäjiä eri ryhmiin, sillä aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että nuoret käyttävät varsin monipuolisesti sekä viihtymiseen että arjen tarpeiden hoitamiseen (esim. Kasesniemi & Rautiainen 2001). Nämä ulottuvuudet ovat kuitenkin tulleet vahvasti esille aiemmissa matkapuhelimen käyttötarkoituksia eritelleissä tutkimuksissa (esim. Höflich & Rössler 2002; Leung & Wei 2000). *Tutkimusoletukseni mukaan erityisesti tyttöjen käyttötavat ovat enemmän affektiivisesti suuntautuneita, sen sijaan poikien käyttöä ohjaavat funktionaaliset tarpeet. Iän myötä funktionaalinen ulottuvuus vahvistuu affektiivisten käyttötarkoitusten menettäessä merkitystään. Affektiivisten käyttötarkoitusten määrä ei kuitenkaan vähennä funktionaalista käyttöä.*

Toisena tutkimustehtävänä pyrin kartoittamaan ja paikantamaan niitä käyttök konteksteja, joihin visuaalisia elementtejä sisältävä viestintä nuorten kännykän käytössä liittyy. Kuvaa (ja ääntä) sisältävät multimediam viestit (MMS-viestit) eivät ole syrjäyttäneet tekstiviestiä eivätkä ole saavuttaneet läheskään vastaavaa suosiota odotuksista huolimatta. Vaikka visuaalinen viestintä oletetusti palvelee enemmän affektiivisiä tarpeita nuorten käytössä, ja vaikka nuorten matkapuhelimen käyttö on aiemmissa tutkimuksissa osoitettu olevan enemmän viihteellistä, ei multimediam viestintä ole kaikesta huolimatta saavuttanut suurta suosiota. *Tutkimusoletukseni mukaan kuva- ja multimediam viestinnän määrä on vähäistä, koska niiden käyttök kontekstit ovat vähäisiä (lähinnä viihdekäyttö) eivätkä yhtä mielekkäitä kuin tekstiviestien.*

Kolmantena tutkimustehtävänä selvitän, missä määrin kuva- ja multimediam viestintä on yhteydessä näiden käyttötarkoitusten mukaisiin ulottuvuuksiin. *Oletuksena on, että kuva- ja multimediam viestintä on vahvimmin yhteydessä affektiiviseen (erityisesti viihteelliseen) ulottuvuuteen. Visuaalista viestintää käyttävät eniten tytöt ja erityisesti nuorimmat ikäryhmät.*

Taulukko 2: Viestinnän laatujen oletettu yhteys käyttötarpeisiin

	Puhuttu (puhelut)	Kirjoitettu (tekstiviestit)	Visuaalinen (kuvaviestit, videokuva)	Multimedia (visuaalinen + kirjoitettu + ääni)
Ajan ja paikan hallinta	XXXX	XXX	X	X
Sosiaalisten suhteiden hallinta	XXXX	XXX	XX	XX
Viihdekäyttö ja vastavuoroinen seurustelu	XXX	XXX	XXXX	XXXX

Oheinen taulukko havainnollistaa tutkimusasetelmaa kuvaamalla viestinnän laadun (puhuttu, kirjoitettu, visuaalinen ja multimedia) oletettua yhteyttä kännykän käyttöön. Aiemmissa tutkimuksissa visuaalinen viestintä, jolla viitataan lähinnä kuva- ja multimediatekstien käyttöön, on liitetty enemmän viihdekäyttöön eli niiden käyttökontekstit perustuvat pääsääntöisesti viihdyttämiseen, huvitteluun tai vastavuoroiseen seurusteluun (esim. Koskinen ym. 2001 ja Mäkinen ym. 2000). Vastaavasti kyseisille visuaalisille ominaisuuksille nuoret eivät ole löytäneet sellaisia tarpeita kuten esimerkiksi tekstiviesteille, joita tutkimusten mukaan käytetään hyvin monipuolisesti sekä affektiivisiin että funktionaalisiin tarpeisiin (ks. Esim. Kasesniemi & Rautiainen 2001; Höflich & Rössler 2002). Koska visuaaliset ominaisuudet eivät näytä olevan juuri missään määrin yhteydessä funktionaaliseen käyttöön, etsin erilaisia käytön tarpeita viestinnän affektiivisesta ulottuvuudesta, erityisesti viihdekäytöstä. Jaottelen erilaisia viihdekäytön konteksteja ja yritän löytää näiden mahdollisia yhteyksiä visuaaliseen viestintään.

5.2 Aineisto ja tutkimusmenetelmät

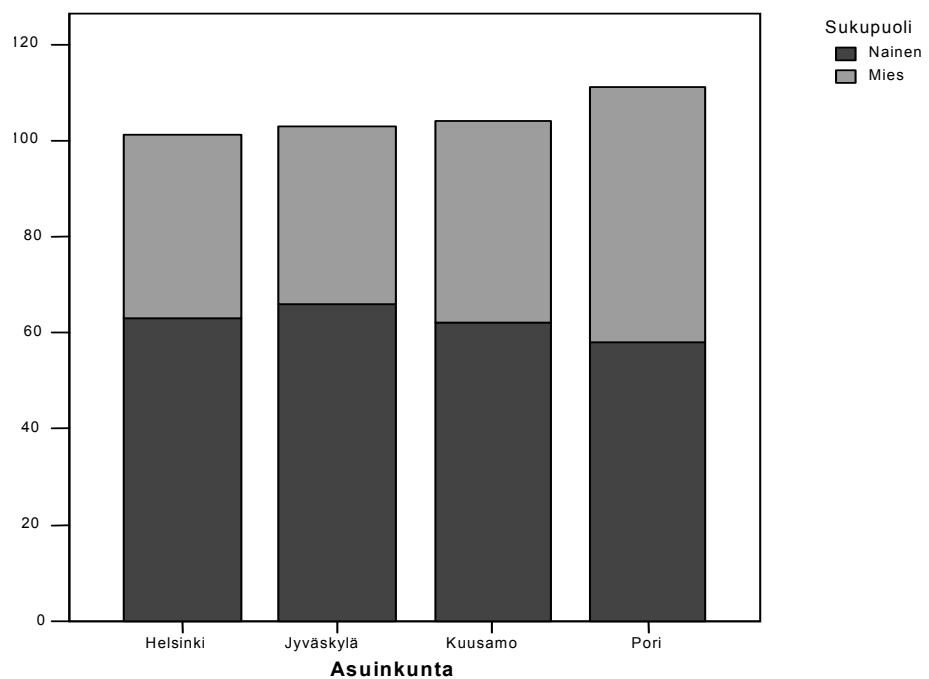
Olen käyttänyt tutkimusaineistona yhdessä Sakari Taipaleen kanssa keräämäni survey-aineistoa. Lähetimme kyselylomakkeet yhteensä 800:lle 15-26-vuotiaalle suomalaiselle nuorelle neljällä eri paikkakunnalla: Helsinki, Jyväskylä, Pori ja Kuusamo. Osoitetiedot saatiin väestörekisterikeskukselta kultakin paikkakunnalta satunnaisotannalla poimittuna ja lomakkeet postitettiin 3.3.2005. Nuorten kiinnostusta tutkimustamme kohtaan yritimme kohentaa arpomalla kaikkien

vastanneiden kesken Nokia 7610-kamerapuhelimen, jonka lahjoitti Nokia Research Center.

Lähetetyistä lomakkeista palautui 334 kappaletta eli noin 42 prosenttia, mikä on postituksen ensimmäisessä vaiheessa varsin hyvä määrä. Uusintakyselyt postitimme maaliskuun lopussa 2005 niille, jotka eivät palauttaneet lomaketta ensimmäisessä vaiheessa, ja saimme niistä takaisin vielä 85 kappaletta. Yhteensä lomakkeita palautui 421 kappaletta eli lopulliseksi vastausprosentiksi muodostui 52,6 prosenttia. Kato jäi alle 50 prosentin, mitä voidaan pitää erittäin hyvänä lukemana yhteiskuntatieteellisessä survey-tutkimuksessa.

Kysely lähetettiin siis kunkin paikkakunnan 200 nuorelle. Kaikkiaan naisia 421:sta vastanneesta oli 59,6 prosenttia ja miehiä 40,4 prosenttia. Suhteellisesti eniten vastauksia tuli porista, sen sijaan helsinkiläiset osallistuivat kyselyyn kaikkein laiskimmin. Kaikilla paikkakunnilla vastausaktiivisuudessa ylitettiin kuitenkin 50 prosentin raja. Sukupuolittain tarkasteltuna kaikilla muilla paikkakunnilla paitsi Porissa vastanneista lähes 2/3 oli naisia. Porissa jako menee lähes tasan (naisia 52,7 ja miehiä 47,3 prosenttia).

Kuvio 1: Kyselyyn osallistuneet asuinkuntien mukaan



Nuorin kyselyyn osallistunut oli 15-vuotias ja vanhin jostain syystä 28-vuotias, vaikka kysely oli suunnattu 15-26-vuotiaille. Tämä yksi ”yli-ikäinen” poistettiin aineistosta koodauksen jälkeen. Eniten vastauksia (45 kpl) saatiin vuonna 1980 syntyneiltä, tänä vuonna 25 vuotta täyttäviltä nuorilta. Suhteellisesti vähiten (5 kpl) lomakkeita palautui 1990-syntyneiltä nuorilta. Nuorimman ikäryhmän pieni osuus johtui siitä, että suurin osa vuonna 1990 syntyneistä oli otantavaiheessa (tammikuussa 2005) alle 15-vuotiaita. Tutkimusjoukon keski-ikäsi vuosina muodostui noin 21,2. Vastaajien ikäjakaumat kunnittain olivat erilaiset: Porilaisten keski-ikä aineistossa oli 21,7 vuotta kun taas helsinkiläisten 22,1. Jakaumat noudattanevat eri paikkakuntien reaalaisia ikäjakaumia, mutta aluekohtaisia eroja tarkastellessa ikä oli vakioitava.

Suurin osa vastaajista oli opiskelijoita tai koululaisia (63 prosenttia); myös työssä käyviä oli yhteensä 25 prosenttia joukosta. Loput joko suorittivat asepalvelusta, olivat työttömänä, hoitivat kotitaloutta tai olivat äitiyslomalla. Opiskelijoista ja koululaisista suurin osa oli lukiolaisia (24,7 prosenttia). Peruskoululaisia joukossa oli 14,8 prosenttia, ammatillisessa oppilaitoksessa opiskelevia 20,9 prosenttia, ammattikorkeakoulussa tai opistotasoisessa oppilaitoksessa opiskelevia 19,4 prosenttia ja korkeakoulussa opiskelevia 17,5 prosenttia. Loput noin 3 prosenttia vastaajista olivat työllisyyskoulutuksessa tai opiskelivat jossain muussa oppilaitoksessa.

Merkittäviä haasteita tutkijoille jo lomakkeen suunnitteluvaiheessa asetti se, että vastaavanlaista nuorten matkapuhelimen käyttöön liittyvää survey-tutkimusta ei ollut aiemmin toteutettu. Tutkijoina pidimme tutkimusta enemmän pilottihankkeena, ja näin ollen emme asettaneet sille liian suuria odotuksia. Muotoilimme lomakkeen rakenteen niin, että se olisi mahdollisimman helppo koodata ja että myös sen täyttäminen olisi helppoa. Avoimia kysymyksiä ei ollut, vaan kaikissa kysymyksissä oli valmiit vastausvaihtoehdot. Käytimme paljon yleisesti asennetutkimuksissa käytettyä Likertin asteikkoa, jossa muuttujat muodostavat valmiin järjestyksen yhdestä neljään tai viiteen vaihtoehdon portaikolla. Likert-muuttujat mahdollistavat monipuolisen analyysin, jossa monimuuttujamenetelmien käyttö on mahdollista.

Tutkimuksessani on käytetty kvantitatiivisia menetelmiä. Numeerinen aineisto koodattiin SPSS-ohjelmaan, joten myös analyysissä olen käyttänyt kyseistä sovellusta. Tutkimuksen yksi olennainen osa on tutkimuskysymyksiin sopivien menetelmien valitseminen. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa mitään yksiselitteisesti hyvää tai parasta menetelmää ei voida löytää, vaan jokaisen tutkimuskysymyksen ja –ongelman ratkaisemiseksi on löydettävä ne parhaat ja käyttökelpoisimmat keinot.

Jokaisen analyysiosion alussa olen tarkastellut ensin suoria jakaumia ja käyttänyt sen jälkeen tutkimusmenetelmänä perinteistä ristiintaulukointia pääsääntöisesti taustamuuttujien suhteen. Elaboration avulla olen pyrkinyt tarkastelemaan kolmannen muuttujan vaikutusta tutkittavaan, esimerkiksi iän vaikutusta eri viestintälaatujen valintaan peruskoulutustason mukaisesti. Faktorianalyysia olen käyttänyt matkapuhelimen käytön ulottuvuuksien selvittämiseen ja summamuuttujien muodostamiseen näistä. Sen avulla voi nopeasti löytää keskenään korreloivat ja yhdessä kokonaisuuden muodostavat muuttujat, joista voidaan rakentaa riittävän reliabiliteetin rajoissa summamuuttujia. Näiden osamittareiden avulla voidaan ilmiöistä saada tarkempaa ja luotettavampaa tietoa. Faktorianalyysia (ja pääkomponenttianalyysia) on käytetty myös aiemmissa aiheeseen liittyvissä tutkimuksissa (esim. O’Keefe & Sulanowski 1995; Leung & Wei 2000 ja Höflich & Rössler 2002), joten menetelmä sopii hyvin matkapuhelimen käytön tutkimiseen. Lisäksi olen käyttänyt myös keskiarvovertailua, T-testiä sekä yksisuuntaista varianssianalyysia etsiessäni tilastollisia eroavaisuuksia viestinnän eri ulottuvuuksien väliltä.

6. MATKAPUHELIN AJANVIETOSSA JA ARJENHALLINNASSA

Tässä luvussa tarkastelen nuorten matkaviestinnän eri ulottuvuuksia. Tarkoitukseni on selventää sitä, missä määrin nuorten matkapuhelimen käyttö jakautuu sekä affektiivisiin että toisaalta funktionaalisiin ulottuvuuksiin. Tämän jälkeen tutkin taustamuuttujien (iän, sukupuolen, asuinpaikan sekä koulutustason) vaikutusta viestinnän eri ulottuvuuksiin. Lopuksi tarkastelen vielä sitä, missä määrin affektiiviset käyttötavat (viihdekäyttö) vaikuttavat funktionaalisten käyttötapojen määrään.

6.1 Viestinnän ulottuvuudet nuorten matkapuhelimen käytössä

Nuorten keskuudesta on hankala löytää tiukkoja erityisesti hyötykäyttöön tai viihdekäyttöön suuntautuneita käyttäjäryhmiä. Aktiiviset viihdekäyttäjät käyttävät puhelintaan useimmiten myös funktionaalisesti ja toisin päin. Yleisesti nuorisotutkimuksessa 50-luvulta periytyneet Birminghamin koulukunnalle ominaiset ”kuuluu tai ei kuulu” –tyyppiset jaottelut ovat varsin arveluttavia. Jaana Lähteenmaan (2001) mukaan nuorille on tyyppillistä sukkulointi eli kuuluminen moniin ryhmiin samanaikaisesti. Ymmärrän käsitteen tutkimuksessani hyvin laajasti: nuori voi kuulua yhtä aikaa monen alakulttuurisen ryhmän jäsen, sukkuloida eri medioiden välillä tai käyttää eri medioita eri tavoin – joskus viihteellisesti, toisinaan hyvinkin hyötypainotteisesti.

Kysymyslomakkeen kohdassa 30. kysyttiin, kuinka usein henkilö käyttää matkapuhelinta seuraavien asioiden hoitoon. Siinä lueteltiin yhteensä 22 kännykän viihdekäyttöön sekä sosiaalisten suhteiden, ajan ja paikan hallintaan liittyvää asiaa. Vastausvaihtoehdot olivat rakennettu perinteisen 5-portaisen Likert-asteikon mukaisesti. Sosiaalisten suhteiden hallintaa edustivat neljä arkipäiväiseen yhteydenpitoon liittyvää asiaa, ajan hallintaa matkapuhelimen käyttö aikataulujen tarkistamiseen, herätyskellona, kalenterina, muistuttajana tärkeistä asioista sekä kellona. Paikan hallintaa taas edustivat autokyydistä tai tapaamisesta sopiminen, myöhästymisestä tai olinpaikasta ilmoittaminen ja kysyminen. Viihdekäyttöä mitattiin lisäksi yhteensä kahdeksalla kohdalla.

Faktoriansalyysin avulla saatiin määriteltyä summamuuttujat, jotka edustavat kaikkia neljää matkapuhelimen käyttöön liittyvää ulottuvuutta. Faktoriansalyysissä käytettiin Maximum likelihood –menetelmää sekä vinokulmaista Oblimin-rotaatiota. Vinokulmainen rotaatio soveltuu parhaiten nuorten matkapuhelimen käytön erittelyyn, sillä se sallii faktoreiden välisen korrelaation, mikä on erittäin tärkeää. Seuraavassa taulukossa on esitetty matkapuhelimen käyttöön liittyvien kohtien rotatoitu faktorimatriisi, joka osoittaa eri matkapuhelimen käytön ulottuvuuksien olevan toisistaan riittävän erillisiä latautuessaan neljälle eri faktorille. Viihdekäyttöä edustavaan faktoriin on latautunut yhteensä viisi eri muuttujaa, joiden arvot ovat suhteellisen korkeita (0,318-0,613). Muut faktorit edustavat kukin matkapuhelimen funktionaalista käyttöä eli ajanhallintaa, paikanhallintaa ja sosiaalisten suhteiden hallintaa. Viihdekäyttöä ja ajanhallintaa edustavissa faktoreissa kohtien ”osallistuaksesi television tai tekstiv:n chat-ohjelmiin” sekä ”herätyskellona” ottaminen mukaan oli perusteltua temaattisessa mielessä, vaikka latausten itseisarvot jäivät melko alhaisiksi (0,328 ja 0,318). Yhdessä faktorit selittävät noin 47 prosenttia alkuperäisten muuttujien hajonnasta.

Taulukko 3: Faktorianalyysi matkapuhelimen käyttöön liittyvistä väittämistä (Maximum Likelihood –menetelmä ja Oblimin-rotaatio)

	F1 Sosiaalisten suhteiden hallinta	F2 Ajan- hallinta	F3 Viihde- käyttö	F4 Paikan- hallinta
Autokyydistä sopimiseen				0,603
Tapaamisajankohdasta sopimiseen tai sen tarkistamiseen				0,619
Herätyskellona		0,328		
Kalenterina		0,931		
Asetat puhelimen muistuttamaan äänimerkillä tärkeistä asioista		0,661		
Kysyäksesi toisen tai ilmoittaaksesi oman olinpaikkasi				0,546
Ilmoittaaksesi myöhästymisestä				0,434
Pitääksesi yhteyttä kavereihisi, ystäviisi tai tuttaviasi	0,456			
Pitääksesi yhteyttä vanhempiisi tai sukulaisiisi	0,419			
Kysyäksesi tai kertoaksesi kuulumisia	0,956			
Ilahduttaaksesi ystäviäsi tai perheenjäseniäsi	0,811			
Osallistuaksesi television tai tekstiv:n chat-ohjelmiin			0,318	
Juoruiluun tai huhujen levittämiseen			0,413	
Ketjuviestien lähettämiseen			0,502	
Juoksaamiseen, huijaamiseen tai kaksimielisten juttujen kertomiseen			0,486	
Ajankuluttamiseen, hovin vuoksi			0,613	
Pelien pelaamiseen			0,490	
Ominaisarvo	5,520	1,848	1,569	1,397
Selitysosuus %	25,1	8,4	7,1	6,3

Jokaisesta faktorista muodostettiin summamuuttuja. Niiden reliabiliteettia mittaavat Cronbachin alfan arvot (sosiaalisten suhteiden hallinta 0,812, ajanhallinta 0,683, viihdekäyttö 0,693 ja paikanhallinta 0,735) olivat melko korkeita, joten summamuuttajat voitiin muodostaa. Faktoreiden teeman perusteella mukaan otetut latauksiltaan alhaiset muuttajat laskivat jonkin verran alfan arvoa viihdekäyttöä ja ajanhallintaa edustavissa mittareissa, mutta eivät kokonaisuudessaan vaikuttaneet merkittävästi tuloksiin. Muodostettujen mittarien asteikot käännettiin toisinpäin niin, että kasvava pistemäärä viittasi aktiivisempaan käyttöön kyseisessä

ulottuvuudessa. Summamuuttujien vaihteluvälit olivat 1,00-5,00 ja ne noudattivat likipitäen normaalijakaumaa. Viihdekäyttöä ja paikanhallintaa edustavat mittarit olivat selkeämmin normaalijakaumia niin, että keskellä oli runsaasti tapauksia ja laidoilla vähemmän.

Muodostuneet faktorit ovat sinänsä odotettuja. Hieman samantyyppisiä matkapuhelimen käytön ulottuvuuksia on löydetty jo paljon aiemmin lankapuhelimen käyttöä kartoittavista tutkimuksista. Esimerkiksi O'Keefe ja Sulanowski (1995) löysivät neljä eri lankapuhelimen käyttötarvetta kuvaavaa faktoria: seurallisuus (sociability), viihde (entertainment), tiedonvaihto (acquisition) ja ajanhallinta (time management). Vahvin latautunut ulottuvuus heidän tutkimuksessaan oli seurallisuus, joka vastaa tutkimuksessani sosiaalisten suhteiden hallintaa. Yllättävää oli, että viihdekäyttö (ajankuluttaminen, puhuminen muuten vain, rentoutuminen jne.) osoittautui myös erittäin vahvaksi ulottuvuudeksi ja oli kiinteästi yhteydessä seurallisuuden ulottuvuuteen. Myös tiedonvaihto ja ajanhallinta liittyivät toisiinsa ja tutkijat nimesivätkin nämä puhelimen käytön instrumentaaliseksi ulottuvuudeksi. Tutkijat havaitsivat sen, että miehet käyttivät puhelinta naisia enemmän instrumentaalisesti kun taas naisten vahva alue oli seurallisuus ja viihde. Hongkongilaisten matkapuhelimen käyttötarkoituksia kartoittaneet Leung ja Wei (2000) ovatkin nimenneet matkapuhelimen ennen kaikkea ”mielihyväpuhelimeksi”. Miehet käyttivät heidän havaintojensa mukaan matkapuhelinta paljon välineellisesti, mutta naiset, jotka viettivät puhelimen ääressä paljon aikaa, käyttivät sitä emotionaalisesti ja sosiaalisesti.

Myös iällä on huomattu olevan vaikutusta eri käyttötarpeisiin. O'Keefen ja Sulanowskin (1995) sekä myös Leungin ja Wein (2000) tutkimuksissa nuoremmat käyttivät puhelinta vanhempia useimmin viihteellisesti sekä ajanhallintaan. Iän noustessa sosiaalisuuden ja seurallisuuden aspekti vahvistui. Samantyyppisiä havaintoja on löytänyt myös Ling (2002) tutkiessaan norjalaisten matkaviestintää. Erityisesti keski-ikäisillä ja sitä vanhemmilla ihmisillä yhteydenotot liittyvät pääosin tiedonvaihtoon ja sosiaalisten suhteiden ylläpitoon. Nuorilla taas viihteellisyys korostui sosiaalisuuden ollessa kuitenkin vahvin tekijä. Nuorille aikuisille – varsinkin tytöille – tekstiviestintä oli merkittävä sosiaalisten suhteiden luomisen ja ylläpidon kenttä. Toisaalta erityisesti nuoret pojat käyttivät tekstiviestejä myös paljon tiedonvaihtoon ja –hankintaan. Kaikkiaan Lingin,

O'Keefen ja Sulanowskin sekä Leungin ja Wein (2000) havainnot tukevat hyvin omia havaintojani.

6.2 Taustamuuttujien erot ulottuvuuksissa

Naisten ja miesten summamuuttujakeskiarvot näkyvät seuraavassa taulukossa. Sukupuolten väliltä tilastollisesti merkitseviä eroja ulottuvuuksien suhteen löytyi: naiset käyttivät kännykkää miehiä enemmän viihdekäyttöön sekä sosiaalisten suhteiden hallintaan. Paikanhallinnan ulottuvuudessa sukupuolten väliset erot olivat lähinnä suuntaa-antavia: p-arvo on lähes tilastollisesti melkein merkitsevä, joten naiset näyttäisivät olevan jonkin verran aktiivisempia myös tässä ulottuvuudessa. Ajanhallinnan suhteen eroja ei löytynyt, vaikka olisi voinut olettaa miesten olevan tässä asiassa naisia aktiivisempia. Kaikkiaan oletus miesten aktiivisemmasta funktionaalista käytöstä ei saa aineistoltani tukea.

Taulukko 4 : Naisten ja miesten keskiarvot summamuuttujissa

	Naiset	Miehet	Kaikki
Paikanhallinta (p=.056)	3,69	3,53	3,63
Viihdekäyttö (p=.000)	2,10	1,75	1,96
Sosiaalisten suhteiden hallinta (p=.000)	4,46	4,03	4,29
Ajanhallinta (p=.526)	3,62	3,55	3,90

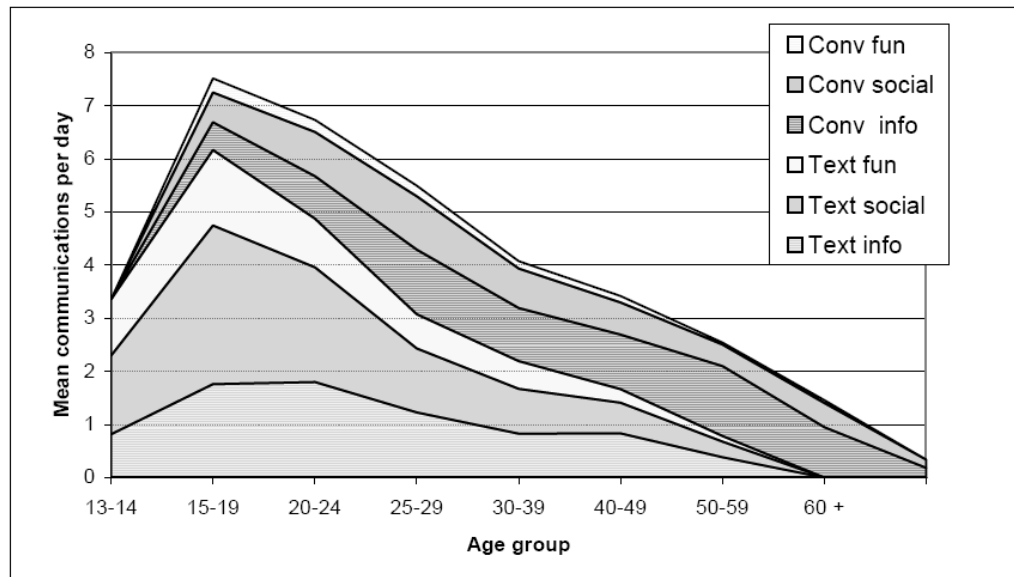
Naisten kännykän käyttö näyttäisi olevan siis enemmän viihteellistä ja välittömästi sosiaalisiin suhteisiin liittyvää kuin miesten. Tämä on varsin yleinen havainto aiheeseen liittyvissä tutkimuksissa. Höflichin ja Rösslerin (2002) tutkimuksen mukaan tytöt kyselevät poikia useimmin kuulumisia sekä lähettävät tekstiviestejä usein pelkästään huvia vuoksi. Tytöt eivät heidän mukaansa juuri koskaan hanki tietoa tekstiviestitse. Pojat sen sijaan järjestävät useimmiten tapaamisia, hankkivat tietoa ja etsivät uusia teknisiä ominaisuuksia matkapuhelimen avulla. Tutkijoiden mukaan tulokset ovat varsin ilmeisiä, vaikka saattavatkin kuulostaa varsin stereotyyppisiltä. Toisaalta esimerkiksi Ling (2002) havaitsi erityisesti nuorten poikien kunnostautuvan hauskuuttavien tekstiviestien ja ikonien lähettämisessä.

Taulukko 5: Ikäluokkien keskiarvot summamuuttujissa

	15-17- vuotiaat	18-20- vuotiaat	21-23- vuotiaat	24-26- vuotiaat	Kaikki
Sosiaalisten suhteiden hallinta (p=.002)	3,99	4,33	4,32	4,40	4,29
Ajanhallinta (p=.022)	3,32	3,65	3,79	3,51	3,59
Viihdekäyttö (p=.007)	2,03	2,14	1,91	1,82	1,96
Paikanhallinta (p=.196)	3,57	3,78	3,58	3,58	3,63

Iän suhteen tarkasteltuna nuoremmat (erityisesti 18-20-vuotiaat) käyttivät puhelinta enemmän viihteeseen, vanhemmat taas sosiaalisten suhteiden sekä ajan hallintaan. Oletus siitä, että nuoremmat ikäryhmät käyttäisivät matkapuhelinta enemmän affektiivisesti, näyttää toteutuvan. Varovaisesti arvioiden näyttäisi myös, että iän mukaan funktionaaliset käyttötarpeet kasvattavat merkitystään. Havainnot ovat esimerkiksi Lingin (2002) tutkimuksen valossa varsin odotettua, vaikka hänen tutkimuksissaan olivatkin mukana kaikki ikäryhmät. Seuraavassa kuviossa näkyvät Lingin tutkimuksessa ilmenneet puheluiden ja tekstiviestien määrät ja yhteydenottojen pääasialliset tarkoitukset ikäryhmittäin:

Kuvio 2: Soitettujen puheluiden ja lähetettyjen tekstiviestien määrät ikäryhmien ja viestinnän tarkoitusten mukaan



Lähde: Ling 2002

Lingin (2002) mukaan viihdekäytön määrä on korkeimmillaan 15-19-vuotiailla, ja lähtee sen jälkeen tasaiseen laskuun. Tosin on huomioitava, että kokonaisuudessaan viestinnän ja yhteydenottojen määrä oli tuossa ikäryhmässä kaikkein korkeimmillaan, keskimäärin 7,5 yhteydenottoa/päivä kun se esimerkiksi 20-24-vuotiailla oli 6,5 yhteydenottoa päivässä ja 25-29-vuotiailla enää 5,5 yhteydenottoa päivässä. Viihdekäytön suhteellinen osuus laskee iän kasvaessa, mutta säilyy yllättävän tasaisena lähes 40 ikävuoteen saakka. Sen sijaan tekstiviestien käyttö sosiaalisten suhteiden hoitoon vähentyy Lingin mukaan huomattavasti 15-19-vuotiaiden ikäryhmän jälkeen ja vakiintuu hieman 25-29-vuotiaiden kohdalla. Omat havaintoni ovat jossain määrin ristiriidassa Lingin tulosten kanssa. Sosiaalisten suhteiden hallinta havaintojeni mukaan kasvattaa merkitystään iän karttuessa. On huomattava kuitenkin, että Lingin tutkimuksessa mukana olivat kaikki ikäryhmät, ja tässä mielessä tulosten vertailtavuus on huono. Toisekseen muutokset viestinnän tarkoitusten suhteellisissa osuuksissa nuorten ikäryhmien kohdalla (15-19-, 20-25- ja 25-29-vuotiaat) ovat pieniä, koska myös yhteydenottojen kokonaismäärät laskevat melko nopeasti iän kasvaessa.

Taulukko 6: Asuinkuntien keskiarvot summamuuttujissa

	Helsinki	Jyväskylä	Kuusamo	Pori	Kaikki
Sosiaalisten suhteiden hallinta (p=.819)	4,30	4,23	4,28	4,33	4,29
Ajanhallinta (p=.063)	3,44	3,45	3,70	3,75	3,59
Viihdekäyttö (p=.001)	1,80	1,82	2,09	2,11	1,96
Paikanhallinta (p=.054)	3,53	3,53	3,63	3,80	3,63

Paikkakunnittain porilaiset ja kuusamolaiset käyttivät puhelintaan helsinkiläisiä ja jyväskyläläisiä enemmän viihteeseen, ja suuntaa antavasti myös ajanhallintaan sekä paikanhallintaan. Porilaisten ja kuusamolaisten viihdepainotteisuus saattaa johtua siitä, että kyseisten paikkakuntien kyselyyn osallistuneet nuoret olivat keskimäärin helsinkiläisiä ja jyväskyläläisiä nuorempia. Kyse ei liene kuitenkaan aineiston vinoumasta, vaan pikemminkin siitä, että suurehkojen opiskelupaikkakuntien kuten Helsingin ja Jyväskylän nuoret ovat keskimäärin hieman vanhempia kuin Porin tai Kuusamon nuoret.

Iän vaikutus paikkakunnittain voidaan tarkistaa elaboraation avulla. Seuraavassa taulukossa ilmenevät summamuuttujien keskiarvot ikäryhmittäin jokaiselle paikkakunnalle erikseen lueteltuina

Taulukko 7: Summamuuttujien keskiarvot asuinkuntien ja ikäryhmien mukaan

		Sosiaalisten suhteiden hallinta (p=.819)	Ajanhallinta (p=.063)	Viihdekäyttö (p=001)	Paikanhallinta (p=.054)
Helsinki	15-17-vuotiaat	3,64	2,91	1,93	3,55
	18-20-vuotiaat	4,18	3,41	2,14	3,47
	21-23-vuotiaat	4,35	3,71	1,66	3,45
	24-26-vuotiaat	4,49	3,39	1,74	3,61
	Kaikki	4,30	3,44	1,83	3,53
Jyväskylä	15-17-vuotiaat	3,87	3,33	2,09	3,33
	18-20-vuotiaat	4,38	3,55	2,24	3,75
	21-23-vuotiaat	4,31	3,63	1,81	3,47
	24-26-vuotiaat	4,23	3,29	1,83	3,56
	Kaikki	4,23	3,45	1,94	3,53
Kuusamo	15-17-vuotiaat	4,21	3,56	2,12	3,60
	18-20-vuotiaat	4,26	3,80	2,17	3,83
	21-23-vuotiaat	4,28	3,83	1,94	3,56
	24-26-vuotiaat	4,38	3,61	2,04	3,42
	Kaikki	4,28	3,70	2,09	3,63
Pori	15-17-vuotiaat	4,00	3,26	2,00	3,70
	18-20-vuotiaat	4,48	3,69	2,34	3,93
	21-23-vuotiaat	4,31	4,00	2,03	3,81
	24-26-vuotiaat	4,52	3,96	2,05	3,74
	Kaikki	4,33	3,76	2,11	3,80

Taulukon mukaan aktiivisimpia viihdekäyttäjiä ovat porilaiset 18-20-vuotiaat nuoret. Yllättävän aktiivisia siinä ovat myös 18-20-vuotiaat helsinkiläiset. Kokonaisuudessaan kahden nuorimman ikäryhmän väliset erot eri paikkakunnissa melko pieniä. Kun analyysistä jätettiin pois kaksi vanhinta ikäryhmää, ei nuorimpien ikäryhmien väliltä löytynyt paikkakunnittain tilastollisia eroja. Sen sijaan vanhempien ikäryhmien välillä erot olivat suurempia. Näyttäisi siltä, että vanhemmat kuusamolaiset ja porilaiset käyttävät puhelintaan samanikäisiä jyväskyläläisiä ja varsinkin helsinkiläisiä viihteellisemmin. Myös ajanhallinnan ulottuvuudessa vastaavat paikkakuntien väliset erot ovat varsin selkeitä.

Tällaiset erot ovat tietysti mielenkiintoisia ja saattavat johtua monistakin tekijöistä. Yksi varsin konkreettinen selittäjä voisi olla se, että porilaisten ja kuusamolaisten matkapuhelimet olivat huomattavasti uudempia kuin jyväskyläläisten ja helsinkiläisten. Porilaisen nuoren matkapuhelin oli hankittu keskimäärin noin 11 kuukautta sitten, kun helsinkiläisen nuoren matkapuhelimen ikä oli noin 17 kuukautta. Uudempi puhelin monipuolisempine ominaisuuksineen luonnollisesti tarjoaa parempia käyttömahdollisuuksia ajanhallinnassa ja viihteessä. Toinen selittävä tekijä voisi olla se, että suuremmissa kaupungeissa kiireinen elämänrytmi sallii vain tärkeimmät asiat eli puhelimella hoidetaan vain kaikki välttämättömyys. Tällöin viihdekäyttö vähenee, joskin ajanhallinta matkapuhelimen välityksellä pitäisi tällöin kasvaa.

6.3 Viihdeominaisuuksia ja ajanhallintaa

Kysymyslomakkeet viimeisellä sivulla kysyttiin matkapuhelimen viihdeominaisuuksien (kuten pelit, radio, musiikin kuuntelu, videonpätkät, nettisurffaus jne.) käytöstä. Kysymyksessä 39. kysyttiin käyttäkö henkilö näitä ominaisuuksia, ja jos käyttää niin mihin aikaan vuorokaudesta. Vaihtoehdot olivat 1) en käytä lainkaan, 2) päiväsaikaan (klo 8-16), 3) iltaisin (klo 16-22) ja öisin (klo 22-8). Noin puolet vastaajista (N=421) ilmoitti, etteivät käytä kyseisiä ominaisuuksia lainkaan. Kolmannes vastaajista ilmoitti käyttävänsä niitä iltaisin, 13 prosenttia päiväsaikaan ja muutama vastaajista myös yöaikaan. Lisäksi oli muutamia puuttuvia, jotka eivät todennäköisesti käyttäneet viihdeominaisuuksia lainkaan.

Yksisuuntaisessa varianssianalyysissä ryhmitteleväksi muuttujaksi asetettiin kyseinen viihdeominaisuuksien käyttöä mittaava muuttuja. Selitettäväksi muuttujiksi taas asetettiin faktorianalyysissä saadut neljä eri matkapuhelimen käyttöön liittyvää ulottuvuutta. Varianssit faktoreittain olivat Levenen varianssitestin mukaan viihdeominaisuuksia käyttävissä ryhmissä yhtä suuret, joten yksisuuntainen varianssianalyysi voitiin suorittaa. Analyysin perusteella näyttäisi, että ryhmien keskiarvot poikkeavat toisistaan kaikkien paitsi paikanhallinnan suhteen. Viihdekäytön osalta ero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä, mikä oli tietysti odotettua, kun ryhmittelevänä muuttujana oli nimenomaan viihdeominaisuuksien käyttöä mittaava muuttuja. Mielenkiintoista on, että

viihdeominaisuuksia käyttävät vastaajat käyttivät matkapuhelintaan enemmän myös ajanhallintaan kuin ne, jotka eivät käyttäneet lainkaan kyseisiä ominaisuuksia. Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä ($p=.019$). Myös sosiaalisten suhteiden hallinta matkapuhelimella oli viihdeominaisuuksia käyttävien keskuudessa aktiivisempaa ($p=.022$). Sen sijaan paikanhallinnan suhteen tilastollisia eroja ei löytynyt, joskin siinäkin viihdeominaisuuksia käyttävien ryhmien keskiarvot olivat korkeampia.

Näyttäisi siltä, että viihdeominaisuuksia käyttävillä nuorilla on enemmän myös funktionaalisia viestinnällisiä tarpeita. Pelkästään viihteellisesti suuntautuneita käyttäjiä ei ole, vaan nuoret käyttävät puhelinta varsin monipuolisesti tilanteiden mukaan eli sukkuloivat eri käyttötarpeiden välillä. Oksman ja Rautiainen (2000, 27-28) ovat todenneet, että nuoret käyttävät kännykkää ensisijaisesti arjen organisointiin ja erityisesti sosiaalisten suhteiden hallintaan. Tähän liittyy tilanteittain viihteellisiä muotoja, kuten humoristiset viestit, ketjuviestit ja pilapuhelut, joilla nuoret saattavat lähestyä esimerkiksi vastakkaista sukupuolta. Viihteellisyyden avulla nuoret välttävät sosiaaliin suhteisiin liittyviä riskejä, sillä lähestymisyriksen epäonnistuessa asia on helppo laittaa huumorin piikkiin.

Nuorten viestinnässä jaottelu hyötykäyttö/viihdekäyttö on ongelmallinen, sillä viihdekäyttö kytkeytyy aina välittömästi arkiseen viestintään. On oikeastaan hankala keksiä esimerkkejä nuorten arkisesta viestinnästä, jossa ei olisi viihteellisyyttä mukana. Ne, jotka käyttävät viihdeominaisuuksia harvoin tai eivät juuri koskaan, käyttävät matkapuhelinta vähemmän monipuolisesti myös funktionaalisissa – sosiaalisten suhteiden, ajan- ja paikanhallintaan liittyvissä asioissa. Kasesniemi ja Rautiainen (2001) ovat nuorten tekstiviestintää kartoittavassa tutkimuksessaan pyrkineet osoittamaan, että tekstiviesti ei ole pelkästään leikkimielinen viestintäkanava, millaiseksi esimerkiksi Timo Kopomaa (1999) on sen nimennyt, vaan että se on nuorille erittäin herkkä itseilmaisun väline, joka edelleen soveltuu henkilökohtaisiin ja perusteellisiin yhteydenottoihin. Tekstiviesti, kuten mikä tahansa muukin viestintäväline, soveltuu arkipäivän tiedontarpeen tyydyttämiseen, sosiaalisten suhteiden luontiin ja ylläpitoon sekä puhtaaseen ajanvietteeseen ja viihteeseen.

7. MOBIILI VISUAALINEN VIESTINTÄ – TYYLIKYYTTÄ JA KOKEILUN HALUA

Tutkimusasetelmassa oletettiin, että kuva- ja multimediatekniikoiden käyttö on enemmän viihteeseen ja ajanviettoon painottuvaa (affektiiviset tarpeet), kun taas puheluilla ja myös tekstiviesteillä on enemmän hyötyyn viittaavia funktioita (funktionaaliset tarpeet). Luvun alussa tarkastelen kuva- ja multimediatekniikoiden käyttöön liittyviä konteksteja ja erityisesti taustatekijöiden vaikutuksia kontekstien mukaisiin käyttötapoihin. Koska kuva- ja multimediatekniikointä sekä affektiiviset käyttötavat ovat oletukseni mukaan yhteydessä toisiinsa, yritän saada tähän tukea myös oman aineistoni pohjalta. Kuva- ja multimediatekniikoiden käyttö on vähäistä, mutta yhteys viihteeseen ja ajanviettoon on aineiston perusteella havaittavissa.

7.1 Satunnaista kuva- ja multimediatekniikointä

Eri viestintälaatuojen käyttöä mitattiin kysymyspatterilla, jossa oli mukana yhteensä kymmenen erilaista käyttökontekstia kuvaavaa väittämää. Vastaaajilla oli jokaisen väittämän kohdalla mahdollisuus valita kolmesta viestintälaadusta: puhelu, tekstiviesti tai kuva- ja multimediatekniikointi. Mittarien rakentamisessa pyrittiin huomioimaan mahdollisimman kattavasti keskeisimmät eri elämäntilanteille liittyvät matkapuhelimen käyttökontekstit, kuten ihmissuhteet, asioiden järjesteleminen ja hoitaminen, viestinnän viihteellisyys ja monipuolisuus sekä viestinnän ymmärrettävyys ja uskottavuus. Seuraavalla sivulla esitettyssä taulukossa näkyvät matkapuhelimen käyttökonteksteja mittaavien väittämien prosenttijakaumat:

Taulukko 8: Viestintälaadun valitsemien eri käyttökonteksteissa (%)

Minkä viestintätavan useimmiten valitset?

	Puhelu	Tekstiviesti	Kuva- tai multimediaviesti
Kun kyse on ihmissuhteiden hoitamisesta (N=390)	81,6	18,4	
Kun kyse on tunteiden ilmaisemisesta vastakkaiselle sukupuolelle (N=386)	46,6	51,8	1,5
Kun haluat varmistaa, että sinut ymmärretään oikein (N=402)	90,1	9,9	
Kun haluat, että sinut otetaan vakavasti (N=390)	93,4	6,6	
Kun kyse on aikataulujen järjestelimestä (N=394)	72,0	28,0	
Kun hoidat virallisia tai muuten tärkeitä asioita (N=414)	97,8	2,2	
Kun haluat viestinnältä monipuolisuutta (N=391)	62,6	23,7	13,7
Kun haluat viihdyttää itseäsi tai toista (N=390)	29,3	59,7	11,0
Kun haluat muistuttaa tärkeästä asiasta (N=385)	34,4	64,9	0,8
Kun haluat olla varma, että tieto menee perille (N=395)	91,4	8,6	

Taulukosta nähdään, että puhelu oli nuorten pääasiallinen viestintämuoto. Tekstiviestiä sen sijaan käytettiin paljon viihdyttämiseen tai asioista muistuttamiseen sekä tunteiden ilmaisuun vastakkaiselle sukupuolelle. Kuva- ja multimediaviestien käyttö näytti olevan varsin vähäistä. Kun puheluita ja tekstiviestejä käytettiin jokaisessa käyttökontekstia mittaavassa kohdassa, kuva- ja multimediaviestit viestintätapana valittiin vain neljässä niistä. Niitä käytetään lähinnä viihdyttämiseen ja myös silloin kun viestinnältä halutaan monipuolisuutta.

Kaikilla vastanneista ei kuitenkaan ollut kuva- tai multimediaviestiominaisuutta puhelimessaan: kuvaviestiominaisuus oli 81 prosentilta ja multimediaviestiominaisuus 58 prosentilla vastaajista. Joka neljäs vastaajista omisti kameralla varustetun matkapuhelimen. Seuraavassa taulukossa näkyvät kuva- ja multimediaviestien käytön jakaumat sen mukaan, minkälaiset suoran visuaalisen viestinnän mahdollistavat ominaisuudet vastaajilla on puhelimessaan:

Taulukko 9: Kuva- ja multimediaviestin valitseminen matkapuhelimen ominaisuuksien mukaan (%)

Valitsee kuva- ja multimediaviestin %	Kuvaviestit Kyllä	Multimediaviestit Kyllä	Kamera Kyllä
Kun kyse on tunteiden ilmaisemisesta vastakkaiselle sukupuolelle	1,9 (N=308)	0,9 (N=221)	
Kun haluat viestinnältä monipuolisuutta	14,8 (N=311)	18,0 (N=228)	22,4 (N=98)
Kun haluat viihdyttää itseäsi tai toista	12,9 (N=310)	14,3 (N=224)	17,5 (N=97)
Kun haluat muistuttaa tärkeästä asiasta	0,7 (N=307)		

Kamerapuhelimen omistajat eivät käyttäneet kuva- ja multimediaviestejä lainkaan ihmissuhteiden hoitamiseen tai tunteiden ilmaisuun, mikä esimerkiksi Maypole-tutkimuksessa (Mäkelä ym. 2000; Interactions 1999) sekä Koskisen ym. (2001) tutkimuksessa oli eräs keskeisimpiä langattoman kuvaviestinnän käyttökonteksteja. Kamera mahdollistaa vastavuoroisen kuvallisen viestinnän ja voisi myös tässä mielessä olla sopiva tunteiden ilmaisun väline. Sen sijaan kun viestinnältä haluttiin monipuolisuutta, kamerapuhelimen omistajat käyttivät kuva- ja multimediaviestejä jopa hieman enemmän kuin tekstiviestejä. Kuva- ja multimediaviestien käytön suhteellinen osuus ei kuitenkaan kasvanut paljoakaan matkapuhelimen ominaisuuksien lisääntyessä. Päinvastoin esimerkiksi kamerapuhelimien omistajien kohdalla potentiaaliset käyttökontekstit jäivät kahteen: kuva- tai multimediaviestejä käytettiin vain viihdyttämiseen ja silloin, kun viestinnältä haluttiin monipuolisuutta. Viestinnän monipuolisuus on määritelty tässä turhan epämääräisesti ja ehkä hieman tarkoitushakuisesti: viittahaan multimedia jo monipuolisuuteen. Toisaalta useimmille multimedia voi olla kaikkea muuta kuin monipuolisuutta, jos käyttökontekstit liittyvät tiiviisti viihteeseen ja hauskanpitoon perinteisen asioiden hoidon kuten ihmissuhteiden ylläpidon sulkeutuessa kokonaan ulkopuolelle.

7.2 Kuvallisen viestinnän käyttäjiä

Seuraavaksi ryhdyn tarkastelemaan sitä, miten vastaajien sukupuoli, ikä, asuin- ja koulutus eli niin kutsutut demografiset taustamuuttujat ovat yhteydessä kuva- ja multimediaviestien käyttöön. Ensin erittelen eri taustatekijöiden vaikutusta siihen, minkälaisilla ominaisuuksilla varustettu matkapuhelin vastaajalla on käytössään. Sen jälkeen tarkastelen eroavaisuuksia viestintämuotojen käytön osalta. Jatkuvasta syntymävuosimuuttujasta on muodostettu neljä ikäluokkaa: 15-17-vuotiaat, 18-20-vuotiaat, 21-23-vuotiaat ja 24-26-vuotiaat. Paikkakuntien erilaisista ikäjakaumista

johtuen pyrin ottamaan iän vaikutuksen analyysissäni mahdollisimman kattavasti huomioon.

7.2.1 Matkapuhelimen kehittyvät ominaisuudet

Sukupuolten osalta ei löytynyt eroja sen suhteen, millaisia suoraa visuaalista viestintää mahdollistavia ominaisuuksia vastaajilla oli kännykässään. Sen sijaan ikä näytti selittävän tilastollisesti merkitsevästi ainakin kuvaviestien ja multimediaviestien osalta sitä, oliko henkilöllä kyseisiä ominaisuuksia puhelimessaan: 15-17-vuotiaista 91,7 prosentilla oli puhelimessaan kuvaviestiominaisuus, kun taas 24-26-vuotiailla vastaajilla se oli vain 73 prosentilla ($p=.009$). Multimediaviestien osalta ero oli vastaavanlainen. Ikä ei sen sijaan näytä selittävän kamerapuhelimen yleisyyttä: eniten niitä oli 18-20-vuotiailla nuorilla (29,7 %), vähiten nuorimmalla ja vanhimmalla ikäryhmällä.

Asuinkuntien väliset erot kännykän ominaisuuksien suhteen olivat selkeitä. Yllättävästi juuri porilaiset ja kuusamolaiset nuoret omistivat uusimmat matkapuhelimet, ja näin ollen myös heidän laitteissaan oli eniten kuva- ja multimediaominaisuuksia. 88,2 prosentilla porilaisista oli puhelimessaan kuvaviestiominaisuus, kun helsinkiläisillä tämä oli vain 66 prosentilla. Kuvaviestin kohdalla tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=.000$). Myös multimediaviestiominaisuuksissa oli vastaavia, joskaan ei niin suuria eroja ($p=.034$). Kamerapuhelinten osalta ei löytynyt tilastollisesti merkitseviä eroja, vaikka porilaisilla nuorilla kamerapuhelimia oli suhteellisesti paljon enemmän kuin helsinkiläisillä (20 % ja 33 %). Asuinkuntien välinen ero selittynee osaltaan sillä, että helsinkiläisten vastaajien keski-ikä oli jonkin verran korkeampi kuin esimerkiksi kuusamolaisten (22,1 ja 20,3).

Koulutus näyttäisi myös osittain selittävän multimediaviestiominaisuuden yleisyyttä. Eniten kyseistä ominaisuutta oli henkilöillä, joilla ei ollut ammatillista koulutusta (lähinnä peruskoululaiset ja lukiolaiset 60,5 %) tai jotka opiskelivat ammatillisessa oppilaitoksessa (63,3 %). Prosenttiosuus putosi lähes puoleen, kun henkilöllä oli opistotason tutkinto tai alempi tai ylempi korkeakoulututkinto. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=.000$). Kun tarkasteltiin pelkästään tällä hetkellä opiskelevia (ei opiskelevat, työllisyyskoulutuksessa olevat sekä kohta ”muu” on koodattu puuttuviksi), havaittiin että korkeakoulussa opiskelevat

omistivat huomattavasti vähemmän multimediaviesteillä varustettuja kännyköitä kuin muut. Peruskoulussa, lukiossa, ammatillisessa oppilaitoksessa sekä ammattikorkeakoulussa opiskelevilla kyseisten ominaisuuksien osuus vaihteli 62,1 ja 66 prosentin välillä. Sen sijaan korkeakoulussa opiskelevista vain 37,5 prosenttia ilmoitti kännykässään olevan multimediaviestiominaisuuden. Tulos on tilastollisesti merkitsevä ($p=.007$). Huomattavaa on kuitenkin, että ammattikorkeakoulussa sekä korkeakoulussa opiskelevilla ”en osaa sanoa” –vastausten määrä oli melko korkea (10,2 ja 8,3 prosenttia), kun taas muilta näitä vastauksia ei juuri löytenyt. Vastaava asia huomattiin, kun tarkasteltiin multimediaominaisuuden yleisyyttä iän mukaan: 24-26-vuotiaiden ikäryhmässä kyseisten vastausten määrä oli yli 10 prosentin luokkaa, kun taas nuoremmilla 15-17-vuotiailta ”en osaa sanoa” –vastauksia ei löytenyt lainkaan. Tämä kertoo, että nuoremmat ovat enemmän kiinnostuneita näistä ominaisuuksista ja oletettavasti myös käyttävät niitä vanhempia enemmän. Vanhemmat eivät ole niin tarkkaan tietoisia saati kiinnostuneita matkapuhelimen eri ominaisuuksista.

Kamerapuhelimen omistaminen ei taas näytä olevan yhteydessä lainkaan ikään. Sen sijaan koulutustasolla näyttää olevan vaikutusta. Vailla peruskoulutusta olevat omistivat vähiten kamerapuhelimia, sen sijaan peruskoulun käyneet omistivat niitä eniten ($p=.016$). Ammattioppilaitoksessa sekä ammattikorkeakoulussa opiskelevilla niitä oli selvästi eniten (34 ja 23,7 prosentilla), kun taas peruskoulussa ja korkeakoulussa opiskelevilla vähiten (16,7 ja 10,2 prosentilla). Tulos ei ole aivan tilastollisesti merkitsevä ($p=.068$). Paljon kamerapuhelimia oli myös niillä, jotka eivät opiskelleet lainkaan (työssäkäyvät, työttömät, varusmiehet ym.). Yllättävää on se, että aineiston 18 työttömästä kahdeksalla oli kamerapuhelin. Työssäkäyvillä se oli noin 30 prosentilla ja varusmiehillä jopa 70 prosentilla. Tosin huomioitavaa on, että otoksessa oli vain yhteensä kymmenen varusmiestä. Kokonaisuudessaan kun otetaan huomioon kaikki visuaalisen viestinnän ominaisuudet, voidaan arvioida koulutuksen, opiskelupaikan sekä päätoimen olevan iän ohella merkittävä selittäjä kännykän kuvallisten viestintäominaisuuksien yleisyyttä tarkasteltaessa. Ikä ei siis kokonaan selitä kyseisten muuttujien vaihtelua.

7.2.2 Viestintälaatuojen valitseminen

Matkapuhelimen eri viestintälaatuojen käyttökonteksteja mittaava kysymyspatterin jakaumista nähtiin, että kuva- ja multimediatekstejä käytettiin oikeastaan vain kun viestinnän haluttiin olevan monipuolista ja viihdyttävää. Seuraavaksi käyn läpi tarkemmin taustatekijöiden vaikutusta kuva- ja multimediatekstiä käyttööseen. Teen tarkastelua iän, sukupuolen, asuinpaikan ja koulutustason mukaisesti. Alueellista erottelua käyn hieman tarkemmin läpi muutamien mielenkiintoisten havaintojen puitteissa.

Ikäryhmien väliset erot

Edellisessä luvussa totesin, että ikä vaikuttaa merkittävästi siihen, onko henkilöllä kuva- ja multimediaominaisuuksia matkapuhelimessaan. Oletus siitä, että kaikkein nuorimmat käyttäjät, joilla on eniten kyseisiä ominaisuuksia puhelimessaan, käyttäisivät niitä ylivoimaisesti eniten, ei ainakaan täysin toteudu. Alla olevassa taulukossa näkyy viestintälaatuojen käyttö ikäryhmittäin:

Taulukko 10: Viestintälaadun valitseminen ikäryhmittäin (%)

Kun haluat viestinnältä monipuolisuutta

	15-17- vuotiaat (N=71)	18-20- vuotiaat (N=97)	21-23- vuotiaat (N=116)	24-26- vuotiaat (N=77)
Puhelu (%)	54,9	61,2	60,9	70,2
Tekstiviesti (%)	25,4	25,5	24,5	20,2
Kuva- tai multimediateksti (%)	19,7	13,3	14,5	9,6
Yht.	100,0	100,0	100,0	100,0

Khin neliö=5,945, df=6, p=.429

Taulukon perusteella näemme, että vanhemmat ikäryhmät suosivat viestintämuotona puheluja, sen sijaan nuoremmat tekstiviestejä. Nuoremmat käyttävät myös kuva- ja multimediatekstejä vanhempia enemmän. Tulos ei ole kuitenkaan tilastollisesti merkitsevä, joten ikä ei riittävästi selitä kuva- ja multimediatekstiä käyttäen. Tulos on suunnilleen vastaava, jos ristiintaulukoidaan kysymyspatterin viihdyttämistä mittaava muuttuja iän suhteen; joskin tällöin vanhemmat ikäryhmät käyttävät nuorempia aktiivisemmin tekstiviestejä.

Sukupuolten väliset erot

Kuten edellä jo todettiin, sukupuolten välillä ei ole eroja sen suhteen, minkälaisia suoraan visuaalista viestintää mahdollistavia ominaisuuksia henkilöllä on matkapuhelimessaan. Myöskään puhelimen uutuuden suhteen ei ole sukupuolittaisia eroja: vastaajien nykyinen matkapuhelin oli hankittu keskimäärin 14,5 kuukautta sitten. Seuraava taulukko havainnollistaa sukupuolten välisiä eroja viestinnän monipuolisuutta mittaavassa kohdassa:

Taulukko 11: Viestintälaadun valitseminen sukupuolittain (%)

Kun haluat viestinnältä monipuolisuutta			
	Nainen (N=230)	Mies (N=161)	Yht. (N=246)
Puhelu	56,5	71,4	62,9
Tekstiviesti	26,7	19,3	23,8
Kuva- tai multimediaviesti	16,8	9,3	13,3
Yht.	100	100	100

Khin neliö=9,525, df=2, p=.009

Miehet näyttäisivät suosivan enemmän puheluita. 71,4 prosenttia miehistä ja 56,5 prosenttia naisista valitsi perinteisen puhelun halutessaan viestinnältä monipuolisuutta. Naiset taas käyttävät enemmän tekstiviestejä sekä kuva- ja multimediaviestejä. Naisista 26,7 prosenttia valitsee tekstiviestin ja 16,8 prosenttia valitsee kuva- tai multimediaviestien. Tulos on tilastollisesti merkitsevä ($p=.009$). Sen sijaan viihdyttämiseen käytettiin kaikkein eniten tekstiviestiä eivätkä sukupuolten väliset erot olleet niin suuria ($p=.026$): 59,5 prosenttia naisista ja 60 prosenttia miehistä valitsi tekstiviestin viihdyttämistä mittaavassa muuttujassa. Puheluiden sekä kuva- ja multimediaviestien osalta sukupuolten välinen suhteellinen jakauma oli kyseisessä muuttujassa kuitenkin lähes samanlainen.

Sukupuolten väliset erot noudattava melko hyvin esimerkiksi Kasesniemen ja Rautiaisen (2001) tutkimuksessaan tekemiä havaintoja. Heidän mukaansa tekstiviestikulttuuri on nimenomaan tyttöjen vahva alue: tekstiviestintä yhdistää oman elämän tulkinnan, myötäelämisen ja monitasoisen vuorovaikutuksen. Tytöt yhdistävät kulttuurissaan modernia yksilöllisyyttä luovaan yhteisöllisyyteen suuntautumalla elämässään pikemmin sekä/että- kuin joko/tai-asetelmiin. He kehittävät tyttökulttuurissaan myöhäismodernin yhteiskunnan edellyttämiä

sosiaalisia ja viestinnällisiä taitoja, kuten kykyä empatiaan, vuorovaikutukseen sekä itsereflektioon, joihin tekstiviesti tarjoaa välineen. (Näre & Lähteenmaa 1992, 329.) Monissa muissakin tutkimuksissa on havaittu naisten lähettävän huomattavasti enemmän tekstiviestejä ja olevan muutenkin miehiä aktiivisempia viestinnällisessä myötäelämisessä ja vuorovaikutuksessa (ks. esim. Höflich & Rössler 2002). Toisaalta esimerkiksi Lingin (2004) mukaan tekstiviestien käyttö miesten ja naisten välillä tasaantuu 25 ikävuoden kohdalla, ja sitä vanhemmat miehet lähettävät päivittäin ikäisiään naisia enemmän tekstiviestejä, joten tekstiviestiä ei voine lopullisesti luonnehtia naisten mediaksi.

Koulutustason vaikutus kuva- ja multimedaviestien käyttöön

Myös peruskoulutustasolla näyttäisi olevan vaikutusta kuva- ja multimedaviestien käyttöön. Peruskoulutustason noustessa puheluiden määrä lisääntyy, sen sijaan tekstiviestien sekä kuva- ja multimedaviestien käyttö vähenee. Peruskoulutusta vailla olevat (tällä hetkellä peruskoulussa olevat) käyttivät kuva- ja multimedaviestejä muihin verrattuna melko runsaasti. 34,6 prosenttia heistä valitsi kuva- ja multimedaviestin halutessaan viestinnältä monipuolisuutta ($p=.002$). Huomioitava on kuitenkin joukon pieni koko ($N=26$). Myös peruskoulun käyneet lähettivät huomattavasti ylioppilastutkinnon suorittaneita enemmän kuva- ja multimedaviestejä. Epäsuoraa tukea havainnolle voisi antaa Höflichin & Rösslerin (2002) tutkimus, jonka mukaan oppisopimuksella ammatin opiskelleet lähettivät enemmän tekstiviestejä kuin lukion suorittaneet. He lähettivät myös tekstiviestejä lukiolaisia enemmän pelkästään hovin vuoksi. Jos oletus kuva- ja multimedaviestien lähes pelkästään viihteellisestä käytöstä pitää paikkaansa, voisi hyvin odottaa, että myös peruskoulutustaso vaikuttaisi kuva- ja multimedaviestien käyttöön yhtäläillä kuin tekstiviestimiseenkin.

Aikaisemmin havaitsimme, että ikä ei selitä riittävästi kuva- ja multimedaviestien käyttöä. Iällä oli kuitenkin jonkin verran vaikutusta: nuoret näyttivät suosivan enemmän tekstiviestejä, vanhemmat taas puheluita. Nuoremmat käyttivät myös hieman enemmän kuva- ja multimedaviestejä. Erot eivät olleet kuitenkaan tilastollisesti merkitseviä. Elaboraation avulla voimme tarkastella kuva- ja multimedaviestien käyttöä jokaisen ikäryhmän peruskoulutustason mukaisesti:

Taulukko 12: Viestintälaadun valitseminen ikäryhmien ja peruskoulutustason mukaan (%)

Kun haluat viestinnältä monipuolisuutta

		Puhelu	Tekstiviesti	Kuva- tai multimediaviesti	Yhteensä
15-17-vuotiaat (N=71)	Ei mitään	50	12,5	37,5	100
	Peruskoulu	57,4	31,9	10,6	100
	Yhteensä	54,9	25,4	19,7	100
18-20-vuotiaat (N=98)	Ei mitään	100			100
	Peruskoulu	61,1	23,6	15,3	100
	Ylioppilastutkinto	60	32	8	100
	Yhteensä	61,2	25,5	13,3	100
21-23-vuotiaat (N=110)	Peruskoulu	51,1	31,9	17	100
	Ylioppilastutkinto	68,3	19	12,7	100
	Yhteensä	60,9	24,5	14,5	100
24-26-vuotiaat (N=113)	Ei mitään		100		100
	Peruskoulu	61	22	17,1	100
	Ylioppilastutkinto	76,1	18,3	5,6	100
	Yhteensä	69,9	20,4	9,7	100

15-17-vuotiaat: $\chi^2=8,336$, $df=2$, $p=.015$

18-20-vuotiaat: $\chi^2=1,896$, $df=4$, $p=.755$

21-23-vuotiaat: $\chi^2=3,467$, $df=2$, $p=.177$

24-26-vuotiaat: $\chi^2=8,457$, $df=4$, $p=.076$

Taulukon mukaisesti voimme nähdä, että peruskoulutustasolla on vaikutusta kuva- ja multimediaviestien käyttöön myös ikäryhmien sisällä. Erityisesti nuorimmissa ikäryhmässä vailla peruskoulutusta olevat (pääosin tällä hetkellä peruskoulussa olevat) käyttivät kuva- ja multimediaviestejä varsin paljon. Myös muissa ikäryhmissä eroja oli suuntaa-antavasti. Huomioitavaa on kuitenkin, että tyhjä solut taulukossa huonontavat jonkin verran χ^2 -testin luotettavuutta. Tästä huolimatta iän vakiointi ei poista peruskoulutustason vaikutusta, joten päätelmä peruskoulutustason vaikutuksesta kuva- ja multimediaviestien käyttöön on oikeansuuntainen.

Omat havaintoni saavat Höflichin ja Röslerin (2002) tutkimuksen lisäksi tukea Skogin (2001) havainnoilta, joiden mukaan työläisperheiden lapset ovat aktiivisempia matkapuhelimen käyttäjiä kuin ylempien luokkien pojat. Nuoret, jotka suunnittelivat akateemista uraa, omistivat vähemmän matkapuhelimia kuin ne, joiden uratavoitteet olivat alhaisempia. Hänen mukaansa työläistaustaisille nuorille matkapuhelin on muita enemmän status-symboli. (Skog 2001.) Arvioni

mukaan matkapuhelin on tärkeä symbolisen pääoman lähde nuorimmille ikäluokille ja pelkästään peruskoulun käyneille nuorille myös vanhemmissa ikäluokissa. Sen sijaan ylioppilastutkinnon suorittaneille matkapuhelin ei ole niin merkittävä sosiaalisen aseman ilmentäjä.

Alueelliset erot kuva- ja multimediatekniikassa

Aikaisemmin todettiin, että paikkakuntien väliset erot kännykän ominaisuuksien suhteen ovat varsin selkeitä. Seuraavassa taulukossa näkyvät paikkakunta-kohtaiset jakaumat:

Taulukko 13: Viestintälaadun valitseminen asuinkunnittain (%)

Kun haluat viestinnältä monipuolisuutta

	Helsinki (N=91)	Jyväskylä (N=93)	Kuusamo (N=98)	Pori (N=109)
Puhelu	68,1	63,4	59,6	60,0
Tekstiviesti	27,5	25,8	20,2	21,8
Kuva- tai multimediatekniikka	4,4	10,8	20,2	18,2
Yhteensä	100	100	100	100

Khin neliö=13,090, df=6, p=.042

Kuva- ja multimediatekniikoiden käytön osalta löytyi myös selkeitä aluekohtaisia eroja. Näyttäisi että porilaiset ja kuusamolaiset valitsevat huomattavasti useammin kuva- ja multimediatekniikkaa kuin jyväskyläläiset tai helsinkiläiset. Helsinkiläiset ja jyväskyläläiset sen sijaan suosivat muita enemmän puheluita sekä tekstiviestejä. Muilla paikkakunnilla puheluiden ja tekstiviestien osuus väheni tasaisesti kuva- ja multimediatekniikoiden käytön lisääntyessä. Erityisen paljon kuva- ja multimediatekniikoiden käyttö näyttää vähentävän tekstiviestien osuutta koko viestinnästä. Havainto alueellisista eroista kuva- ja multimediatekniikoiden käytön suhteen on mielenkiintoinen ja myötäilee jo aiemmin havaittuja eroja siitä, että kuusamolaisilla ja porilaisilla on ominaisuuksiltaan paremmat ja uudemmat matkapuhelimet. Tulosten tarkastelussa on kuitenkin kiinnitettävä huomiota vastaajien erilaisiin ikäjakaumiin paikkakunnittain. Seuraavaksi tarkastelen alueellisia eroja ikäryhmittäin hieman tarkemmin.

Kysymyslomakkeen kohdassa 27. tiedusteltiin matkapuhelimen eri ominaisuuden ja viestintälaatuojen (puhelu, tekstiviesti, kuvaviesti, multimediaviesti, WAP, valokuvaus ja videokuvaus) käyttötiheyttä. Vastausvaihtoehdot olivat perinteisen 5-portaisen Likert-asteikon mukaisia. Seuraavassa taulukossa näkyvät muuttujien suhteelliset jakaumat:

Taulukko 14: Matkapuhelimen ominaisuuksien ja viestintälaatuojen käyttö (%)

Kuinka usein käytät matkapuhelimesi ominaisuuksia?							
	Soitat puheluja	Lähetät teksti- viestejä	Lähetät kuva- viestejä	Lähetät multimedia- viestejä	Käytät WAP- palveluita	Otat valo- kuvia	Nauhoitat video- kuva
Säännöllisesti päivittäin	71,5	66,7	0,5	0,0	0,5	3,4	1,2
Säännöllisesti viikottain	23,9	25,7	2,2	2,6	3,4	7,7	2,6
Säännöllisesti harvemmin kuin viikottain	1,4	4,8	10,8	7,5	6,5	9,4	3,8
Satunnaisesti	2,9	2,4	44,1	24,3	27,3	5,0	6,5
En koskaan	0,2	0,5	42,4	65,6	62,4	74,6	85,9
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Lähes kaikki vastaajista soittivat puheluita sekä lähettivät tekstiviestejä säännöllisesti päivittäin tai viikoittain. Sen sijaan kuvaviestejä, multimediaviestejä ja WAP-palveluita käytettiin useimmiten vain satunnaisesti. Myös videokuvan nauhoittaminen oli vastaajien keskuudessa hyvin harvinaista. Huomattavaa sen sijaan on, että valokuvien ottaminen oli kuva- ja multimediaviestien lähettämistä suositumpaa: valokuvia otti säännöllisesti 20 prosenttia kaikista vastaajista ja 80 prosenttia kamerapuhelimen omistajista. Yllättävää vielä on se, että kamerapuhelimen omistajista vain reilu neljännes lähetti multimediaviestejä säännöllisesti. Tarkastelen tätä kamerapuhelimen käyttöä myöhemmin.

Aikaisemmin havaitsimme, että eri paikkakuntien välillä oli eroja kuva- ja multimediaviestien käytön suhteen. Elaboration avulla voimme tarkastella kuva- ja multimediaviestien käyttöä paikkakunnittain niin, että erot ikäjakaumissa otetaan huomioon. Seuraavassa taulukossa näkyvät kuvaviestien käyttötiheyksien keskiarvot paikkakunnittain iän suhteen vakioituna. Muuttujan asteikko on käännetty toisin päin, jolloin suurempi pisteluku viittaa aktiivisempaan käyttöön.

Taulukko 15: Kuvaviestien lähettämisen keskiarvot asuinkuntien ja ikäryhmien mukaan

Lähetät kuvaviestejä

	15-17- vuotiaat	18-20- vuotiaat	21-23- vuotiaat	24-26- vuotiaat	Kaikki
Helsinki (N=99)	1,55	1,41	1,40	1,51	1,46
Jyväskylä (N=101)	1,71	2,05	1,72	1,53	1,72
Kuusamo (N=104)	1,76	1,89	1,67	1,73	1,78
Pori (N=111)	2,17	2,10	1,78	1,91	1,97
Kaikki (N=415)	1,85	1,90	1,65	1,64	1,74

df=3, p=.000

Taulukko tukee jo aiempaa havaintoa siitä, että porilaiset ovat kaikkein aktiivisimpia kuvaviestien lähettäjiä, kun taas helsinkiläiset käyttävät niitä kaikkein vähiten. Erot näiden kahden paikkakunnan välillä ovat suuret erityisesti kahden nuoremman ikäryhmän sisällä. Taulukon perusteella näyttäisi siltä, että ikäryhmien vakioinnista huolimatta paikkakuntien väliset erot säilyvät.

Tulokset pienempien paikkakuntien nuorten isompien paikkakuntien nuorien aktiivisemmasta kuva- ja multimediatekniikoiden käytöstä ovat yllättäviä. Aikaisemmin tieto- ja viestintäteknologian alueellisia eroja on tarkastellut ainakin Juha Nurmela (1998, 85). Hänen mukaansa uuden tieto- ja viestintäteknologian varannot ovat selvästi paremmat keskusta-alueilla kuin syrjäseuduilla. Matkapuhelin oli kuitenkin jo tuolloin vallannut käyttäjäkuntaa lähes alueesta riippumatta pääkaupunkiseudun ollessa kuitenkin selkeästi kärjessä. Nurmelan uudemmassa raportissa (Nurmela (2003, 29) tekstiviestien käyttö pääkaupunkiseudulla osoittautui yleisemmäksi kuin muissa kaupungeissa tai maaseudulla. Myös muissa tutkimuksissa on todettu tekstiviestien käytön suuremmissa kaupungeissa olevan pieniä kaupunkeja yleisempää (ks. Eurescom 2000). Kuva- ja multimediatekniikoiden osalta kehitys ei kuitenkaan näytä noudattavan logiikkaa, jonka mukaan käyttö laajenee suuremmista keskuksista vähitellen muualle maahan. Viitteitä voisivat antaa Nurmelan, Parjon ja Ylitalon tulokset, joiden mukaan pääkaupunkiseudulla soittoäänien tai logojen hankinta ei ole yleisintä, vaikka innovaatioiden alueellisen leviämisen teorian perusteella voisi olettaa. ”Mobiileja makeisia”, kuten logoja ja soittoääniä hankittiin huomattavasti enemmän pienemmissä kaupungeissa ja kunnissa kuin pääkaupunkiseudulla ja suurissa kaupungeissa (yli 100 000 asukkaan

kaupungit). (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002.) Kuva- ja multimediatekniikkaa voisi luontevasti ajatella mobiileina makeisina. Mobiili makeinen ei kuulu nuoren jokapäiväisen elämän välttämättömyyksiin, mutta sen käyttöä kuvastaa tyylikkyys, ajanhenki ja useimmiten ehkä silkka kokeilunhalu.

Myös Suoranta ym. (2001, 35) löysivät alueellisia eroja tutkiessaan 8-10-vuotiaiden lasten kännykän käyttöä (N=928). Pohjoisessa (Rovaniemi, Oulu ja Kajaani) lapsilla oli useammin oma kännykkä kuin etelässä (Helsinki, Turku ja Hämeenlinna). Tutkijoiden mukaan erot saavat alkunsa vuosikymmenten takaa, jolloin uudet kannettavat NMT-puhelimet otettiin pohjoisessa heti aktiiviseen hyötykäyttöön. Pohjoiseen kehittyi vahva matkapuhelinkulttuuri, joka on nyt siirtynyt lapsille ja osittain myös pois hyötynäkökulmasta: kännykkä oli tutkimuksen mukaan lapsille ensisijaisesti pelilaitte eikä niinkään ”kommunikaattori”. Tämän perusteella voisi hyvin päätellä, että pienempien kaupunkien nuoret – joiden vanhemmat omaksuivat matkapuhelimen hyvin nopeasti hyötykäyttöön – ovat nopeasti antaneet matkapuhelimelle myös viihteellisiä merkityksiä esimerkiksi kuva- ja multimediatekniikoiden muodossa.

Päätelmieni mukaan pienempien kaupunkien, kuten Porin ja Kuusamon, aktiivisempaan kuva- ja multimediatekniikoiden käyttöön liittyy kolme selkeää syytä, joihin osaltaan myös aineistoni antaa tukea, mutta ei yksiselitteistä vastausta. Pääkaupunkiseudun kiireinen elämänrytmi sekä harrastusmahdollisuuksien ja elämänaktiiviteettien suurempi määrä vähentää kiinnostusta kuva- ja multimediatekniikoiden käyttöön. Pääkaupunkiseudulla esimerkiksi kulttuurinen harrastaminen, kuten elokuvissa, teattereissa, näyttelyissä, museoissa ja oopperoissa käyminen on odotetusti yleisempää. Myös pubeissa, baareissa ja ravintoloissa käyminen on helsinkiläisten nuorten keskuudessa aineistoni perusteella yleisempää.

Toisekseen näyttäisi siltä, että pienemmällä paikkakunnilla matkapuhelimen merkitys nuorten status-symbolina on suurempi. Matkapuhelin näyttäisi olevan symbolisen pääoman lähde paitsi kaikkein nuorimmille ikäryhmille sekä alhaisemman koulutustason suorittaneille myös pienempien paikkakuntien nuorille. Porilaisille ja kuusamolaisilla nuorilla matkapuhelimen ulkonäköön, kuten puhelimen uutuus ja ajanmukaisuus sekä tyylikkyys, viittaavat seikat ovat tärkeämpiä kuin Helsingissä ja Jyväskylässä asuville. Erot paikkakuntien välillä

ovat selkeitä, mutta muuttuvat enemmänkin suuntaa-antaviksi, kun huomioon otetaan paikkakuntien erilaiset ikäjakaumat.

Kolmas selittävä tekijä voisi liittyä pienempien kaupunkien ja syrjäseutujen isoja kaupunkeja ja pääkaupunkiseutua alhaisempaan liikkuvuuteen. Tämän perusteella nuoret käyttäisivät aktiivisemmin uusia viestintämuotoja yhteydenpidossaan, koska kulkeminen esimerkiksi ystävien luokse on hankalampaa. Tähän viittaisi ainakin se, että kuusamolaiset ja porilaiset nuoret käyttivät matkapuhelinta huomattavasti helsinkiläisiä enemmän autokyydeistä sopimiseen. Mielenkiintoista on myös, että helsinkiläiset nuoret olivat käyneet viimeisen kahden vuoden aikana keskimäärin 2,7 kertaa ulkomailla, kun taas kuusamolaiset vain 0,7 kertaa. Lisäksi helsinkiläiset olivat vaihtaneet asuntoa sekä kotikuntaa huomattavasti porilaisia ja kuusamolaisia tiheämmin. Erot pysyivät likimain vastaavanlaisina, kun ikäryhmät vakioitiin. Helsinkiläisistä lähes kolme neljästä käytti päivittäin julkisia kulkuneuvoja kulkemiseen, joten myös päivittäiset kulkuyhteydet olivat huomattavasti muita paremmat. Tässä tulemmeikin ikuiseen kiistanalaiseen kysymykseen siitä, korvaako matkapuhelin fyysisiä kontakteja vai ei. Ei varmaankaan, jos matkapuhelinta käytetään ensisijaisesti fyysisten kontaktien järjestämiseen. Fischerin (1992) lankapuhelimen käyttöä koskeneissa tutkimuksissa havaittiin, että erityisesti maaseudulla asuvat naiset olivat riippuvaisia puhelimitse välittyneestä seurallisuudesta, kunnes auto hieman myöhemmin helpotti kulkemista ja sosiaalisten kontaktien luomista. Tämän perusteella voisi väittää, että kuva- ja multimediatekstit tarjoavat porilaisille ja kuusamolaisille nuorille fyysisen liikkuvuuden puuttuessa virtuaalisen mobiliteetin (vrt. Urry 2000) mahdollisuuksia.

7.3 Kamerapuhelin – off-line -käyttöä

Tarkastelen vielä hieman tarkemmin kamerapuhelimen käyttöä, joka oikeastaan vasta mahdollistaa vastavuoroisen visuaalisen viestinnän ja jolla on ainakin potentiaalia mahdollisuuksia haastaa perinteisempiä matkaviestinnän muotoja. Aiemmat kuva- ja multimediatekstin käyttöön liittyvät tutkimukset ovat paljolti kartoittaneet juuri kamerapuhelimen tai vähintään erillisen kameran ja puhelimen yhteiskäyttöä. Aikaisemmin havaitsimme, että eniten kamerapuhelimen omistamiseen vaikuttivat peruskoulutus, opiskelupaikka ja päätoimi. Asuinkuntien osalta eniten kamerapuhelimia oli porilaisilla nuorilla, joskaan erot eivät olleet

tilastollisesti yleistettävissä. Myöskään ikäryhmien ja sukupuolten välillä ei näyttänyt olevan merkittäviä eroja.

Kysymyslomakkeen kohdan 27. jakaumien perusteella (sivu 59) nähtiin, että valokuvien ottaminen matkapuhelimella oli kuva- ja multimediaviestien lähettämistä suositumpaa: valokuvia otti säännöllisesti 20 prosenttia kaikista vastaajista ja 80 prosenttia kamerapuhelimen omistajista. Kuitenkin vain neljännes kamerapuhelimen omistajista lähetti kuvia säännöllisesti. Seuraavan taulukon jakaumiin on otettu mukaan vain kamerapuhelimen omistavat vastaajat. Molemmat muuttujat on koodattu dikotomisiksi niin, että asteikon välillä 1-3 vastaus on saanut arvon 1 (säännöllisesti) ja välillä 3-5 vastaus on saanut arvon 2 (satunnaisesti tai en koskaan).

Taulukko 16: Multimediaviestien lähettäminen ja matkapuhelimella kuvaaminen

Lähetät multimediaviestejä		Otat valokuvia	
	%		%
Säännöllisesti	27,2	Säännöllisesti	79,6
Satunnaisesti tai en koskaan	72,8	Satunnaisesti tai en koskaan	20,4
Yhteensä	100,0	Yhteensä	100,0

N=103

Näyttäisi siltä, että kuvia otetaan melko aktiivisesti, mutta niiden lähettäminen tai jakaminen verkon välityksellä on melko harvinaista. Tilastollisia eroja löytyi ainoastaan sukupuolten väliltä, sillä naiset ottivat enemmän valokuvia matkapuhelimellaan ($p=.036$). Sen sijaan multimediaviestien lähettämisen suhteen eroja ei löytynyt.

Yleisesti kamerapuhelinta käytetään enemmän perinteisen digikameran tavoin: nuoret saattavat jakaa kuvia keskenään off-line-tilassa suoraan matkapuhelimien näytöiltä, mutta verkon yli (on-line) kuvia lähetellään harvakseltaan. Tähän vaikuttanee ainakin kuva- ja multimediaviestien korkea hinta. Tutkimusajankohtana kuva- tai multimediaviestin hinta oli halvimmillaan 0,35 €/kpl, sen sijaan tekstiviesti maksoi edullisimmillaan vain 0,069 €/kpl eli yhden kuvaviestin hinnalla lähetti viisi tekstiviestiä. Kysymyslomakkeen kohdassa 38. vastaajia pyydettiin arvioimaan kuva- ja multimediaviestien kalleutta väittämällä: ”kuva- ja

multimediaviestien lähettäminen on kallista”. 70 prosenttia kamerapuhelimen omistajista oli väittämän kanssa samaa mieltä. Eri mieltä oli vain yhdeksän prosenttia vastaajista.

Kamerapuhelimen käyttöä tutkineiden Kindbergin ym. (2004, 2005) mukaan kuvia käytetään pääosin yhteisesti, jolloin kuvia jaetaan ystävien ja tuttavien kesken. Nuoret ottivat kuvia aikuisia enemmän elämysten ja kokemusten jakamiseen, jolloin he jakavat kuvia verkon välityksellä enemmän. He lähettivät kuvia lähes kaksi kertaa aikuisia enemmän. Nuoret myös arkistoivat kuvia esimerkiksi tietokoneelle hieman aikuisia harvemmin. Sukupuolittain miehet taas käyttivät kuvia naisia enemmän henkilökohtaisten tehtävien ja asioiden hoitoon.

Tulokseni tukevat Kindbergin ym. (2004, 2005) havaintoa, jonka mukaan kuvien lähettäminen verkon kautta on melko harvinaista. Heidän mukaansa vain joka viides kuva oli lähetetty puhelimesta toiseen. Kuvia katsottiin ja näytettiin suoraan puhelimesta off-line -tilassa. Korkea hinta sekä laitteiden kompleksisuus vähensivät multimediaviestien lähettämistä. Sekä Kindberg ym. (2004, 2005), että myös oman tutkimukseni perusteella näyttäisi, että kamerapuhelimen merkittävin käyttömuoto ei ole kuvan ottaminen multimediaviestä varten, vaan kameraa käytetään melko paljon muuhun, usein myös perinteisen kameran tapaan. Kamerapuhelin ei ole markkinoiden toiveista huolimatta lisännyt riittävästi uusia verkottuneen viestinnän tapoja. Aikaisemmin havaittiin, että kuva- ja multimediaviestejä käytettiin vain viihdyttämiseen ja silloin kun viestinnältä haluttiin monipuolisuutta. Nämä käyttökontekstit eivät ole siinä määrin mielekkäitä, että kuvia lähetettäisiin matkapuhelimesta toiseen. Lisäksi kamerapuhelin ei tuo matkaviestintään paljoakaan uusia viestinnällisiä elementtejä, jos verkon yli tapahtuva (on-line) kuvallinen viestintä jää näin vähäiseksi. Kokonaisuudessaan tämä havainto saattaa olla merkittävä takaisku matkapuhelinoperaattoreille, joiden liiketoiminnan tulokset ovat kiinteästi riippuvaisia verkossa tapahtuvan viestinnän määrästä.

7.4 Kuvaviestintää ja aktiivista viihtymistä

Aikaisemmin havaittiin, että kuva- ja multimediaviestit ovat ainakin jossain määrin yhteydessä viihdekäyttöön. Havaitsimme myös, että porilaisten ja kuusamolaisten nuorten matkapuhelimen käyttö oli viihteellisempää. Kyseisten paikkakuntien

nuoret käyttivät kuva- ja multimediatekstejä helsinkiläisiä ja jyvaskyläläisiä enemmän. Myös aikaisemmissa aiheeseen liittyvissä tutkimuksissa on havaittu, että suora visuaalinen viestintä kokonaisuudessaan liittyy enemmän viihteellisiin kuin funktionaalisiin käyttötapoihin. Kuva- ja multimediatekstinnällä sekä affektiivisillä käyttötavoilla näyttäisi siis olevan selkeä yhteys. Seuraavaksi tutkin tarkemmin sitä, missä määrin multimediatekstintä on yhteydessä vain viihteellisiin käyttötottumuksiin ja miten se vaikuttaa funktionaaliseen käyttöön. Tarkoituksena on siis selvittää sitä, että vähentääkö vai lisääkö multimediatekstiä käyttäminen viihdekäyttöä ja miten se taas vaikuttaa funktionaaliseen käytön määrään.

Mahdollisimman kattavan kokonaisuuden aikaansaamiseksi kysymyslomakkeen kohdan 27. visuaaliseen viestintään viittaavista muuttujista (kuva- ja multimediatekstit, valokuvaus ja videokuvaus) koodattiin dikotominen summamuuttuja: arvot 1, 2, ja 3 saivat uuden arvon 1 ja arvot 4 ja 5 saivat arvon 2. Näin muodostui kaksi ryhmää: ne jotka käyttävät matkapuhelimen visuaalista viestintää säännöllisesti päivittäin, viikoittain tai harvemmin sekä ne, jotka käyttävät niitä satunnaisesti tai eivät lainkaan. Summamuuttujan reliabiliteettia mittaava Cronbachin alfa sai melko korkean arvon 0,824.

Taulukko 17: Visuaalisen viestinnän käyttö

	N	%
Säännöllisesti	46	10,9
Satunnaisesti tai en koskaan	375	89,1
Yhteensä	421	100

Uutta mittaria käytettiin ryhmittelevänä muuttujana T-testissä. Testimuuttujiksi valittiin taas aikaisemmin faktorianalyysillä muodostetut uudet summamuuttujat: paikanhallinta, ajanhallinta, sosiaalisten suhteiden hallinta sekä viihdekäyttö. T-testillä siis vertailtiin keskiarvoja multimediaa käyttävien kahden ryhmän välillä. Ryhmien väliset erot olivat tilastollisesti erittäin merkitseviä viihdekäytössä sekä sosiaalisten suhteiden hallinnassa. Visuaalista viestintää säännöllisesti käyttävien keskiarvo viihdekäyttömittarilla oli 2,58, kun taas satunnaisesti tai ei koskaan käyttävien keskiarvo oli tasan kaksi. Sosiaalisten suhteiden hallinnassa vastaavat arvot olivat 4,7 ja 4,2. Ajanhallinnan ja paikanhallinnan suhteen erot olivat

tilastollisesti melkein merkitseviä eli varovasti voitaisiin päätellä, että myös näillä alueilla multimediaa säännöllisesti käyttävät ovat aktiivisempia.

Ryhmien välisiä eroja tutkittiin vielä tarkemmin niin, että T-testi suoritettiin jokaiselle kysymyskohdan 30. muuttujalle erikseen. Suurimmat erot olivat juuri viihdekäyttöä mittaavissa muuttujissa: ”ajan kuluttaminen huvia vuoksi”, ”juksaaminen, huijaaminen tai kaksimielisten juttujen kertominen”, ”ketjuviestien lähettäminen” sekä ”juoruilu tai huhujen levittäminen”. Kaikissa näissä ryhmien välinen ero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä eli multimediaominaisuuksia säännöllisesti käyttävät olivat huomattavasti viihteellisempiä käyttötottumuksissaan kuin ne, jotka käyttivät niitä satunnaisesti tai eivät koskaan. Sosiaalisten suhteiden hallintaa mittaavissa muuttujissa (pitääksesi yhteyttä kavereihisi, ystäviisi ja tuttavisi; pitääksesi yhteyttä vanhempiisi tai sukulaisiisi sekä kysyäksesi tai kertoaksesi kuulumisia) erot olivat vähintään tilastollisesti merkitseviä.

Visuaalista viestintää säännöllisesti käyttävien kännykän käyttö näyttäisi siis olevan huomattavasti viihteellisempää kuin niiden, jotka eivät käytä visuaalista viestintää lainkaan, joten oletus kuva- ja multimediaviestinnän viihteellisestä ulottuvuudesta toteutui. Kuitenkin myös sosiaalisten suhteiden hallinta matkapuhelimen välityksellä on visuaalista viestintää käyttäville muita tärkeämpää. Heidän viestintä näyttäisi olevan jonkin verran aktiivisempaa myös muilla matkapuhelimen käyttöön viittaavilla osa-alueilla (ajan- ja paikanhallinta). Kaikkiaan visuaalista viestintää säännöllisesti käyttävät näyttäisivät olevan aktiivisempia sekä monipuolisempia matkapuhelimen käyttäjiä kuin ne, jotka eivät käytä visuaalista viestintää lainkaan tai käyttävät sitä hyvin harvoin.

Vaikka tulokset eivät suoraan viittaa multimediaviestinnän käyttökonteksteihin, ne kuitenkin selkeästi kertovat aktiivisten käyttäjien käyttötottumuksista. Näiden tulosten perusteella on kuitenkin hankalaa täsmällisesti arvioida sitä, mistä viihteelliset käyttötottumukset saavat voimansa: multimediasta itsestään vai siitä, että multimediaviestintää säännöllisesti käyttävien käyttötottumukset ovat jo ennestään muita viihteellisempiä. Tulokset viittaisivat siihen, että multimedian käyttäjiksi valikoituu aktiivisia, monipuolisia ja kokeilunhaluisia kännykänkäyttäjiä, joiden käyttötottumukset ovat viihteellisempiä sekä enemmän sosiaalisiin suhteisiin liittyviä kuin muiden. Havainnot ovat kuitenkin alustavia ja

vaatisivat runsaasti lisätutkimuksia. Tulokset tukevat kuitenkin melko hyvin aikaisempien tutkimusten tuloksia langattomasta kuvallisesta viestinnästä, joihin on liitetty vahvasti hauskanpito sekä sosiaalisuus (ks. Koskinen, Kurvinen & Lehtonen 2001; Mäkelä ym. 2000; Interactions 199

8. YHTEENVETO

8.1 Mobiili visuaalinen viestintä – tarpeita odotellessa

Tutkimuksessa löydettiin yhteensä neljä varsin selkeää matkapuhelimen käyttötarkoitusta, jotka myös aiemmissa aiheeseen liittyvissä tutkimuksissa olivat tulleet esille. Ajan-, paikan- sekä sosiaalisten suhteiden hallintaan liittyvät käyttötarkoitukset nimettiin ensisijaisesti viestinnän funktionaaliseksi ulottuvuudeksi, viihdekäyttö affektiiviseksi ulottuvuudeksi. Oletus tyttöjen huomattavasti affektiivisemmista käyttötarpeista toteutui. Sen sijaan näyttöä siitä, että poikien matkapuhelimen käyttö olisi enemmän funktionaalista, ei saatu. Myös oletus nuorempien ikäluokkien vahvemmassa affektiivisestä suuntautumisesta osoittautui paikkaansa pitäväksi. Viihdeominaisuuksia käyttävillä nuorilla oli kuitenkin enemmän myös funktionaalisia viestinnällisiä tarpeita. Pelkästään viihteellisesti suuntautuneita käyttäjiä ei löytynyt, vaan nuoret käyttivät matkapuhelinta varsin monipuolisesti tilanteiden mukaan.

Kuva- ja multimediaviestien käyttök konteksteja kartoittavassa osuudessa nähtiin, että visuaalisten ominaisuuksien käyttö on varsin vähäistä. Käyttök kontekstit rajautuivat tilanteisiin, joissa haluttiin viihdyttää itseä tai toista sekä tilanteisiin, joissa viestinnältä haluttiin monipuolisuutta. Viestinnän monipuolisuus osoittautui kuitenkin varsin epämääräiseksi käsitteeksi ja vastaajat saattoivat ymmärtää sen eri tavoin. Koulutustasolla näytti olevan vaikutusta kuva- ja multimediaviestien käyttöön: alhaisemman koulutustason omaavat (peruskoulun käyneet) lähettivät useimmin kuva- ja multimediaviestejä kuin korkeammin kouluttautuneet

(ylioppilastutkinnon suorittaneet) myös vanhemmissa ikäryhmissä. Kaikkein mielenkiintoisimmat havainnot liittyivät alueellisiin eroihin. Kuusamolaiset ja erityisesti porilaiset nuoret olivat tutkimuksen perusteella jyvaskyläläisiä ja varsinkin helsinkiläisiä aktiivisempia kuva- ja multimediatekniikoiden käyttäjiä. Arvioni mukaan matkapuhelin on tärkeä symbolisen pääoman lähde paitsi kaikkein nuorimmille ikäryhmille (15-17-vuotiaat sekä 18-20-vuotiaat), alhaisemman koulutustason suorittaneille (vain peruskoulun suorittaneet) myös vanhemmissa ikäryhmissä sekä erityisesti pienempien paikkakuntien (Pori ja Kuusamo) nuorille. Nämä ryhmät suosivat uudempia ja kehittyneempiä matkapuhelimia sekä myös käyttävät niitä muita aktiivisemmin.

Kamerapuhelimen käyttö oli runsasta, mutta kuvien lähettäminen verkon kautta multimediateksteinä oli varsin harvinaista. Naiset ottivat enemmän kuvia matkapuhelimellaan, sen sijaan kuvien lähettämisessä multimediatekniikoiden muodossa ei ollut eroja. Yleisesti kamerapuhelinta käytetään ehkä enemmän perinteisen digikameran tavoin: nuoret saattavat jakaa kuvia keskenään ikään kuin off-line-tilassa, mutta verkon yli (on-line) kuvia lähetellään harvakseltaan. Kamerapuhelin ei näytä tuovan matkaviestintään paljoakaan uusia viestinnällisiä elementtejä, jos kun verkon yli tapahtuva (on-line) kuvallinen viestintä jää näin vähäiseksi. Kaikkiaan kamerapuhelimen käytöstä saadut havainnot koskeva ainakin matkapuhelinoperaattoreita, joiden liiketoiminnan tulokset ovat kiinteästi riippuvaisia verkossa tapahtuvan viestinnän määrästä.

8.2 Johtopäätökset

Kuvapuhelin ei ole ollut pinnalla pelkästään aikamme visioissa. Vuonna 1964 Tekniikan Maailma -lehti kertoi New Yorkin maailmannäyttelyssä esitettävästä kuvapuhelimesta (picturephone) innostuneesti:

”Tällä hetkellä ei vielä tiedetä sitä, mitkä ovat televisiopuhelimen tulevat mahdollisuudet ja käyttöalat. Todennäköisesti siitä kuitenkin ajan mittaan tulee yhtä läheisesti nykyajan ihmisen ympäristöön kuuluva laite kuin tavallinen puhelin ja televisio. Tulevaisuuden kaukopuheluihin liittyy kenties itsestään selvänä omaisen, ystävän tai liiketuttavan kasvojen

ilmeiden seuraaminen.” (Tekniikan maailma 1964 Pantzar & Repo 2003:n mukaan.)

Visio kuvapuhelimesta elää edelleen, mutta hieman toisenlaisena. Mika Pantzarin ja Petteri Repon (2003) mukaan kuvapuhelin ei tullut siinä muodossa, kun aika ajoin visioitiin. Kuvat ja videot ovat tulleet matkapuhelimiin, mutta niiden ei ole tarkoitus välittää kuvaa keskustelijoista. Kuvapuhelin syntyiikin siis mediapuhelimenä. Käyttäjä lähettää kuvan mediateoksen muodossa eikä siis suorana lähetyksenä itsestään. Mutta lähettääkö?

Kuva- ja multimediaviestinnän vähäinen määrä on ollut pettymys matkapuhelinoperaattoreille. Sen sijaan valmistajilla menee hyvin, sillä lyhyen taantuman jälkeen kamerakännyköiden kauppa käy taas kuumana: niiden myynti ylitti jo viimevuonna perinteisten digikameroiden kuukausittaisen myynnin. (ITviikko 30.3.2004). Kamerakännykälle on löytynyt käyttöä: käyttäjille sopii, että kamera on aina taskussa yllättävien hetkien ikuistamiseen. Kuvien lähettämiseen ei kuitenkaan toistaiseksi ole löytynyt tarpeita tai riittävää kiinnostusta. Koskisen (2004) visioima jatkuva visuaalinen yhteys on jäänyt lähinnä palveluntarjoajien haaveeksi. Selvää on kuitenkin, että tulevaisuuden matkapuhelin on entistä visuaalisempi väline. Huomaamme myös viihtyvämme visuaalisen sisällön äärellä, ainakin jos puhutaan perinteisemmistä medioista. On kuitenkin liioiteltua väittää, että nuoret käyttävät mitä tahansa sisältöä, kunhan siinä on vain viihdettä ja visuaalisuutta. Liioiteltu on myös Kopomaan ja Järvisen (2002) väite, että ihmiset hakevat edelleen viihteen vain toisistaan, kiusoitellen ja juoruillen.

Nuoret pitävät laitteista ja sisällöistä, jotka ovat riittävän yksinkertaisia, edullisia, mukavia ja monikäyttöisiä. Tekstiviesti täyttää nämä kaikki, sen sijaan kuva- ja multimediaviestit on ehkä hetkittäin mukava, mutta ei monikäyttöinen. Kindergin ym. (2004, 2005) tutkimuksissa ilmeni, että kuva- ja multimediaviestien korkea hinta sekä laitteiden kompleksisuus vähensivät multimediaviestien lähettämistä. Uudet laitteet ja jatkuvasti lisääntyvät ominaisuudet, joiden periaatteellinen tarkoitus on helpottaa ja yksinkertaistaa ihmisten välistä viestintää, saattavatkin lisätä kompleksisuutta ja synnyttää epävarmuutta: ihmiset eivät esimerkiksi tiedä, onko vastaanottajalla riittävän kehittynyt laite lähetettävien kuvien tarkastelemiseen. Lisäksi juuri ostettu uutuuden sileä matkapuhelin ei ole

välttämättä valmis kuva- ja multimediaominaisuuksien käyttöön. Kuvien lähettäminen ja vastaanottaminen edellyttää ”tiettyjen asetuksien” kuntoon laittamista (tämän joutui kokemaan myös juuri uuden puhelimen ostanut allekirjoittanut tutkija). Perusteltua olisi siis keskustella myös siitä, tuovatko visuaaliset ominaisuudet kännyköihin uutta lisäarvoa vai kasvattavatko ne pelkästään laitteiden sisäistä monimutkaisuutta? Voimme siis kysyä, että mitä hyötyä visuaalisista ominaisuuksista on käyttäjien näkökulmasta. Kysymystä tuskin koskaan vakavasti kohdataan, koska matkapuhelimen jatkuvan monipuolistumisen taustalla ei liene niinkään jalo ajatus konvergenssista, vaan kehitystä ohjaa pikemminkin – jälleen kerran – markkinakilpailu.

Miksi pienempien paikkakuntien nuorten, tutkimuksessani porilaisten ja kuusamolaisten viestintätavat eroavat niin merkittävästi pääkaupunkiseudulla asuvien nuorten viestintätavoista? Tutkimukseni ei anna kysymykseen yksiselitteistä vastausta, vaan heittää haasteen kysymyksen muodossa. Alueellisia eroja, jotka odottamattomasti lienevät ainakin joidenkin teorioiden vastaisia, olisi tutkittava tarkemmin. Tarkempaa tietoa saisimme ehkä haastatteleamalla nuoria. Myös kohdennetulle tilastolliselle analyysille olisi edelleen tilaa. Tutkimukseni on toiminut pikemminkin kartoittavana pilottihankkeena, kuin täsmällisenä analyysinä nuorten matkapuhelinkulttuurista. Kartoituksen perusteella olisi kiinnitettävä huomiota muutamiin keskeisiin kysymyksiin.

Aikaisemmin listasin jo kolmiosaisen arvioni alueellisten erojen syistä, joihin tutkimukseni ei anna vastausta:

- 1) pääkaupunkiseudun kiireinen elämänrytmi harrastusmahdollisuuksineen,*
- 2) matkapuhelin symbolisen pääoman lähteenä pienien kaupunkien nuorille ja*
- 3) pienempien kaupunkien nuorten rajoittunut liikkuvuus.*

Matkapuhelin voi olla nuorelle harrastus siinä missä tietotekniikka yleensä. Elämänaktiiviteettien monipuolinen kirjo suuremmissa kaupungeissa johtaa päätelmieni perusteella siihen, että matkapuhelin on enenevässä määrin välttämättömyys arjenhallinnassa, mutta vähenevässä määrin silkkä harrastusväline. Kun elämä rytmittyy aktiiviteeteilla, menettää kännykkä merkityksensä käyttäjänsä viehättävänä itsetarkoituksellisuutena. Näimme, että porilaiset ja kuusamolaiset

nuoret käyttivät matkapuhelinta paljon ajanvietteeseen. Toisaalta samansuuntaiset erot funktionaalisella ulottuvuudella olivat merkillisiä. Näiden paikkakuntien nuoret käyttivät laitteita kokonaisuudessaan aktiivisemmin. Matkapuhelin voikin olla nuorille kohtauspiste ja kybertila, josta matkustaminen ”virtuaalisesti” eri tiloihin yhtä aikaa on mahdollista. Tuossa tilassa hetkellisyys murtaa eroja päivän ja yön, viikonlopun ja viikon sekä työn ja vapaa-ajan välillä (Urry 2000). Vastaavalla tavalla matkapuhelimen käyttö ei erottele työtä ja vapaa-aikaa, ei informaatiota eikä viihdettä, ”ei funktiota eikä affektia”. Tarpeet limittyvät ja kohtaavat tuossa virtuaalisessa tilassa.

Matkapuhelin, joka niin arkisella tavalla on vanhemmille välttämätön työkalu, voi nuorille olla myös tärkeä symbolisen pääoman lähde. Usein puhutaan, kuinka matkapuhelin ei voi olla enää statussymboli, koska sellainen on jo kaikkien hallussa. Miksi ei? Matkapuhelin siinä missä auto tai yhä enemmän myös asunto, on ”väline”, jolla osoitetaan ajanmukaisuus, tyylikkyys ja erilaisuus. Kaj Ilmosen (1993, 211) mukaan tavaroihin, joilla on keskeinen paikka fyysisen olemisen ja ajattelun historiassa, liitetään vahvoja tunnelatauksia. Näin myös ”vanhanaikainen” matkapuhelin voi olla tietoinen valinta jopa osana ekoajattelua ja pyrkimystä pysäyttää jatkuva kulutus (Kasesniemi & Rautiainen 2001, 189). Urbaani erottautuminen voisi tällöin olla tietoista epämuodikkouden valitsemista, valtavirran vastustamista ekologian ja nostalgian sävyttämässä diskurssissa.

Korvaako matkapuhelin fyysisiä yhteyksiä? Kuusamolaiset ja porilaiset nuoret, joiden fyysinen liikkuminen (julkisten kulkuneuvojen käyttö, matkustelu ulkomaille ja muuttaminen) oli huomattavasti helsinkiläisiä vähäisempää, käyttivät enemmän kuva- ja multimediatekstejä. Visuaalinen matkapuhelin saattaisi tämän päättelyn perusteella tarjota aivan uudenlaisia virtuaalisen matkustelun mahdollisuuksia. Taustalla ei ole yleinen uskomus tai kiistanalainen kysymys siitä, että tieto- ja viestintätekniikka vähentäisi fyysistä liikkumista, vaan pikemminkin ajatus siitä, että rajoittunut fyysinen liikkuminen avaisi uusia virtuaalisen liikkumisen mahdollisuuksia. Matkapuhelin voisi tällöin olla paitsi työkalu fyysisen matkustelun järjestämiseen niin myös harrastuksenomainen leikkikalua virtuaalisen matkustelun puitteissa.

Aluekohtaisten erojen perusteella kuva- ja multimediaspalvelujen tuotannossa ja markkinoinnissa olisi panostettava entistä enemmän pienten kaupunkien ja mahdollisesti myös syrjäseutujen mahdollisuuksiin käyttää erilaisia multimediaspalveluja ja –sisältöjä. Näiden alueiden nuorilla olisi mahdollisesti suuria kaupunkeja enemmän kiinnostusta ja varantoja uusiin palveluihin. Tällä hetkellä kuitenkin esimerkiksi alueelliset erot nykyisen GSM-verkon kuuluvuudessa ovat suuria: kuuluvuusongelmia on paljon Kainuussa. Myös kolmannen sukupolven matkapuhelinverkot rakennettaneen ensin suuriin kaupunkeihin ja myöhemmin vasta pienempiin keskuksiin. Kuitenkin kaikkein nopeimmat uusien palvelujen ”omaksijat” lienevät kuitenkin pienempien paikkakuntien nuoria, joiden asenteet uutta mobiiliteknologiaa kohtaan ovat muita suopeampia. Aihe vaatisi runsaasti lisätutkimusta.

LÄHTEET

- Alakulju, Lotta & Kattainen, Johanna (2002): Kännykkä orjana vai kännykän orjana. Nuoret aikuiset kännykän käyttäjinä. Julkaisussa *Tiedotustutkimus*. 25 (3), s. 79-83.
- Coogan, Kaisa & Kangas, Sonja (2001): *Nuoret ja kommunikaatioakrobatia. 16-18-vuotiaiden kännykkä ja internetkulttuurit*. Nuorisotutkimusverkosto ja Elisa Communications. Saatavilla: <http://www.alli.fi/nuorisotutkimus/julkaisut>. [Viitattu 26.4.2005].
- Drotner, Kirsten (2000): Difference and Diversity: Trends in Young Danes' Media Uses. Julkaisussa *Media, Culture & Society*. 22 (2). London: Sage, s. 149-166.
- Eriksson, Päivi & Vehviläinen, Marja (1999): *Tietoyhteiskunta seisakkeella. Teknologia, strategiat ja paikalliset tulkinnat*. Jyväskylä: Sophi.
- Ermi, Laura; Heliö, Satu & Mäyrä, Frans (2004): *Pelien voima ja pelaamisen hallinta - Lapset ja nuoret pelikulttuurien toimijoina*. Hypermedialaboratorion verkkojulkaisuja 6. Tampere: Tampere University Press. Saatavilla myös <http://tampub.uta.fi/tup/951-44-5939-3.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Ermi, Laura & Mäyrä, Frans (2003): Mikä nuoria peleissä viehättää? Teoksessa Kangas S., Kuure T. (toim.) *Teknologisoituva nuoruus*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura, s. 98-105.
- Eurescom (2000): *Use of SMS (1) in Europe*. Saatavilla: http://www.eurescom.de/~ftproot/web-deliverables/public/P900-series/P903/sms_use/w1-sms.html. [Viitattu 16.10.2005].
- Fischer, Claude S. (1992): *America Calling. A Social History of the Telephone to 1940*. Berkeley: University of California Press.
- Fortunati & Manganelli (2002): Young People and the Mobile Phone. Julkaisussa Lorente, S (Toim.) *Revista de Estudios de Juventud*, s. 59-78. Saatavilla <http://www.mtas.es/injuve/biblio/revistas/Pdfs/numero57ingles.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Fornäs, Johan (1998): Digital borderlands: Identity and interactivity in culture, media and communications. Julkaisussa *Nordicom Review*, (19):1. Göteborg, s. 27-38.
- Green, Nicola (2002): Outwardly Mobile. Young People and Mobile Technologies. Teoksessa Katz, J. E. (Toim.). *Machines that become us: The social context of personal communication technology*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, s. 201-218.
- Haraway, Donna J. (1991): *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. London: Free Association Books.

- Heinonen, Sirkka (2003a): Nuoret teknokulttuurin luojina ja uhreina. Teoksessa Kangas S., Kuure T. (toim.) *Teknologisoituva nuoruus*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura, s. 106-116.
- Heinonen, Sirkka & Hietanen, Olli & Kiiskilä, Kati & Koskinen, Laura (2003b): *Kestääkö tietoyhteiskunta? Käsitemallia ja alustavia arvioita*. Suomen ympäristö 603. Helsinki: Ympäristöministeriö.
- Herkman, Juha (2002a): *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, Juha (2002b): Konvergenssi. Verkkojulkaisussa *Mediumi* 1.3. Saatavilla: <http://www.mcult.net/mediumi>. [Viitattu 26.4.2005].
- Hintikka, Kari A. (1996): Uusi media – viestintäkanava ja ympäristö. Teoksessa Tarkka M., Hintikka K. A., Mäkelä A. (toim.) *Johdatus uuteen mediaan*. Helsinki: Edita, s. 2-18.
- Hoikkala, Tommi & Roos, J.P. (2000): Onko 2000-luku elämänpolitiikan vuosituhat? Teoksessa *2000-luvun elämä. Sosiologisia teorioita vuosituhatvuosien vaihteesta*. Tampere: Gaudeamus.
- Huizinga, Johan (1967): *Leikkivä ihminen: yritys kulttuurin leikkiaineeksi määrittämiseksi*. Helsinki: WSOY.
- Höflich & Rössler (2002): More Than JUST a Telephone: The Mobile Phone and Use of the Short Message Service (SMS) by German Adolescents: Results of a Pilot Study. Julkaisussa Lorente, S (toim.) *Revista de Estudios de Juventud*, s. 79-99. Saatavilla <http://www.mtas.es/injuve/biblio/revistas/Pdfs/numero57ingles.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Ilmonen, Kaj (1993): *Tavaroiden taikamaailma. Sosiologinen avaus kulutukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Ilta-lehti 9.3.2005.
- Interactions (1999): Teemanumero. The Digital Hug. Families Keeping in Touch. *New Visions of Human-Computer Interaction*. 6 (6). New York: ACM Press.
- Ito, Mizuko (2005): Mobile Phones, Japanese Youth, and the Re-Placement of Social Contact. Teoksessa Ling, R., & Pedersen, P. E. (toim.). *Mobile Communications: Re-Negotiation of the Social Sphere*. Surrey, UK: Springer. Saatavilla myös <http://www.itofisher.com/mito/archives/mobileyouth.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- ITviikko 30.3.2004.
- Järvinen, Aki (1999): *Hyperteoria – lähtökohtia digitaalisen kulttuurin tutkimukselle*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston nykykulttuurin tutkimusyksikkö.

- Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka (1999): Kulttuuri muodonmuutosten ajalla. Teoksessa Järvinen A., Mäyrä I. (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino, s. 7-26.
- Kasesniemi, Eija-Liisa; Rautiainen, Pirjo (2001): *Kännyssä piilevät sanomat. Nuoret, väline ja viesti*. Tampere: Tampere University Press.
- Kasesniemi, Eija-Liisa (2002): *Liikkuva tieto, mobiilit tunteet. Internet ja kirjoitettu yksityisviestintä matkapuhelimessa*. Alustus Turun yliopiston mediatutkimuspäivillä 1.-2.2.2002. Saatavilla: <http://www.hum.utu.fi/mediatutkimus/paivat/kases.html>. [Viitattu 26.4.2005].
- Kasesniemi, Eija-Liisa; Ahonen, Ari; Kymäläinen, Tiina & Virtanen, Tytti (2003): *Elävän mobiilikuvan ensi tallenteet. Käyttäjien kokemuksia videoviestinnästä*. VTT tiedotteita. Tampere: VTT Tietotekniikka.
- Kasvio, Antti (2001): Yhteenveto: lapset, tietoyhteiskunta ja tutkimus. Teoksessa *Lasten tietoyhteiskunta* (toim. Kangassalo & Suoranta). Tampere: Tampere University Press, s. 241-253.
- Kindberg, Tim; Spasojevic, Mirjana, Fleck, Rowanne & Sellen, Abigail (2004): *How and Why People Use Camera Phones*. Bristol: HP Laboratories. Saatavilla <http://www.hpl.hp.com/techreports/2004/HPL-2004-216.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Kindberg, Tim; Spasojevic, Mirjana, Fleck, Rowanne & Sellen, Abigail (2005): The Ubiquitous Camera. An In-Depth Study of Camera Phone Use. Julkaisussa *IEEE Pervasive Computing*. 4 (2), s. 42-50.
- Kirriemuir, John (2002): The Relevance of Video Games and Gaming Consoles to the Higher and Further Education Learning Experience. *JISC Techwatch report 2002*. Saatavilla http://www.jisc.ac.uk/uploaded_documents/tsw_02-01.rtf. [Viitattu 7.10.2005].
- Kopomaa, Timo (2000): *Kännykkäyhteiskunnan synty*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kopomaa, Timo & Järvinen, Aki (2002): Tuotteistettu vuorovaikutus. Verkkojulkaisussa *Mediumi* 1.1. Pääkirjoitus. Saatavilla <http://www.mcult.net/mediumi>. [Viitattu 26.4.2005].
- Korhonen, Teppo (1999): Tekniikkaa, taidetta ja taikauskoa. Kirjoituksia aineellisesta kansankulttuurista. Helsinki: SKS.
- Koskinen, Ilpo; Kurvinen, Esko; Lehtonen Turo-Kimmo (2002): *Mobile Image*. Helsinki: IT-press/Edita.
- Koskinen, Ilpo (2004). Seeing with Mobile Images: Towards Perpetual Visual Contact. The Global and the Local in Mobile Communication: Places, Images, People, Connections. *COMMUNICATIONS IN THE 21ST CENTURY*. [Http://www.fil.hu/mobil/2004](http://www.fil.hu/mobil/2004). [Viitattu 16.11.2005].

- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (1996): *Reading Images*. T Grammar of Visual Design. London & New York:Routledge.
- Kurvinen, Esko (2003): Only When Miss Universe Snatches Me: Teasing in MMS Messaging. Julkaistu: *Proceedings of Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces*. 23-26 June, Pittsburgh: ACM. Saatavilla <http://smart.uiah.fi/home/kurvinen-dppi03.pdf> . [Viitattu 7.10.2005].
- LaRose, Robert (2002): Understanding Personal Telephone Behaviour. Teoksessa Sawhney H. & Barnett G. (Toim.) *Progress in Communication Science*. Vol. 15: Advances in Telecommunication Theory and Research. Norwood: Ablex. Saatavilla myös <http://info.tc.msu.edu/faculty/larose/html/fonbehav.html>. [Viitattu 7.10.2005].
- Lehtonen, Mikko (1998): Merkitysten maailma. Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Tampere: Vastapaino.
- Leung, Louis & Wei, Ran (2000): More Than Just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone. Julkaisussa *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 77 (2), s. 308-320.
- Ling, Rich & Yttri, Birgitte (1999): “*Nobody Sits at Home and Waits for the Telephone to Ring*” *Micro and Hyper-coordination through the Use of the Mobile Telephone*. Report 30/99. Norway: Telenor Research & Dev. Saatavilla <http://www.telenor.no/fou/program/nomadiske/articles/08.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Ling, Rich; Yttri Birgitte (2002): Hyper-coordination via mobile phones in Norway. Teoksessa J. Katz & M. Aakhus (toim.). *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, s. 139-169.
- Ling, Rich (2002): Adolescent Girls and Young Adult Men: Two Sub-Cultures of the Mobile Telephone. Julkaisussa Lorente, S (Toim.) *Revista de Estudios de Juventud*. s. 59-78. Saatavilla <http://www.mtas.es/injuve/biblio/revistas/Pdfs/numero57ingles.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Ling, Rich (2004): “I have a free telephone so I don't bother to send SMS, I call:” The Gendered Use of SMS Among Adults in Intact and Divorced Families. Teoksessa Höfflich J. (Toim.). *Qualitative Analysis of Mobile Communication*. University of Erfurt. Saatavilla myös <http://www.richardling.com/papers>. [Viitattu 7.10.2005].
- Lähteenmaa, Jaana (2000): *Myöhäismoderni nuorisokulttuuri. Tulkintoja ryhmistä ja ryhmiin kuulumisen ulottuvuuksista*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.
- May, Harvey & Hearn, Greg (2005): The Mobile Phone as Media. Julkaisussa *International Journal of Cultural Studies*. 8 (2). London: SAGE, s. 195–211.
- McLuhan, Marshall (1984): *Ihmisen uudet ulottuvuudet*. Juva: WSOY.

- McQuail & Gurevitch (1974): Explaining Audience Behavior: Three Approaches Considered. Teoksessa Blumler, J. ja Katz, E. (toim.): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, s. 287–301.
- Mobiilipalvelumarkkinat Suomessa 2004. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 34/2004. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö. Saatavilla: <http://www.mintc.fi/julkaisut>. [Viitattu 20.10.2005].
- Mustonen, Kari (2003): *Mihin rehtoria tarvitaan?* Rehtorin tehtävät ja niiden toteutuminen Pohjois-Savon yleissivistävissä kouluissa. Kasvatustieteen väitöskirja. Oulu: Oulun yliopisto.
- Mäenpää, Pasi (2003): Mitä nuoret edellä... Teoksessa Kangas S., Kuure T. (toim.) *Teknologisoituva nuoruus*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura, s. 128-131.
- Mäkelä, Anu; Giller, Verena; Tscheligi, Manfred & Sefelin, Reinhard (2000): Joking, Storytelling, Artsharing, Expressing Affection: A Field Trial of How Children and Their Social Network Communicate with Digital Images in Leisure Time. Julkaisussa *Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM Press, s. 548-555.
- Mäyrä, Frans (2005): Pelien ja elämysten tietoyhteiskunta? Tietoyhteiskuntakäsitteen arkipäivästä. Teoksessa Kasvio, A., Inkinen T., Liikala H. (toim.) *Tietoyhteiskunta, myytit ja todellisuus*, s. 327-346.
- Nieminen, Hannu (1999): Lupaus median konvergenssista. Raportti vuosituhanteen vaihteen tilanteesta. *Tiedotustutkimus* 22 (4), s. 4-21.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004): *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Lokikirjat.
- Nurmela, Juha (1998): *Valikoiko uusi tieto- ja viestintäteknikka käyttäjänsä?* Katsauksia 1998/1. Helsinki: Tilastokeskus.
- Nurmela, Juha (2000): Matkapuhelin ja tietokone suomalaisten arjessa. *Suomalaiset ja tuleva tietoyhteiskunta –tutkimushankkeen raportti*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Nurmela, Juha; Parjo, Lea & Ylitalo, Marko (2002): *Suuri muutto tietoyhteiskuntaan. Tieto- ja viestintäteknikan käytön yleistymisen vuosina 1996-2002*. Katsauksia 2002/4 Helsinki: Tilastokeskus.
- Nurmela, Juha & Ylitalo, Marko (2003): *Tietoyhteiskunnan kehkeytyminen. Suomalaisten tietoyhteiskuntavalmiuksien ja –asenteiden muutokset 1996-2002*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Näre, Sari & Lähteenmaa, Jaana (1992): Moderni suomalainen tyttöys: altruistista individualismia. Teoksessa Näre S. & Lähteenmaa J. (toim.) *Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa*. Helsinki: SKS.

- O'Keefe & Sulanowski (1995): More Than Just Talk: Uses, Gratifications, and the Telephon. Julkaisussa *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 72 (4), s. 922-933.
- Oksman, Virpi & Rautiainen, Pirjo (2001): ”Se on sitä nykypäivää”. Matkaviestintä lasten ja nuorten tietoyhteiskuntana. Teoksessa Kangassalo M. & Suoranta J. (toim.) *Lasten tietoyhteiskunta*. Tampere: Tampere University Press.
- Oksman, Virpi & Rautiainen, Pirjo (2002a): I've got my whole life in my hand. Julkaisussa Lorente, S (Toim.) *Revista de Estudios de Juventud*. s. 25-32. Saatavilla <http://www.mtas.es/injuve/biblio/revistas/Pdfs/numero57ingles.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Oksman, Virpi & Rautiainen, Pirjo (2002b): "Perhaps It is a Body Part": How the Mobile Phone Became an Organic Part of the Everyday Lives of Finnish Children and Teenagers. Teoksessa Katz, J. E. (toim.). *Machines that become us: The social context of personal communication technology*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, s. 293-310.
- Pantzar, Mika (1996): *Kuinka teknologia kesytetään. Kulutuksen tieteestä kulutuksen taiteeseen*. Helsinki: Tammi.
- Pantzar, Mika (2000): *Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita keksimässä*. Helsinki: Otava.
- Pantzar, Mika & Repo, Petteri (2003): Mediakännykkä ajoi kuvapuhelimen ohi. Verkkojulkaisussa *Mediumi* 1.3. Saatavilla: <http://www.mcult.net/mediumi>. [Viitattu 16.10.2005].
- Rifkin, Jeremy (2000): *The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism Where All Life is A Paid-For Experience*. New York: Tarcher/Putnam.
- Ritzer, George (2002): *The McDonaldization of society*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Roos, J.P. (1993): Sociology of Cellular Telephone: The Nordic Model (300 000 Yuppies? Mobile Phones in Finland). Julkaisussa *Telecommunications policy*. 17 (6). Saatavilla myös <http://www.valt.helsinki.fi/staff/jproos>. [Viitattu 7.10.2005].
- Roos, J.P. (1999): *Miksi Suomi on johtava matkapuhelinmaa?* Helsingin yliopisto, Valtiotieteellinen tiedekunta. Saatavilla <http://www.valt.helsinki.fi/staff/jproos>. [Viitattu 7.10.2005].
- Sayre, Shay & King, Cynthia (2003): *Entertainment and society. Audiences, trends, and impacts*. Thousand Oaks: Sage.

- Scifo, Barbara (2005): The Domestication of Camera-Phone and MMS Communication. The Early Experiences of Young Italians. Teoksessa Nyíri K (toim.). *A Sense of Place The Global and the Local in Mobile Communication*. Vienna: Passagen Verlag, s. 363-373.
- Skog, Berit (2002): Mobiles and the Norwegian Teen: Identity, Gender and Class. Teoksessa J. Katz & M. Aakhus (toim.) *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, s. 255-273.
- Soronen, Anne (2002): Kännyssä piilevä kamera. Verkkojulkaisussa *Mediumi* 1.1. Saatavilla:<http://www.mcult.net/mediumi/article.html>. [Viitattu 26.4.2005].
- Suoninen, Annika (2004): *Mediakielitaidon jäljillä. Lapset ja nuoret valikoivina mediankäyttäjinä*. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 81. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston nykykulttuurin tutkimusyksikkö.
- Suoranta, Juha; Lehtimäki, Hanna & Hakulinen, Sampsa (2001): *Lapset tietoyhteiskunnan toimijoina*. Tietoyhteiskunnan tutkimuskeskuksen työraportteja 16/2001. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Taylor, Alexander S. & Harper, Richard (2001): The Gift of the Gab? A Design Oriented Sociology of Young People's use of 'MobilZe!'. Julkaisussa *Journal of Computer Supported Co-operative Work*, 12 (3), s. 267-296. Saatavilla <http://www.surrey.ac.uk/dwrc/Publications/index.html>. [Viitattu 7.10.2005].
- Taylor, Alexander S. & Harper, Richard (2002): *Age-Old Practices in the 'New World': A Study of Gift-Giving between Teenage mobile Phone Users*. CHI 2002, Minneapolis. Saatavilla <http://www.surrey.ac.uk/dwrc/Publications/index.html>. [Viitattu 7.10.2005].
- Urry, John (2000): *Sociology Beyond Societies. Mobilities for the Twenty First Century*. London: Routledge.
- Uusi sivistyssanakirja (1994): Vornanen, Rauni & Aikio, Annukka (toim.) Helsinki: Otava.
- Weilenmann, Alexandra & Larsson, Catrine (2000): *Collaborative Use of Mobile Telephones: A Field Study of Swedish Teenagers*. Stockholm: NordiCHI 2000. Saatavilla <http://www.comlab.hut.fi/opetus/040/weilenmann.pdf>. [Viitattu 7.10.2005].
- Weilenmann, Alexandra & Larsson, Catrine (2001): Local Use and Sharing of Mobile Phones. Teoksessa Brown B., Green N. & Harper R. (Toim.) *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*. New York: Springer-Verlag, s. 99-115.



1934 2004
JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Yhteiskuntapolitiikka
Mattilanniemi, PL 35
40014 Jyväskylän yliopisto

Arvoisa vastaanottaja

Jyväskylän yliopiston yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitoksella selvitetään suomalaisten nuorten tapoja käyttää matkapuhelinta. Pyydämme Sinua täyttämään oheisen kyselylomakkeen, jolla keräämme tietoja matkapuhelimen käyttötottumuksista ja puhelimen vaikutuksesta elämänlaatuun.

Lomake on suunniteltu siten, että vastaaminen siihen olisi mahdollisimman vaivatonta. Vastaajien nimi- ja yhteystietoja ei tulla käsittelemään tutkimuksen missään vaiheessa ja vastaukset ovat ehdottoman luottamuksellisia. Tutkimusaineisto kerätään satunnaisotannalla neljältä eri paikkakunnalta: Helsingistä, Jyväskylästä, Kuusamosta ja Porista. Kohderyhmän muodostavat 15–25-vuotiaat suomenkieliset nuoret.

Palauttamalla oheisen lomakkeen **25.3.2005** mennessä osallistut **Nokia 7610 kamerapuhelimen arvontaan**. Lisätietoja kyselystä saat tutkijoilta.



Kiitos vastauksestasi!

Jyväskylässä 4.3.2005

Sakari Taipale
YTM, tutkija
p. 014 260 3105
e-mail saktaipa@yfi.jyu.fi

Timo Mäntylä
Yht.yo.
e-mail tiheaman@cc.jyu.fi

Tutkimusta rahoittavat:
Jyväskylän yliopisto
HPY:n tutkimussäätiö
Nokia Research Center

Osoitetiedot:
Väestörekisterijärjestelmä
Väestörekisterikeskus
PL 70, 00581 HELSINKI

Tässä lomakkeessa on kysymyksiä, jotka koskevat matkapuhelimen käyttöä. Vastaukset ovat ehdottoman luottamuksellisia, eikä nimi- ja yhteystietoja käsitellä tutkimuksen missään vaiheessa.

1. **Sukupuolesi** (rengasta oikea vaihtoehto)
 - 1 nainen
 - 2 mies

2. **Syntymävuotesi** (täydennä vuosiluku) 19_____

3. **Asuinkuntasi**
 - 1 Helsinki
 - 2 Jyväskylä
 - 3 Kuusamo
 - 4 Pori

4. **Siviilisäätysi**
 - 1 avioliitossa
 - 2 avoliitossa
 - 3 naimaton
 - 4 asumuserossa tai eronnut
 - 5 leski

5. **Onko sinulla omia lapsia?**
 - 1 ei
 - 2 kyllä, kuinka monta? _____

6. **Asumismuotosi tällä hetkellä** (rengasta vain yksi vaihtoehto)
 - 1 vanhempieni luona (joko toisen tai molempien)
 - 2 vuokralla (opiskelija-asuntolassa, yksityisessä vuokra-asunnossa tms.)
 - 3 asumis-oikeusasunnossa
 - 4 omassa omistusasunnossa
 - 5 muu, mikä? _____

7. **Minkä peruskoulutustason olet suorittanut?** (rengasta vain jo suorittamasi ylin taso)
 - 1 en mitään
 - 2 peruskoulun
 - 3 ylioppilastutkinnon

8. **Mikä on ammattikoulutuksesi?** (rengasta vain jo suorittamasi ylin taso)
 - 1 ei ammatillista koulutusta
 - 2 ammattikoulu
 - 3 opistotason tutkinto
 - 4 alempi korkeakoulututkinto (esim. AMK, kandidaatti)
 - 5 yliopisto- tai muu ylempi korkeakoulututkinto (esim. maisteri, diplomi-insinööri, ekonomi)
 - 6 muu, mikä? _____

9. Opiskeletko tai käytkö parhaillaan koulua? (rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 en opiskele
- 2 peruskoulussa
- 3 lukiossa
- 4 ammatillisessa oppilaitoksessa
- 5 kansanopistossa tai vastaavassa
- 6 ammattikorkeakoulussa tai opistotasoisessa oppilaitoksessa
- 7 korkeakoulussa
- 8 työllisyyskoulutuksessa
- 9 muu, mikä? _____

10. Päätoimesi tällä hetkellä (rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 opiskelija tai koululainen
- 2 varusmies
- 3 työssä (tai tilapäisesti poissa työsuhteen jatkuessa)
- 4 työtön tai lomautettu palkatta
- 5 hoidan omaa kotitaloutta
- 6 muu, mikä? _____

11. Vanhempiesi ammattikoulutus (rengasta molempien osalta vain ylin suoritettu taso)

Äitisi

- 1 ei ammatillista koulutusta
- 2 ammattikoulu
- 3 opistotason tutkinto
- 4 alempi korkeakoulututkinto
- 5 yliopisto- tai muu ylempi korkeakoulututkinto
- 6 muu, mikä? _____
- 7 en tiedä

Isäsi

- 1 ei ammatillista koulutusta
- 2 ammattikoulu
- 3 opistotason tutkinto
- 4 alempi korkeakoulututkinto
- 5 yliopisto- tai muu ylempi korkeakoulututkinto
- 6 muu, mikä? _____
- 7 en tiedä

12. Onko taloudessa, jossa asut (rengasta sopivat vaihtoehdot)

	kyllä	ei
a) lankapuhelinliittymä	1	2
b) tietokone	1	2
c) Internet-liittymä	1	2
d) mahdollisuus käyttää sähköpostia	1	2
e) televisio	1	2
f) videonauhuri	1	2
g) dvd-soitin	1	2

13. Milloin hankit tai sait ensimmäisen matkapuhelimesi? _____ vuotta sitten

14. Montako matkapuhelinta sinulla on ollut elämäsi aikana? _____ kpl
(Huomioi kaikki puhelimet, myös lahjaksi tai esim. työnantajalta saadut)

15. Milloin hankit tai sait nykyisen matkapuhelimesi? _____ vuotta _____ kk sitten

16. Onko nykyisessä matkapuhelimessasi seuraavia ominaisuuksia? (rengasta sopivat vaihtoehdot)

	kyllä	ei	en osaa sanoa
a) tekstiviesti	1	2	3
b) kuvaviesti	1	2	3
c) multimediateksti (MMS)	1	2	3
d) kamera	1	2	3
e) radio	1	2	3
f) moniaääniset soittoäänet	1	2	3
g) pelejä	1	2	3
h) WAP	1	2	3
i) GPRS	1	2	3
j) Bluetooth	1	2	3
k) Internet-yhteys (3G, UMTS)	1	2	3

17. Kuinka monta ystävää tai kaveria sinulla on, joita tapaavat tai joihin pidät muuten jatkuvasti yhteyttä? (rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 ei yhtään
- 2 1-2
- 3 3-5
- 4 6-10
- 5 yli 10
- 6 en osaa sanoa

18. Kuinka moneen heistä pidät säännöllisesti yhteyttä matkapuhelimella? (rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 en yhteenkään
- 2 alle puoleen
- 3 noin puoleen
- 4 yli puoleen
- 5 kaikkiin
- 6 en osaa sanoa

19. Keitä tällä hetkellä asuu kanssasi samassa taloudessa? (rengasta kaikki sopivat vaihtoehdot ja ilmoita kysyttäessä myös lukumäärä)

- 1 ei ketään
- 2 aviopuolisosi tai avopuolisosi
- 3 lapsiasi tai puolisesi lapsia _____ lukumäärä
- 4 molemmat vanhempasi
- 5 vain toinen vanhemmistasi
- 6 sisaruksiasi tai sisarpuoliasi _____ lukumäärä
- 7 muita henkilöitä, keitä _____ lukumäärä

20. Bruttotulosi (= tulot ennen veroja) keskimäärin kuukaudessa? _____ euroa/kk
(Päätötoimiset opiskelijat ja koululaiset ilmoittavat käytettävissä olevan rahamäärän kuukaudessa ennen mahd. veroja, vuokraa ja asumismenoja)

21. Kuka maksaa matkapuhelinlaskusi? (jos maksajia on useita, rengasta suurimman osan laskusta maksava)?

- 1 minä itse
- 2 vanhempani tai muu sukulaiseni
- 3 työnantajani
- 4 joku muu, kuka? _____

22. Kuinka suuri matkapuhelinlaskusi on keskimäärin yhdessä kuukaudessa?

_____ euroa/kk

23. Saitko vuoden 2004 aikana joltakin matkapuhelinoperaattorilta ilmaiseksi?
(rengasta sopivat vaihtoehdot)

	kyllä	en
a) puheaikaa	1	2
b) testiviestejä	1	2
c) kuvaviestejä	1	2
d) multimediamviestejä	1	2
e) muuta, mitä? _____		

24. Kuinka usein käytät vapaa-aikaasi seuraaviin? (rengasta sopivat vaihtoehdot)

	säännöllisesti viikoittain	säännöllisesti harvemmin kuin viikoit.	satunnaisesti	en koskaan
a) elokuvissa käyminen	1	2	3	4
b) kirjojen lukeminen tai kirjastossa käyminen	1	2	3	4
c) sanomalehtien lukeminen	1	2	3	4
d) teatterissa, oopperassa, museossa tai näyttelyissä käyminen	1	2	3	4
e) järjestötoimintaan tai kirkolliseen toimintaan osallistuminen	1	2	3	4
f) ravintoloissa, pubeissa, baareissa tms. käyminen	1	2	3	4
g) kahviloissa istuminen	1	2	3	4
h) kyläily (ystävät, sukulaiset)	1	2	3	4
i) kavereiden kanssa kävely tai shoppailu	1	2	3	4
j) urheilutapahtumissa käyminen	1	2	3	4
k) liikunta, kuntoilu tai urheileminen	1	2	3	4
l) luonnossa liikkuminen	1	2	3	4
m) tietokoneella pelailu tai internetissä surffaaminen	1	2	3	4
n) Chat, IRC, Messenger, Skype tms.	1	2	3	4

25. Kuinka monen yhdistyksen tai järjestön jäsen olet? _____
(vapaaehtoisuustyö, urheiluseura, ammattiyhdistys, poliittinen järjestö jne.)

26. Kuinka usein osallistut yhdistysten tai järjestöjen toimintaan?
(rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 päivittäin
- 2 viikoittain
- 3 kuukausittain
- 4 muutaman kerran vuodessa
- 5 harvemmin
- 6 en koskaan

27. Kuinka usein käytät seuraavia matkapuhelimesi ominaisuuksia?
(jos puhelimesi ei ole kyseistä toimintoa, ympyröi "en koskaan",)

	säännöllisesti päivittäin	säännöllisesti viikoittain	säännöllisesti harvemmin kuin viikoit.	satunnaisesti	en koskaan
a) soitat puheluja	1	2	3	4	5
b) lähetät tekstiviestejä	1	2	3	4	5
c) lähetät kuvaviestejä	1	2	3	4	5
d) lähetät multimediatekstejä	1	2	3	4	5
e) käytät WAP-palveluita	1	2	3	4	5
f) otat valokuvia	1	2	3	4	5
g) nauhoitat videokuvaa	1	2	3	4	5

28. Jos vertaat lähettämiesi tekstiviestien ja matkapuheluiden määriä, niin onko:
(rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 soittoja selvästi enemmän kuin tekstiviestejä
- 2 soittoja jonkin verran enemmän
- 3 soittoja ja tekstiviestejä suunnilleen yhtä paljon
- 4 tekstiviestejä jonkin verran enemmän
- 5 tekstiviestejä selvästi enemmän

29. Mikä on mielestäsi matkapuhelimen tärkein viestintäominaisuus? Aseta seuraavat matkapuhelimen toiminnot tärkeysjärjestykseen.
(1.= tärkein ominaisuus, 2. = toiseksi tärkein, 3. = kolmanneksi tärkein)

- a) puhelu _____
- b) tekstiviestit _____
- c) kuva- ja multimediatekstit _____

30. Kuinka usein käytät matkapuhelintasi seuraavien asioiden hoitamiseen?

(Jos puhelimesi ei mahdollista tehtävää, ympyröi 5, ”en koskaan”)

	säännöllisesti päivittäin	säännöllisesti viikoittain	säännöllisesti harvemmin kuin viikoitt.	satunnaisesti	en koskaan
a) autokyydistä sopimiseen	1	2	3	4	5
b) tapaamisajankohdasta sopimiseen tai sen tarkistamiseen	1	2	3	4	5
c) herätyskellona	1	2	3	4	5
d) kalenterina	1	2	3	4	5
e) asetat puhelimen muistuttamaan äänimerkillä tärkeistä asioista	1	2	3	4	5
f) kysyäksesi toisen tai ilmoittaaksesi oman olinpaikkasi	1	2	3	4	5
g) ilmoittaaksesi myöhästymisestä	1	2	3	4	5
h) tarkistaaksesi bussi-, juna- tai lentoaikatauluja	1	2	3	4	5
i) tarkistaaksesi puhelimesta paljonko kello on	1	2	3	4	5
j) ajanottamiseen (esim. urheilussa tai ruuanlaitossa)	1	2	3	4	5
k) pitääksesi yhteyttä kavereihisi, ystäviisi tai tuttavisi	1	2	3	4	5
l) pitääksesi yhteyttä vanhempiisi tai sukulaisiisi	1	2	3	4	5
m) kysyäksesi tai kertoaksesi kuulumisia	1	2	3	4	5
n) ilahduttaaksesi ystäviäsi tai perheenjäseniäsi	1	2	3	4	5
o) osallistuaksesi television tai teksti-tv:n chat-ohjelmiin	1	2	3	4	5
p) juoruiluun tai huhujen levittämiseen	1	2	3	4	5
q) ketjuviestien lähettämiseen	1	2	3	4	5
r) juksaamiseen, huijaamiseen tai kaksimielisten juttujen kertomiseen	1	2	3	4	5
s) ajankuluttamiseen, hivin vuoksi	1	2	3	4	5
t) pelien pelaamiseen	1	2	3	4	5
u) valokuvien ottamiseen	1	2	3	4	5
v) radion kuunteluun	1	2	3	4	5

31. Minkä viestintätavan useimmiten valitset ... (rengasta sopivat vaihtoehdot)

	puhelu	teksti- viesti	kuva- tai multi- mediaviesti
a) kun kyse on ihmissuhteiden hoitamisesta	1	2	3
b) kun kyse on tunteiden ilmaisemisesta vastakkaiselle sukupuolelle	1	2	3
c) kun haluat varmistaa, että sinut ymmärretään oikein	1	2	3
d) kun haluat, että sinut otetaan vakavasti	1	2	3
e) kun kyse on aikataulujen järjestelemisestä	1	2	3
f) kun hoidat virallisia tai muuten tärkeitä asioita	1	2	3
g) kun haluat viestinnältä monipuolisuutta	1	2	3
h) kun haluat viihdyttää itseäsi tai toista	1	2	3
i) kun haluat muistuttaa tärkeästä asiasta	1	2	3
j) kun haluat olla varma, että tieto menee perille	1	2	3

32. Miten luonnehtisit omaa elämäntapaasi? Aseta seuraavat elämänaalueet tämän hetkisen elämäntilanteesi kannalta tärkeysjärjestykseen. (Käytä järjestyslukuja: 1. = kaikista tärkein, 2. = toiseksi tärkein, 3. = kolmanneksi tärkein)

- a) työ tai opiskelu _____
- b) koti ja perhe _____
- c) kodin ulkopuolinen vapaa-aika _____

33. Millä elämänaalueella matkapuhelin on sinulle välttämättömin? Aseta seuraavat elämänaalueet matkapuhelimen käytön kannalta tärkeysjärjestykseen. (Käytä järjestyslukuja: 1. = kaikista tärkein, 2. = toiseksi tärkein ja 3. = kolmanneksi tärkein)

- a) työ tai opiskelu _____
- b) koti ja perhe _____
- c) kodin ulkopuolinen vapaa-aika _____

34. Kuinka monta kertaa olet viimeisten kahden vuoden aikana... (ilmoita lukumäärä)

- a) käynyt ulkomailla? _____ kertaa
- b) vaihtanut asuntoa? _____ kertaa
- c) vaihtanut kotikuntaa? _____ kertaa

35. Käytätkö omaa autoa päivittäin liikkumiseen? 1 kyllä 2 en

36. Käytätkö julkisia kulkuneuvoja päivittäin liikkumiseen? 1 kyllä 2 en

37. Mitä mieltä olet seuraavista matkapuhelimeen liittyvistä väittämistä? (rengasta sopivat vaihtoehdot)

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
a) on tärkeää, että matkapuhelin on uusi ja ajanmukainen	1	2	3	4	5
b) valitsen matkapuhelimen suurelta osin sen ulkonäön perusteella	1	2	3	4	5
c) on tärkeää, että voin tehdä puhelimesta itseni näköisen	1	2	3	4	5
d) valitsen puhelimeni logon, taustakuvan tai kuoret niin, että ne kertovat jotain itsestäni, harrastuksistani tai läheisistäni	1	2	3	4	5
e) puhelimen ulkonäkö ei merkitse minulle paljon	1	2	3	4	5
f) valitsen puhelimeni soittoäänen niin, että se kertoo jotain itsestäni, harrastuksistani tai läheisistäni	1	2	3	4	5
g) on tärkeää, että matkapuhelin sopii muuhun tyyliin, kuten vaatetukseen	1	2	3	4	5
h) on tärkeää olla tavoitettavissa aina ja kaikkialla	1	2	3	4	5
i) tunnen oloni orvoksi ilman matkapuhelinta	1	2	3	4	5

38. Arvioi seuraavia väittämiä (rengasta sopivat vaihtoehdot)

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
a) matkapuhelin on henkilökohtainen hyödyke, enkä mielelläni lainaa sitä muille	1	2	3	4	5
b) tykkään esitellä puhelintani, sen kuoria tai uusia ominaisuuksia ystäväilleni	1	2	3	4	5
c) korvaan puhelun silloin tällöin teksti-, kuva- tai multimediasivustilla	1	2	3	4	5
d) kuva- ja multimediasivustille on vaikea löytää mielekkäitä käyttötarkoituksia	1	2	3	4	5
e) korvaan tekstiviestin silloin tällöin kuva- tai multimediasivustilla	1	2	3	4	5
f) käytän kuva- ja multimediasivustejä monipuolistamaan viestinnän sisältöä	1	2	3	4	5
g) kuva- ja multimediasivustien lähettäminen on kallista	1	2	3	4	5
h) matkapuhelimen ansiosta vältän turhaa liikkumista	1	2	3	4	5

39. Matkapuhelimissa on monenlaisia viihdeominaisuuksia (kuten pelit, radio, musiikin kuuntelu, videonpätkät, nettisurffaus jne.). Mihin aikaan vuorokaudesta käytät niitä useimmiten? (rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 en käytä lainkaan (> siirry kohtaan 42)
- 2 päiväsaikaan (klo 8–16)
- 3 iltaisin (klo 16–22)
- 4 öisin (klo 22–8)

40. Entä käytätkö matkapuhelimesi viihde-ominaisuuksia useammin arkipäivisin vai viikonloppuisin? (rengasta vain yksi vaihtoehto)

- 1 arkipäivisin
- 2 viikonloppuisin

41. Kuinka usein käytät matkapuhelimesi viihde-ominaisuuksia seuraavissa paikoissa ja tilanteissa (rengasta sopivat vaihtoehdot)

	Usein	Silloin tällöin	Harvoin	En koskaan
a) ollessani ystävien kanssa koolla	1	2	3	4
b) ollessani juhlimassa esim. baarissa tai kotibileissä	1	2	3	4
c) oppitunnilla tai luennolla	1	2	3	4
d) matkustaessa julkisilla kulkuneuvoilla	1	2	3	4
e) kahvilassa, pubissa tai ravintolassa	1	2	3	4
f) ollessani kotona	1	2	3	4
g) koulussa tai työpaikalla	1	2	3	4
h) lomalla tai lomamatkalla	1	2	3	4
i) harrastusten parissa	1	2	3	4
j) kun en keksi mitään muutakaan tekemistä	1	2	3	4
j) kun haluan esitellä puhelintani muille	1	2	3	4
k) kun haluan rentoutua ja rauhoittua	1	2	3	4
l) kun haluan viihdyttää ystäviäni tai muita ihmisiä	1	2	3	4
m) kun haluan viihdyttää itseäni	1	2	3	4

42. Yhteystiedot matkapuhelimen arvontaa varten (täytä vain mikäli haluat osallistua arvontaan)

Nimesi: _____ Puh. _____

Postiosoiteesi: _____

Sähköpostiosoiteesi: _____

Olen käytettävissä mikäli tutkijat haluat haastatella minua.

Kiitos vastauksestasi!