

Juuso Puranen

**MOBIILIDEITTAILOSOVELLUS TINDERIN KÄYTTÖ
JA SEN VAIKUTUKSET IHMISEN IDENTITEETTIIN JA
ITSENSÄ ESITTÄMISEEN**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
TIETOJENKÄSITTELYTIETEIDEN LAITOS
2016

TIIVISTELMÄ

Puranen, Juuso

Mobiilideittailusovellus Tinderin käyttö ja sen vaikutukset ihmisen identiteettiin ja itsensä esittämiseen

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2016, 97 s.

Tietojärjestelmätiede, pro gradu-tutkielma

Ohjaaja(t): Clements, Kati; Pirkkalainen, Henri

Tinderin kaltaisten mobiilisovellusten käyttö on nopeassa ajassa muovannut nykyajan deittailukulttuuria ja tarjonnut uusia keinoja etsiä ja tavata uusia ihmisiä. Tinderiä ei ole kuitenkaan ilmiönä tutkittu laajalti, vaikka mobiilideittailusovellus on tehnyt internetin välityksellä tapahtuvasta suhteiden muodostamisesta hyväksyttävämpää ja jopa trendikästä. Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, miten Tinderin käyttö vaikuttaa ihmisen identiteettiin ja itsensä esittämiseen.

Teoreettisessa viitekehyksessä Tinder esitellään mobiilina sosiaalisen median palveluna. Lisäksi sekä teknologian omaksumiseen ja käyttöön että identiteettiin, itsensä esittämiseen ja vaikutelman hallintaan perehdytään tietojärjestelmätieteen näkökulmasta. Kirjallisuuskatsauksen pohjalta kehitettiin Tinderiä eri teemojen osalta kuvaava viitekehys, johon haettiin täydennystä kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen menetelmin. Tutkimusaineisto kerättiin teema-haastatteluin, jotta sovelluksen käyttäjät pääsivät vapaasti kertomaan kokemuksistaan. Haastateltavien etsinnässä käytettiin apuna tutkimuksen tueksi luotua, Tinderiä käsittelevää blogia. Otanta käsitti yhteensä 15 erilaista Tinder-käyttäjää.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että Tinderin käytön taustalla vaikuttivat usein kaveripiirin kokemukset ja suosittelu sekä mielenkiinto kokeilla uutta ilmiötä. Sovelluksen käyttäjiä ei ole helppo määritellä käyttötarkoituksen perusteella, sillä Tinder koettiin seuranhauksen lisäksi myös pelkkänä viihteenä ja ajankäyttötapana. Oman profiilin suhteen keskityttiin parhaiden puolien korostamiseen positiivisen vaikutelman antamiseksi, mutta profiili haluttiin pitää mahdollisimman todellisuutta vastaavana. Vastapuolelta toivottiin laadukkaita ja selkeitä profiilikuvia, persoonallisuutta ja samanhenkisyyttä. Uutena tutkimustuloksena voidaan todeta, että sovelluksen käyttö teki käyttäjistään pinnallisempia, ulkonäkökeskeisempiä ja valikoivampia perinteisempään kumppaninetsintään verrattuna, mutta toisaalta Tinder koettiin positiivisen deittailukulttuurin lisääjäksi ja erinomaiseksi väyläksi tutustua ilman torjutuksi tulemisen pelkoa uusiin ihmisiin.

Asiasanat: Tinder, mobiilideittailu, sosiaalinen media, teknologian omaksuminen, itsensä esittäminen, identiteetti, vaikutelman hallinta

ABSTRACT

Puranen, Juuso

Usage of Mobile Dating App Tinder and its Impacts on Human's Identity and Self-presentation

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2016, 97 p.

Information Systems, Master's Thesis

Supervisor(s): Clements, Kati; Pirkkalainen, Henri

Using of emerging mobile dating applications like Tinder has rapidly changed our dating culture and provided new ways to find and meet new people. Tinder is still slightly researched phenomenon, even though the application has made computer-mediated dating and relationship formation more acceptable these days. The aim of this study is to find out how using of Tinder impacts on human's identity and self-presentation.

In a theoretical framework Tinder is introduced as a mobile social media and the main focus is in theories of technology adoption and use, self-presentation and impression management. A theoretical model was developed based on the literature review. Themes of the model formed a foundation for a qualitative research. Because the aim of this study is to examine this phenomenon from the user's perspective, the material for the empirical part was collected with semi-structured theme interviews. Tinder-themed research blog was also written during the research and it was used in seeking proper participants for the study. The sample included a total of 15 different users of Tinder.

The research results suggest that both curiosity of the user and recommendations and experiences of friends have an impact on testing and adoption of Tinder. The research indicates that it's not easy to categorize the users of Tinder based on their targets for use. Tinder was used for seeking romantic and sexual partners but also as pure entertainment at leisure time. Tinder users attempted to put their best side forward in their dating profiles in order to give a positive impression to the others as possible but still corresponding with the truth. Desired qualities for the opposite user were quality and clarity of profile pictures and shared values and interests with the matching user. It can be pointed out as a new research result that using of mobile dating application Tinder was more superficial, more appearance-oriented and more selective compared to traditional forming of social relationships. On the other hand, the application has increased a positive dating culture and it was perceived as an excellent way to meet new people without fear of being turned down.

Keywords: Tinder, mobile dating, social media, technology adoption, self-presentation, identity, impression management

KUVIOT

KUVIO 1 Sosiaalisen median hunajakkenno (Kietzmann ym., 2011)	14
KUVIO 2 Tinderin toimintalogiikka (Tinder Team, 2014.).....	18
KUVIO 3 TAM-malli (Davis ym., 1989, 985)	20
KUVIO 4 UTAUT2 (Venkatesh ym., 2012, 160).....	22
KUVIO 5 Itsensä esittämisen malli (Gardner ym., 1996).....	32
KUVIO 6 Vaikutelman hallinnan malli (O’Sullivan, 2000).....	33
KUVIO 7 Kirjallisuuskatsauksen kolme keskeistä näkökulmaa	37
KUVIO 8 Tinderin tärkeimmät toiminnallisuudet korostettuina.....	38
KUVIO 9 Vaikutelman hallinta valitun vuorovaikutuskanavan avulla (mukaihen Gardner ym. 1996; O’Sullivan, 2000)	41
KUVIO 10 Tutkimuksen etenemisprosessi	43
KUVIO 11 Vaikutelman hallinta Tinderissä	80

TAULUKOT

TAULUKKO 1 Sosiaalisen median luokittelu sosiaalisen läsnäolon/median rikkauten sekä itsensä esittämisen ja itsestä kertomisen avulla. Mukaihen Kaplan & Haenlein (2010).	28
TAULUKKO 2 Valitun otannan taustatiedot	47
TAULUKKO 3 Tinderin käyttöhistoria valitulla otannalla.....	48
TAULUKKO 4 Vastakkaisen käyttäjän positiiviset ja negatiiviset ominaisuudet sukupuolittain.....	61
TAULUKKO 5 Tulosten yhteenveto aiempiin teorioihin verraten.....	74

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
KUVIOT	4
TAULUKOT	4
SISÄLLYS.....	5
1 AKATEEMISELLA TUTKIMUSMATKALLA TINDERIIN.....	7
1.1 Tutkimuksen tausta ja aiemmat tutkimukset	8
1.2 Tutkimuksen tavoitteet, toteutus ja rakenne	8
2 TINDER SOSIAALISEN MEDIAN PALVELUNA	11
2.1 Sosiaalisen median käsitteet.....	11
2.2 Sosiaaliset verkostopalvelut	12
2.3 Sosiaalisen median hunajakkenno.....	13
2.4 Sijaintiperusteisuus reaaliaikaisessa mobiilideittailussa	15
2.5 Tinderin toimintalogiikka.....	16
3 TEKNOLOGIAN OMAKSUMINEN JA KÄYTTÖ	19
3.1 Teknologian omaksumismallit ja ulottuvuudet.....	19
3.2 Hedoninen motivaatio ja koettu nautinto	21
3.3 Teknologian käyttö deittailuympäristössä.....	23
4 ITSENSÄ ESITTÄMINEN JA IDENTITEETTI.....	26
4.1 Itsensä esittäminen verkkoympäristössä	26
4.2 Vastapuolen identiteetti.....	28
4.3 Teknologian käytön vaikutus identiteettiin.....	29
4.4 Vaikutelman hallinta	31
5 TEOREETTINEN YHTEENVETO	36
5.1 Kirjallisuuskatsaus.....	36
5.2 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys	39
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	42
6.1 Kvalitatiivinen tutkimus	43
6.2 Tiedonkeruumenetelmä.....	44
6.3 Tiedonkeräys ja otanta	45
6.4 Analyysimenetelmät	48

6.5	Tiedonkeräyksen luotettavuuden arviointi	49
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET	52
7.1	Tinderin käyttö ja sen tavoitteet	52
7.2	Oma profiili identiteetin perustana.....	56
7.3	Vastakkaisen käyttäjän arviointi	58
7.4	Tinder vuorovaikutuskanavana	62
7.5	Online- ja offline-identiteettien erot.....	66
7.6	Tinderin vaikutus käyttäjän identiteettiin	69
7.7	Tinderin tuoma muutos deittailuun	70
8	POHDINTA	73
8.1	Tulosten yhteenveto	73
8.2	Tinderin omaksuminen ja käytön tavoitteet.....	76
8.3	Tinder vuorovaikutuskanavana ja itsensä esittämisympäristönä	78
8.4	Tinderin tuoma muutos ja vaikutus identiteettiin.....	82
9	JOHTOPÄÄTÖKSET	85
9.1	Tinder on tehnyt deittailusta rennompaa ja nopeampaa.....	85
9.2	Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitukset.....	87
9.3	Jatkotutkimusaiheet.....	88
	LÄHTEET	90
	LIITE 1 TEEMAHAASTATTELUN KYSYMYSRUNKO	95
	LIITE 2 SUOSTUMUSLOMAKE	97

1 AKATEEMISELLA TUTKIMUSMATKALLA TINDERIIN

Sekä itsensä esittäminen ja identiteetti että sosiaaliset ihmissuhteet ovat olleet keskeisiä peruskysymyksiä sivilisaation alkua ajoista lähtien. Nykymaailmassa taas älypuhelinteknologia, ja sen aiheuttamat muutokset ihmisen käyttäytymisessä ovat nousseet pinnalle. Romanttisen kumppanin löytäminen on vuosien saatossa siirtynyt pelkästä fyysisestä maailmasta internetiin ja yhä useammin mobiilikanaviin (Jung, Umyarov, Bapna & Ramaprasad, 2014). Tämän pro gradu-tutkielman tarkoituksena on yhdistää kautta aikojen kysymyksiä herättäneet teemat älypuhelinkulttuuriin tutkimalla mobiilideittailusovellus Tinderin käyttöä ja sen vaikutuksia ihmisen identiteettiin ja itsensä esittämiseen. Työssä selvitetään syitä Tinderin asentamiselle sekä sen käytölle asetetuille tavoitteille.

Työn kannalta keskeisten käsitteiden osalta itse *Tinder* on iOS-järjestelmälle ja Androidille julkaistu suuren suosion saavuttanut mobiilideittailusovellus, joka perustuu lähellä olevien, toisistaan tykkäävien käyttäjien yhdistämiseen (Seefeldt, 2014). Tässä työssä *Tinder* kuvataan sosiaalisen median palveluna, jossa ihminen pyrkii teknologian välityksellä antamaan itsestään halutun vaikutelman tietyille kohderyhmälle. Liikkuvalla eli *mobiililla sosiaalisella medialla* tarkoitetaan joukkoa internet-perustaisia sovelluksia, jotka mahdollistavat käyttäjälähtöisen sisällön luomisen ja jakamisen ajasta tai paikasta riippumatta (Kaplan & Haenlein, 2010.) Sijaintiperustaisia, reaaliaikaisia deittailusovelluksia kuvaa termi *Location-based real-time dating*, josta tässä työssä käytetään usein lyhennettä LBRTD (Birnholtz, Fitzpatrick, Handel & Brubaker 2014).

Teknologian omaksuminen selittää syitä sille, miksi ja miten uusi teknologia otetaan käyttöön ja mitkä tekijät sen omaksumiseen vaikuttavat (Davis, 1989). *Identiteetillä ja itsensä esittämisellä* tarkoitetaan Goffmanin (1959) mukaan ihmisen määritelmää ja käsitystä itsestään ja sitä, millaisen kuvan hän itsestään muille antaa. Ihminen esittää itseään kaiken aikaa olemalla oma itsensä, mutta verkossa tapahtuva itsensä esittäminen voi kuitenkin poiketa todellisesta minästä. Verkkoympäristössä tapahtuvaa itsensä esittämistä kuvataan tutkielmassa sanalla *online*, kun taas verkon ulkopuolista reaali maailmaa kutsutaan *offlineksi*. *Vaikutelman hallinta (Impression Management)* puolestaan tarkoittaa ihmi-

sen pyrkimystä vaikuttaa siihen, minkälaisen kuvan hän itsestään muille eli yleisölle antaa. (Goffman, 1959.)

1.1 Tutkimuksen tausta ja aiemmat tutkimukset

Tinder on ajankohtainen ja puhuttava ilmiö, jonka vallitseva suosio luo puitteet mielenkiintoiselle tutkimukselle. Tinderiä – ja ylipäätään online-deittailua – kohtaan tunnetaan vielä jonkin verran epäluuloisuutta, joten tämän tutkimuksen motiivi on tarkastella ilmiötä, jota kohtaan asenteet ovat muuttumassa uusien sukupolvien myötä. Tinderiä ei ole myöskään ehditty tutkia vielä kovin laajasti akateemisesta näkökulmasta, sillä varsinaiset Tinderiin liittyvät tutkimukset rajoittuvat lähinnä pariin opinnäytetyöhön. Tästä esimerkkinä toimii mm. Borrow'n (2014) pro gradu -tutkielma: *More Than Just a Pretty Profile: Exploring the Social Norms and Technical Affordances that Shape and Mediate Identity Performance on Tinder*. Kyseessä on mielenkiintoinen tutkimus itsensä esittämisestä ja identiteetistä. Suomessa Väestöliiton parisuhdekeskus on teettänyt pienimuotoisen selvityksen Tinderin käytöstä sovelluksen käyttäjien keskuudessa (Nurminen, 2015).

Itsensä esittämistä online-deittailun kontekstissa ovat tutkineet mm. Ellison, Heino ja Gibbs (2006), jotka selvittivät kuinka yksilö hallitsee annettuja vaikutelmia löytääkseen itselleen romanttisen kumppanin. Itsensä esittämiseen muissa sosiaalisissa medioissa, kuten Facebookissa, ovat perehtyneet mm. Zhao, Grasmuck ja Martin (2008), jotka selvittävät, kuinka omalla nimellä esiintyvät profiilit eroavat anonyymien verkkoympäristöjen profiileista. Online-profiilin ja todellisuuden eroja kuvaa Hancockin ja Toman (2009) tutkimus, jossa arvioitiin deittiprofiilikuvan ja totuudenmukaisen kuvan vastaavuutta. Sijaintiperustaisista reaaliaikaisista deittailusovelluksista (LBRTD) kertoo mm. Birnholtzin ja muiden (2014) kvantitatiivinen tutkimus, jossa Tinderin ja heteroseksuaalien sijasta keskityttiin samaa sukupuolta olevien käyttäjien seuranhakuun. Tämä tutkielma tuo Tinderin kaltaiset, valtavirralla suunnatut mobiilideittailusovellukset osaksi verkossa tapahtuvan itsensä esittämisen ja seuranhaun tutkimusta.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet, toteutus ja rakenne

Tämän tutkielman tavoitteena on ymmärtää parisuhdemarkkinoita ja deittailukulttuuria mullistanutta mobiilideittailusovellus Tinderiä etupäässä teknologian ja tietojärjestelmätieteen näkökulmasta. Tämän vuoksi tutkimus rajataan käsittelemään teknologian omaksumista ja käyttöä sekä itsensä esittämistä verkossa. Tarkoituksena on tutkimuksen avulla ymmärtää, millaisia vaikutuksia Tinderin kaltaisella teknologialla on sovelluksen käyttäjän identiteettiin. Työssä ei perehdytä tarkemmin esimerkiksi Tinderin kautta muodostuneiden sosiaalisten suhteiden kehittymiseen. Myöskään muita vastaavia online-

deittailupalveluita tai -sovelluksia ei käsitellä, vaan tavoitteena on aikaisempien tutkimusten perusteella ja aihepiiriä koskevia teorioita yhdistelemällä analysoida itsensä esittämistä ja vaikutelman hallintaa Tinderin näkökulmasta.

Yllä esiteltyjen tavoitteiden sekä aiheen rajauksen perusteella työlle määriteltiin seuraava tutkimusongelma: *miten mobiilideittailusovellus Tinderin käyttö vaikuttaa ihmisen identiteettiin ja itsensä esittämiseen?* Asetetun ongelman ratkaisemiseksi tutkielmalle voidaan määrittää kaksi tarkentavaa tutkimuskysymystä:

1. Miksi Tinderiä käytetään ja mitä tavoitteita sen käytölle voidaan asettaa?
2. Miten itsensä esittäminen mobiilisovelluksen tarjoamalla teknologialla tapahtuu ja mitkä tekijät vaikuttavat annetun vaikutelman hallintaan?

Ilmiön tuoreuden vuoksi tutkimukselle ei esitetä selkeitä esiolettamuksia. Tutkimusmenetelmänä toimivat kirjallisuuskatsaus sekä teemahaastatteluin toteutettu laadullinen tutkimus. Kirjallisuuskatsauksen toteutus noudatti mukailien Okolin ja Schrabamin (2010) ohjenuora. Tiedon etsinnässä käytettiin apuna etupäässä Google Scholaria, jossa hakusanoina toimivat eri variaatiot työn keskeisimmistä käsitteistä, kuten *"Technology acceptance"*, *"Identity"*, *"Online Relationship"*, *"Mobile Dating"* ja *"Impression Management"*. Lisäksi samoihin aihepiireihin etsittiin lähteitä painetusta kirjallisuudesta. Löydetyt lähteet koottiin Websterin ja Watsonin (2002) mukaisesti Excel-taulukkoon, joka auttoi hahmottamaan hyödyllisimmät artikkelit ja karsimaan epäoleelliset pois. Lähteiden laatua tarkkailtiin mm. Google Scholarissa saatujen viittausten määrään avulla. Lisäksi huomiota kiinnitettiin siihen, missä kyseinen artikkeli on julkaistu. Tutkimusaiheen tuoreuden vuoksi lähdekirjallisuutta etsittiin myös mahdollisimman ajankohtaisista julkaisuista. Valideiksi päätyneet lähteet käytiin huolellisesti lävitse ja niiden pohjalta tehtiin jo lukuvaiheessa merkintöjä teoreettista yhteenvetoa eli synteisiä varten. Lopuksi kirjallisuuskatsaus raportoitiin itse tutkielmaan käytetyistä artikkeleista referoiden.

Tutkimuksen ohella on kirjoitettu myös Tinder-aiheista blogia, jota käytettiin mm. sopivien haastateltavien löytämiseen. Tutkimuksen otanta koostui yhteensä 15 erilaisesta Tinderin käyttäjästä, jotka kertoivat teemahaastatteluissa tutkimusongelman kannalta oleellisista aihepiireistä ja omista kokemuksistaan. Kerätty haastatteluaineisto litteroitiin ja värikoodattiin teemoittain analysoinnin ja johtopäätösten muodostamisen helpottamiseksi.

Tutkielman rakenne kuvataan lyhyesti. Luvut kaksi, kolme ja neljä muodostavat kirjallisuuskatsauksen, jossa pureudutaan aihetta koskeviin aiempiin tutkimuksiin ja teorioihin. Ensin luvussa kaksi perehdytään sosiaalisen median näkökulmasta siihen, mikä Tinder ylittää on. Kolmannessa luvussa etsitään teoreettista pohjaa ensimmäisen tutkimuskysymyksen ratkaisulle teknologian omaksumiseen ja käyttöön liittyvien teoriamallien avulla. Neljäs luku etsii vastausta toiseen tutkimuskysymykseen itsensä esittämiseen ja identiteettiin sekä vaikutelman hallintaan perehtyen. Viides luku nivoo vielä yhteen keskeisimmät kirjallisuuskatsauksessa käytetyt teoriat ja esittelee tutkimushaastatteluiden pohjana toimineen teoriamallin. Kuudes luku kertoo tarkemmin itse tutkimuk-

sen toteutuksesta ja valituista menetelmistä, kun taas seitsemännessä luvussa esitellään tutkimuksen tulokset aihepiireittäin. Lopuksi saatuja tuloksia peilataan valittuun teoriataustaan pohdinnan muodossa ja keskeisimmistä uusista löydöksistä vedetään johtopäätökset. Myös koko työn luotettavuutta arvioidaan ja mahdollisia jatkotutkimusaiheita esitetään.

2 TINDER SOSIAALISEN MEDIAN PALVELUNA

Tämän luvun tarkoituksena on hahmottaa, millaisia sosiaalisen median palvelut luonteeltaan ovat ja miten Tinder voidaan tähän kontekstiin sovittaa. Ensin luvussa esitellään sekä perinteisen sosiaalisen median käsite että mobiilimaailman sosiaalisen median luonne Kaplanin ja Haenleinin (2010, 2012) määritelmien avulla. Lisäksi sosiaaliset verkostopalvelut kuvataan vielä erikseen yksilöä ja sosiaalisuutta korostavina sosiaalisen median palveluina Ellisonin (2007) määritelmän mukaisesti. Kolmannessa alaluvussa perehdytään Kietzmännin, Hermkensin, McCarthyn ja Silvestren (2011) teoriaan sosiaalisen median hunajakennosta. Tarkoitus on teorian avulla käsitellä sosiaalisen median eri toiminnallisuuksia. Neljännessä alaluvussa avataan sijaintiperusteisen, reaaliaikaisen mobiilideittailusovelluksen käsite ja tämän jälkeen omistetaan yksi alaluku itse Tinderille ja sen tärkeimmille toiminnallisuuksille.

2.1 Sosiaalisen median käsitteet

Sosiaalinen media on Kaplanin ja Haenleinin (2010) mukaan joukko internet-perustaisia sovelluksia, jotka mahdollistavat käyttäjälähtöisen sisällön luomisen ja jakamisen. Sosiaalisen median palveluissa korostuu lisäksi Web 2.0:n ideologiaan ja teknologiaan perustuva rakenteellisuus. Web 2.0 taas tarkoittaa Tim O'Reillyn (2007) määritelmää konseptista, jossa internetin käyttömahdollisuuksia, tekniikoita ja käyttöympäristöjä pyritään selittämään. O'Reillyn mukaan mitä useampi ihminen internet-palvelua käyttää, kuluttaa ja muokkaa, sitä paremman käyttäjäkokemuksen palvelu tarjoaa. (O'Reilly, 2007.)

Mobiili Web 2.0. ei eroa juurikaan Web 2.0:sta (Kaplan & Haenlein, 2010). Mobiili sosiaalinen media mahdollistaa Kaplanin (2012) mukaan perinteisen sosiaalisen median kaltaisesti käyttäjälähtöisen sisällön luomisen ja vaihtamisen, mutta koostuu joukosta mobiilimarkkinointisovelluksia. Jung ja muut (2014) toteavat mobiililaitteiden jouduttaneen sosiaalisten prosessien digitalisoitumis-

ta. Nykyisin niin median kulutus, vuorovaikutus ystävien kanssa kuin deittailukin on siirtynyt yhä vahvemmin mobiilisovellusten piiriin (Jung ym., 2014).

2.2 Sosiaaliset verkostopalvelut

Siinä missä sosiaalinen media voidaan yleisesti nähdä käyttäjälähtöisen sisällön tuottamisena ja jakamisena (Kaplan & Haenlein, 2010), nostaa Barnes (2008) esille sosiaalisen median vuorovaikutuksellisuuden, jossa käyttäjät kommunikoivat keskenään, rakentavat sosiaalisia verkostoja ja hankkivat sosiaalista pääomaa. Ellison (2007) määrittelee *sosiaaliset verkostopalvelut* web-pohjaisiksi palveluiksi, joissa 1) yksilö voi luoda itselleen julkisen tai puolijulkisen profiilin järjestelmän sallimissa rajoissa, 2) tarkastella listaa muista käyttäjistä, joiden kanssa käyttäjällä on yhteisiä yhteyksiä sekä 3) tarkastella ja käydä läpi listaa omista tai muiden tekemistä yhteyksistä järjestelmässä. Riippuu sosiaalisen verkostopalvelun luonteesta, onko tarkoituksena etupäässä pitää yhteyttä ihmisten kanssa, jotka ovat jo jollain tapaa osana yksilön sosiaalista verkostoa vai onko tavoitteena tutustua verkostopalvelun avulla täysin vieraisiin ihmisiin ja luoda näiden kanssa sosiaalisia suhteita. (Ellison, 2007; Gross & Acquisti, 2005.)

Esimerkki sosiaalisesta verkostopalvelusta on Facebook, johon liittyessään käyttäjä vastaa perustietoja, kuten nimeä, ikää, sijaintia ja kiinnostuksen kohteita tiedusteleviin kysymyksiin. Palveluun on myös mahdollista ladata profiilikuva. Profiilin julkisuus on määriteltävissä asetuksista, joissa käyttäjä voi päättää, onko profiili kokonaan julkinen vai esimerkiksi pelkästään oman sosiaalisen verkoston käyttäjille näkyvä. Liittymisen jälkeen käyttäjä etsii sosiaalisesta verkostostaan muita käyttäjiä, joihin hänellä on jonkinasteinen sosiaalinen suhde. Facebookissa tällaisia käyttäjiä kutsutaan kavereiksi, ja käyttäjän on mm. mahdollista käyttää pikaviestipalvelua yhteydenpitoon kavereiden välillä. (Ellison 2007; Dwyer, Hiltz & Passerini, 2007.)

Online-deittailuun keskittyvissä sosiaalisissa verkostopalveluissa, kuten Match.comissa, lähtökohtana on useimmiten esitellä käyttäjälle vieraita, samoja kiinnostuksen kohteita jakavia ihmisiä (Ellison, 2007), joiden tavoitteenaan on löytää romanttisia tai seksuaalisia kumppaneita (Couch & Liamputtong, 2008). Tällaisille sivuille tyypillistä on osittainen nimettömyys tai nimimerkin takana esiintyminen, jolloin käyttäjä on hankalampi yhdistää todellisen maailman persoonaan (Gross & Acquisti, 2005). Online-deittailu ja siihen keskittyvät sivustot tarjoavat Couchin ja Liamputtongin (2008) tutkimuksen mukaan mahdollisuuden tavata uusia ihmisiä internetin välityksellä, ja täten laajentaa omaa sosiaalista ja seksuaalista verkostoaan – jopa online-ympäristön ulkopuolella. Online-deittailusivustot mahdollistavat samanhenkisten ja samanlaisia seksuaalisia kokemuksia etsivien ihmisten vaivattoman ja nopean tapaamisen (Couch & Liamputtong, 2008). Vaikka suurin osa sosiaalisen verkostoitumisen palveluista jakaa tietyt ydinominaisuudet (Gross & Acquisti, 2005), riippuu sosiaalisesta verkostopalvelusta ja sen toiminnallisuuksista, keskittyykö palvelun luonne

esimerkiksi kuvien tai videoiden jakamiseen, bloggaamiseen tai pikaviestinten käyttämiseen. (Ellison 2007; Kaplan & Haenlein, 2010.)

2.3 Sosiaalisen median hunajakkenno

Sosiaalisen median hunajakkenno (kuvio 1) on Kietzmännin, Hermkensin, McCarthyn ja Silvestren (2011) määrittelemä teoria sille, mitä sosiaalinen media todella on ja miten se rakentuu. Heidän mukaansa sosiaalinen media tarjoaa rikkaan ja monipuolisen, erilaisten interaktiivisten palvelujen, eli sivujen tai sovellusten, ekologian. Sosiaalinen media on mullistanut tapamme kommunikoida, sillä nykyisin kuka tahansa – yksittäinen käyttäjä, asiakas tai yrityksen työntekijä – voi luoda, muokata ja jakaa tietoa sekä kuvia, julkaista mielipiteitä tai arvosteluja sekä herättää keskustelua itseään kiinnostavista asioista erilaisien interaktiivisten palvelujen kautta. (Kietzmann ym., 2011).

Kietzmännin ja muiden (2011) ”hunajakkenno”-viitekehys jakaakin sosiaalisen median toiminnallisuudet seitsemään keskeiseen rakennuspalikkaan: identiteettiin, keskusteluihin, jakamiseen, läsnäoloon, suhteisiin, maineeseen ja ryhmiin. Näitä seitsemää osa-aluetta tarkastellaan kahdesta eri näkökulmasta: mitä osa-alueiden toiminnallisuudet ylipäätään ovat ja millaisia vaikutuksia niillä on. Teoria perustuu etupäässä siihen, kuinka yritykset voivat liiketoiminnassaan sosiaalisen median palveluita hyödyntää, mutta auttaa hyvin hahmotamaan, millaisista osasista tällaiset palvelut ylipäätään koostuvat. (Kietzmann ym., 2011.)

Identiteettiä voidaan pitää useimpien sosiaalisen median palvelujen ytimenä, sillä se sisältää perustiedot käyttäjästä, kuten iän, sukupuolen, nimen ja sijainnin. Näin ollen identiteetti määrittää sen, kuinka paljon käyttäjä itsestään paljastaa eri sosiaalisissa medioissa. Eri palvelujen mukaan vaihtelee se, keskittyäänkö identiteetissä esimerkiksi itsensä esittämiseen vai -markkinointiin. *Keskustelut* taas kertovat, ketkä käyttäjät ovat yhteydessä toisiinsa ja mikä on pääsyy noille keskusteluille. Keskustelut synnyttävät usein ryhmiä samoista asioista pitävien ihmisten välille ja vaikuttavat näin ollen myös käyttäjien väliin suhteisiin. (Kietzmann ym., 2011.)

Jakaminen esittää viitekehyksessä aluetta, jossa käyttäjät vaihtavat, levittävät ja vastaanottavat sisältöä. Yleensä jaetulle asialle on tietty ja rajattu ryhmä ihmisiä, jotka kyseisen tilapäivityksen, kuvan, linkin tai videon näkevät. On kuitenkin mahdollista, että jakamisella haetaan näkyvyyttä sellaisen yleisön parissa, jolla ei välttämättä ole mitään yhteistä jakajan kanssa. *Läsnäolo* taas kertoo sen, milloin käyttäjä on online-tilassa eli tavoitettavissa esimerkiksi viestein. Läsnäolo voi kertoa käyttäjän sijainnin tai statuksen joko virtuaalimaailmassa tai todellisuudessa. Riippuu pitkälti sosiaalisen median palvelusta, onko fyysisellä sijainnilla käytännön merkitystä. *Suhteilla* kuvataan sitä, ketkä käyttäjät ovat suhteessa keskenään ja millä tavalla. Esimerkiksi Facebookissa käyttäjät voivat olla keskenään kavereita, LinkedInissä suhteet viittaavat esimerkiksi yhteiseen työ- tai koulutustaustaan. *Maine* tarkoittaa käyttäjän asemaa ja statusta

sosiaalisessa mediassa. Maineen määrittely vaihtelee sosiaalisessa mediassa palvelukohtaisesti. Esimerkiksi Facebookissa maine voi perustua tykkäyksiin, Youtubessa katselukertoihin ja arvosteluihin, kun taas LinkedInissä mainetta kasvatetaan esimerkiksi suosituksin. (Kietzmann ym., 2011.)

Viimeisenä hunajakennon osa-alueena Kietzmann ja muut (2011) esittelevät *ryhmät*. Ryhmällä tarkoitetaan tiettyä osaa ihmisistä, kontakteista tai seuraajista eri sosiaalisen median palveluiden sisällä. Ryhmään liittymiseen vaaditaan usein erillinen lupa tai hyväksyntä ryhmän ylläpitäjältä tai muilta jäseniltä. Ryhmän sisällä on mahdollista keskustella ja jakaa sisältöä ilman, että sosiaalisen median palvelun muut käyttäjät pääsevät tätä sisältöä näkemään. (Kietzmann ym., 2011.)



KUVIO 1 Sosiaalisen median hunajakennon (Kietzmann ym., 2011)

Kietzmannin ja muiden (2011) mukaan käytännössä jokaisessa sosiaalisen median palvelussa korostuu selkeästi yksi hunajakennon seitsemästä osa-alueesta. Tämän lisäksi sosiaalisen median palvelulla voi olla kaksi tai kolme muuta ominaisuutta, jotka sen toiminnallisuudessa ovat nähtävillä. Esimerkiksi LinkedInissä korostuu käyttäjän identiteetti (Kietzmann ym., 2011). LinkedInissä käyttäjä rakentaa ansioluettelonsa verkkoon, valitsee itsestään edustavan profiilikuvan sekä kertoo omista kiinnostuksen kohteistaan ja taidoistaan. (McCorkle & McCorkle, 2012.) Identiteetin lisäksi LinkedInille olennaisia hunajakennon rakennuspalikoita ovat lisäksi suhteet ja maine (Kietzmann ym., 2011). Suhteita rakentaakseen käyttäjä voi LinkedInissä lähettää Facebookin kaveripyynnön

kaltaisia kutsuja kollegoilleen, liikekumppaneilleen, luokkakavereilleen tai vapaa-ajan ystävilleen, jotta nämä liittyisivät käyttäjän työelämäverkostoon. Mainetta kuvaa aiemmin mainittu suositusten antaminen tai käyttäjän mainitsemien työelämän taitojen kannattaminen. (McCorkle & McCorkle, 2012.)

2.4 Sijaintiperusteisuus reaaliaikaisessa mobiilideittailussa

Sijaintiin perustuvia ominaisuuksia voidaan pitää nykyisen älypuhelinteknologian ytimenä (Jung ym., 2014). Sijaintiperusteiset, sosiaaliset verkostopalvelut määritellään Schillerin ja Voisardin (2004) mukaan palveluiksi, jotka integroivat mobiililaitteen sijainnin tai aseman muun informaation kanssa, ja täten tuottavat lisäarvoa käyttäjälle. Erilaiset sijaintiin liittyvät teknologiat, kuten GPS-paikannus tai Wi-Fi, antavat mahdollisuuden lisätä sijaintiulottuvuuden olemassa olevaan sosiaaliseen verkostopalveluun (Zheng, 2011). Tämä pienentää kuilua todellisen maailman ja verkkoympäristön välillä (Gao & Liu, 2014). Myös Kaplan (2012) väittää mobiilille sosiaaliselle medialle olevan ominaista, että sovellus tietää käyttäjän maantieteellisen sijainnin (käyttöpaikan) sekä käyttöajankohdan. Hän on luokitellut tämän argumentin mukaisesti mobiilin sosiaalisen median sovellukset sen mukaan, korostuuko näissä enemmän ajan vai paikan merkitys. Osa mobiilisovelluksista, kuten Facebook ja Twitter, mahdollistavat tiedon ajallisesti nopean ja välittömän jakamisen, mutta eivät ole kovin paikkasidonniaisia. Wikipedia ja Youtube edustavat sovelluksia, jotka eivät ole riippuvaisia kummastakaan – ajasta tai paikasta. Sen sijaan sekä aika-että paikkasidonniaisesta mobiilisovelluksesta esimerkkinä on Foursquare, jossa tiedon päivittäminen tapahtuu tiettyyn aikaan, tietyssä paikassa. Esimerkkejä pelkästään paikkasidonniaisista sovelluksista ovat Yelp ja Qype, joissa tietty sijainti liitetään tiettyyn paikkaan, mutta toiminnasta luetaan muiden toimesta vasta myöhemmin palvelussa. (Kaplan, 2012.)

Nykyaikaiset mobiilideittailusovellukset ovat sijaintiperusteisuudellaan kietoneet yhteen verkossa tapahtuvan kanssakäymisen fyysisen maailman tapahtumapaikkoihin ja ihmissuhteisiin (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014). Sijaintiin perustuvaa, reaaliaikaista mobiilideittailua voidaan Birnholtzin, Fitzpatrickin, Handelin ja Brubakerin (2014) mukaan kutsua lyhenteellä LBRTD (*location-based real-time dating*). Tällaiset mobiililaitteilla käytettävät LBRTD-sovellukset ovat nousseet suosituksi tavaksi kohdata – sosiaalisessa tai seksuaalisessa merkityksessä – lähellä olevia täysin tuntemattomia ihmisiä. Deittailuun keskittyvien sovellusten lisäksi sijaintiin perustuvia mobiililaitesovelluksia käytetään myös entuudestaan tuttujen kontaktien tai yhteisiä kiinnostuksen kohteita jakavien henkilöiden kohtaamiseen. (Birnholtz ym., 2014.) Olennaista näissä sosiaaliseen yhteensopivuuteen perustuvissa järjestelmissä on toisin sanoen ihmisen suosittelu toiselle ihmiselle tietyssä kontekstissa (Mayer, Hiltz & Jones, 2015).

Birnholtz ja muut (2014) huomauttavat, että vaikka esimerkiksi Tinder on saavuttanut suuren suosion vastakkaista sukupuolta olevien partnereiden et-

sinnässä, juontaa LBRTD-sovellusten historia juurensa samaa sukupuolta olevien kumppaneiden löytämiseen. Reaaliaikainen mobiilideittailu on tarjonnut luonnollisemman ja helpomman vaihtoehdon kumppanin löytämiseen seksuaalivähemmistöissä, sillä teknologia auttaa tunnistamaan samat intressit omaavan henkilön ilman mahdollista häpeän tunnetta tai ei-toivottua huomiota. (Handel & Shklovski, 2012; Birnholtz ym., 2014.)

2.5 Tinderin toimintalogiikka

Tinder on nettideittailuun tarkoitettu älypuhelinsovellus, joka perustuu lähellä olevien käyttäjien profiilien selaamiseen. Yksinkertaisuudessaan ideana on, että muutaman kuvan sisältävän profiilin perusteella tehdään päätös, laitetaanko vastakkainen käyttäjä jatkoon painamalla sydäntä vai hylätäänkö profiili rastia painamalla. Jos molemmat käyttäjät ”tykkäävät” toisistaan, syntyy heistä Tinder-pari. Tämä avaa mahdollisuuden keskinäiselle keskustelulle. Tinderin käytössä korostuu pelimäisyys, sillä vastaantulevia profiileja on helppo pyyhkiä vasemmalle (*dislike*) tai oikealle (*like*). (Seefeldt, 2014.) Tässä luvussa perehdytään vielä tarkemmin Tinderin toiminnallisuuteen, joka on esitelty tiivistetysti kuviossa 2 (kuvio 2).

Tinder on tällä hetkellä saatavilla iOS-käyttöjärjestelmälle ja Androidille. Perusversio sovelluksesta on toistaiseksi ilmainen ja vaatii toimiakseen olemassa olevan Facebook-profiilin. Kirjaututtuaan Facebook-tunnuksilla sovellukseen, käyttäjä voi luoda itsestään haluamansalaisen profiilin. Vaikutus vastakkaiseen käyttäjään voidaan tehdä valokuvien, esittelytekstin, yhteisten kavereiden ja kiinnostuksen kohteiden avulla. (Seefeldt, 2014.)

Profiiliin voi ladata maksimissaan kuusi kuvaa, jotka tulevat oletusarvoisesti käyttäjän Facebook-tilin profiilikuvakansiesta. Profiilissa näkyviä kuvia voi muokata, ja valinnassa rajoittavana tekijänä on ainoastaan se, että käyttäjän on oltava merkittynä eli ”tägättynä” jokaisessa kuvassa. Suurin merkitys on ensimmäisellä profiilikuvalla, sillä ainoastaan tämä kuva tulee näkymään ensimmäisenä kaikille muille käyttäjille. On myös huomionarvoista, että päällepäin käyttäjän tiedoista näkyy profiilikuvan lisäksi vain etunimi ja ikä. Muut tiedot vastakkainen käyttäjä saa näkyviin klikkaamalla koko profiilin auki.

Esittelytekstille Tinder on varannut 500 merkin pituisen alueen, jonka käyttäjä voi täyttää haluamallaan informaatiolla. Yleisiä mainintoja voivat olla mm. sijainti, opiskelupaikka tai tieto siitä, millaista suhdetta käyttäjä Tinderin käytöllä etsii (Seefeldt, 2014). Myös esimerkiksi Instagram-nimimerkin mainitseminen on yleistä esittelytekstissä. Muita tietoja varten sovellus hakee listan käyttäjän Facebookissa tykkäämistä sivuista sekä näyttää ainakin osan Facebook-kavereista. ”Pelaamisvaiheessa” Tinder näyttää vastakkaiselle käyttäjälle vastaan tulleesta profiilista vain yhteiset tykkäykset ja -kaverit. (Seefeldt, 2014.)

Vastaantulevat Tinderin käyttäjät määritellään asetuksissa löytämistointintoa koskevilla valinnoilla. Ensiksi voidaan valita, näyttääkö sovellus naisia,

miehiä vai molempia. Seuraavaksi määritellään hakuetäisyys, joka kantaa yhdestä kilometristä reiluun 160 kilometriin (sata mailia) asti. Koska Tinder käyttää mobiililaitteen GPS-paikkatietoja käyttäjän sijainnin määrittämiseen, vaihtuvat myös vastaan tulevat profiilit sen mukaan, missä sovelluksen käyttäjä milloinkin liikkuu. Viimeisenä asetusvalikossa käyttäjä voi määrittää ikähaarukan, jonka perusteella sovellus esittelee muita käyttäjiä. Ikäryhmä on rajattavissa 18 ikävuodesta yli 55-vuotiaisiin. (Seefeldt, 2014.)

Kun profiilikuvat ja -esittelyt ovat valmiit sekä löytämistoiminnon valinnat tehty, voi käyttäjä aloittaa Tinderin varsinaisen käyttämisen. Asetusten mukaisesti sovellus näyttää haluttua sukupuolta tietystä ikäryhmästä, tietyltä kilometrisäteeltä. Tinder muodostaa vastaan tulevista käyttäjistä profiilipinon, joka näyttää profiilikuvan lisäksi nimen ja iän. Vasemmalla reunassa olevasta rasti-painikkeesta tai vasemmalle pyyhkäisemällä käyttäjä voi hylätä profiilin, kun taas oikeasta reunasta sydäntä painamalla tai oikealle pyyhkäisemällä hän laittaa käyttäjän jatkoon. Joko keskeltä löytyvää info-painiketta tai profiilikuvaa painamalla avautuu käyttäjän koko profiili kuvineen, esittelyteksteineen ja kiinnostuksen kohteineen. Hylätty profiili katoaa, eikä tule enää uudestaan vastaan käyttäjälle. Hylkäyksen kohteeksi joutuneelle ei myöskään tule mikäänlaista ilmoitusta tapahtumasta. Vain siinä tapauksessa, jos molemmat käyttäjät laittavat toisensa jatkoon, esittää sovellus ilmoituksen syntyneestä Tinderparista, jonka jälkeen käyttäjille avautuu keskusteluikkuna. (Seefeldt, 2014.)

Tinder-parien välinen keskusteluikkuna on toiminnoiltaan perinteisten tekstiviestien lähettämisen kaltainen. Viestien lähettämisen lisäksi käyttäjän on mahdollista jakaa *hetkiä* omien Tinder-pariensä kanssa. Hetket ovat käyttäjän ottamia valokuvia, joihin voi halutessaan lisätä esimerkiksi kuvaan liittyvän tekstin. Jaettu hetki näkyy seuraavan 24 tunnin aikana pelkästään käyttäjän Tinder-pareille, jotka voivat halutessaan tykätä kuvasta tai pyyhkäistä sen mielenkiinnottomana vasemmalle. Hetket kerääntyvät Tinder-parien keskusteluvälikon yläreunaan samanlaisiksi pinoksi kuin päänäytöllä näkyvät potentiaaliset Tinder-parit. (Tinder Team, 2014.)

Tinder on alati kehittyvä sosiaalinen verkostopalvelu, joka aika ajoin lanseeraa uusia ominaisuuksia sovelluksen käyttäjille. Tinder julkaisi maaliskuussa 2015 ilmaisen version rinnalle maksullisen Tinder Plus -version, joka mahdollistaa käyttäjän siirtymisen Passport-toiminnolla mihin tahansa kaupunkiin maailmalla ilman fyysistä liikkumista. Lisäksi Plus-ominaisuus mahdollistaa edellisen pyyhkäisyn kumoamisen, jos vastaan tullut profiili on tullut vahingossa hylätyksi. Tinder Plus-versio ei myöskään sisällä ”tykkäysrajaa”, joka ilmaisversiossa estää käyttäjää pyyhkäisemästä vastaan tulevia käyttäjiä oikealle seuraavan kahdentoista tunnin ajan, mikäli käyttäjä on laittanut liian monta profiilia jatkoon. Tinder ei ole kertonut, kuinka monen oikealle pyyhkäisyn jälkeen tykkäysraja tulee vastaan. Huhtikuun 2015 jälkeen Tinder-profiiliin on ollut mahdollista linkittää käyttäjän Instagram-profiili, josta pääsee suoraan siirtymään toisen palvelun sivuille. Viimeisimpänä uutuuksena Tinder esitteli syyskuussa 2015 Superlike-ominaisuuden, jonka avulla käyttäjä voi viestittää yhden kerran päivässä vastaan tulevalle käyttäjälle olevansa hänestä erityisen

kiinnostunut. Viimeisin päivityksen yhteydessä tullut muutos poisti koko hetkien jakamistoiminnon. Uutena lisäyksenä Tinder hakee Facebookista käyttäjän koulutuksen ja työhistorian, mikäli käyttäjä näin haluaa. Lisäksi sovellus erottelee ne Tinder-parit, joiden kanssa käyttäjä on keskustellut. (Tinder Blog, 2015.)



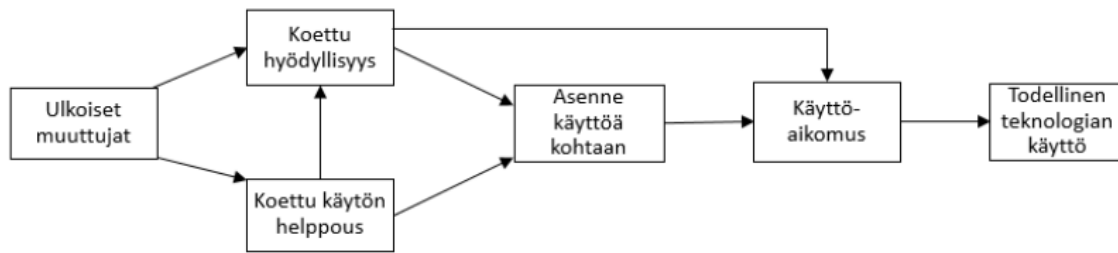
KUVIO 2 Tinderin toimintalogiikka (Tinder Team, 2014.)

3 TEKNOLOGIAN OMAKSUMINEN JA KÄYTTÖ

Teknologian omaksuminen on yksi tutkituimmista aihealueista tietojärjestelmätieteissä. Lyhyesti omaksumisella tarkoitetaan sitä, että miksi ja miten uusi teknologia otetaan käyttöön ja mitkä tekijät sen omaksumiseen vaikuttavat. (Davis, 1989; Karahanna, Straub & Chervany, 1999.) Jotta Tinderin käyttöä ilmiönä voidaan ymmärtää paremmin, on hyvä perehtyä syihin, jotka saavat käyttäjän valitsemaan juuri tietyn vuorovaikutuskanavan tai sosiaalisen median palvelun, ja mitkä tekijät saavat käyttäjän jatkamaan valitun teknologian käyttöä. Tämän osion ensimmäisessä alaluvussa esitellään yleisimpiä tietojärjestelmätieteen tutkimuksia teknologian omaksumisesta ja käytöstä sekä niiden kuvaamiseen tarkoitettuja teorialalleja. Toinen alaluku keskittyy kuluttajanäkökulmaan ja siihen, mitkä tekijät vaikuttavat omaksumiseen ja käyttöön Tinderin kaltaisissa tietojärjestelmissä, kuten sosiaalisissa verkosto- ja pikaviestipalveluissa. Kolmas alaluku käsittelee online-deittailuun tarkoitettujen palveluiden ja teknologioiden käyttöä ja ominaispiirteitä.

3.1 Teknologian omaksumismallit ja ulottuvuudet

Teknologian omaksumisen teorioiden perustana voidaan pitää Davisin (1986) luomaa teknologian omaksumisen mallia (*Technology Acceptance Model, TAM*), joka perustuu yhteensä viiteen ulottuvuuteen: ulkoisiin muuttujiin, koettuun hyödyllisyyteen, koettuun helppokäyttöisyyteen, asenteeseen käyttöä kohtaan, käyttöaikomukseen sekä varsinaiseen teknologian käyttöön. Teknologian omaksumismalli on alun perin tarkoitettu erityisesti työelämän kontekstiin. (Davis 1986; Davis, 1989; Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989.) Seuraava kuvio (kuvio 3) kuvaa TAM-mallin kokonaisuudessaan:



KUVIO 3 TAM-malli (Davis ym., 1989, 985)

Davisin (1989) teorian keskiössä ovat etenkin teknologian helppokäyttöisyys ja hyödyllisyys, sillä hänen mukaansa yksilön halu käyttää tiettyä teknologiaa voidaan selittää näiden kahden uskomuksen perusteella. Koettu hyödyllisyys voidaan määritellä asteeksi, jossa käyttäjä kokee tietyn järjestelmän parantavan hänen työsuoritustaan. Koettu helppokäyttöisyys taas voidaan määritellä sen mukaan, kuinka paljon käyttäjä kokee joutuvansa näkemään vaivaa teknologian käytön eteen. Näihin kahteen yksilön käsitykseen teknologiasta vaikuttavat olennaisesti ulkoiset tekijät. (Davis, 1989.) Fishbeinin ja Ajzenin (1975) perustellun toiminnan teorian mukaan teknologian käyttöaikomuksen taustalla vaikuttavat voimakkaasti asenteet sekä vallitsevat uskomukset ja käsitykset.

TAM-mallia on myös laajasti kritisoitu sen yksinkertaisuudesta ja vajavaisuudesta eli siitä, ettei malli kykene selittämään riittävän kattavasti teknologian omaksumista ja -käyttöä, vaan lähinnä tarjoaa yleispätevän määritelmän hyödyllisyyden ja helppokäyttöisyyden merkityksestä. Teoriamallia onkin kehitetty vuosien saatossa useiden tutkijoiden voimin – Davis mukaan lukien. (Bagozzi, 2007.) Bagozzin (2007) mukaan tutkijat ovat kuitenkin lähinnä keskittyneet lisäämään Davisin malliin uusia ulottuvuuksia, jotka tarjoavat lisää syitä tietyn teknologian käytölle. Bagozzin (2007) mielestä tutkimusten olisi syytä keskittyä enemmän selittämään, miten jo olemassa olevat muuttujat vaikuttavat teknologian omaksumiseen.

Esimerkkinä TAM-mallia laajentavista tutkimuksista on Karahannan ja muiden (1999) tutkimus teknologian esiomaksumisesta. Heidän mukaansa esiomaksumiseen vaikuttavia tekijöitä ovat hyödyllisyyden hahmottaminen, helppokäyttöisyys, tulosten demonstrointimahdollisuus, näkyvyys sekä mahdollisuus koekäyttöön. Tutkimus osoittaa, että sosiaaliset normit vaikuttavat yksin varhaiseen omaksumiseen, kun taas pysyvät päätökset käyttää haluttua teknologiaa – ilman ulkopuolelta tulevaa toimeksiantoa – perustuvat pelkästään asenteellisiin näkökohtiin. Jos teknologian selkeistä hyödyistä ei ole riittävästi tietoa, perustuu halu omaksua teknologia vain uskomuksiin. (Karahanna ym., 1999.) Informaatioteknologian omaksumiseen työympäristössä perehtyvät Venkateshin (2000) ja Venkateshin ja Davisin (2000) tutkimukset, joista Venkateshin (2000) työ perehtyi tarkemmin teknologian helppokäyttöisyyteen, jossa yksilölliset muuttujat, kuten kontrolli, tunne ja koettu nautinto, ovat keskeisessä osassa.

Venkatesh ja Davis (2000) taas testasivat laajennettua TAM-mallia (TAM2) neljässä eri työorganisaatiossa. TAM2-malli lisäsi aiempaan teknologian omaksumisen teoriaan sosiaalisia (vapaaehtoisuus, imago, subjektiiviset normit) ja kognitiivisia (relevanssi, laatu, demonstroitimahdollisuudet, helppokäyttöisyys) tekijöitä, jotka vaikuttavat teknologian koetun hyödyllisyyden taustalla. Näiden tekijöiden tarkoitus oli auttaa ymmärtämään paremmin, kuinka teknologian käyttö ja käyttöönotto voitaisiin toteuttaa paremmin ja tehostetummin organisaatioympäristössä. (Venkatesh & Davis, 2000.) Venkatesh, Morris, Davis ja Davis (2003) jalostivat teknologian omaksumisen ja teknologian käytön yhdeksi yksittäiseksi UTAUT-malliksi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), jossa he nostavat esille neljä tärkeää tekijää: odote suorituskyvystä (*performance expectancy*), odote vaadittavasta vaivannäöstä (*effort expectancy*), sosiaalinen vaikutus (*social influence*) ja vallitsevat olosuhteet (*facilitating conditions*). Nämä tekijät selittävät tiivistetysti sen, mitä hyötyä teknologia käyttäjälleen tarjoaa, millaisia vaatimuksia teknologian käyttö tuo, millainen on sosiaalinen paine eli kuinka läheiset ihmiset kokevat teknologian sekä millaiset resurssit ja tuki on saatavilla teknologian käyttöön. (Venkatesh ym., 2003.)

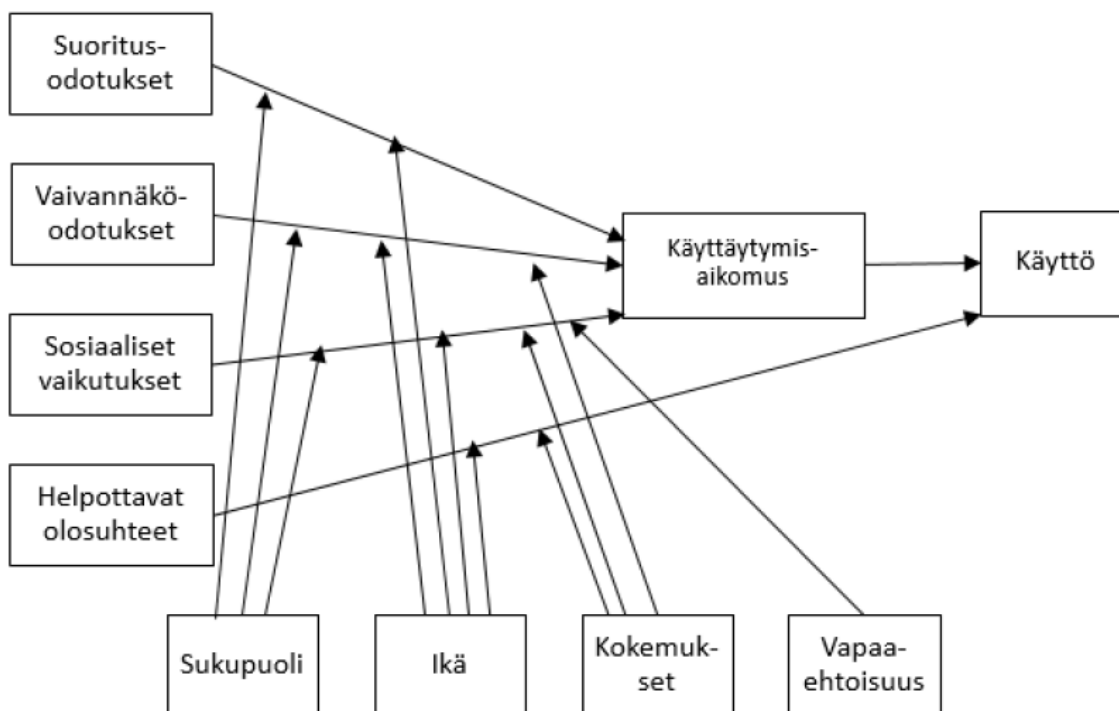
UTAUT-mallia on hyödynnetty myös sosiaalisen median käytön selittämiseen tutkijapiireissä. Gruzdin, Stavesin ja Wilkin (2012) mukaan tutkijat ovat omaksuneet eri sosiaalisen median työkaluja laajasti käyttöönsä ammatillisessa työssään. Tutkimuksesta ilmenee esimerkiksi, että UTAUT-mallin kaksi ulottuvuutta – odote suorituskyvystä ja sosiaalinen vaikutus – koetaan sosiaalisen median kontekstissa positiiviseksi, sillä sosiaalisen median työkalut auttavat tutkijoita kasvattamaan sosiaalista verkostoaan. Sosiaalinen vaikutus taas toimii merkittävänä tekijänä tietyn sosiaalisen median työkalun käyttöönotossa. Sen sijaan yksityisyys- ja tietosuojahuolet sekä ajanpuute verrattuna tiedon valtaavaan määrään koettiin negatiivisina. UTAUT-malli tarjoaa selitykseksi odotetta vaivannäöstä sekä vallitsevia olosuhteita, mutta Gruzdin ja muiden (2012) mukaan tätä ilmiötä selittää paremmin mallista myös löytyvä tekijä – ahdistuneisuus tai tuska (*anxiety*). (Gruzd ym., 2012.)

3.2 Hedoninen motivaatio ja koettu nautinto

Aiemmin esitelty teknologian omaksuminen ja käyttö keskittyy etupäässä työympäristöön, mutta ilmiötä on lähestytty myös kuluttajanäkökulmasta. Hedoninen motivaatio rinnastetaan tietojärjestelmätieteen tutkimuksessa usein *koettuun nautintoon* (*perceived enjoyment*). (Venkatesh ym., 2012.) Motivaation roolia yksilön käyttäytymisen taustalla jonkin teknologian omaksumisessa on tutkittu laajalti, kuten Decin (1975) tekemä jako ulkoiseen ja sisäiseen motivaatioon. Ulkoista motivaatiota kuvaa jonkin arvon saavuttaminen teknologian avulla, kun taas sisäisen motivaation tapauksessa ollaan kiinnostuneita toiminnasta itsestään (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1992). Sekä Davisin ja muiden (1992) että van der Heijdenin (2004) tutkimukset osoittavat, että ulkoinen motivaattori, hyödyllisyys, ja sisäinen motivaattori, nautinto, vaikuttavat yksilön motivaatioon käyt-

tää tiettyä teknologiaa. Hedoniset tietojärjestelmät tarjoavat ennen kaikkea jonkin tarpeen täyttymystä käyttäjälle itselleen, enemmän kuin pelkkää välinearvoa (van der Heijden, 2004). Lin ja Lu (2011) puolestaan toteavat, että kuluttajan näkökulmasta koettua nautintoa voidaan pitää merkittävimpänä tekijänä teknologian omaksumisessa ja käytössä sosiaalisten verkostopalveluiden tapauksessa. Sosiaalisissa verkostopalveluiden käytön jatkumiseen vaikuttavia tekijöitä hyödyllisyyden ja nautinnon ohella ovat katselukertojen määrä, vastavuoroisuus ja verkostopalvelua käyttävien jäsenten määrä. Sukupuolieroja sosiaalisten verkostopalvelujen käytössä esiintyi katselukertojen määrän kohdalla, jonka vaikutus palvelun käyttöön oli naisilla miehiä korkeampi. (Lin & Lu, 2011.)

Koetun nautinnon merkitystä teknologian omaksumisessa ja käytössä on tutkittu myös erilaisten mobiilipalveluiden, kuten pikaviestipalveluiden näkökulmasta. Aarnion, Enkenbergin, Heikkilän ja Hirvolan (2002) tutkimus suomalaisten käyttämistä mobiilipalveluista korostaa viihdyttävyyden merkitystä teknologian omaksumisessa ja käytössä. Pedersenin ja Nysvenin (2002) mukaan teini-ikäisten tekstiviestipalveluiden omaksumista edistävät viihdyttävyyden ja ilmaisuvoimaisuuden. Venkatesh, Thong ja Xu (2012) käsittelivät teknologian omaksumista ja käyttöä yksittäisen kuluttajan kontekstissa, jossa kohdetyhminä olivat mobiilien internet-palveluiden käyttäjät. UTAUT2-malli (kuvio 4) tuo aikaisempiin teorialleihin lisänä vielä hedonisen motivaation (*hedonic motivation*), hinnan arvon (*price value*) sekä tavan tai tottumuksen ja kokemuksen käyttää teknologiaa (*habit and experience*). Teknologiaa omaksuttaessa täytyy huomioida myös kuluttajan demografiset tekijät, kuten ikä ja sukupuoli sekä luonteenpiirteet. (Venkatesh ym., 2012.)



KUVIO 4 UTAUT2 (Venkatesh ym., 2012, 160)

Steinfeldin, Ellisonin ja Lampen (2008) tutkimus sosiaalisten verkostosivustojen sekä Loun, Chaun ja Lin (2005) pikaviestipalveluita käsittelevä tutkimus osoittavat, että erilaisia sosiaalisen median palveluita käytetään (*käyttöaikomus*) jokapäiväisessä elämässä sosiaalisten suhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen ystävien, perheen ja muiden ihmisten välillä. Loun ja muiden (2005) tutkimus osoittaa koetun nautinnon olevan dominoivin viestintäteknologian omaksumista selittävä tekijä, johon olennaisesti liittyvät sitoutuminen ihmissuhteisiin, motivaatio kuulua tai liittyä samaa palvelua käyttävään ryhmään sekä kriittinen massa. (Lou ym., 2005.) Kriittinen massa tarkoittaa ilmiötä, jossa tiettyä teknologiaa käyttävien ihmisten määrä alkaa kiihtyä siinä vaiheessa, kun riittävä määrä käyttäjiä on omaksunut teknologian (Rogers, 2003). Loun ja muiden (2005) mukaan sekä koetulla nautinnolla että koetulla kriittisellä massalla on selkeä vaikutus koettuun hyödyllisyyteen. Yleisesti ottaen pikaviestipalvelut koetaan hauskana ja hyödyllisenä välineenä täyttää yksilön tarve kuulua ja sitoutua johonkin sekä kokoontua verkossa tärkeiden ihmisten kesken. (Lou ym., 2005.)

3.3 Teknologian käyttö deittailuympäristössä

Internetistä on tullut vuosien saatossa yleinen työkalu uusien ystävien sekä romanttisten tai seksuaalisten kumppaneiden etsimiseen (Ellison ym., 2006; Hardy, 2004; Whitty & Carr, 2004). Couchin ja Liamputtongin (2008) tutkimuksen mukaan syitä käytölle voivat olla myös hauskanpito, ajanviete tai halu tavata uusia ihmisiä mahdollisimman helpolla tavalla. Etenkin selainpohjaisille deittailupalveluille on tyypillistä, että käyttäjä kertoo profiilissaan selvästi, mitä hän on palvelun käytön avulla hakemassa (Whitty & Carr, 2004). Usein muutos elämäntilanteessa, kuten eroaminen suhteesta, muutto tai muutokset tuttavapiirissä saattavat olla tarvittava sykäys online-deittailupalvelun omaksumiselle (Couch & Liamputtong, 2008).

Heino, Ellison ja Gibbs (2010) vertaavat tutkimuksessaan online-deittailua markkinatalouden lainalaisuuksiin, jossa sopivan kumppanin etsintään käytetyt deittailusivustot kuvataan eräänlaisina markkinapaikkoina, joissa palvelun käyttäjät ovat kielikuvallisesti vertailtavia ja ostettavia tuotteita. Käyttäjä voi valikoida laajasta massasta juuri haluamansalaisia ominaisuuksia omaavia henkilöitä. Heino ja muut (2010) toteavatkin online-deittailupalveluiden mahdollistavan käyttäjän oman markkina-arvon testaamisen. Markkina-arvon testaamisella tarkoitetaan oman haluttavuuden määrittämistä ja mainostamista deittailupalvelun tarjoamilla työkaluilla. Tällainen testaus on myös vertailua muihin, samoja toivottuja ominaisuuksia tarjoaviin kilpailijoihin. Omaa markkina-arvoaan voi määrittää esimerkiksi profiilin saamien klikkausten tai lähetettyihin sähköpostiviesteihin saatujen vastausten määrän perusteella. Tutkimukseen osallistuneille oli tyypillistä, että jos oma haluttavuus koettiin matalaksi, muuttivat deittipalveluiden käyttäjät tapaansa esittää itseään, esimerkiksi profiilikuvaa vaihtamalla. (Heino, Ellison & Gibbs, 2010.)

Heino ja muut (2010) nostivat tutkimuksessaan esille online-deittailun pinnallisuuden, sillä päätöksenteko pohjautuu usein hyvinkin kevyin perustein tehtyihin valintoihin. Eräs tutkimukseen osallistunut totesikin online-deittailupalveluiden käyttäjien toimivan samalla tavalla kuin esimerkiksi Supermarketissa: päätös tehdään helposti jonkin tietyn, yksittäisen ominaisuuden perusteella. Hän uskoi myös deittailupalveluiden käyttäjien selaavan profiileita hyvin nopeasti, ilman tarkempaa perehtymistä. Syyksi tällaiselle käytökselle haastateltu arvioi ihmisten ajan puutteen sekä tarjonnan määrän. (Heino, Ellison & Gibbs, 2010.)

Jungin ja muiden (2014) mukaan Tinderin kaltaisissa mobiilideittailusovelluksissa impulsiivinen, pelkkään sormenpyyhkäisyyn perustuva älypuhelin-teknologia poistaa tavallisissa kohtaamistilanteissa esiintyvän kitkan ja torjuttuksi tulemisen pelon sekä johtaa helpommin aloitteen tekemiseen. Kun deittailuun tarkoitettu sovellus on omaksuttu, muuttuu käyttö *ubiikiksi* eli kaikkialla läsnä olevaksi ja sosiaalisesti sitoutuneemmaksi. (Jung ym., 2014.) Aiemmin mobiilideittailusovellusten sijaintiperusteisuutta tarkastelevassa luvussa todettiin teknologian auttavan tunnistamaan samoja intressejä omaavia henkilöitä myös seksuaalivähemmistöjen keskuudessa – ilman mahdollista häpeän tunnetta tai ei-toivottua huomiota. (Handel & Shklovski, 2012; Birnholtz ym., 2014.)

Käyttäjän määrittelemän menestyksen perusteella voidaan tarkastella sekä online-deittailupalveluiden että muiden sosiaalisen median palveluiden omaksumista ja käyttöä (Mascaro, Magee & Goggins, 2012). Mascaron ja muiden (2012) tutkimuksen mukaan kolmen suuren online-deittailusivuston (Match.com, eHarmony ja OkCupid) käyttäjistä osa tunsu alkuun skeptisyyttä ja jopa häpeää tällaisten palveluiden käyttöä kohtaan, mutta halu löytää romanttinen kumppani johti vastahakoisuudesta huolimatta teknologian käyttöön. Menestystarinoissa korostui myös kiitollisuus online-deittailusivustoa kohtaan, jota ilman kumppania ei olisi välttämättä löytynyt. (Mascaro ym., 2012.)

Online-deittailuun tarkoitetuille sivustoille tai mobiilisovelluksille on muihin sosiaalisen median palveluihin verrattuna ominaista, että tyytyväinen palvelun käyttäjä löytää palvelun avulla yhteensopivan kumppanin, ja täten jättää palvelun. Tosin tällaiset käyttäjät levittävät usein positiivista palautetta deittisovelluksesta tai -palvelusta ja houkuttelevat näin palvelun piiriin uusia käyttäjiä. (Jung ym., 2014.) Mascaro ja muut (2012) kuitenkin korostavat, ettei jokainen käyttäjä löydä sopivaa kumppania saman tien, vaan monet käyttäjät kokeilevat eri sivustoja ja tarvittaessa palaavat palvelun pariin, jos aikaisempi ihmissuhde päättyy. Mobiilideittailusovellusten merkittävänä erona perinteisiin, selainpohjaisiin deittailupalveluihin voidaan Birnholtzin ja muiden (2014) mukaan nähdä internetin välityksellä tapahtuvan vuorovaikutuksen kesto ennen kasvokkaista tapaamista reaali maailmassa. Perinteisillä deittailusivuilla toiseen ihmiseen tutustuminen voi kestää viikkoja tai kuukausia, kun taas sijaintiperusteisilla mobiilisovelluksilla tapaaminen voidaan järjestää hyvinkin nopeasti. (Birnholtz ym., 2014.)

Suomessa Väestöliiton parisuhdekeskus on tehnyt 109 Tinderin käyttäjää kattaneen selvityksen, jonka mukaan Tinderin koettiin lisänneen mahdollisuuk-

sia uusien ihmisten tapaamiseen ja sovellusta pidettiin helppokäyttöisenä. Vastajaista 80 % etsi omien sanojensa mukaan pitkäaikaisia suhteita ja 17 % oli löytänyt itselleen elämäkumppanin sovelluksen kautta. 18 % vastanneista kertoi etsivänsä sovelluksen avulla seksiseuraa. Suurimman osan mielestä Tinderin koettiin tehneen deittailusta rennompaa ja avoimempaa. Puolet vastanneista näki Tinderin käytön itsetuntoa kohottavana seikkana, kun taas noin neljäsosa koki itsetuntonsa laskeneen Tinderin käytön seurauksena. Loput vastanneista kokivat itsetuntonsa pysyneen ennallaan. (Nurminen, 2015.)

4 ITSENSÄ ESITTÄMINEN JA IDENTITEETTI

Tämän luvun tarkoituksena on perehtyä siihen, miten Tinderiä käytetään. Luvussa avataan ensiksi itsensä esittämisen ja identiteetin käsitteet sekä luodaan silmäys näitä teemoja käsitelleisiin, tämän tutkielman kannalta relevantteihin, tutkimuksiin. Itsensä esittämisen ja identiteetin teorioiden ja aiempien tutkimusten pohjalta kuvataan, miten itsensä esittäminen ja identiteetti toteutuvat tietokonevälitteisessä viestinnässä ja deittailuympäristöissä. Toisessa alaluvussa keskitytään vastapuolen identiteetin arviointiin. Kolmas alaluku käsittelee teknologian käytön vaikutuksia käyttäjän identiteettiin online-deittailussa sekä vertaa online-identiteetin ja offline-identiteetin eroja itsensä esittämistilanteissa. Neljännessä alaluvussa perehdytään vaikutelman hallintaan tietojärjestelmätieteen teorioiden näkökulmasta. Alaluku käsittelee itsensä esittämistä myös markkinoinnin näkökulmasta, jossa keskeisenä terminä on henkilöbrändäys.

4.1 Itsensä esittäminen verkkoympäristössä

Itsensä esittäminen ja identiteetti verkkoympäristössä ovat kiinnostaneet tutkijoita jo pitkään. Itsensä esittämisen tutkimuksissa käytetyt teoriat pohjautuvat useimmiten sosiologi Erving Goffmanin klassikkoteokseen *Presentation of self in everyday life* vuodelta 1959, jossa hän käyttää teatterisanastoa ihmisen erilaisiin tapoihin esittää minäänsä arkipäiväisissä tilanteissa. Itsensä esittäminen terminä voidaan määritellä prosessiksi, jossa valmistemme roolimme näyttämön takana ja esittelemme itsestämme muille juuri sen kuvan, jollaisena haluamme muiden meidät mieltävän (Goffman, 1959; Wood & Smith, 2001, 47). Itsensä esittämistä tapahtuu – joko tietoisesti tai tiedostamattomasti – kaikissa sosiaalisissa tilanteissa, ja näistä arkipäiväisistä tilanteista kerätään jatkuvasti tietoa, joiden pohjalta toisten käytöstä voidaan ennakoida. Itseilmaisuus voidaan jakaa sekä *suoriin* (*given expressions*) että *epäsuoriin* (*given off expressions*) itseilmaisuihin, joiden pohjalta toisen ihmisen käytöksestä tehdään tulkintoja. (Goffman,

1959.) Itsensä esittäminen on Goffmanin (1959) mukaan aina kontekstisidonnaista ja tietyille kohderyhmälle suunnattua.

Identiteetti sen sijaan on monimutkainen, henkilökohtainen ja sosiaalinen rakennelma, joka pitää sisällään monia eri näkökulmia minuudesta. Identiteettiin kuuluu kolme osa-aluetta: sen, millaisina me itse itsemme ajattelemme, kuinka me toivoisimme muiden meidät näkevän ja sen, millaisessa valossa muut todellisuudessa meidät näkevät. (Wood & Smith, 2001, 47.) Higgins (1987) jakaa minuuden niin ikään kolmeen eri osaan: *todellinen minä* (pitää sisällään yksilön ominaisuudet), *ihanneminä* (ominaisuudet, jotka yksilö ihannetilanteessa omaisi) ja *moraalinen minä* (ominaisuudet, joita yksilöllä pitäisi olla). Online-identiteetti eli *virtuaalinen minä* sen sijaan tarkoittaa henkilöä, joka on yhteydessä ympäröivään maailmaan tai muihin ihmisiin elektroniikan, kuten internetin, television tai puhelinten, välityksellä (Agger, 2004, 1).

Internetin käyttö potentiaalisen kumppanin löytämiseen tuo yksilöille uusia haasteita itsensä esittämiseen ja itsestään kertomiseen liittyen (Gibbs, Ellison & Heino, 2006). Turklen (1995) mukaan internet antaa yksilölle mahdollisuuden suhteellisen nimettömyyden ja monimuotoisten kohtaamispaikkojen ansiosta tutkia ja kokeilla erilaisia versioita itsestään. Aiemmat alan tutkimukset ovat sijoittuneet nimettömiin verkkoympäristöihin, kuten Chat-huoneisiin sekä online-deittailusivustoihin, joissa ei esiinnytä täydellisen nimettömyyden suojin (Ellison ym., 2006). Zhaon ja muiden (2008) tutkimus identiteetin rakentumisesta Facebookissa keskittyi täysin omalla nimellä esiintymiseen. Birnholtz ja muut (2014) taas ovat tuoneet mobiilideittailusovellukset osaksi identiteetin tutkimusta. Nämä tutkimukset osoittavat, että itsensä esittäminen verkossa vaihtelee suuresti sen mukaan, esiinnyttäänkö verkossa omalla nimellä vai ei. (Zhao ym., 2008.) Tietokonevälitteinen viestintä on tarjonnut mahdollisuuden muokata henkilökohtaisia identiteettejä herättäen samalla kysymyksiä, mikä teknologialla on ylipäätään mahdollista ja mikä hyväksyttävää itsensä esittämisen näkökulmasta (Wood & Smith, 2001, 47). Mobiilisovelluksissa itsensä esittäminen on kuitenkin rajoittuneempaa verrattuna perinteisiin deittailupalveluihin, koska sijaintiperustaisissa, reaaliaikaisissa deittailusovelluksissa ilmaiseminen painottuu lähinnä muutamaan valokuvaan (Birnholtz ym., 2014).

Sosiaalisen median palveluissa itsensä esittämistä voidaan tarkastella Kaplanin ja Haenleinin (2010) tekemän kategorisoinnin perusteella (taulukko 1). Taulukossa kuvataan itsestä kertomisen ja itseilmaisun lisäksi myös läsnäolon ja median rikkauden ulottuvuus, mutta tässä työssä keskitytään pelkkään itsensä esittämisen osuuteen.

TAULUKKO 1 Sosiaalisen median luokittelu sosiaalisen läsnäolon/median rikkauden sekä itsensä esittämisen ja itsestä kertomisen avulla. Mukailten Kaplan & Haenlein (2010).

		Sosiaalinen läsnäolo/Median rikkaus		
		Matala	Keskitaso	Korkea
Itsensä esittäminen /itsestä kertominen	Korkea	Blogit	Sosiaaliset verkostopalvelut (Facebook)	Virtuaaliset sosiaaliset maailmat
	Matala	Yhteistyöperusteiset projektit (Wikipedia)	Sisältöyhteisöt (Youtube)	Virtuaaliset pelimaailmat World of Warcraft

Itseilmaisuus nähdään tässä kontekstissa tietoisena ja tiedostamattoman henkilökohtaisen tiedon paljastamisena. Mielikuvaa luodaan ajatusten, tunteiden ja tykkäämisten ilmaisemisen keinoin. Kuten yllä olevasta taulukosta käy ilmi, korostuu itsensä esittäminen blogeissa, sosiaalisissa verkostopalveluissa sekä virtuaalisissa sosiaalisissa maailmoissa, joissa itseilmaisuus on vapaampaa. Sen sijaan yhteistyöprojekteissa, sisältöyhteisöissä ja virtuaalisissa pelimaailmoissa itseilmaisuus on vähäisempää. (Kaplan & Haenlein, 2010.) Joinsonin (2001) mukaan yksilö paljastaa itsestään enemmän ja helpommin tietoa visuaalisen nimetömyyden suojin internetissä kuin kasvokkain tapahtuvassa vuorovaikutuksessa. Gibbssin ja muiden (2006) tutkimustulokset taas osoittavat, että itseilmaisuus ja itsestä kertominen, joita usein verrataan itseilmaisuun myös kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa ja ihmissuhteissa, vaihtelevat käyttäjien relationaalisten tavoitteiden mukaan. Krasnovan, Spiekermannin, Korolevan ja Hildebrandin (2010) mukaan sosiaalisten verkostopalveluiden käyttäjät ovat motivoituneita paljastamaan enemmän tietoa itsestään, mikäli palvelu mahdollistaa kätevän sosiaalisten suhteiden kehittämisen ja ylläpitämisen sekä tarjoaa tälle toiminnalle miellyttävän alustan.

4.2 Vastapuolen identiteetti

Online-deittailupalveluiden käyttäjälle on tyypillistä, että profiileja katsellessaan hän *suodattaa* tai *seuloa* vastapuolen identiteettiä ennen jatkotoimenpiteitä, kuten mahdollista tapaamista todellisessa maailmassa (Couch & Liambuttong, 2008). Käyttäjällä on joukko suodattavia tekijöitä tai prosesseja, jotka määrittelevät sen, kuinka ja milloin hän voisi tavata kasvokkain toisen nettideittailijan

kanssa. Lisäksi käyttäjä arvioi, voisiko tapaaminen johtaa seksuaaliseen kanssakäymiseen, ja miten tämä tapahtuisi. (Couch & Liambuttong, 2008.) Suodattamista keskeisenä tekijänä online-deittailussa ovat tutkineet mm. Hardey (2004) heteroseksuaalien sekä Davis, Hart, Bolding, Sherr ja Elford (2006) homoseksuaalien näkökulmasta. Davisin ja muiden (2006) mukaan internetin käyttöä voidaan tarkastella sitoutumisen kannalta, jossa identiteetin rakentuminen, luottamus ja turvallisuus ovat tärkeässä osassa. Tätä voidaan pitää synonyymina suodattamiselle (Couch & Liambuttong, 2008). Suodattamisteorioiden pohjana on käytetty usein Goffmanin (1983) termiä potentiaalisten seksuaalisten kumppaneiden ”hiljaisesta lajittelusta”, jonka keinona suodattamista voidaan pitää (Couch & Liambuttong, 2008).

Suodattamiskeinot riippuvat online-deittailupalvelusta, mutta yleensä seulominen tapahtuu tekstin, kuvien ja keskustelun avulla. Tätä seuraa progressiivinen, personoidumpi vaihe kommunikoinnissa ja sitoutumisessa, joka voi johtaa online-deittailijoiden keskinäiseen tapaamiseen reaali maailmassa. (Couch & Liambuttong, 2008.) Davis ja muut (2006) korostavat etenkin kuvien ja tekstin merkitystä seulonnassa. Hardey (2004) esittää nettideittailun voivan olla myös omaa identiteettiä suojelevaa, jossa suodattamisella vältytään todellisen maailman riskeiltä, yllätyksiltä tai pettymyksiltä (Whitty & Carr, 2004).

Couchin ja Liambuttongin (2008) tutkimus australialaisista nettideittailijoista osoittaa suodattamisen vaihtelevan sen mukaan, mitä online-deittailulta haetaan. Yleisimpiä suodattavia tekijöitä olivat yleinen viehättävyys sekä maantieteellinen ja fyysinen läheisyys. Osa haastatelluista odotti vastapuolelta hyviä keskustelutaitoja, osa kemioiden kohtaamista. Ei-toivottuja tekijöitä olivat epä-tarkat ja harhaanjohtavat valokuvat sekä valheet ominaisuuksista tai valehtelu keskustelun aikana. Tutkimus osoittaa, että onnistuneella suodattamisella ja vastapuolen identiteetin hahmottamisella verkossa tapahtuvan vuorovaikutuksen aikana toivotaan olevan positiivinen vaikutus reaali maailmassa tapahtuvien kohtaamisten laatuun. (Couch & Liambuttong, 2008.)

4.3 Teknologian käytön vaikutus identiteettiin

Tietokonevälitteinen viestintä tarjoaa erilaisia ja valikoivampia mahdollisuuksia itsensä esittämiseen, verrattuna todelliseen maailmaan ja kasvokkain tapahtuvaan viestintään. Ensinnäkin internet mahdollistaa kontrolloidun verbaalisen ja kielellisen kommunikoinnin, kun taas kasvokkain tapahtuvassa viestinnässä pienet, sanattomat eleet ja vihjeet voivat paljastaa yksilöstä kontrolloimattomia asioita. Toiseksi tietokonevälitteisesti tapahtuva viestintä antaa yksilölle enemmän aikaa rakentaa juuri haluamansalaisia viestejä, ja välittää itsestään täten positiivisemmän ja harkitumman kuvan. (Bargh, McKenna & Fitzsimons, 2002; Gibbs, Ellison & Heino, 2006; Turkle, 1995; Walther & Parks, 2002; Walther, 2007.) Piercen (2009) tutkimus sosiaalisten verkko- ja pikaviestipalveluiden käytöstä teini-ikäisten keskuudessa osoittaa, että etenkin naispuoliset käyttäjät

kokevat tietokonevälitteisen viestinnän aiheuttavan vähemmän sosiaalista tuskastuneisuutta ja epämukavuutta kuin perinteinen kasvokkainen viestintä.

Online-identiteetti eroaakin usein offline-identiteetistä, sillä erilaisten online-deittailupalveluiden käytöllä on vaikutuksia käyttäjän omaan identiteettiin (Ellison ym., 2006) ja vastakkaisen käyttäjän identiteetin arviointiin (Couch & Liambuttong, 2008). Aiemmin vastapuolen identiteetin arvioinnin todettiin Couchin ja Liambuttongin (2008) tutkimuksen mukaisesti olevan hyvin valikoivaa. Oman identiteetin rakentumiseen vaikuttaa Zhaon ja muiden (2008) mukaan se, esiinnyttäänkö sosiaalisessa verkostopalvelussa omalla nimellä vai nimettömänä. Vaikka käyttäjän identiteetti on omalla nimellä esiinnyttäessä todenmukaisempi ja rehellisempi kuin nimettömyyden suojin rakennettu identiteetti (Ellison ym., 2006), mahdollistavat verkkopalvelun asetukset sosiaalisesti haluttavamman ja todellista maailmaa ”paremman” minän esittämisen (Zhao ym., 2008). Yksilöt esiintyvät Zhaon ja muiden (2008) mukaan eri tavalla erilaisissa sosiaalisissa ympäristöissä, ja nämä tilanteelliset identiteetit vaihtelevat sosiaalisen kontekstin ja sen aiheuttamien normien mukaisesti. Identiteetit ovat pikemminkin sosiaalisesti rakentuneita tuotteita kuin yksilön ominaispiirteitä. (Zhao ym., 2008.) Van Dijck (2013) huomauttaa, että sosiaalisen median monikanavaisuuden myötä ihmisen identiteettiä ei voida enää selkeästi jaotella yksityiseen ja julkiseen identiteettiin, vaan esimerkiksi Facebook-profiili näkyy suurin piirtein samalla tavalla niin läheisille ystäville kuin työtovereillekin.

Whitty (2004) perehtyy vuosien 2003–2004 tutkimuksessaan online-deittailussa ilmenevään todellisuuden vääristelyyn. Tutkimuksen mukaan käyttäjät suhtautuvat ärsyyntyneesti totuutta muunteleviin käyttäjiin, mutta toisaalta sortuvat itsekin valehteluun omissa deittiprofiileissaan. Yleisin totuudesta poikkeava asia oli valokuvan ottohetki, josta saattoi olla vierähtänyt todellisuudessa jo yli vuosi. Muita vääristeltyjä seikkoja olivat mm. ikä, paino ja yksityiskohdat omaan siviilisäättyyn liittyen. (Whitty & Carr, 2004.) Toman, Hancockin ja Ellisonin (2008) mukaan miehet valehtelevat online-deittailupalveluissa enemmän pituudestaan, naiset painostaan. Kaikkein epätarkimpia todellisuuden verrattuna ovat valokuvat, kun taas parisuhdestatus kuvataan todenmukaisimmin. Nettideittailijoille on ominaista, että mitä helpommin käyttäjän profiili on yhdistettävissä todellisen maailman identiteettiin, sitä tarkemmin profiilin tiedot vastaavat todellisuutta. (Toma, Hancock & Ellison, 2008.)

Ellison ja muut (2006) korostavat, että deittisivuilla tapahtuvan esiintymisen tulee olla tasapainossa todellisuuden kanssa, sillä totuus selviää viimeistään siinä vaiheessa, kun verkosta siirrytään kasvokkaiseen kanssakäymiseen. Tasapainoilu todellisuutta positiivisessa valossa kaunistelevalle ja negatiivisesti vääristävän profiilikuvan välillä on häilyvää. Hancockin ja Toman (2009) tutkimus online-deittailijoiden valokuvien tarkkuudesta todellisuuteen verrattuna osoittaa, että onnistunut profiilikuva toimii erinomaisena keinona menestyä nettideittailussa, vaikka kuva vääristäisikin toivottua enemmän totuutta.

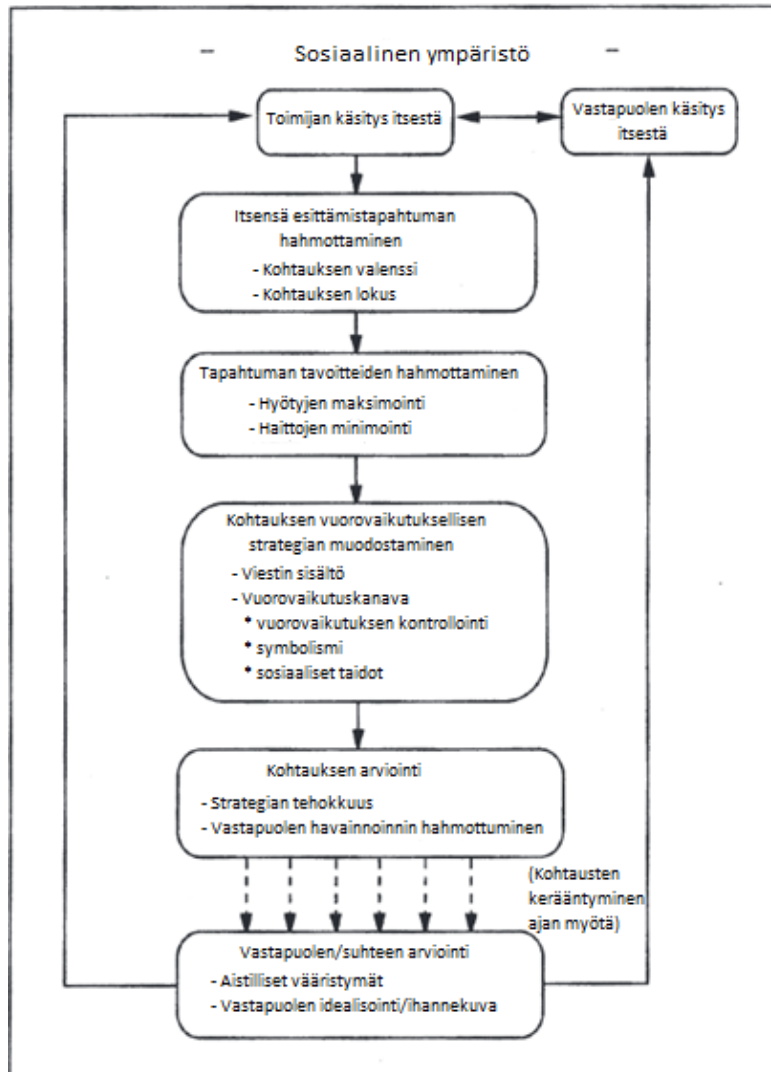
Steinfeldin ja muiden (2008) mukaan Facebookin kaltaiset sosiaaliset verkostopalvelut auttavat käyttäjiä muodostamaan ja ylläpitämään sosiaalisia suhteita, mikä vaikuttaa suoraan sosiaalisen pääoman, eli sosiaalisissa verkostoissa

syntyvän luottamuksen ja vastavuoroisuuden, määrään. Käyttäjät, joilla oli matalampi itsetunto, saivat sosiaalisten verkostopalveluiden käytöstä enemmän sosiaalista pääomaa kuin korkean itsetunnon omaavat käyttäjät. (Steinfeld ym., 2008.) Heinon ja muiden (2010) online-deittailua markkinointiin vertaavassa tutkimuksesta käy ilmi, että omaa markkina-arvoa testaavalla online-deittailupalveluiden käytöllä oli vaikutusta käyttäjien minäkuvaan. Monet väittivät itsetunnon pysyneen entisellään, mutta osa kertoi heidän itsetuntonsa parantuneen, kun muut käyttäjät kokivat heidät viehättäviksi. Etenkin naisilla online-deittailupalveluiden käyttäminen ja siellä saatujen yhteydenottojen määrä saattoi saada aikaan eräänlaisen ”egoboostin.” (Heino ym., 2010.)

4.4 Vaikutelman hallinta

Vaikutelman hallintaa (*Impression Management*) pidetään lähes synonyymina itsensä esittämiseksi (Beard, 2004, 12), jossa kyse on niin sanotusti valikoivasta itsensä esittämisestä (Gibbs ym., 2006). Vaikutelman hallinnan terminä on esitelty Goffman (1959), jonka mukaan vaikutelman hallinnassa yksilöllä on muille näyttäytyessään aina jonkinlainen syy muokata toimintaansa niin, että siitä välittyy juuri sellainen vaikutelma muille kuin hänellä on tarkoituskin välittää. Tarkoitus on näin ollen säädellä niitä tulkintoja, joita toiset yksilöstä tekevät. Vaikutelman hallinnan suhdetta informaatioteknologiaan, ja kuinka sitä IT-alalla voidaan hyödyntää, on tutkittu niin yksilön kuin organisaatioidenkin näkökulmasta (Beard, 1996). Teknologian vaikutusta sekä henkilöiden väliseen vuorovaikutukseen että organisaatioiden välisiin suhteisiin voidaan Beardin (1996) mukaan tarkastella vaikutelman hallinnan viitekehyksen avulla, jossa tarkoituksena on ymmärtää paremmin informaatioteknologian tuomia mahdollisuuksia ja sen aiheuttamia seurauksia.

Tässä työssä vaikutelman hallinnan teoreettista viitekehystä lähestytään sekä Gardnerin ja muiden (1996) itsensä esittämistä kuvaavan prosessimallin (kuvio 5) että O’Sullivanin (2000) vaikutelman hallintamallin avulla (kuvio 6). Gardnerin ja muiden (1996) malli soveltuu etupäässä tietokonevälitteiseen viestintään työympäristössä. Myös O’Sullivan (2000) korostaa mallissaan valitun viestintäkanavan merkitystä.



KUVIO 6 Vaikutelman hallinnan malli (O'Sullivan, 2000)

Seuraavaksi vertaillaan Gardnerin ja muiden (1996) itsensä esittämisprosessimallin ja O'Sullivanin (2000) vaikutelman hallintamallin keskeisimpiä osia-alueita. Molemmilla malleilla lähtökohdaksi on vuorovaikutusmahdollisuus tai itsensä esittämis tapahtuma. Gardnerin ja muiden mallissa vaikuttavat lähtökohtaisesti olennaiset taustatekijät eli staattiset sosiaalisen kontekstin vihjeet ja sekä toimijan että yleisön ominaisuudet. Sosiaalisen kontekstin vihjeitä ovat esimerkiksi ympäristötekijät, nimettömyyden taso sekä etenkin työorganisaatioissa toimijan tai yleisön tehtävätyyppi. Toimijan yksilöllisistä ominaisuuksista tärkeimpiä ovat demografiset tekijät, kuten ikä ja sukupuoli, kun taas yleisön ominaisuuksia verrataan etupäässä toimijan ominaisuuksiin. O'Sullivanin mallille ominaista on kaavion prosessimaisuus, jossa ensin hahmotetaan koko itsensä esittämis tapahtuman luonne. Gardner ja muut korostavat mallissaan vuorovaikutustilanteen määrittämisen tärkeyttä, sillä tilanteen laatu vaikuttaa sekä toimijan että yleisön identiteettiin. Näitä identiteettejä muovaavat myös luonteenpiirteet, kuten kognitiivinen tyyli, kyky ymmärtää viestintää ja tarkas-

tella itseään sekä sietokyky monitulkinnallisuuteen. (Gardner ym., 1996; O'Sullivan, 2000.)

O'Sullivanin mielestä on keskeistä ymmärtää kohtausten *valenssi* eli tunnelataus ja kohde eli *lokus*. Tällä tarkoitetaan sitä, onko itsestä kertominen positiivista vai negatiivista vuorovaikutusta ja keneen se kohdistuu (Wheeless, 1978). Esimerkiksi itseen kohdistuva esittäminen voi olla omaa arvoa kohottavaa eli positiivista tai tunnustavaa eli negatiivista. Muihin kohdistuva esittäminen voi olla positiivisesti ylistävää tai negatiivissävytteisesti syyttävää. O'Sullivanin prosessissa tapahtuman hahmottamisen jälkeen määritellään toiminnan tavoitteet, joita ovat hyödyn maksimointi ja haittojen minimointi. Gardnerin ja muiden mukaan itsensä esittämisen tulee olla yhdenmukaista tavoitteiden ja tilanteen vaatimusten kanssa. Tilanteen hahmottamisen ja arvioinnin jälkeen O'Sullivanin mukaan vuorovaikutukselle luodaan strategia. Molemmilla malleilla korostetaan oikean viestintämedian valintaa. (O'Sullivan, 2000; Gardner ym., 1996.)

Vuorovaikutuskanavaa eli mediaa valittaessa tulee kiinnittää huomiota sekä viestintämedian tarjoamiin ominaisuuksiin että esitettävän viestin sisältöön. Viestintämedian ominaisuudet vaikuttavat sosiaalisen läsnäolon määrään, joka tietokonevälitteisessä viestinnässä on haasteellisempaa kasvokkain tapahtuvaan kommunikointiin verrattuna. Myös tiedon rikkaus eli mm. yksityiskohtaisen datan ja palautteen antamismahdollisuuden määrä kuuluu olennaisesti valittuun vuorovaikutuskanavaan. Viestin sisällön ja oikean kanavan lisäksi toimijalta tarvitaan sosiaalisia taitoja, kykyä kontrolloida vuorovaikutustilannetta ja ymmärtää sen mahdollista symboliikkaa. Tiivistetysti voidaan todeta, että valittu viestintämedia on toimijan ja yleisön yhdistäjä, jonka tulee ottaa huomioon niin vuorovaikutustilanne, taustatekijät kuin sekä toimijan että yleisön yksilökohtaiset ominaisuudet ja luonteenpiirteet. (O'Sullivan, 2000; Gardner, ym. 1996.)

Kun vuorovaikutus on valitun viestintäkanavan avulla toteutettu, arvioidaan kohtaaminen puolin ja toisin. Arvioinnissa otetaan O'Sullivanin (2000) mukaan huomioon valitun strategian tehokkuus, yleisön reaktiot ja tätä kautta hahmotetaan vastapuolen havainnointia. Gardner ja muut (1996) korostavat toimijan ja yleisön olosuhteiden mukaisen identiteetin sopivuutta ja yhdenmukaisuutta juuri tapahtuneessa vuorovaikutuksessa. Kun yksittäisiä vuorovaikutuksellisia kohtauksia ajan myötä kerääntyy, voidaan vastapuolta - ja osapuolten välistä suhdetta - arvioida syvällisemmin. Arvioinnissa otetaan huomioon mm. myös kommunikoinnissa mahdollisesti ilmenneet aistilliset vääristymät. Toimijan esityksistä muodostettua vaikutelmaa verrataan ideaaliin ihannekuvaan vastapuolesta. (O'Sullivan, 2000.) Arvioinnin tärkeänä osa-alueena on palaute, jota ottavat vastaan sekä itseään esittänyt toimija että kohteena ollut yleisö. Toimija saa palautetta siitä, minkälaisen vaikutelman ja käsityksen vastapuoli on hänestä muodostanut. Toistuvat kohtaukset auttavat yleisöä taas ymmärtämään, millaisen vaikutelman toimija pyrkii itsestään antamaan. (Gardner ym., 1996.)

Yllä esiteltyjen mallien lisäksi vaikutelman hallinnan luonnetta täytyy ymmärtää internetin välityksellä toimivien seuranhakupalveluiden näkökulmasta. Handelin ja Shklovskin (2012) mukaan online-deittailuympäristössä itsestä kertomisen korkealla määrällä eli sillä, kuinka paljon käyttäjä itsestään paljastaa, oli heidän tutkimuksensa perusteella suora yhteys onnistumiseen eli saatujen yhteyksien määrään. Vaikutelman hallinnan keskiössä ovat Ellisonin ja muiden (2006) mukaan pienet vihjeet ja yksityiskohdat, jotka käytetystä vuoro-vaikutuskanavasta ilmenevät. Koska keinoja esittää itseään – ja arvioida vastapuolen esittämistä – on kasvokkaista kommunikointia vähemmän, nousevat suurempaan arvoon esimerkiksi kuvakulmat, kuvissa esiintyvät asiat, esittelytekstin sisältö ja kielellinen ilmaisu. Esimerkiksi kielioppivirheet antoivat vaikutelman, ettei vastapuoli ole välttämättä kovin kouluttautunut (Ellison ym., 2006). Ellisonin ja muiden (2006) tutkimuksessa eräs miespuolinen haastateltava esitti itsestään kaksi valokuvaa, joista toisessa hän poseerasi tohtorinarvoa osoittavien diplomien kera, kun taas toisessa hän esiintyi ilman paitaa. Haastateltava halusi kuvilla osoittaa sekä älyllistä puoltaan että atleettisia ominaisuuksiaan – toisin sanoen piirteitä, joista hän itse oli ylpeä. Tiivistetysti Ellisonin ja muiden tutkimuksen tärkeimpänä tuloksena olivat haastateltavien halu esittäytyä uniikkeina yksilöinä, parhaita piirteitään korostaen. Suhteen muodostuksessa tärkeäksi ominaisuudeksi nousi luotettavan ja uskottavan vaikutelman antaminen. (Ellison ym., 2006.)

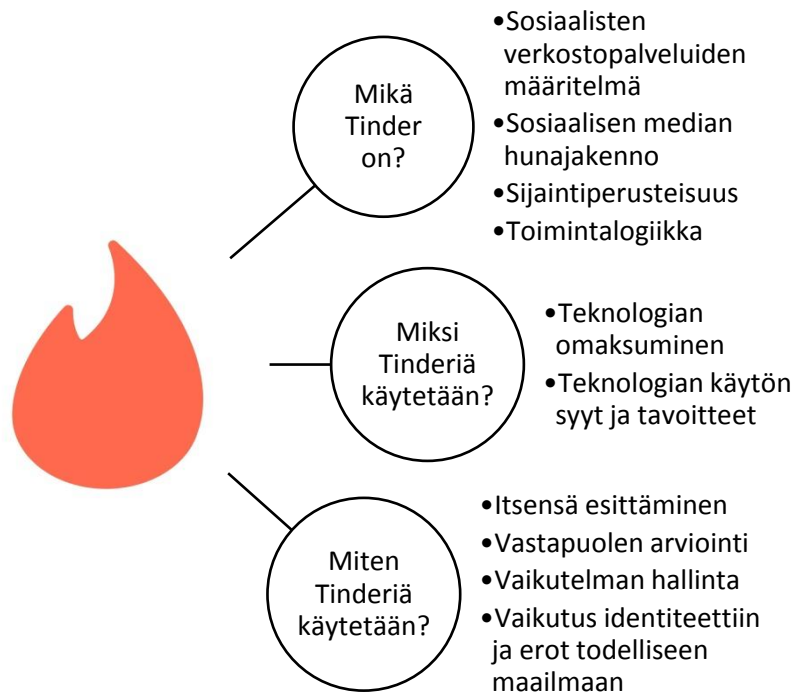
Sosiaalinen media ja deittailusivustot tarjoavat lukuisia keinoja itsensä esittämiseen mahdollisimman hyvässä valossa. Käytännössä voidaan puhua yksilön omia kykyjä ja saavutuksia korostavasta itsensä markkinoinnista (*self-promotion*) (Bonino & Turnley, 2003; Heino ym., 2010). Toimivan verkkoidentiteetin luominen vaatii hallittua itsensä markkinoinnin muotoa – henkilöbrändäystä. Henkilöbrändäyksellä verkossa tarkoitetaan yksilön mahdollisuuksia rakentaa itselleen halutunlainen, verkkoidentiteetti valokuvien, tekstien, osaaamisen ja kiinnostuksen kohteiden osoittamisen avulla (Labrecque, Markos & Milne, 2010). Henkilöbrändäystä voidaan näin ollen pitää ammattimaisena vaikutelman hallintana.

5 TEOREETTINEN YHTEENVETO

Tässä luvussa aiemmin käsitellyt teoriat vedetään synteessin muodossa yhteen. Luvun tarkoituksena on jäsentää ja antaa kokonaiskuvaa siitä, miksi valitut aihepiirit ja teoriat koettiin tämän tutkimuksen kannalta tärkeiksi. Ensimmäisessä alaluvussa kerrataan, miten kirjallisuuskatsaus rakentui ja mitä johtopäätöksiä teoriataustan pohjalta voidaan tehdä. Toinen alaluku esittelee empiirisen tutkimuksen pohjana toimineen teoreettisen viitekehyksen kokonaisuudessaan.

5.1 Kirjallisuuskatsaus

Kirjallisuuskatsauksen pohjalta rakentunut tutkielman teoriatausta voidaan jakaa kolmeen osakokonaisuuteen, joista ensimmäisen avulla pyritään vastaamaan kysymykseen ”mikä Tinder on”. Toinen osakokonaisuus perehtyy Tinderin käyttöön ja käytön syihin. Kolmas osio taas käsittelee sitä, miten Tinderiä käytetään. Alla olevaan kuvioon (kuvio 7) on eritelty nämä kolme teoriaosuu- den tärkeintä tarkastelukulmaa keskeisimpine alalukuineen.



KUVIO 7 Kirjallisuuskatsauksen kolme keskeisintä näkökulmaa

Aiempien tutkimusten vähyyden vuoksi koettiin tutkielman luvussa 2 tarpeelliseksi hahmottaa se, millaisena palveluna mobiilideittailusovellus Tinder voidaan nähdä. Vastausta lähestyttiin sosiaalisen median ja sosiaalisten verkostopalvelujen määritelmien kautta. Tinder voidaan nimetä sekä sijaintiperusteisuutensa että siinä pätevien sosiaalisen median palveluille ominaisten toiminnallisuksiensa perusteella mobiiliksi sosiaalisesti mediaksi. Näin ollen sovellusta voidaan analysoida tarkemmin Kietzmännin ja muiden (2011) sosiaalisen median hunajakennon avulla (ks. kuvio 1). Hunajakennon osa-alueista tärkeimmäksi voidaan Tinderin tapauksessa nostaa identiteetti, sillä sovelluksessa käyttäjä määrittää sen, mitä hän itsestään muille käyttäjille paljastaa ja miten. Koska lähes kaikki Tinder-profiilin tiedot sijaintia ja esittelytekstiä lukuun ottamatta tulevat suoraan käyttäjän Facebook-tilistä, on sovellus vahvasti kytköksissä sosiaalisen median palveluihin. Myös vertailu LinkedIniin on perusteltua, sillä toisessa palvelussa markkinoidaan itseään työelämää varten, toisessa fokus on parisuhdemarkkinoille. Alla oleva kuvio (kuvio 8) havainnollistaa vielä konkreettisesti Tinderin tärkeimmät toiminnallisuudet.



KUVIO 8 Tinderin tärkeimmät toiminnallisuudet korostettuina

Aiemmin mainittu identiteetti esitellään kuviossa tummimmalla värillä tärkeytensä vuoksi. Muista sosiaalisen median hunajakennon osista Tinderissä korostuvat selkeimmin ihmissuhteet, läsnäolo eli sijainti sekä keskustelut. Nämä osat alueet on eritelty kuviossa vaaleammalla oranssin sävyllä. Etenkin sijaintiin perustuva deittailumahdollisuus tekee Tinderistä mielenkiintoisen, mobiilin sosiaalisen median.

Luvussa 3 esiteltäviä, teknologian omaksumiseen ja käyttöön liittyviä aiempia tutkimuksia ja teoriamalleja lähestyttiin tutkielman ensimmäisen tutkimuskysymyksen (miksi ja mihin tarkoitukseen Tinderiä käytetään) näkökulmasta. Tarkoituksena oli perehtyä niihin syihin, joiden vuoksi sosiaalisen median palveluja, pikaviesti- ja deittailupalveluita käytetään ja mitkä tekijät näiden teknologioiden taustalla vaikuttavat. Keskeisimmiksi teknologian omaksumiseen vaikuttaviksi tekijöiksi nostettiin mm. Davisin (1986, 1989) sekä Venkateshin ja muiden (2000, 2003, 2012) mallien mukaisesti helppokäyttöisyys, hyödyllisyys ja koettu nautinto. Aiempien teorioiden mukaan Tinderiä vastaavien palveluiden käyttöaikaomus liittyi vahvasti sosiaalisten – ja etenkin deittailupalveluiden kohdalla romanttisten – suhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen.

Luvussa neljä keskityttiin etsimään toisen tutkimuskysymyksen kannalta olennaisia tutkimuksia ja teoriamalleja. Teorian kolmannen osakokonaisuuden tarkoitus oli siis esittää, miten itsensä esittäminen Tinderissä tapahtuu ja mitkä tekijät vaikuttavat annetun vaikutelman hallintaan. Itsensä esittämistä analysoidiin Goffmanin (1959) teatteritermistön mukaisesti. Identiteettiä käsiteltiin niin yksilön itsensä kuin vastapuolen identiteetin näkökulmasta. Etenkin deittailupalveluissa keskeiseksi vastapuolen arviointiin vaikuttavaksi teoriaksi nostettiin suodattamisteoria (Couch & Liamputtong, 2008). Teknologian käytön vaikutusta identiteettiin sekä sen eroavaisuuksia todellisessa maailmassa esiintymiseen arvioitiin etupäässä online-deittailuun keskittyvien aiempien tutkimus-

ten avulla. Vaikutelman hallintaan pureutuvassa alaluvussa kahdeksi pääteoriamaalliksi nousivat Gardnerin ja muiden (1996) sekä O'Sullivanin (2000) tietojärjestelmätieteen tutkimuksissa käytetyt itsensä esittämistä ja vaikutelman hallintaa käsittelevät mallit. Näissä malleissa käsiteltyjä asioita verrattiin myös deittailuympäristössä tapahtuvaa vaikutelman hallintaa tutkineisiin teorioihin.

5.2 Tutkimuksen teorettinen viitekehys

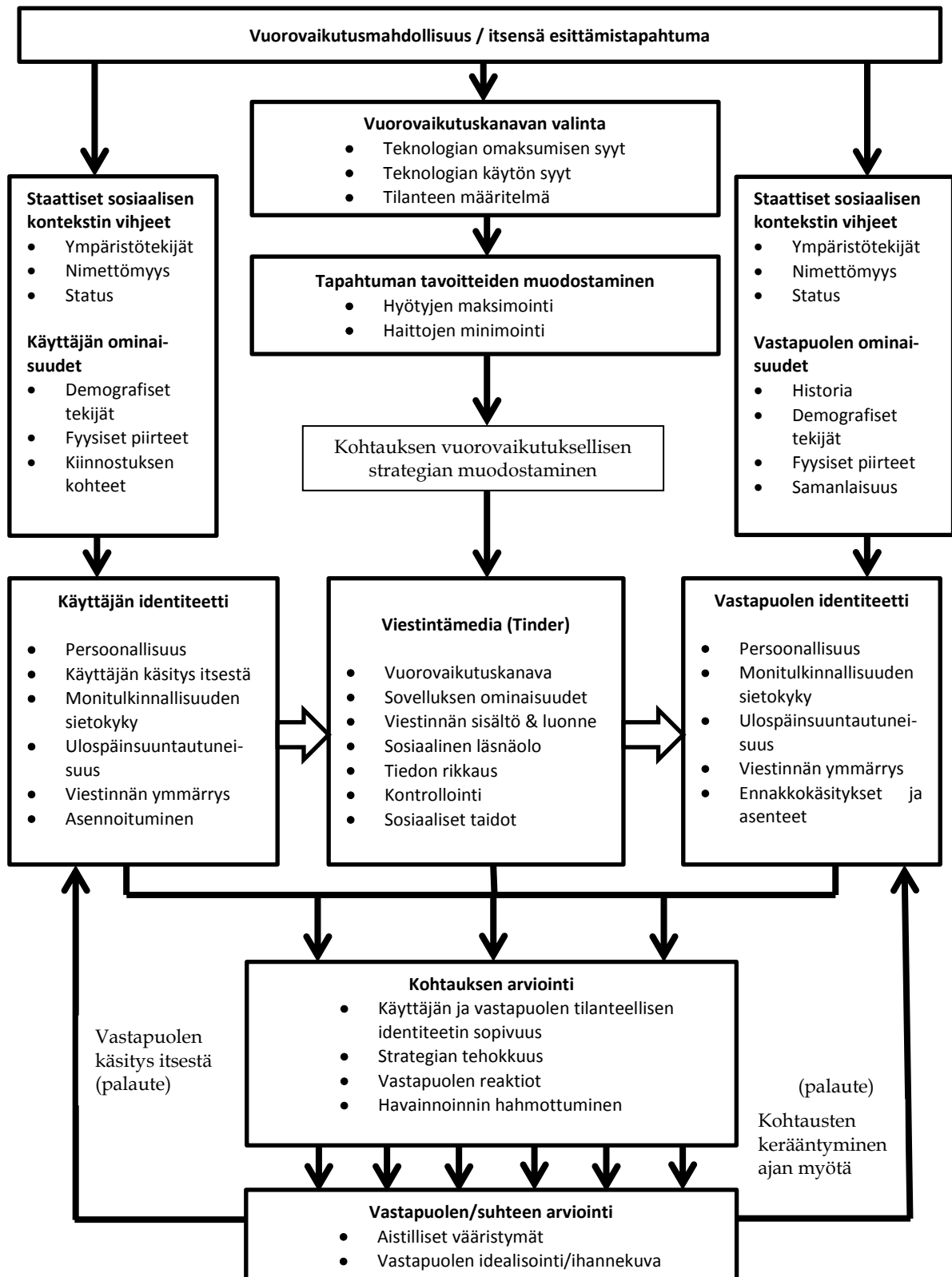
Sivun 41 kaavio (kuvio 9) toimii lähtökohtana ja viitekehyyksenä koko empiiriselle tutkimukselle. Schlenkerin ja Weigoldin (1992) mukaan itsensä esittämisen ja vaikutelman hallinnan tutkimusta on kritisoitu sen epäonnistuneista yrityksistä tuottaa yhdistävää teoriaa tai pätevästi testattavia hypoteeseja. Tämän haasteellisuus tiedostaen, alla olevan viitekehyyksen tarkoituksena on nivoa yhteen kaavioon tämän tutkimuksen kannalta tärkeimmät aihealueet. Viitekehyyksen pohjan muodostavat aiemmin esiteltyt Gardnerin ja muiden (1996) sekä O'Sullivanin (2000) teoriat itsensä esittämistä ja vaikutelman hallintaa koskien. Kaavion lähtökohtana on pohjana olleiden mallien mukaisesti itsensä esittämis tapahtuman hahmottaminen, joka tämän työn kontekstissa tarkoittaa Tinder-profiilin avulla vastakkaiselle käyttäjälle esiintymistä.

Itsensä esittämistapahtumasta alaspäin lähtevä nuoli kaaviossa johtaa vuorovaikutuskanavan eli viestintämedian valintaan. Tässä tutkielmassa vuorovaikutuskanava on jo etukäteen valittu, mutta kaavio osoittaa valinnassa huomioon otettavat seikat. Näitä ovat teknologian omaksumiseen ja käyttöön vaikuttavat tekijät sekä käytölle asetetut tavoitteet. Teknologian omaksumisen käsitteellä haetaan tässä yhteydessä vastausta kysymykseen, miksi käyttäjä on Tinderin asentanut ja mihin tarkoitukseen hän sitä käyttää (tavoitteet). Tällöin vuorovaikutuskanavan valinnan tarkoituksena on maksimoida saavutettavat hyödyt ja minimoida sen haitat. Nämä lähtökohdat ja tavoitteet huomioiden kohtaukselle asetetaan vuorovaikutuksellinen strategia eli millä keinoin haluttuun tavoitteeseen voidaan yltää.

Vuorovaikutusmahdollisuudesta tai itsensä esittämistapahtumasta vasemmalta alaspäin johtava nuoli kaaviossa selittää sen sijaan vuorovaikutuskanavan käyttäjän taustoja (staattiset sosiaalisen kontekstin vihjeet) ja esimerkiksi fyysisiä ominaisuuksia. Nämä tekijät vaikuttavat olennaisesti käyttäjän identiteettiin, joka koostuu mm. persoonallisuudesta ja luonteenpiirteistä. Kaavion oikean reunan prosessi on samankaltainen, jossa vastapuolen identiteettiin vaikuttavat erilaiset ympäristötekijät, taustat ja ominaisuudet. Kuvion keskiosa havainnollistaa itse vuorovaikutustilannetta. Käyttäjä esittää itseään valitun viestintämedian avulla toiselle käyttäjälle. Viestintämedian avulla annettuun vaikutelmaan vaikuttavat olennaisesti sekä käyttäjän että esityksen yleisönä toimivan vastapuolen identiteetit ja asennoituminen vuorovaikutustapahtumaan. Myös viestintämedian ominaisuudet, kuten kuvien tai viestien lähetystoiminnot tarjoavat osaltaan mahdollisuuksia ja rajoituksia itsensä esittämiseen.

Seuraavaksi kaavioissa arvioidaan viestintämedian avulla tapahtunutta käyttäjän ja vastapuolen kohtaamista. Arviointiin vaikuttaa kummankin osapuolen tilanteellisen identiteetin sopivuus eli kuinka hyvin käyttäjän ja vastapuolen tavoitteet ja odotukset ovat linjassa keskenään. Kohtauksen arviointi sisältää myös vastapuolen reaktion eli millä tavalla hän suhtautuu toisen käyttäjän antamaan vaikutelmaan. Käyttäjä taas oppii hahmottamaan, mihin teki- jöihin vastapuoli huomiota havainnoinnissaan kiinnittää. Kohtauksen arvioin- nin perusteella sekä käyttäjä että vastapuoli arvioivat toisiaan sekä mahdollises- ti heidän välilleen kehkeytynyttä suhdetta. Viestintämedian avulla annettu vai- kutelma saattaa tuottaa aistillisia vääristymiä, esimerkiksi ulkonäköön liittyen. Tietokonevälitteisessä viestinnässä käyttäjät myös muodostavat viestintämedi- assa käydyn vuorovaikutuksen perusteella käsityksen vastapuolesta ja vertaa- vat tätä ideaaliin kuvaan vastapuolesta. Tinderin kontekstissa aistilliset vääris- tymät ja ihannekuvan vastaavuus saattavat selvitä vasta todellisessa maailmas- sa kohdatessa. Kyse on tällöin online-identiteetin ja offline-identiteetin eroista.

Sekä kohtauksen että vastapuolen tai suhteen arviointi toimivat palaut- teena niin käyttäjälle kuin vastapuolellekin. Kun itsensä esittämistäpahtumia ajan myötä kerääntyy, alkaa käyttäjä palautteen perusteella hahmottaa, millai- sen käsityksen hän vastapuolelle itsestään antaa. Myös vastapuoli kerää vuoro- vaikutustilanteista kokemusta siitä, miten hän reagoi toisen ihmisen antamaan vaikutelmaan ja kuinka hyvin tämä vastaa hänen muodostamaa ennakkokäsi- tyksiä ja viestintämedian käytölle asetettuja tavoitteita. Koko kaaviossa kuvatun prosessin avulla voidaan arvioida teknologian tuomaa muutosta ja käytön vai- kutusta ihmisen identiteettiin.



KUVIO 9 Vaikutelman hallinta valitun vuorovaikutuskanavan avulla (mukaillen Gardner ym. 1996; O'Sullivan, 2000)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa koko tutkimusprosessin toteutus kuvataan vaihe vaiheelta. Tutkimuksen tarkoitus sekä tutkimuksen pääongelman tueksi määritetyt tutkimuskysymykset kerrataan. Myös tutkimusongelman ratkaisemiseen valitut tutkimusmenetelmät esitellään ja niiden valinnat perustellaan. Tämän jälkeen kuvataan prosessin eteneminen aina tulosten analysointiin, pohdintaan ja johtopäätöksiin asti. Tutkimushaastattelujen toteutusvaihe selostetaan seikkaperäisesti kertomalla haastattelukysymysten ja haastateltavien valinnasta sekä siitä, kuinka haastatteluprosessit etenivät. Myös tutkimushaastattelujen luotettavuuden arviointi käydään kriittisesti lävitse.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, *miten mobiilideittailusovellus Tinderin käyttö vaikuttaa ihmisen identiteettiin ja itsensä esittämiseen*. Tämän tutkimusongelman ratkaisemiseksi muodostettiin kaksi apukysymystä:

1. Miksi Tinderiä käytetään ja mitä tavoitteita sen käytölle voidaan asettaa?
2. Miten itsensä esittäminen mobiilisovelluksen tarjoamalla teknologialla tapahtuu ja mitkä tekijät vaikuttavat annetun vaikutelman hallintaan?

Kuvio 10 esittelee tutkimuksen etenemisprosessin vaiheittain, kronologisessa järjestyksessä. Prosessi voidaan jakaa kolmeen isompaan osakokonaisuuteen: tutkimuksen valmisteluun ja haastatteluiden suorittamiseen, haastatteluaineiston käsittelyyn sekä tutkimusraportin laadintaan. Eri vaiheiden sisällöt on kuvattu tarkemmin vielä omissa alaluvuissaan.



KUVIO 10 Tutkimuksen etenemisprosessi

6.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Mobiilideittailusovellus Tinder on mullistanut deittailukulttuuria ympäri maailman, mutta ilmiönä se on edelleen varsin tuore. Tinderiin keskittyviä tutkimuksia on tästä syystä tehty suhteellisen vähän. Tämä tutkielma on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, sillä tarkoituksena on ymmärtää tutkittavaa ilmiötä sekä kuvata sitä tarkasti ja kokonaisvaltaisesti (Hirsjärvi ym., 2004). Milesin ja Hubermannin (1994) sekä Denzinin ja Lincolnin (2011, 3-4) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen vahvuutena voidaan nähdä tosielämään pureutuminen luonnollisessa ympäristössä, tutkittavien ihmisten kertomana. Laadulliselle tutkimukselle on tyypillistä induktiivinen päättely, jossa aineiston perusteella pyritään muodostamaan yleistyksiä ja päätelmiä – toisin kuin kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa, joka pohjautuu selkeästi mitattaviin asioihin ja tilastolliseen yleistämiseen (Kananen, 2008). Myersin ja Newmanin (2006) mukaan on suositeltavaa valita laadullinen tutkimusote silloin, kun tutkittava ilmiö on vähän tutkittu, eikä saatavilla olla selkeää teoriamallia, jota testata kvantitatiivisin tutkimusmenetelmin. Tätä tukee myös Darken ja muiden (1998) väittäminen, jossa kvalitatiivista lähestymistapaa suositellaan silloin, kun ei tiedetä vielä tarkalleen, miksi ja miten tutkittava ilmiö tapahtuu.

Tinderin tapauksessa mobiilisovelluksen käytön syistä ja luonteesta ei ole esittänyt selkeitä hypoteeseja tai teoreettista viitekehystä, joiden pohjalta luoda esimerkiksi tarkasti määriteltyä kyselylomaketta. Tuoreen ilmiön tapauksessa on parempi kuulla käyttäjien kokemuksia ja näkökulmia ilman rajoittavia esiolettamuksia. Laadullisia tutkimusmenetelmiä käytettäessä on mahdollista löytää kokonaan uutta tietoa ja mahdollisesti jotain odottamatonta tutkittavaan ilmiöön liittyen. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on ominaista, että jos tutkittavasta ilmiöstä ei ole saatavilla kvantitatiivisin tutkimusmenetelmin mitattavaa statistiikkaa, on tutkimus syytä toteuttaa käyttäen sanoja ja lauseita informaation lähteinä. (Denzin & Lincoln, 2011, 8; Myers & Newman, 2006; Kananen, 2008, 27.)

6.2 Tiedonkeruumenetelmä

Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa voidaan kerätä esimerkiksi haastatteluiden, dokumenttien tai observoinnin avulla (Hirsjärvi ym., 2004; Myers, 1997). Tutkimuksen aineistonkeruutavan tulisi Hirsjärven ja Hurmeen (2000) mukaan antaa tutkimukseen osallistujille mahdollisuus kertoa vapaasti kokemuksistaan ja mielipiteistään tutkittavaan ilmiöön liittyen. Näin ollen tässä tutkielmassa käytettäväksi tiedonkeruumenetelmäksi valikoitui haastattelu. Myers ja Newman (2006) pitävät laadullista haastattelua erinomaisena tiedonkeruumenetelmänä kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Heidän mukaansa laadulliset haastattelut voidaan jakaa strukturoituihin haastatteluihin, puolistrukturoituihin tai strukturoimattomiin haastatteluihin sekä ryhmähaastatteluihin. Hirsjärvi ja muut (2004) sen sijaan luokittelevat haastattelut strukturoituihin haastatteluihin eli lomakehaastatteluihin, teemahaastatteluihin sekä avoimiin haastatteluihin.

Strukturoidulle eli lomakehaastattelulle tyypillistä on kysymysten täysin etukäteen määritelty järjestys, jossa ei ole tilaa improvisoinnille. Puolistrukturoidussa haastattelussa, josta tässä työssä käytetään nimitystä teemahaastattelu, haastattelija on etukäteen miettinyt tiettyjä aihepiirejä tai teemoja, ja näihin liittyviä kysymyksiä, mutta kysymysten tarkkaa muotoa ja järjestystä ei ole täysin määritelty. Avoimelle eli strukturoimattomalle haastattelulle ei ole olemassa selkeää runkoa, vaan haastateltavan näkemyksiä ja kokemuksia selvitetään keskustelumuo- toisesti. Ryhmähaastatteluissa taas tietoa saadaan usealta henkilöltä yhtä aikaa. (Myers & Newman, 2006; Hirsjärvi ym., 2004.)

Tämän tutkimuksen haastattelutyypiksi soveltui parhaiten teemahaastattelu, jonka valintaa tiedonkeruumenetelmäksi on tuettavissa kvalitatiivisen tutkimuksen teorialla. Myersin ja Newmanin (2006) mukaan yksi teemahaastattelun hyödyistä on, että sen avulla voidaan pureutua syvemmälle sosiaaliseen tilanteeseen. Tiettyihin teemoihin perustuvalla haastattelurungolla saadaan vastauksia kysymyksiin "miksi" ja "miten" jokin ilmiö tapahtuu. Hirsjärven ja Hurmeen (2000) mukaan teemahaastattelulla saadaan nimenomaan tutkittavan ääni kuuluviin ja menetelmä ottaa huomioon ihmisten asioille antamien tulkitusten ja merkitysten keskeisyyden. Teemoihin perustuva haastattelu varmistaa myös sen, että kaikki tarpeelliset aihealueet tulevat käsitellyiksi (Kananen, 2008). Strukturoidumpi haastattelu olisi rajoittanut enemmän mahdollisuuksia avoimelle keskustelulle ja mielipiteille, ja valmiit kysymykset olisivat saattaneet pohjautua liikaa tutkijan omiin käsityksiin tutkittavasta ilmiöstä.

Teemahaastatteluissa käytetty pohja on nähtävissä liitteestä 1. Haastatteluissa kysyttiin ensiksi haastateltavien taustatietoja ja Tinderin käyttöhistoriaa, mutta tutkimusongelman kannalta tärkeimmät teemat pohjautuivat luvussa 5 esitettyyn, teoreettisen viitekehyyksen muodostavaan kaavioon (kuvio 9). Teoreettinen viitekehys oli jaoteltavissa viideksi selkeäksi teemaksi, joille kehiteltiin täydentäviä kysymyksiä. Valitut teemat perustuivat seuraaviin kirjallisuuskat- sauksessa käsiteltyihin kokonaisuuksiin:

1. Teknologian omaksuminen ja käytön tavoitteet
2. Käyttäjän oma profiili ja vaikutelman hallinta
3. Vastapuolen profiilin arviointi
4. Online-identiteetin ja offline-identiteetin erot
5. Teknologian vaikutus käyttäytymiseen

Ensimmäinen teema pyrki löytämään syitä sille, mikä sai haastateltavat käyttämään Tinderiä ja mitä tavoitteita käytölle oli asetettu. Toisessa teemassa perehdyttiin käyttäjän omaan profiiliin identiteetin ja itsensä esittämisen perustana ja siihen, millaiseen vaikutelmaan profiililla pyrittiin. Kolmas teema käsitteli vastapuolen profiilin ja identiteetin arviointia eli keinoja suodattaa ja lajitella vastaantulevia käyttäjiä. Sekä toinen että kolmas teema selvittivät myös, mitkä Tinderin toiminnallisuudet koettiin tärkeimpinä onnistuneen vuorovaikutuksen ja vaikutelman hallinnan kannalta. Neljännen teeman apukysymykset selvittivät haastateltavan käsitystä sekä oman että vastapuolen profiilin vastaavuutta verrattuna todellisuuteen. Tässä osakokonaisuudessa vertailtiin myös vuorovaikutustilanteiden eroja Tinderin ja kasvokkain tapahtuvan vuorovaikutuksen välillä. Viidennellä teemalla haettiin vastauksia siihen, kuinka Tinderin käyttö on muokannut käyttäjän identiteettiä, vuorovaikutustapoja ja sosiaalisten suhteiden muodostamista. Yllä esiteltyjen teemojen käsittelyn avulla oli tarkoitus löytää teoreettisessa viitekehyksessä esitettyyn kaavioon tutkittavaan ilmiöön oleellisesti liittyviä teemakohtaisia tekijöitä. Näitä tekijöitä verrattiin pohdintaosassa aiemmissa tutkimuksessa esiin nousseisiin tekijöihin.

6.3 Tiedonkeräys ja otanta

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa otannalla tarkoitetaan tiedonkeräyksen rajaimista tiettyyn joukkoon tutkittavia. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä pieni, tarkoituksellinen otanta ihmisiä – toisin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa, jossa tutkittava joukko on laaja ja usein satunnainen (Eisenhardt, 1989; Miles & Hubermann, 1994). Tämän tutkielman otantamenetelmäksi valikoitui maksimaalinen variaatio (*maximum variation*), jonka avulla voidaan tutkia, pätevätkö tietyt yleiset mallit silloinkin, kun tutkittavien joukko on monimuotoinen. (Miles & Hubermann, 1994, 27.) Maksimaalisen variaation saavuttamiseksi haastateltiin mahdollisimman erilaisia Tinder-käyttäjiä laajahkolla ikähaarukalla. Haastateltavia pyrittiin kategorisoimaan ja valitsemaan sen mukaan, etsivätkö nämä sovelluksen avulla pitkäaikaisia vai lyhytaikaisia suhteita tai testasivatko kenties vain omaa markkina-arvoaan ilman varsinaista tarkoitusta löytää pysyviä ihmissuhteita. Yksi kategoria oli myös sovelluksen avulla parisuhteen löytäneet käyttäjät. Tiettyyn kategoriaan kuulumista tärkeämpänä pidettiin riittävää kokemusta ja näkemystä Tinderistä ilmiönä ylipäätään. Ainoana selkeänä vaatimuksena haastateltavalle oli kokemus vähintään yhdestä Tinderin kautta sovitusta reaalia maailman tapaamisesta, jotta haastateltava pystyi vastaamaan kysymyksiin myös online-identiteetin ja offline-identiteetin eroista.

Alun perin riittäväksi otannaksi määriteltiin 20 haastateltavaa, joista kymmenen olisi mies- ja kymmenen naispuolista käyttäjää. Ennen varsinaisia tutkimushaastatteluja suoritettiin kolme nauhoittamatonta ja yksi nauhoitettu koehaastattelu, joissa testattiin haastattelukysymysten soveltuvuutta käytettyihin teorioihin. Näistä viimeinen, nauhoitettu koehaastattelu, oli kysymyksiltään samanlainen kuin lopullinen ja virallisissa tutkimushaastatteluissa käytetty versio.

Pääkeino tutkimukseen soveltuvien haastateltavien löytämiseen oli tutkijan kirjoittama Tinder-blogi. Tutkija aloitti joulukuussa 2014 blogin kirjoittamisen, jonka tarkoituksena oli toimia tukena ja ajatusten herättäjänä varsinaisen tutkielman tekemisen rinnalla. Blogin markkinoimista ja tutkimuksen näkyvyyttä varten perustettiin erillinen Facebook-sivu, ja tutkija käytti omaa Tinder-tiliään ympäri Suomen bloginsa mainostamiseen ja tietoisuuden kasvattamiseen. Toiminta tähtäsi toukokuussa 2015 julkaistuu blogikirjoitukseen, jossa varsinaisia haastateltavia haettiin tutkimukseen. Blogin lukijoita pyydettiin jakamaan blogitekstiä ympäri sosiaalisen median, jotta teksti tavoittaisi mahdollisimman monta Tinder-käyttäjää. Haastateltavien löytämiseen käytettyä keinoa voidaan verrata Milesin ja Hubermannin (1994, 28) nimeämään lumipallo-otantaan (*snowball sampling*), jonka tarkoituksena on löytää sopivia informantteja, jotka taas suosittelevat seuraavaa haastateltavaksi sopivaa henkilöä.

Blogikirjoituksessa eriteltiin haastatteluissa käsiteltävät teemat esitiedoiksi haasteltaviksi haluaville, ja näitä pyydettiin olemaan yhteydessä tutkijan projektia varten luotuun sähköpostiosoitteeseen. Haastateltaviksi tarjoutuvia pyydettiin kuvailemaan omaa Tinderin käyttöään kategorisointia ja soveltuvuutta ajatellen. Blogiteksti keräsi yhteensä yli 3000 lukukertaa ja 19 yhteydenottoa haastatteluohdokkailta. Lopulta näistä seitsemän haastateltiin varsinaiseen tutkimukseen. Näiden seitsemän haastateltavan lisäksi kesän aikana suoritettiin vielä neljä haastattelua, joiden osalta sopivien informanttien löytämiseksi käytiin tutkijan omaa sosiaalista verkostoa ja suositteluja.

Yhdentoista haastattelun jälkeen kerätty aineisto käytiin ensimmäisen kerän läpi, aineistoa verrattiin teoriaan ja analysoinnin jälkeen määriteltiin, millaisia informantteja tutkimus vielä kaipaisi. Tutkija kirjoitti lokakuussa toisen blogitekstin, jolla haettiin vielä yhteensä viittä (3 miestä ja 2 naista) haastateltavaa. Tarkoituksena oli löytää ennen kaikkea iältään jompaankumpaan ääripäähän kuuluvia Tinderin käyttäjiä mahdollisimman laajan ikähaarukan saavuttamiseksi sekä käyttäjiä, jotka olivat edenneet Tinderin kautta yhteiseen asuntoon asti vieneeseen parisuhteeseen. Toinen blogiteksti keräsi yli 1700 lukukertaa ja 13 yhteydenottoa haastatteluohdokkailta. Lopulliseen tutkimukseen osallistujiksi päättyi tätä kautta vielä kolme haastateltavaa ja tutkijan sosiaalisesta verkostosta haastateltiin vielä yhtä käyttäjää. Loppujen haastattelujen analysointivaiheessa kävi ilmi, että tulokset alkoivat toistaa itseään jo näiden, yhteensä viidentoista haastattelun (7 miestä ja 8 naista), jälkeen, eikä aineistosta nousutt enää tutkimusongelman kannalta uutta, merkittävää tietoa. Tätä voidaan kutsua saturaatioksi eli aineiston määrä todetaan siinä vaiheessa riittäväksi, kun samat asiat alkavat kertautua haastatteluissa (Hirsjärvi ym., 2004, 171.)

Varsinaisista tutkimushaastatteluista 12 toteutettiin kasvokkain, kesän 2015 aikana Jyväskylässä ja Tampereella. Loput kolme haastattelua toteutettiin Skypen välityksellä. Jokainen haastattelu nauhoitettiin. Haastattelut kestivät vähintään 30 minuuttia, mutta pisimmillään 55 minuuttia. Haastateltavan käyttötarkoituksen tai -historian perusteella esitettiin tarvittaessa myös persoonidumpia jatkokysymyksiä, esimerkiksi parisuhteen Tinderistä löytäneiden haastateltavien kohdalla.

Ensimmäinen taulukko (taulukko 2) kuvaa tutkimukseen valitun otannan taustatietoja, kuten demografisia tekijöitä (ikä, sukupuoli) sekä kanavan, jonka kautta haastateltava tutkimukseen valittiin. Snowball-termillä tarkoitetaan tässä yhteydessä jonkin toisen henkilön suosittelua (Miles & Hubermann, 1994). Toinen taulukko (taulukko 3) esittelee Tinderin käyttöhistoriaa otannan keskuudessa. Taulukoilla pyritään havainnollistamaan valitun otannan monimuotoisuutta.

TAULUKKO 2 Valitun otannan taustatiedot

	Ikä	Sukupuoli	Siviilisääty	Elämäntilanne	Kanava
1	28	Nainen	Sinkku	Opiskelu/työ	Blogi
2	28	Mies	Parisuhteessa	Työssäkäyvä	Snowball
3	24	Nainen	Parisuhteessa	Valmistunut	Blogi
4	26	Nainen	Sinkku	Työtön	Blogi
5	30	Mies	Sinkku	Opiskelu/työ	Sosiaalinen verkosto
6	24	Mies	Parisuhteessa	Opiskelu/työ	Snowball
7	21	Nainen	Parisuhteessa	Opiskelu/työ	Blogi
8	25	Nainen	Sinkku	Opiskelu/työ	Blogi
9	22	Mies	Parisuhteessa	Opiskelija	Blogi
10	24	Nainen	Sinkku	Opiskelu/työ	Tinder
11	29	Mies	Sinkku	Opiskelu/työ	Sosiaalinen verkosto
12	28	Nainen	Parisuhteessa	Työssäkäyvä	Blogi
13	25	Mies	Sinkku	Opiskelu	Sosiaalinen verkosto
14	27	Mies	Parisuhteessa	Työssäkäyvä	Blogi
15	41	Nainen	Sinkku	Työssäkäyvä	Blogi

TAULUKKO 3 Tinderin käyttöhistoria valitulla otannalla

	Ikähaarukka	Keitä etsii	Käytön kesto	Tinder-parien määrä	Tavatut ihmiset
1	26-50	Miehiä (naisia)	Noin vuoden	Alle 200	Noin 10
2	18-55 (max)	Naisia	Vuoden	2704	Yli 100
3	23-34	Miehiä	Alle vuoden	Noin 200	20-30
4	22-37	Miehiä (naisia)	1,5 vuotta	481	30
5	25-34	Naisia	1,5 vuotta	Noin 60	4-5
6	18-55 (max)	Naisia	5kk	50-60	2
7	20-25	Molempia	Alle vuoden	87	5
8	22-35	Miehiä	Yli vuoden	Yli 1000	yli 20
9	18-55 (max)	Naisia	Puoli vuotta	164	2-3
10	23-30	Miehiä	3kk	75	12
11	23-32	Naisia	Vuoden	60	10-15
12	25-32	Miehiä	1-1,5kk	7	1
13	18-30	Naisia	1,5 vuotta	250	6
14	22-55 (max)	Naisia	3kk	500	5-6
15	37-46	Miehiä	Vuoden	35	5

6.4 Analyysimenetelmät

Hirsjärven ja Hurmeen (2000) mukaan laadullisen tutkimuksen analyysissa eritellään ja luokitellaan kerättyä aineistoa, jotta tästä voidaan muodostaa lopullinen tulkinta. Laadullisessa tutkimuksessa on useita, mutta vain vähän standardoituja analyysitekniikoita. Yhtä oikeaa tai ehdottomasti muita parempaa analyysitapaa ei ole olemassa. Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 136) mukaan Kvale (1996, 189) erittelee kuusi lähestymistapaa aineiston analyysiin. Näistä neljäs lähestymistapa kuvaa parhaiten tässä tutkimuksessa käytettyä menetelmää. Lähestymistavan mukaan haastattelija *tulkitsee* litteroitua aineistoa sitä järjestellen ja *rakentumista* esiin tuoden. Aineiston *selventämisellä* pyritään eliminoimaan tutkimuksen kannalta asiaan kuulumattomat osat. Kolmas vaihe *kuvaava varsinaista analyysia*, jossa tiivistetään, luokitellaan ja tulkitaan aineistoa. (Kvale, 1996, 189.)

Tämän tutkimuksen ensimmäisessä analysointivaiheessa kerätyt haastattelut purettiin kokonaisuudessaan yleiskielisen litteroinnin menetelmin, mahdollisimman sanatarkasti. Äännähdyksiä ja ilmeitä ei koettu tarpeelliseksi raportoida. Aineistoanalyysissä ei käytetty kvalitatiivisen datan analysointiin tarkoitettuja erillisiä ohjelmia, vaan analyysi tapahtui Microsoft Wordin avulla. Ensiksi litteroitua aineisto jäsennettiin erillisiin osakokonaisuuksiin teoriasta johdettujen aihepiirien mukaisesti. Teemoittelu tapahtui värikoodauksen avulla, jossa yhteen 97 sivun Word-tiedostoon koottu haastattelumateriaali käytiin kokonaisuudessaan lävitse, ja tiettyyn teemaan liittyvä lause tai asiakokonaisuus merkittiin erillisellä värillä. (Hirsjärvi ym., 2004; Kananen, 2008.) Haastattelurunkoa kuvaavassa luvussa mainittujen viiden aihepiirin sijasta koodaus tuotti

tässä vaiheessa yhteensä yksitoista erillistä, värikoodattua teemaa: tavoitteiden hahmottaminen, teknologian käyttö, taustatekijät, oma profiili, käyttäjän identiteetti, vastapuolen profiili, vastapuolen identiteetti, palaute, online vs. offline, Tinder vuorovaikutuskanavana, teknologian vaikutus ja suhteen kehittyminen.

Värikoodattu aineisto siirrettiin teemoittain toiseen, 146-sivuisen Word-tiedostoon, jossa aineisto taulukoitiin lauseittain ja jokaiselle lauseelle merkittiin taulukon oikeaan reunaan lausetta kuvaava avainsana, jolla ymmärrettiin laajempi asiayhteys. Valikoivan koodauksen (*selective coding*) menetelmin aineistoista etsittiin toistuvia, tutkimusongelman kannalta relevantteja avainsanoja. (Miles & Huberman, 1994.) Tätä menetelmää voidaan verrata *teemoitteluun*, jossa Hirsjärven ja Hurmeen (2000) mukaan on tarkoituksena analyysivaiheessa tarkastella sellaisia aineistosta nousevia piirteitä, jotka ovat yhteisiä usealle haastateltavalle. Toistuvien avainsanojen avulla värikoodauksessa syntyneitä teemoja redusoiitiin yhdestätoista kuuteen pääkategoriaan:

1. Teknologian omaksuminen ja käytön tavoitteet
2. Käyttäjän oma profiili ja vaikutelman hallinta
3. Vastapuolen profiilin ja identiteetin arviointi
4. Tinder vuorovaikutuskanavana
5. Online-identiteetin ja offline-identiteetin erot
6. Teknologian vaikutus käyttäytymiseen

Aiemmin mainittujen, haastattelurungon muodostaneiden viiden kategorian lisäksi yhden pääkategorian muodosti Tinder vuorovaikutuskanavana, joka sisälsi käyttäjien ajatuksia ja kokemuksia Tinderistä ilmiönä ja kommunikoinnin välineenä ylipäätään.

Kaiken kaikkiaan haastatteluista kerätystä aineistosta saatiin muodostettua aiemmin esiteltyyn teoreettiseen viitekehykseen sopivat kategoriat, joita tutkimustuloksia käsittelevässä luvussa kuvattiin yksitellen. Tulosten esittelyvaiheessa aineistosta nostettiin esille tekstikatkelmia eli sitaatteja, jotka toimivat esimerkkeinä, tutkimusraportin tekstin elävöittäjinä sekä tutkijan tekemien tulkintojen perusteluina (Kananen, 2008).

6.5 Tiedonkeräyksen luotettavuuden arviointi

Tämän luvun tarkoituksena on esitellä niitä keinoja, joilla valitun otannan ja toteutettujen haastattelujen luotettavuutta pyrittiin parantamaan. Tutkielman lopussa arvioidaan vielä koko tutkimuksen luotettavuutta menetelmien ja saatujen tulosten osalta. Tutkimuksessa käytetyn haastattelurungon laatua ja luotettavuutta pyrittiin parantamaan aikaisempiin tutkimuksiin ja teorioihin perehtymällä. Haastattelun teemat ja niiden käsitteet olivat Hirsjärven ja Hurmeen (2000) suositusten mukaisesti pääsääntöisesti aiemmista teorioista johdettuja. Kuten aiemmin on mainittu, testattiin haastattelurungon toimivuutta myös koehaastatteluin. Tällä varmistettiin, että

haastattelukysymyksillä saadaan varmasti vastaus valittuun tutkimusongelmaan.

Aiemmin esitellyt taulukot (taulukko 2 ja taulukko 3) kuvaavat valitun otannan monipuolisuutta. Monimuotoisella otannalla pyrittiin saamaan mahdollisimman laajan käyttäjäkunnan mielipide tutkittavasta ilmiöstä (vrt. Miles & Hubermann, 1994). Haasteeksi otannan monipuolisuutta arvioitaessa voidaan nostaa selkeiden käyttäjäkategorioiden muodostamisen ja luokittelun vaikeus. Haastateltavia etsittäessä tiedostettiin motivoinnin hankaluus, sillä tutkimukseen osallistumisesta ei ollut saatavissa rahallista korvausta. Haastateltavien motivaatio ja valmius kertoa omasta Tinderin käytöstään pyrittiin varmistamaan sillä, että haastateltavat saivat itse osoittaa halukkuutensa tutkimukseen osallistumiseen tutkijan Tinder-blogin kautta. Myös aiheen luotettiin olevan riittävän mielenkiintoinen, jotta tarvittava määrä haastateltavia löytyisi valitulla menetelmällä.

Blogin käyttö haastateltavien etsimismenetelmänä ymmärrettiin myös haasteelliseksi laadullisessa tutkimuksessa. Blogin avulla olisi todennäköisesti kerännyt helpommin vastauksia määrälliseen tutkimukseen, jolloin jokaisen blogitekstin perään olisi voinut laittaa suoran linkin kyselylomakkeeseen. Tämän tutkimuksen aiheen luonteen ja ilmiön tuoreuden vuoksi kvalitatiivinen tutkimus koettiin paremmaksi vaihtoehdoksi kerätä laadukasta ja luotettavaa tietoa. On myös huomioitavaa, että blogin kautta haastateltavaksi valikoituivat vain sellaiset, jotka blogia lukivat tai olivat tästä kuulleet joko sosiaalisen median kautta tai ystäviltään. Tämä voi osaltaan lisätä otannan homogeneisyyttä, sillä tieto tutkimuksesta ei välttämättä tavoittanut kaikkia Tinderiä käyttäviä ihmisryhmiä.

Haastattelujen luotettavuuden kannalta oli tärkeä tiedostaa mahdolliset ongelmat ja sudenkuopat. Myers ja Newman (2006) luettelevat tällaisiksi haasteiksi mm. haastattelun keinotekoisuuden, luottamuksen ja ajan puutteen, ennakkoluulot ja asenteet, tutkijan liiallisen sekaantumisen haastattelutilanteeseen sekä kielen monitulkinnallisuuden. Haastattelija ei välttämättä myöskään ymmärrä, että pelkän tiedon keräämisen sijasta myös hän osallistuu tiedon rakentamiseen. Haastattelija voi vahingossa myös loukata haastateltavaa, mikä voi johtaa haastattelun enenaikaiseen päättymiseen. Hirsjärvi ja Hurme (2000) edellyttävät haastattelijalta lisäksi riittävää asiantuntemusta aiheeseen – ilman että hän kuitenkaan omilla tiedoillaan johdattelee haastateltavaa. Haastattelijan olisi suotavaa myös pysyä mahdollisimman objektiivisena. Haastatellessa tulee heidän mukaansa huomioida myös tiettyjen aiheiden, kuten iän, sairausten, seksuaaliasioiden ym. arkaluonteisuus (Hirsjärvi & Hurme, 2000).

Tutkijan perehtyneisyyttä aiheeseen lisäsi jo mainitun blogin kirjoittamisen lisäksi oma Tinderin käyttö – toisin sanoen ilmiön parissa eläminen. Tutkijan omat kokemukset auttoivat ymmärtämään ilmiötä käyttäjän näkökulmasta, mutta toisaalta niiden ei haluttu antaa vaikuttaa haastatteluihin. Myersin ja Newmanin (2006) luettelemista kvalitatiivisen haastattelun ongelmakohdista haastattelun keinotekoisuutta, eli tuntemattoman ihmisen

kuulustelun hankaluutta pyrittiin tässä tutkimuksessa estämään aiemmin mainitulla haastateltavan omalla innokkuudella kertoa omista näkemyksistään ilmiöön liittyen. Mahdolliseen ajanpuutteeseen valmistauduttiin sopimalla haastatteluajankohta hyvissä ajoin ja kertomalla etukäteen haastattelun kulusta.

Haastattelujen laatuun voidaan Hirsjärven ja Hurmeen (2000) mukaan vaikuttaa mm. rauhallisen haastattelupaikan valinnalla, nauhoitusteknologian toimivuuden varmistamisella. Suurin osa haastatteluista suoritettiin ilman häiriötekijöitä, mutta muutama haastattelu jouduttiin olosuhteiden vuoksi toteuttamaan julkisessa kahvilassa, mikä aiheutti haasteita nauhoitteiden laadulle. Haastattelut pystyttiin kuitenkin toteuttamaan ilman keskeytyksiä ja litteroidessa aineistosta saatiin kirjoitettua tarvittavat tiedot ylös. Haastattelujen nauhoitus tapahtui tallenteen laadun varmistamiseksi yhtäaikaaisesti kahdella erillisellä laitteella, puhelimen ääninauhurilla ja tietokoneelle asennetulla äänieditointiohjelma Audacityllä. Skypen välityksellä suoritettavat haastattelut tallennettiin puhelimen ääninauhurin sijasta MP3 Skype Recorderilla.

Luottamuksen puutetta haastateltavaa kohtaan pyrittiin vähentämään suostumuslomakkeella (liite 2), jossa kerrottiin tutkimuksen tarkoituksesta, tietosuojasta ja haastateltavan oikeuksista. Suostumuslomakkeella varmistettiin lupa nauhoittaa haastattelu ja käyttää saatuja tuloksia tutkimuksessa. Skypea avulla haastatelluille suostumuslomakkeen tiedot kerrottiin suullisesti. Koska tutkittavaa ilmiötä kohtaan tunnetaan yleisesti epäluuloisuutta ja siihen ei välttämättä suhtauduta akateemisella vakavuudella, voidaan myös suomalaisen mediakynnyksen ylittäminen nähdä haastattelijan uskottavuuden ja asiantuntevuuden parantajana.

Vaikka tutkimuksen osallistujien oletettiin kertovan avoimesti tutkittavasta ilmiöstä, etenkin Hirsjärven ja Hurmeen (2000) mainitsemien arkaluonteisten asioiden kohdalla tiedostettiin mahdollinen totuuden kaunistelu tai salailu. Haastateltavat olivat ennako-odotusten mukaisesti avoimia ja kuvailivat ajatuksiaan ja Tinderin käyttöä seikkaperäisesti, mutta joidenkin kysymysten kohdalla vastaukset jäivät lyhyemmiksi. Tutkimusaiheen henkilökohtaisuuden vuoksi haastatteluissa pyrittiin välttämään liian syvälle arkaluontoisiin aiheisiin menemistä, vaan keskiössä pysyi tietojärjestelmätieteen ja teknologian näkökulma. Nämä seikat tulee kuitenkin ottaa huomioon luotettavuutta arvioidessa. Haastattelujen kulun suhteen haastattelijat pyrki antamaan haastateltavalle mahdollisuuden kertoa mahdollisimman vapaasti eri teemoista, mutta tarvittaessa johdatteli tarkentavien kysymysten avulla syvemmälle tiettyyn aihepiiriin. Tarkoitus oli kuitenkin välttää Myersin ja Newmanin (2006) mainitsema liiallinen tunkeilu ja haastateltavan oman ajatuksenjuoksun estäminen.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Tulokset esitellään teemoitain, ja tärkeimpiä aihepiirejä, väittämiä tai toistuneita ilmiöitä tuetaan ja elävöitetään suurin lainauksin haastatteluista. Ensimmäisessä alaluvussa perehdytään syihin ja taustatekijöihin, jotka saivat käyttäjät asentamaan mobiilideittailusovellus Tinderin. Luvussa esitellään myös haastateltavien asettamia tavoitteita Tinderin käytölle. Toinen alaluku käsittelee käyttäjän omaa Tinder-profiilia, sen sisältöä ja sen avulla annettua vaikutelmaa. Kolmannessa alaluvussa pureudutaan vastakkaisen Tinderin käyttäjän profiilin positiivisiin ja negatiivisiin ominaisuuksiin ja näiden arviointiin. Neljäs alaluku perehtyy Tinderiin ja sen ominaispiirteisiin vuorovaikutuskanavana. Keskiössä on se, miten haastateltavat kokevat viestinnän Tinderin kautta onnistuvan, miten viestintä tapahtuu ja millaisena vuorovaikutuskanavana Tinder ylipäättään koetaan. Viidennessä alaluvussa vertaillaan online-identiteetin ja offline-identiteetin eroja eli kuinka hyvin Tinder-profiilit vastaavat todellisuutta ja miten sovelluksessa käyttäytyminen eroaa reaali maailmasta. Kuudes alaluku esittelee haastateltavien näkemyksiä Tinderin käytön vaikutuksista identiteettiin ja seitsemäs eli viimeinen alaluku kokoaa heidän käsityksiään Tinderin tuomasta muutoksesta deittailukulttuuriin.

7.1 Tinderin käyttö ja sen tavoitteet

Tutkimushaastatteluissa kysyttiin syitä ja taustatekijöitä Tinderin käytölle. Tinderiä kohtaan tunnettiin mielenkiintoa ja uteliaisuutta, sillä monet halusivat testata, mistä kyseisessä ilmiössä oikeastaan on kysymys. Useimmilla haastateltavilla sovelluksen asentamisen taustalla vaikuttivat ystävien positiiviset kokemukset ja suosittelu. Harva haastateltava tuntui pitävän ympäristön hyväksyntää Tinderin käytölle huolestuttavana seikkana, vaan nimenomaan kavereiden kokemukset antoivat positiivisen signaalin siitä, että Tinderin käyttöä pidettiin sosiaalisesti hyväksyttynä tapana tutustua uusiin ihmisiin:

Tinderistä tuli hyvin nopeasti ystäväpiirissä semmoinen juttu, mitä kutakuinkin kaikki sinkut käytti. Ja se oli semmosta niin helppoa, sosiaalisesti tyä. ...semmoset ihan niinku normaalit, hyvät tyytit käyttää tuota sovellusta, niin se sai itsenikin kiinnostumaan siitä. (Nainen, 27)

Siinä oli muistaakseni pari kaveria jo asentanu kyseisen sovelluksen ja aattelin sitte itekin kokeilla sinkkumiehenä, että mitäs sieltä Tinderistä vois löytyä. (Mies, 25)

...Ja työkaveri sitten suositteli, kun hän oli sit löytäny nyt jo pidempiaikaisen poikaystävänsä sieltä, niin sanoi että juu, mene sinne. (Nainen, 41)

Ystävien roolia Tinderin käytön taustalla vahvasti sovellukseen liitettävä sosiaalinen aspekti, sillä 24-vuotiaan mieshaastateltavan mukaan Tinder toimi yhteisenä ajanviettokeinona: "...ja sit oli tapana, että niinku yhdessä selailtiin niitä ja vähän niinku arvosteltiin sillein porukalla. Ja sitten sitä saattoi käyttää jollain kaverin puhelimella sillei, että hei mä kattelen sulle näitä." Osalla haastateltavista Tinderin sai asentamaan muutos elämäntilanteessa. Esimerkiksi aiemman ihmissuhteen päättymisen jälkeen Tinder nähtiin väyläksi palata niin sanotusti parisuhdemarkkinoille. Osa taas näki Tinderin keinoksi piristää sinkkuelämänsä ja etsi puhtaasti seuraa sosiaalisen tarpeen täyttämiseksi.

Kai se semmosen niinku parisuhteen jälkeen tuli semmonen kumppaninetsintä. Siitä lähti varmaan liikkeelle. Ei oikeestaan muita syitä. Vähän semmonen halu kokeilla ja kattoo vähän, minkälaista hommaa tää on. (Mies, 29)

Kaverit alkoi kysellä silloin puolitoista vuotta sitten, että oonko kokeillut Tinderiä. Ja oli vähän, että no kaikilla on nyt uus tämmönen juttu, Tinder, niin olin sillein, että no, kai tätä nyt voi koettaa. Aloin olla siinä vaiheessa yli edellisestä suhteesta, niin sitten aattelin, että no, miksei. Vähän aluks pelotti, että jos se imee kaiken datan Facebookista sinne, mut kavereiden painostuksesta. (Nainen, 26)

...kyllähän sieltä seuraa haetaan ja kyllä varmaan ihan jos haluaa kuulostaa säälittävältä, niin kyllä mä voin sanoa, että oli yksinäistä, ihan suoraan. (Mies, 22)

Läheskään kaikki haastateltavat eivät pitäneet Tinderiä selkeänä seuranhaku-kanavana, vaan sovellukseen suhtauduttiin huumorilla ja yksinkertaisesti kepeänä ajanvietteenä. Osa vertasi myös Tinderin käyttöä pelaamiseen. Kuitenkaan myöskään ne haastateltavat, jotka suhtautuivat Tinderiin ilman suurempia ennako-odotuksia tai pelkästään viihteen kannalta, eivät sulkeneet pois mahdollisuutta, että Tinderin kautta voisi myös tavata mielenkiintoisia ihmisiä. Huomionarvoista oli, että monilla haastateltavista asenne Tinderiä kohtaan muuttui käytön aikana, vaikkei sovellukselta välttämättä odotettu juuri mitään. Usea haastateltava totesikin tehneensä profiilin avoimin mielin ja katsoen, mitä sovelluksessa voi tulla vastaan.

Alussahan se oli semmonen hyvä vitsi ja sitten tietysti madalsi sitä kynnystä lähinnä sitten tutustua uusiin naisiin. (Mies, 30)

... suurin syy sille oli tavallaan ajankäyttötapa. Ajankäyttötapa. Se, että tota en haluu sanoa, että olis niinku epätoivonen siinä tilanteessa, että haluis löytää jonkun, mutta tota, sanotaan näin, että kaikki keinot on sallittua. Oon ihminen, joka haluaa kokeilla uusia juttuja, niin miksei. (Nainen, 24)

No se oli se läpällä vähän niinku sillein huvikseen, katotaan mikä tää on, et ei vitsi vähän tää on outo. Ja siinä oli meidän kaveripiirissä vähän niinku nolo leima tavallaan sillä koko sovelluksella. Et ei mitenkään tosissaan. Mut tietenkin sit muuttu se käyttäminen aika vakavaks siinä vaiheessa, kun oli tavannu sen ensimmäisen ihmisen sen kautta. Koska sit tavallaan se ilmeni sillein just et se ihminen oikeesti ON ihminen. Et se ei tavallaan ollu semmosta leikkiä, et voi oikeesti tavata jonkun. (Nainen, 21)

Teknologian näkökulmasta Tinderissä houkutti ennen kaikkea helppokäyttöisyys - verrattuna esimerkiksi vastaaviin selainpohjaisiin deittailupalveluihin. 25-vuotias mieshaastateltava totesi: "No se on helppokäyttöinen mobiilisovellus, näin ainakin itsellä. Osa näistä palveluista toimii vaan tuolla internetissä, niin ei sitä tuolla koneen ääressä jaksu istua." Sovelluksen toimintalogiikka ja mobiilius mahdollistivat sen, että Tinderiä pidettiin turvallisena tapana lähestyä toista ihmistä esimerkiksi omalta kotisohvalta käsin, ilman torjutuksi tulemisen pelkoa.

Et kyl se niinku jotenkin, sanotaan et se on turvallisempaa, kun se jotenkin ehkä, miten mä aattelin sen, niin ei siel tarvii pistää Tinderis itteään niin paljon likoon kuin mitä sillein jossain baarissa tai jotain, jossain sellasessa. Et se on jotenkin kauheen helppo ja turvallinen tapa sillein omalta kotisohvalta, ilman et tarvii tehdä mitään. (Nainen, 21)

Se on trendikkäämpää, ja nimenomaan se helppokäyttöisyys ja siihen liittyy pieni huumorintajuisuus ja jollain tietyllä tapaa ei ihmiset, sitä ei millään tavalla ota vakavissaan. (Mies, 27)

Kaksi haastateltavaa (nainen, 24 ja mies, 22) kokivat Tinderin erittäin hyödylliseksi sovellukseksi ihmisten tapaamiseen. Jotkut haastateltavat sen sijaan toteivat suhtautuneensa alkuun Tinderiin hyvin skeptisesti ja ennakkoluuloisesti, mutta löysivät siitä huolimatta sovelluksen kautta elämänsä kumppanin. Yhdessä Tinderin kautta löytyneen miehen kanssa asuva ja ensimmäistä yhteistä lastaan odottava nainen totesi:

Kyl se oli sitä et jos sieltä jotain löytyy, niin mieluummin jotain pidempiaikaista. Tietenkään sitä ei voi koskaan tietää etukäteen. Toki oli niinku omissa tarpeissa rauhoitua ja asettuu aloilleen ja niinkun se vaan sitten, mä en ois ikinä uskonu, et se ois löytynyt Tinderin kautta... (Nainen, 28)

Osa kertoi etsivänsä mieluummin pidempiaikaista suhdetta kuin lyhytaikaisia tuttavuuksia tai pelkkää seksiseuraa, mutta toisaalta eivät sulkeneet mitään vaihtoehtoja poiskaan. Suurella osalla haastateltavista ei ollut selkeää tavoitetta löytää tietynlaista seuraa, vaan tarkoitusperät vaihtelivat käytön aikana. Tätä tukee 24-vuotiaan naisen toteamus Tinderin käytöstä: " Vähän fiiliksen mukaan

vaihdellut, että onko etsinyt ihan semmosta perusdeittailua tai välillä vähän kiinnostunut enemmänkin tai välillä ollu niinku seksiäkin pelkästään.”

Vertaillessa pidempiaikaisten ja lyhytaikaisten suhteiden etsimistä sekä pelkkää markkina-arvon testaamista 29-vuotias mieshaastateltava totesi seuraavaa: ”No varmaan sitä sopii noihin kaikkiin aina tilanteen mukaan, että maalia voidaan vaihtaa.” Markkina-arvon testaamisella tarkoitetaan tässä yhteydessä Tinderin käyttöä niin, että katsotaan kuinka moni käyttäjä tai millaiset ihmiset laittavat käyttäjän profiilin jatkoon eli kokevat vastakkaisen käyttäjän viehättäväksi. Läheskään kaikki haastateltavat eivät käyttäneet Tinderiä markkina-arvon mittarina, mutta tällainen Tinder-parien eli matchien keräily saattoi toimia haastateltavien mielestä etenkin sovelluksen käytön alussa oman egon pönkityksenä tai itsetunnon kohottajana. Pitkän parisuhteen jälkeen Tinderiin siirtynyt haastateltava totesi:

Niin siis silloin se oli niinku alussa semmonen, et haki sitä hyväksyntää ja kohotti itsetuntoa, itsearvostusta. Tavallaan haki sitä takas, et kelpaa miehille taas tai sillein. Sit niinku nykyään mä en niinku eti sillein oikeestaan mitään niinkun erityistä, vaan mulla on semmonen taktiikka, et mä käytän Tinderiä ja katon mitä tulee vastaan. (Nainen, 25)

Tinderin käytön syiden moninaisuutta kuvastaa Tinder-aiheista blogia kirjoittaneen Kymppinmetsästäjän (mies, 28) tavoite löytää sovelluksen kautta yleisöä omalle projektilleen, jossa hän etsi omaa täyden kymppin naistaan: ”Ihan puhtaasti lähdin hakemaan lukijoita blogille, mutta nykyään se on semmoista viihdettä ja seuranhakua.” Toteamus vahvistaa, että tarkoitukset voivat muuttua sovelluksen käytön aikana. Tutkimustulokset osoittivatkin, että Tinderin käyttäjiä on hankala lokeroida yksiselitteisesti sen mukaan, mitä he sovelluksen avulla etsivät tai sovelluksen käytöllä tavoittelevat. Kysyttäessä mielipidettä siihen, mihin käyttötarkoitukseen Tinder parhaiten voisi soveltua, vastasi eräs mieshaastateltava kuvaavasti:

Se on henkilökohtainen mielipide, koska sitähan voi käyttää aivan mihin tahansa. Oon törmännyt ihmisiin, jotka etsii sieltä kaverisuhteita, ihmisiä jotka etsii hyvin puhtaasti irtosuhteita. Sanotaan, että se kirjo on niin laaja, että käytännössä kannattaa lähteä ihan tosiaan siitä, sillä tavalla kokeilemaan, että mikä sit tuntuu siltä omalta jutulta. Ei voi lähteä millään yhdellä Tinder-strategialla, että siitä joutuu todennäköisesti joka tapauksessa tinkimään. (Mies, 27)

Tinderin fyysinen käyttötapa vaihteli haastateltavien välillä. Etenkin miehet kertoivat painavansa välillä herkästi sydäntä vastaantulevan profiilin kohdalla ja karsivansa jälkikäteen vähemmän miellyttäviä käyttäjiä Tinder-pariensa joukosta. Naishaastateltavat sen sijaan tunnustivat olevansa todella valikoivia ja päästävänsä hyvin harvan Tinder-profiilin jatkoon. Myös miesten joukosta löytyi tiukemman seulan omaavia käyttäjiä. Luvussa 6.3 olevan taulukon 2 perusteella voidaan todeta naisten etsivän Tinderistä pääsääntöisesti samanikäistä tai vanhempaa seuraa, kun taas miehillä oli yleisesti ottaen hyvin laaja ikähaarukka. Tämän tutkimuksen otannan perusteella naiset tapasivat Tinderin kautta

enemmän ihmisiä kuin miehet – poikkeuksena Kymppimetsästäjä, jolle tapauksia oli käytön aikana kertynyt yli sata.

7.2 Oma profiili identiteetin perustana

Haastatteluissa selvitettiin käyttäjien oman Tinder-profiilin sisältöä kuvien ja esittelytekstin osalta. Lisäksi haastateltavilta tiedusteltiin, millaisen vaikutelman antamiseen profiilin avulla pyrittiin ja oliko tämä linjassa sovelluksen käytön tavoitteiden kanssa. Haastateltavien identiteettiä Tinderissä verrattiin myös muissa sosiaalisen median palveluissa esitettyihin identiteetteihin. Tinder-profiilin rakentamiseen käytetty panos vaihteli haastateltavien keskuudessa. Osalla käyttäjistä profiilikuvat tulivat suoraan Facebook-profiilin kautta, kun taas toiset miettivät tarkalleen, minkä luonteisia ja missä järjestyksessä kuvat olivat. Jokainen haastateltava kuitenkin tiedosti ensimmäisen valokuvan tärkeyden ja halusi näyttää itsestään hyviä, luonnollisia sekä edustavia kuvia. Realistisen ja monipuolisen vaikutelman antamiseksi koettiin hyvänä esittää mm. kasvo-, kokovartalo- ja harrastuskuvia:

Oon miettiny, just se, että ensimmäisenä kuvana olis semmonen mahdollisimman selkeä, läheltä otettu kasvokuva ja sitten varmaan siinä toisena tai kolmantena kokovartalokuva ja sitten ehkä useampi kasvokuva sen jälkeen. Mutta ehdottomasti pitää olla molempia. (Nainen, 24)

No sieltä löytyy monenlaista, löytyy semmosta vappukuvaa ja sitten semmosta siistimpää pukukuvaa ja totta kai matkakuva täytyy olla ja sit yks semmonen kaveripokkakuva taitaa siellä tällä hetkellä olla. (Mies, 29)

Tinder-profiiliin halutessaan liitettävä esittelyteksti löytyi lähestulkoon jokaiselta haastateltavalta, mutta esittelyn luonne vaihteli. Osa koki esittelytekstin mahdollisuudeksi kertoa itsestään, itselleen tärkeistä asioista ja kiinnostuksen kohteistaan niin, että tällä erottuisi joukosta ja saisi mahdollisesti hyviä keskustelunavauksia. Osa tyytyi kirjoittamaan tekstikenttään lyhyen, mahdollisesti huumoripitoisen kommentin tai vaihtoehtoisesti pelkän maantieteellisen sijainnin ja/ tai Instagram-nimimerkin lisätietoja halajaville käyttäjille. Esittelytekstiä myös muokkailtiin tai vaihdeltiin käytön aikana. Yleisesti ottaen esittelytekstillä pyrittiin tuomaan esille omaa persoonallisuuttaan: ”Kyllä siinä oli vähän niinku perustietoja, ig-profiilia, kerroin vähän itsestäni ja humoristiseen sävyyn omista osaamisistani ja osaamattomuudestani. Ja muuta siinä ei tainnu hirveesti olla.” (Mies, 25)

Esittelytekstin avulla kerrottiin rehellisesti itsestä ja omista tarkoitusperistä, mutta myös vastakkaiselle käyttäjälle esitettiin vaatimuksia. 500 merkin rajoitettu tila koettiin myös haastavaksi keinoksi antaa itsestään mieleenpainuva vaikutelma:

No mä oon pari kertaa vaihdellu sitä tyyliä. Kerran ehkä saatto hieman katkeruutta sieltä tulla, et en ainakaan semmosta ja tämmöstä sitten eti, että menkää hittoon sieltä. Mutta sitten on ihan tämmönen, sillein kertonu et olen duunari ja olen sit tätä ja sanonu et poltan ja tuota on lemmikkieläimiä, kissoja. Niinku tuonu jollain lailla esiin, vähän yrittäny tietyntaista semmoista omaa huumoriii viljellä joskus. Sit oon huomannu, et ei kannata. Vähän ilmassu kuitenkin sen, mitä haen, et en oo ihan kevytkenkäinen tyyppi, et haen jotain vakavempaa. Se vaan on hirveen haastavaa, et miten sen saa siihen muutamaaan sanaan, ettei siitä tuu liian pitkä ja tylsä. Tai tuu sit liian kova ja terävä. (Nainen, 41)

Haastateltavat eivät olleet liiemmin miettineet antamansa vaikutelman vastavuutusta Tinderin käytölle asetettuihin tavoitteisiinsa verrattuna, vaan keskittyivät enemmän laadukkaaseen kokonaiskuvaan. Etenkin miehet halusivat viestittää helposti lähestyttävyyttä, lämminhenkisyyttä ja huumoritajuisuutta, kun taas monet naishaastateltavat halusivat välttää liian seksistisiä kuvia, vaan pyrkivät enemmän edustavaan ja asialliseen vaikutelmaan. Yleisesti ottaen profiilikuvilla ja esittelytekstillä pyrittiin antamaan mahdollisimman rehellinen sekä omaa itseään aidosti kuvaava vaikutelma.

Mulla on kyllä et mä en halua, että niistä tulee mitenkään kovin seksuaalisen oloisia. Et en hae pelkästään niinku sellasia seksisuhteita, mitä jotkut hakee. Et kyllä mulla on sillai aika asialliset kuvat. Mut kuitenkin hymy kasvoilla ja koitan tehdä itsestäni semmosen positiivisen ja vakavasti otettavan mielikuvan. (Nainen, 24)

Kyl mä näkisin, et se kuva mikä must siellä Tinderissä on, niin on aika lähellä se mitä mä muutenkin oon. Ehkä se on vähän paranneltu versio, niin kuin kaikilla se on. Mutta tota, kyllä mä näkisin, että se on enemmän suunnattu niinku semmoseen pidempiaikasempaan hakuun kuin sitten yhden illan seksijuttuihin. (Mies, 29)

Osa haastateltavista ei kokenut merkittäviä eroja oman Tinder-identiteetin ja muissa sosiaalisen median palveluissa esiintymisen välillä. Tähän vaikutti se, että samat profiilikuvat olivat kaikille nähtävillä julkisesti myös Facebookissa. Nainen, 41, koki tämän positiivisena ominaisuutena verrattuna muihin deittipalveluihin, joissa ei välttämättä esiinnyttä omalla naamalla tai omalla nimellä. Poikkeuksena yleisessä jaossa oleviin kuviin olivat kuvat, jotka muutama haastateltava oli tallentanut Facebookin salaiseen, pelkästään käyttäjälle itselleen näkyvään kansioon, mutta joita pystyi kuitenkin normaalisti käyttämään Tinder-profiilin kuvina. Tosin nämäkin kuvat olivat haastattelijoiden mukaan hyvän maun mukaisia. Osa haastateltavista koki eri sosiaalisilla medioilla olevan omat kohderyhmänsä, joiden mukaisesti käyttäjät palveluissa esiintyivät.

...ehkä just tämmöset Facebookit ja tää Tinder on vähän samankaltaisia siinä mielessä, että sinne ehkä harkitsee enemmän. Facebookissa on sukulaiset ja vanhemmat, mut Tinderissä on sit ehkä jopa tuleva puoliso tai muu tuttavuus, niin ehkä siinä mielessä ainakin Instagramiin on ero. (Mies, 24)

Joo, siis esimerkiksi Twitterissä mä oon tosi semmonen kanta-aottava ja karkäs ja pistän sinne mun oman blogin kirjoituksia linkkeinä, et se on mun semmonen, tavallaan

fiksu minä. Ja Facebookkia mä käytän sit lähinnä vaan kommunikointiin ystävien kanssa. Mutta niinku sanoin, et kyl se mun persoona on aina se sama kuitenkin, se identiteetti. Mut mä laitan sosiaalisiiin medioihin eri asioita. (Nainen, 25)

Tutkimukseen osallistuneet eivät olleet liiemmin muokanneet Tinder-profiileitaan palautteen tai koetun menestyksen perusteella. Osa käyttäjistä oli kuitenkin huomannut eroja eri profiilikuvien välillä, jolloin esimerkiksi hymyilevämpi ja selkeämpi profiilikuva oli kerännyt enemmän Tinder-pareja. Mies, 29, oli profiilia kasatessaan pyytänyt mielipidettä naispuolisilta ystäviltään. Nainen, 26, sen sijaan oli lisännyt profiiliinsa mm. sellaisen kuvan, joka oli saanut paljon tykkäyksiä muissa sosiaalisissa medioissa.

Kaiken kaikkiaan tulokset osoittivat, että itsensä esittämisessä ja omasta itsestä kertomisessa pyrittiin antamaan Tinder-profiilin avulla tarttumapintaa samankaltaisille tai samanlaisista asioista pitävälle käyttäjille. Valtaosalle oli tärkeämpää antaa itsestään todellisuutta vastaava kuva, joka toivottavasti vetoaisi samanhenkisiin ihmisiin.

7.3 Vastakkaisen käyttäjän arviointi

Vastakkaisen käyttäjän profiilin tulkitsemista ja arviointia lähestyttiin haastattelussa niin positiivisten kuin negatiivisten tekijöiden kautta. Haastateltavat kertoivat, mitkä olivat toivottuja ominaisuuksia vastakkaisen käyttäjän kuvien ja esittelytekstien osalta ja mihin kiinnitettiin huomiota. Lisäksi haastateltavat nimesivät seikkoja, jotka johtivat vastakkaisen profiilin pohjalla kielteiseen päätökseen. Haastateluille oli ominaista, että tutkimukseen osallistujien oli helppompaa luetella negatiivisia ominaisuuksia vastapuolesta kuin nimetä tekijöitä, jotka saivat pyyhkäisemään vastakkaisen käyttäjän oikealle.

Kaikki haastateltavat tunnustivat kiinnostavansa ensimmäisenä huomiota vastapuolen ulkonäköön, jolloin käyttäjän omaa silmää miellyttävät kasvonpiirteet ja muut ulkonäölliset seikat vaikuttivat vahvasti vastakkaisen profiilin arviointiin. Etenkin ensimmäisenä näkyvän profiilikuvan toivottiin olevan mahdollisimman selkeä, aito ja esittävän yksiselitteisesti profiilin omistajaa. Yksittäisiksi positiivisiksi ominaisuuksiksi nousivat hymyily ja silmien näyttäminen, jotka vetosivat valtaosaan haastateltavista.

Noo semmoset kuvat, jotka on semmosia missä se vastapuolikin on hymyilevä ja semmoinen lämminhenkisyys siinä kuvassakin sitten tulee ilmi. (Mies, 30)

Se nyt on ehkä semmonen, että kuvat on selkeitä, että näet sen ihmisen kasvot ja näet mielellään myös sen vartalon. Saat kokonaiskuvan, että miltä näyttää ja just ettei ole mitään valtavaa hattua, valtavia aurinkolaseja kasvoilla, vaan saa kuvan siitä, että miltä se ihminen näyttää. (Nainen, 28)

Ulkonäkökeskeisyydestään huolimatta Tinder-profiilin kuvien ei välttämättä tarvinnut olla täydellisiä, klassisen komeita tai kauniita, sillä haastateltavat ar-

vostivat enemmän omaa silmää miellyttäviä piirteitä. Tätä tukee 41-vuotiaan naishaastateltavan väite:

Kyl enemmän semmosta tietynlaista tavallisuutta, että vähän sit kun on hirveesti kuunnellu keskustelua ulkonäöstä ja pinnallisuudesta. Niin ei mua nyt hirveesti haittaa jos joku on vähän pyörempi tai laihempi, mut kuhan siinä on jotain semmoista mikä mun silmää miellyttää. Et ei oo mikään täydellisyyden tavoittelu.

Muiden profiilikuvien ja esittelytekstin toivottiin viestivän esimerkiksi vastakkaisen käyttäjän harrastuksista, kiinnostuksen kohteista ja elämästä ylipäätään niin, että kuvista ja tekstistä välittyisi lämminhenkisyys ja hyvä fiilis. Tutkimukseen osallistujat toivoivat löytävänsä vastakkaisten käyttäjien profiileista samanhenkisyttä ja yhtäläisyyksiä heidän omiin arvoihinsa liittyen. Silmään pistivät myös humoristiset, hauskat ja persoonalliset profiilit, joissa ei kuitenkaan sorruttu turhaan kikkailuun.

Mut tykkään, jos on jotain harrastusta tai ulkoilmassa tai hymyilevä profiili. Että elämänilo näkyy ja semmonen että hän oikeesti tekee vapaa-ajalla jotain hauskaa. Et välillä ei sillei ulkonäöllisesti heti miellytä, mut jos on joku tosi hauska aktiviteetti, et wau, mä haluan päästä keskustelemaan tästä et tää vaikuttaa tosi hauskalta ihmiseltä. Et se kertoo niinku persoonallisuudesta, jos siinä on jotain aktiviteettia. Tai joku lomamatka, missä hän on käynyt, että hän tykkää matkustaa, et mäkin tykkään. (Nainen, 24)

Haastateltavat tiedostivat etsivänsä Tinderissä vastakkaisilta käyttäjiltä tiettyjä ominaisuuksia, joita toivoivat myös reaali maailmassa. Mies, 27, kuvasi omaa vastakkaisten profiilien tarkastelua seuraavasti: "...mulla on semmonen kehikko, se ei oo tietosesti määritelty, että ei oo paperilla listaa, minkä tsekkaan. Karkeesti voi sanoa, että on tiettyjä ominaisuuksia, jotka näkee jossain määrin silmällä."

Valtaosa haastateltavista osasi nimetä useita kielteisiä ominaisuuksia vastakkaisen käyttäjän Tinder-profiiliin liittyen. Negatiivisina seikkoina koettiin mm. epäselvät ja tuhruiset kuvat tai naaman peittäminen esimerkiksi aurinkolaseilla. Haastateltavat eivät halunneet nähdä kuvissa myöskään paheita, kuten alkoholia ja tupakkaa, murjotusta tai negatiivisia käsimerkkejä. Myöskään liiallista maallisen omaisuuden tai hulpean elämäntyylin korostamista ei katsottu hyvällä. Selittämättömät, jo olemassa olevasta kumppanista tai esimerkiksi lapsista viestivät kuvat aiheuttivat myös kielteisen signaalin.

Bodauskuvat, juttikuvat, hääkuvat, omat hääkuvat, kuvat tyttöystävästä jne. No ei välttämättä, jos ne on selitetty, jos on tyyliin avoin suhde tai hakee vain kaveria ja on ilmoittanut olevansa varattu. Jos on tosi kulunutta tai huonoa läppää. Tai kauheet pullisteluskuvat tai esitellään autoa tai jotain maallista omaisuutta, niin ehkä se ei sit kauheesti tota.. Tai ei oo niin paljon yhteisiä asioita, et kiinnostais. (Nainen, 26)

Esittelyteksteissä ja ylipäätään Tinderissä keskustellessa huomio kiinnittyi todella monen haastateltavan kohdalla tekstin oikeakielisyyteen, jolloin esimerkiksi yhdyssana- ja kielioppivirheillä oli välitön negatiivinen vaikutus. Nainen,

26, totesi negatiivista asioista seuraavaa: "Yhdyssanavirheet tappaa mielenkiinnon ainakin ihan heti. Ja semmoset tosi kuluneet lainit." Myös mieshaastateltavat kiinnittivät huomiota oikeakielisyyteen:

Sanotaanko, että vasemmalle pyyhkästään melko nopeesti ihmiset, jotka ei osaa kirjoittaa, yhdyssanavirheet on sellasii. Se on karkee esimerkki, mut ne sulkee yleensä pois muitakin ominaisuuksia useimmiten. (Mies, 27)

Esittelytekstiin liittyvien toiveiden osalta oli huomattavissa eroja miesten ja naisten käyttäytymisen välillä. Naiset esimerkiksi kertoivat joskus tekevänsä esittelytekstissään selväksi, mitä eivät vastaantulevalta mieheltä toivoneet. Esimerkiksi 30-vuotias mieshaastateltava koki tällaista toimintaa kohtaan ärsyyntyneisyyttä ja mainitsi seuraavanlaisia esimerkkejä: "jos vihaat koiria, niin voit laittaa ruksin siihen" tai "jos harrastat vaikka laskuvarjohyppäämistä, voit laittaa ruksin." Että se päätös on niinku tehty sen toisen puolesta. Että ite saa niinku tehdä mitä lystää, mutta se toinen ei." Haastateltavan mukaan tällainen vaatimusten määrittely ei jätä Tinderin käytölle juurikaan jouston varaa.

Kaiken kaikkiaan haastateltavien mukaan kuvat merkitsivät esittelytekstiä enemmän, mutta toisaalta joskus persoonallinen ja mielenkiintoisesti kirjoitettu esittelyteksti sai käyttäjän kiinnostumaan vastapuolesta – heikommista kuvista huolimatta. Suuri osa haastateltavista korosti onnistuneen kokonaisuuden merkitystä, jossa kuitenkin pienetkin virheet saattavat aiheuttaa hylkäyksen. Tinderin nopeatempoisuudesta ja ulkonäkökeskeisyydestä kertoo toisaalta paljon 26-vuotiaan naishaastateltavan toteamus: "Mä katon yleensä vaan sen ekan kuvan. Jos ei kiinnosta, niin en perehdy niihin enempää. Niin ehkä helposti se ensimmäinen kuva aiheuttaa sen hylkäyksen."

Osa haastateltavista kiinnitti huomiota Tinder-parin yhteisiin kiinnostuksen kohteisiin sekä yhteisiin Facebook-kavereihin. Kiinnostuksen kohteet saattoivat toimia tutkimukseen osallistuneiden mielestä oivina keskustelunavauksina. Yhteisiä kavereita analysoimalla haastateltavat tulkitsivat, millaisissa kaveriseurueissa vastakkaiset käyttäjät todennäköisesti aikaansa viettivät ja tekivät joskus tämän perusteella päätöksiä jatkoon laittamisen ja hylkäämisen välillä.

Vaikka Tinderin käyttäjälle tunnutaan tutkimuksen perusteella esitettävän paljon erilaisia vaatimuksia niin visuaalisen kuin kielellisenkin ilmaisun osalta, haastateltavien mielestä Tinderissä ei kannata liiallisesti yrittää erottautua massasta, vaan riittää, että positiivisella ja rehellisellä profiililla vetoaa samankaltaisiin ja samanhenkisiin ihmisiin. Mies, 24, totesi massasta erottumiseen:

Ei mitenkään keinotekoisesti. Ehkä siinä voi tuoda omia hyviä puolia esiin ja sitten sitä kautta erottautua edukseen, mut kyl mun mielestä siinä pitää olla semmonen aito meininki, et ei mitään. Kyl se ehkä semmosen feikkihomman.. Siitä jää kuitenkin jossain vaiheessa kiinni sitten.

Toisaalta massasta erottuminen Tinderissä koettiin verrannollisena käytölle asetettuihin tavoitteisiin, sillä esimerkiksi lyhytaikaista seuraa haettaessa pyri-

kuisia, itse otettuja ja pelkällä seksillä myyviä kuvia. Nainen, 21, totesi mies- ja naiskäyttäjissä olevan eroja myös keskustelunavauksissa. Miehet aloittivat hänen mukaansa keskustelun usein ulkonäköön liittyvillä kommentteilla, kun taas naiset etsivät syvällisempää aihetta keskustelulle esimerkiksi vastakkaisen käyttäjän esittelytekstistä.

7.4 Tinder vuorovaikutuskanavana

Haastateltavat kertoivat, minkälaiseksi vuorovaikutuskanavaksi he Tinderin kokevat siinä vaiheessa, kun käyttäjät ovat hyväksyneet profiilikuvien ja -tekstin perusteella toisensa ja muodostavat Tinder-parin. Tässä vaiheessa käyttäjät voivat olla vuorovaikutuksessa keskenään yksityisen keskusteluikkunan tai omille Tinder-pareilleen 24 tuntia näkyvien *hetkien* jakamisen avulla. Jotta keskustelu Tinder-parin välillä voi alkaa, toivoivat haastateltavat vastakkaisen käyttäjän profiililta jotain tarttumapintaa, mistä olisi helppo keksiä sopiva keskustelunavaus:

...mikä kiinnittää huomion, on ehkä just se mihin tarttuu ja mistä voi alottaa keskustelun. ...siis arvostaa vaan niin paljon semmosta, et jos pystyy nappaan kiinni jostain asiasta. Et kyllä se mulle itelleni vaikuttaa se, jos vähän mieltii et mätsääkö vai ei, niin sitten yleensä mätsää jos saa jotain, saa saman tien alotettua keskustelun. Mä arvostan sitä, et heti saa sanottua jotain, ettei vaan jää roikkumaan sinne. (Nainen, 21)

Haastateltavien antamien vastausten joukosta ei löytynyt yhtä, yksiselitteisesti oikeaa tapaa aloittaa keskustelu tai jatkaa sitä. Yleisesti ottaen keskustelunaloitukselta toivottiin omaperäisyyttä ja humoristisuutta. Nainen, 24, totesi, että keskustelunavauksella ei välttämättä ole väliä, vaan vastaushalukkuuteen vaikuttaa myös oma mielentila:

Joku moimitäkuuluu, joko vastaan tai poistan. Riippuu, et miten vaikka tylsää on itellä. Jos on tylsää eikä oo pahemmin jutellu kenenkään kaa, niin saatan jutella takasin. Ja siitä saattaa kehittyäkin hyvin mielenkiintoinen keskustelu. Mut välillä on sillei, jos vaikka viis laittaa, että moi mitä kuuluu, niin sit on että öö, etkö ois voinu vaikka kysyä, että mikä on mun lempiväri? Tai pelkkä moi, niin eih...

Negatiivisia ja poissulkevia tekijöitä keskusteluista ja niiden aloituksista löytyi useita. Haastateltavat toivoivat, etteivät keskustelut olisi väkisin väännettyjä, niukkasanaisia tai sopimattomia. Etenkään naiset eivät halunneet heti aloitusviesteihin laimeita iskurepliikkejä tai suoria seksiehdotuksia. Liika yliyrittäminen ja painostaminen koettiin kielteisinä seikkoina sekä mies- että naishaastateltavien keskuudessa. Miehen, 30, mukaan käyttäjien tapoja avata Tinder-keskustelu arvostellaan turhankin paljon:

Et mun mielestä ei ikinä pitäis ehkä arvostella sitä puolta, minkä, että tota jos et määkin menisin baarissa sanomaan et "hei mitä kuuluu" ja se vastais mulle, että olipas

aika geneerinen aloitus, niin se ei oikein minun mielestä oo hyväks ihmisten väliselle kanssakäymiselle, että kaikki yrittää sitten olla hirveen nokkelia ja se ehkei välttämättä johda mihinkään hyvään.

Kuten jo aiemmin esittelytekstien yhteydessä mainittiin, myös keskustellessa yhdyssana- ja muut kirjoitusvirheet koettiin pääsääntöisesti negatiivisina asioina. Monet naishaastateltavat totesivat poistavansa vastakkaisen käyttäjän nopeasti omista Tinder-pareistaan, mikäli tämän käytös ei miellyttänyt:

Mä en pidä ollenkaan siitä, että lähetään heittämään jotain iskurepliikkiä tai kysyyn et hei meillä vai teillä. Et se on ehdoton sillon et saman tien poistan. Et en ees paljoo vastaa sellasiin. ...ja sit ehkä yks semmonen viesteis ärsyttää on kirjoitusvirheet, etenkin yhdyssanavirheet. Se on mulle.. Nostaa karvat pystyyn, mä en voi sietää sitä, et kyl pitää osata suomen kieltä kirjoittaa. (Nainen, 21)

Tinder koettiin vuorovaikutuskanavana hektiseksi ja nopeatempoiseksi, mutta silti sovelluksen käytössä korostuivat sosiaalisen läsnäolon ja sosiaalisten taitojen merkitys. Keskusteluilta odotettiin molemminpuolista vuorovaikutuksellisuutta, aktiivisuutta ja panostamista. Keskustelu pysyi haastateltavien mukaan yllä parhaiten molemminpuolisilla kysymyksillä, mutta joskus tietyn Tinderparin kohdalla huomasi nopeasti, että keskustelu tulee lopahtamaan: "No siinä varmaan mättää sitten se, että ei tuu sitä kiinnostusta toista kohtaan. Toinen vastailee lyhyesti tai mielikuvituksettomasti tai tosi niinku sillein tota, sillein että ei sitä kiinnosta. Niin sit se aika nopeesti lopahtaa ja häviää siitä." (Mies, 29.) 27-vuotias mieshaastateltava totesi Tinder-keskusteluiden negatiivisista puolista seuraavaa:

...aktiivisuus-passiivisuus on semmoinen, siinä ei tapahdu mitään muuta kuin turhautumista, jos sä joudut venailemaan viestejä toiselta. Varsinkin siinä vaiheessa, kun Tinderiä tulee käytettyä ajankuluna, niin sä käytät sitä intensiivisesti ku pystyt ja sillon mielellään käytätkin siihen aikaa. Ja se keskustelu oikeesti kehittyikin jonnekin.

Naishaastateltava, 28, kertoi mukautuvansa oman keskustelutyylinsä osalta sen mukaan, millaisia vastapuolen lähettämät viestit sisällöltään ja luonteeltaan olivat. Nainen, 24, sen sijaan kertoi pyrkivänsä tietoisesti kontrolloimaan keskusteluja esimerkiksi johdattelemalla niitä tiettyyn suuntaan, saavuttaakseen keskustelulle asettamansa tavoitteen. Myös Kymppinmetsästäjä, 28, avasi omaa keskustelutaktiikkaansa ja valotti tapoja, joilla naiskäyttäjät saattoivat lähestyä häntä:

Kyllä mä yritän saada kaivettua sieltä sen oikean ihmisen esiin. Ihan niinku juttelemalla, tsemppaamalla, oikeanlaisilla kysymyksillä, että pääsis pikkusen sinne pinnan alle, pääsis sen roolin taakse mitä jokainen ihminen vetää aina. Vähän niitä tiettyjä suojamuureja kun murtaa, niin löytyy se oikea ihminen. Ja mua nyt on yritetty, nää on niin erilaiset tavat, et miten lähestytään. Et osa on hyvin aggressiivisia ja hakee konfliktia ja yrittää saada mut hermostumaan ja osa tulee haukkumaan. Ja sitten kun siihen ei reagoikaan niin kun ne olettaa, niin se keskustelu lähtee etenemään.

Osa haastateltavista tiedosti viestinnän ymmärryksen ja monitulkinnallisuuden riskin Tinderiä käytettäessä. Eräs mieshaastateltava, 24, kertoi tarkoituksella lähettävänsä hieman tavallisuudesta poikkeavampia viestejä ja katsovansa, miten vastapuoli näihin reagoi. Jos keskustelu lähti sujumaan, osoitti se kummankin käyttäjän olevan samalla aaltopituudella. Tinderin tarjoamat ilmaisukeinot itsensä esittämiseen koettiin myös rajallisiksi:

...se on tietenkin aina hirveen haastavaa pelkällä kirjoituksella saada, muutamalla lauseella, muutamalla kuvalla saada itsestään sellaista kuvaa, minkä haluais antaa. Ja siellä on jokainen, joka lukee viestin, niin lukee sen aina omalla äänellään ja omalla elämäkokemuksellaan. Ja sillä omalla peilillään, että on hirveän vaikea tehdä sitä toisen ihmisen äänellä, kun ei ole sitä koskaan tavannut. Niin se todellisuuspohjan luominen on ihan hirvittävän haastavaa, että se monta kertaa varmaan sitten unohtuu niin iteltä kuin muiltakin. Että tuota saa pienen asian merkityksen muuttumaan moneksi. (Nainen, 41)

Suurin osa haastateltavista oli joko itse käyttänyt Hetket -toimintoa tai vähintään selannut vastakkaisen käyttäjän Tinder-pareilleen jakamia kuvia. Joissain tapauksissa oma tai vastapuolen lisäämä hetki saattoi toimia jopa keskustelunavauksena. Syyt hetkien käytölle vaihtelivat haastateltavien keskuudessa. Nainen, 25, tunnusti kuvien jakamisen Tinder-pareille olleen välillä huomiohakuista ja tykkäyksiä keräävää. Kympinmetsästäjä, 28, kertoi lisäävänsä hetkiä blogitekstien markkinointitarkoituksessa ja sen mukaan, missä kaupungissa milloinkin liikkui. Hetkien jakaminen mahdollisti suuremman yleisön tavoittamisen yhdellä kertaa – mikä ei kaikkien haastateltavien mielestä ollut pelkätään positiivista:

...kerran oli niin, että yks ihminen yritti saada mut treffeille ja en lähtenyt. Niin sitten tuli hetki, kuva, missä on hänestä kuva, että lähteekö joku lasilliselle. Sit mulle tuli semmonen olo, et aijaa et mä en lähteny, niin lähteekö joku toinen, tollaseen yleiseen jakoon. Et enks mä ollukaan nyt mitenkään erityinen tossa treffipyynnössä. Mua hän pyys ensin ja en lähtenyt, mut yhtäkkiä hetkissä oli. Sen jälkeen en enää jutellu sille tyypille. (Nainen, 24)

Tinderiä ei koettu yleisesti ottaen kovin toimivaksi pikaviestipalveluksi, sillä haastateltavien mukaan oli tyypillistä, että potentiaalisempien käyttäjien kanssa sovelluksesta siirryttiin mahdollisimman pikaisesti johonkin ketterämpään pikaviestipalveluun – kuten WhatsAppiin. Riittävä aika siirtymiseen tai sen ehdottamiseen oli haastateltavien mukaan muutama päivä Tinderissä jatkuneen keskustelun jälkeen. Toiseen palveluun siirtymistä pidettiin myös merkinä suhteen syventymisestä ja luottamuksen lisääntymisestä, sillä esimerkiksi WhatsApp vaatii käyttäjän henkilökohtaisen puhelinnumeron. 25-vuotias naishaastateltava totesi: "...aika usein kyllä sitten se mies kysy, että onks sulla WhatsAppia, että mä aina vähän sillein mietin, että onks tää tavallaan WhatsAppin arvonen. Että en mä kaikille numeroa anna." Tyttöystävän Tinderin kautta löytänyt Mies, 24, koki WhatsAppin alun tutustumisen jälkeen toimivammaksi vuorovaikutuskanavaksi:

Ja sit mä saatoinkin tehdä sillein esim. tyttöystävän kohdalla, että mä jossain vaiheessa sanoin, et pitäiskö tää keskustelu siirtää vaikka whatsappin puolelle tai jotain, kun ei se Tinderin chatti oo aina ollu niin mukavan tuntuinen tai semmoinen, että sinne piti kuitenkin mennä aina erikseen. Ja sitten kun oli sillai, että jutteli tyyliin koko ajan, niin siinä se WhatsApp toimii paremmin. Ja se oli kumminkin joku tämmönen, et se juttu meni eteenpäin myös sitä kautta.

Siirtyminen Tinderistä toiseen pikaviestimeen tai toisen sosiaalisen median palvelun pariin ei välttämättä aina ollut kuitenkaan toimiva ratkaisu, vaan keskustelu voi kuihtua nopeasti. Mies, 22, esitti yhdeksi mahdolliseksi syyksi vuorovaikutustilanteen kontekstin ja ympäristön muutoksen:

...mut joka kerta siis ainakin tähän mennessä niinku on käyny sillein, että jos on niinku Tinderistä siirtyny jonnekin muualle, niin siitä ei oo sit oikein tullu mitään tavallaan. Et se on sit vähän jääny siihen. Onko se sit ollu et Facebook-profiilin nähny, niin ei oo enää kiinnostunu tai jotain, tai jos on ollu WhatsApp tai Kik, niin ei oo sit sitä kautta niin.. Tai onks se vaan se tää romanttinen alusta se, mut sitten siirrytäänkin johonkin arkisempaan alustaan, niin siellä ei ole enää sitä samaa oletusta sille romanttiselle tekstailulle.

Tapaamisen sopiminen onnistui myös ilman toiseen pikaviestipalveluun siirtämistä. Kymppinmetsästäjä, 28, ei esimerkiksi antanut numeroaan kellekään, vaan tarvittavat tiedot vaihdettiin Tinderissä tai vaihtoehtoisesti Facebookissa. Tyttöystävän Tinderin kautta löytänyt ja hänen kanssaan yhdessä asuva mies, 25, kertoi sopineensa ensimmäiset treffit Tinderin kautta, ja vasta näiden jälkeen siirryttiin WhatsAppiin. Hänen tyttöystävänsä oli laskenut, että ensitapaaminen sovittiin jo alle kymmenen Tinderissä lähetetyn viestin kuluessa.

Haasteita vuorovaikutustilanteeseen toivat käyttäjien eriävät käyttötarkoitukset. Osa haastateltavista oli turhautunut huomattavasti, että intressit eivät kohtaa vastapuolen kanssa. Jotkut halusivat tämän vuoksi ilmaista esimerkiksi esittelytekstissään, mitä ovat itse Tinderistä etsimässä tai mitä eivät ainakaan ole haluamassa. Käytön tavoitteiden kohtaamattomuus hankaloitti myös tapaamisten sopimista:

...osa ihmisistä tuntuu ihan selvästi hakevan vaan sitä sellaista omaa pönkitystään tai jotain vastaavaa. Toiset hakee jotain chat-seksiä suurin piirtein. ...Tietenkin jos niinku sais ihmisen lähtemään tuolta oikeesti, et jos ne etsisi sitä mitä mä olen ilmaissut etsiväni sieltä. Niin jos ne niinku ilmasis sen halukkuutensa lähtee sinne tapamaan. ... se ihmisten saaminen elävänä eteensä, niin se on hirveän vaikeeta et sillon tulee kyseenalaista, et mikä tää Tinder on. Et onks se sit parinmuodostusta vai mitä. Vai ihan vaan ajantappamista. (Nainen, 41)

Osa haastateltavista oli ehtinyt havaita Tinderin käytön aikana sovelluksen välityksellä tapahtuvassa vuorovaikutuksessa toisteisuutta ja kaavamaisuutta niin profiilien kuin keskusteluiden osalta. Profiileissa toistuivat usein samankaltaiset, harrastuksista tai muusta elämäntyylistä kertovat kuvat. Tinderin käyttäjille oli näin ollen tyypillistä, että profiilin kuvilla pyrittiin viestimään muustakin

kuin pelkästä ulkonäöstä. Keskusteluissa toistuivat samanlaiset aloitusrepliikit, ja keskustelun kulusta pystyi päättelemään nopeasti vastapuolen kiinnostuksen tason. Yhteenvetona voidaan todeta, että tutkimuksen perusteella Tinderin välityksellä tapahtuvassa vuorovaikutuksessa eniten kiinnitettiin huomiota sekä kuvien että viestien sisältöön ja luonteeseen.

7.5 Online- ja offline-identiteettien erot

Haastateltavilta kysyttiin mielipidettä siihen, vastaavatko Tinder-profiilit todellisuutta. Kysymykseen ei saatu täysin yksiselitteistä vastausta. Suurin osa haastateltavista koki Tinder-profiilien vastaavan suhteellisen hyvin totuutta, eivätkä he olleet kohdanneet suuria yllätyksiä tai poikkeavuuksia tavatessaan Tinderparinsa kasvokkain. Lähes kaikki tutkimukseen osallistujat kuitenkin tiedostivat, että vastapuoli pyrkii korostamaan profiilissaan parhaita puolia itsestään. Muutama haastateltava oli myös kuullut tuttavapiiristään kokemuksia, joissa vastapuoli on paljastunut todellisuudessa täysin erilaiseksi, mitä on antanut Tinder-profiilissaan ymmärtää, mutta omakohtaiset kokemukset olivat pääsääntöisesti positiivisia.

Kyllä mun mielestä yllättävän hyvin vastannu. Ja mitä silloin, kun on yleensä jonkin aikaa keskustellu sen ihmisen kanssa. Et mun mielestä ei oo kauheesti negatiivista sanottavaa. Ihmiset antaa, tai ne ihmiset joihin mä oon tutustunu, antaa aika realistisen kuvan mun mielestä itestään. (Nainen, 26)

Kyllä ne aika suurelta osin [vastaa], että kyllä siellä jonkun verran on niitä ihmisiä, jotka antaa itestään edustavamman kuvan, mitä on, mutta kyllä ne aika hyvin on ihmiset sen todellisen minänsä saaneet sinne. (Mies, 25)

Osa haastateltavista koki tietynlaisen totuuden vääristelyn kielteisenä asiana. Vastapuolen arviointiin vaikuttivat Tinder-profiilin avulla luodut ennakkokäsitykset ja -odotukset, ja jos nämä eivät täyttyneet, koettiin vastapuolen antama vaikutelma negatiiviseksi. Myös ensivaikutelman merkitystä korostettiin. Tinder-profiileilta toivottiin rehellisyyttä niin ulkonäöllisesti kuin persoonallisuudenkin perusteella, koska raaka todellisuus paljastuu viimeistään tosielämässä.

Ei ne koskaan ihan täysin vastaa, vaan aina siinä on ne ennakko-odotukset ja se ihmisen on aina jotain pikkusen muuta kuin se, mitä se on halunnu itsestään kertoa... Kyllähän nää selfie-kusetukset, missä peitellään esim. kiloja kuvassa, et näyttäis reilusti et miltä näyttää. Et turha sitä on peitellä yhtään mitään, koska se todellisuus tulee kuitenkin ilmi jossain vaiheessa. (Kymppinmetsästäjä, 28)

Oon tavannu myös yhen semmosen ihmisen, joka oli saman tien, ku näin sen ihmisen niin olin et ei vitsi, ei tää ollu yhtään mitä odotti. Ja lähinnä just ehkä ulkonäöllisesti ja tavallaan puhetyylin perusteella, et jotkut ihmiset saattaa olla kauheen semmosii niinku, miten sen nyt sanois, et puhuu sillein kauheen hienosti ja kivasti ja kehuu tällein siel Tinderissä. Mut sit niinku tapaa, niin se onkin ihan toista. Et saattaa

olla vähän semmoinen, jotenkin inhottava ihminen sillein. Et saattaa tulla jotenkin semmosii piikittelyjä tai näpäytyksiä jostain jutuista. (Nainen, 21)

Nainen, 28, nosti esille myös Tinderin käytön vaarat, sillä kuka tahansa voi esiintyä Tinderissä millaisena ihmisenä tahansa:

Äärettömän kiva [Tinder] sillein ajatuksena, mutta siinä on myöskin se väärinkäytön mahdollisuus, joka on pelottava ja mun mielestä jokaisen joka käyttää, niin ymmärtäis sitä, et sieltä voi tulla mitä vaan. Et ei voi luottaa siihen, et mitä siellä profiilissa lukee. Et kun siellä lukee näin, niin sieltä voi tulla nenän eteen mitä vaan.

Haastateltavia pyydettiin arvioimaan myös oman Tinder-profiilinsa vastavuotua todellisuuteen. 30-vuotiaan mieshaastateltavan mukaan Tinder-profiilin ei ole tarkoituskaan vastata täysin todellisuutta, sillä Tinderissä rakennettu identiteetti on vain oma näkemys itsestään, eikä välttämättä kohtaa vastapuolen näkemyksen kanssa. Tinder koettiin haastateltavien keskuudessa myös hyvin suppeaksi ja rajoitteelliseksi välineeksi ilmaista itseään, eikä muutamalla valokuvalla, esittelytekstillä ja keskustelun perusteella voinut kovin helposti muodostaa riittävää kuvaa toisesta ihmisestä. Mies, 24, kertoi näyttävänsä Tinderin välityksellä vain tietyn puolen itsestään ja pyrki syventämään antamaansa vaikutelmaa todellisessa elämässä tavattaessa, osoittaen olevansa muutakin kuin mitä pelkkä Tinder-profiili näyttää.

Haastateltavat tiedostivat myös itse tuovansa tarkoituksella esille parhaita puoliaan ja pitivät profiileitaan hieman todellisuutta silotellumpina. Haastateltavat eivät halunneet myöskään tuoda Tinderin välityksellä tapahtuvassa vuorovaikutuksessa tai kasvokkain tavatessa ensimmäisenä esille negatiivisia puoliaan tai ongelmiaan. Tiivistetysti haastateltavat halusivat antaa itsestään rehellisen, mutta hieman normaaliolosuhteita positiivisemmän vaikutelman, ilman että joutuisivat kasvokkain tavatessa esittämään sellaista roolia, joka ei vastaa heidän oikeaa minäänsä.

Kyl mä niinku mielestäni vastasin sitä mitä niinku tavallaan lupasinkin, että ehkä ei pelkän kuvan perusteella, mutta keskustelujen perusteella sitten. ...Kyl tarkoitus oli olla siinä mielessä, se oon minä joka siinä profiilissa on. Mä pystyn samana ihmisenä menemään treffeille sen toisen ihmisen kanssa jos mä haluan. (Nainen, 28)

Jotkut haastateltavista kokivat Tinderin hyväksi puoleksi mahdollisuuden miettiä pidempään vastapuolelle antamaansa vastausta ennen viestin lähettämistä. Naisen, 27, mielestä Tinderin viestitoiminnolla pystyy lähettämään harkitun ja paremmin muotoillun vastauksen, mutta toisaalta vastauksen miettiminen mahdollistaa sellaisen kuvan antamisen, joka ei vastaa totuutta. Osa haastateltavista ei kokenut juurikaan eroja siinä, oliko vuorovaikutustilanne helpompi Tinderissä kuin tosimaailmassa, vaan keskustelua syntyi luonnostaan niin teknologian välityksellä kuin kasvokkain tavatessakin. Kahden tutkimukseen osallistujan mielestä reaali maailmassa kommunikointi oli helpompaa, sillä kasvokkain tapahtuvassa vuorovaikutuksessa oli luontevampaa keksiä sopivia keskustelunaiheita kuin Tinderissä. Vastapuolta arvioidessa nainen, 24, kertoi vastak-

kaisen käyttäjän viestintätyylin vastaavan hyvin todellisen maailman sosiaalisia taitoja: "...mun mielestä ei oo ollu suurta eroa, että jos ihminen on kirjottanu pitkiä viestejä ja on sanonu olevansa puhelias, niin on se yleensä kyl kulkenu käsi kädessä."

Haastateltavat vertailivat parinmuodostuksen eroja Tinderissä ja todellisessa maailmassa, kuten baariympäristössä. Kaikki haastateltavat olivat samaa mieltä siitä, että Tinderissä on helpompi lähestyä tuntemattomia ihmisiä, koska kynnys aloitteen tekemiseen on huomattavasti todellista maailmaa pienempi. Tinderin toimintalogiikka pienentää tätä kynnystä, sillä Tinder-parin syntyminen on ensimmäinen signaali siitä, että käyttäjät osoittavat kiinnostustaan toisiinsa kohtaan ja toisen lähestyminen romanttisessa mielessä on sallittua:

Siinä mielessä Tinderissä helpompi, että kun on tullut match, tiedät sen, että tuo ihminen on ainakin jollain tasolla musta kiinnostunut, ainakin tuon mun profiilin perusteella. Torjutuksi tulemisen riski on paljon vähäisempi. (Nainen, 28)

Tinder tarjoaa myös oikeanlaisen ympäristön ja yhdenvertaiset työkalut toisen ihmisen lähestymiselle, mikä tekee toiminnasta hyväksyttävämpää: "Totta kai se tavallaan antaa sen formaatin, että siellä niitä ihmisiä on jossain määrin myös tarkoitus lähestyä, mutta sen puolesta ehkä helpompi. Ei sitä nyt tuolla kadulla ihan kelle tahansa mene juttelemaan välttämättä." (Nainen, 26.) Tinderissä tuntemattoman ihmisen lähestymisen helpous sopii tutkimuksen mukaan etenkin ujommille ihmisille:

...arkana ihmisenä voi olla tosi hankala lähteä toteuttamaan jotain romanttisempaa keskustelua arkielämässä, kun jos on epävarma siitä niinku haluaako se toinen sitä. Mutta Tinderissä se varmistus tulee siinä heti. (Mies, 22)

Mä kunnioitan sen verran ihmisten henkilökohtaista tilaa ja sanotaanko et suomalaiseseen sävyyn pikkuisen ujompikin oon, niin, tai no en ehkä kuvailis itteeni ujoks lähtökohtaisesti, mut sanotaanko että tuntemattomia ihmisiä en esimerkiksi koskaan lähesty, niin sitä kautta se on, etenkin tuntemattomien tapaamisen aivan erinomainen väline. Kun siellä molemmilla on kuitenkin rehti ja selkeä tarkoitus, jonkin verran joustoa, mut siellä ollaan tasavertaisella linjalla. Ja mä tykkään siitä, että siellä on molemmilla käytännössä samanlaiset lähtökohdat ja aseet käytännössä. (Mies, 27)

Tinderissä esiintymistä (*online*) pidettiin haastateltavien keskuudessa todellisessa maailmassa (*offline*) luotua kuvaa harkitumpana, sillä käyttäjä voi valita juuri haluamansa profiilikuvat ja miettiä vastauksiaan kasvokkaista vuorovaikutustilannetta pidempään. Muutama haastateltava nosti esiin myös alkoholin merkityksen, sillä esimerkiksi verrattuna perinteiseen baareissa tapahtuvaan kansakäymiseen, voi Tinderiä käyttää selvin päin kotisohvalla, jolloin päätöksetkin tehdään mahdollisesti harkitummin. Toisaalta offline-ympäristössä tapahtuvan perinteisen parinmuodostuksen hyvänä puolena nähtiin monipuolisempi mahdollisuus kommunikointiin, sillä Tinderissä itseilmaisusta puuttuvat erilaiset nonverbaaliset keinot, kuten eleet, ilmeet ja äänet.

7.6 Tinderin vaikutus käyttäjän identiteettiin

Haastateltavat huomasivat Tinderin käytön muokanneen heidän identiteettiään niin positiivisessa kuin negatiivisessakin mielessä. Positiiviseksi muutokseksi koettiin kehittyneet sosiaaliset taidot, avoimuus ja uskallus lähestyä vastakkaisista käyttäjiä: ”Sosiaalisuuteen on itellä vaikuttanu, että pystyy oudommillekin ihmisille mennä keskustelemaan” (Mies, 25). Myös Tinderin käytön vaikutus itseluottamukseen nostettiin esille muutaman haastateltavan taholta. Jo aiemmin Tinderin käytön tavoitteita käsittelevässä luvussa 7.1. kerrottiin, että matchien keräilyllä voitiin kohottaa itsetuntoa. Mies, 24, koki Tinderin lisänneen hieman itsevarmuutta ja mies, 25, totesi aiheesta:

No kyllä se aina match jos tuli, niin oli positiivinen kokemus, että alussa se oli vielä suuremmin, mutta loppua kohden sitä turtu, kun osas hakee, tai osa keskustelunavauksista ei johtanu mihinkään, niin sitten se vähän menetti merkitystään se matchien saaminen. Osasi suhtautua eri tavalla, kyllä.”

Nainen, 25, sen sijaan näki Tinderin käyttämisen itsetunnon mittarina kielteisenä asiana:

Tinderistä tulee vähän semmonen itsetunnon peruste helposti. Et tavallaan rakentaa sen itsearvostuksen ja kaiken sen Tinderin varaan ja niiden matchien määrään ja.. Kaikkeen, et se on semmosta ärsyttävää niinku itsetunnon boostausta. Et niinku kaikki jotenkin tavallaan perustuu siihen, et jos joku ei matchaakaan sun kaa, niin sulle tulee paha mieli sit.

Osa haastateltavista koki muuttuneensa Tinderin käytön seurauksena valikoivimmiksi, pinnallisemmiksi ja ulkonäkökeskeisemmiksi. Tähän on vaikuttanut Tinderissä olevan tarjonnan määrä – jokaisen kohdalla ei tarvitse painaa sydäntä tai vastata treffipyyntöön. Moni haastateltava tunnusti kiinnittävänsä huomion hyvin pinnallisiin seikkoihin, mutta esimerkiksi nainen, 26, koki pinnallisen käyttötavan sopivan hänelle: ”Tinderissä ei kyllä tarvii yhtään ajatella, jos vain painaa sitä rastia. Siis onhan se hyvin pinnallista. Mulle se sopii aivan hyvin, mä ihan tykkään siitä. Mut kyllä siinä varmasti jää hyviin tyyppeihin tutustumatta.” Nainen, 25, sen sijaan kertoi ulkonäkökeskeisyyden aiheuttaneen hänelle tuskastuneisuutta:

...se ainakin mulle tuottaa ihan hirveesti stressiä niinku livenä näkeminen ja just mitä sanoin, että sit on pakko meikata kauppaan ja kaupungilla tulee semmonen olo, että ei vitsi tunnistikohan toi mut ja ei vitsi tossa kävelee mun Tinder-pari.

Kyseinen haastateltava myös mainitsi poistavansa Tinderin joksikin aikaa aina siinä vaiheessa, kun huomasi käyttäytyvänsä liian pinnallisesti. Hän koki Tinderin stressaavaksi ja ulkonäkökeskeiseksi tavaksi tutustua ihmiseen, verrattuna tosimaailmaan, jossa hänen mielestään sai muodostettua paremmin ensivaikutelman ihmisestä.

Kaikki haastattelevat eivät pitäneet ulkonäkökeskeisyyttä sinänsä huonona asiana, sillä esimerkiksi Kymppinmetsästäjän, 28, mielestä ulkonäkö on - parinmuodostusympäristöstä riippumatta – se asia, johon ensimmäisenä yleensä kiinnitetään huomio. Mielenkiintoiseksi, pinnallisuuteen ja ulkonäkökeskeisyyteen olennaisesti vaikuttavaksi tekijäksi voidaan tutkimuksen valossa nostaa myös ikä, sillä 41-vuotias nainen ei kokenut Tinderin muuttaneen häntä pinnallisempaan suuntaan, vaan pikemminkin päinvastoin: "...kyl mä mieluummin oon alkanu arvostaa enemmän sitä tavallisuutta ja vähän sitä rosoo naamassa. Ja just semmosta, et siellä vähän välittyä sitä elämäkokemustakin, muutakin kuin punttisalin puolelta."

Tinderin negatiiviseksi puoleksi pari haastateltavaa nimesi ajatuksen ruohon vihreydestä aidan toisella puolella eli katsotaan, mitä tarjottavaa sovelluksella voisikaan vielä olla. Kaksi naishaastateltavaa totesi ajautuneensa sarjadeittailun kierteeseen, koska mahdollisuuksia oli tarjolla niin paljon. Sovelluksen käyttö aiheutti tietynlaista kyltymättömyyttä. Tarjonnan määrä mahdollisti myös valikoivuuden, jonka moni haastateltava tiedosti lisääntyneen omassa käyttäytymisessään Tinderin käytön aikana.

...missä menee myös se nurja puoli käytössä, että kun on koko ajan fiilis, että okei, mä nyt käyn tuon tyyppin kanssa treffeillä, mutta tuo match onkin jollain tavalla sitten vielä parempaa. (Nainen, 28)

On musta tullut ehkä valikoivampi, että en just vastaa kaikille tai laittaa vain tietyn tyyppisille. Mutta on tullut valikoiva, koska niitä on niin paljon mahdollisuuksia lähete treffailemaan. Välillä on käyny kolmillakin Tinder-treffeillä päivän aikana. Se on ollut jo aika vaikeeta, että mennyt vähän ristiin, et en suosittelen. (Nainen, 24)

No alusta lähtien oon ollu tän Tinderin kanssa tosi kranttu ja tarkka, ketä siellä päästää läpi. Et ne kriteerit ei oo oikeestaan tässä vuoden aikana muuttunu, mitä mä oon sitä käyttäny. Mutta et kyl se tulee se illuusio, että ruoho on tosiaan vihreempää aidan toisella puolella. (Mies, 29)

7.7 Tinderin tuoma muutos deittailuun

Tutkimuksen mukaan yleisesti ottaen Tinderin koettiin olevan ensimmäinen, laajasti sosiaalisesti hyväksytty deittailupalvelu, joka on luonut tervetullutta deittailukulttuuria Suomeen. Tinder tarjoaa vaihtoehdoisen ja hyödylliseksi koetun työkalun tavata sellaisia ihmisiä, joita ei välttämättä muuten elämässään tulisi tapaamaan. Useat haastateltavat totesivat Tinderin reilusti lisänneen tavattujen ihmisten määrää omalla kohdallaan. Tinderiin suhtauduttiin jopa huumorilla ja epäillen, mutta sen käytöstä on tullut hyvin yleistä haastateltavien koko kaveripiirissä.

...tota kautta tapaa semmosia ihmisiä, joita ei muuten näkis, ja se on tosi hyvä. Ja on tää muuttanu suomalaista deittailukulttuuria ja mun mielestä hyvään suuntaan.

Koska ilman Tinderiä en ois käyny näin paljon ulkona – ainakaan näin monen naisen kanssa. Kyl mä näkisin sen ihan plussapuoleksi. (Mies, 29)

Mun ystäväpiirissä Tinder-treffit on vähän vitsi, mut toisaalta kaikki käy niillä. Mutta jos sanot, että lähet treffeille, niin aika usein joku kysyy heti et ai Tinder? (Nainen, 24)

Kympinmetsästäjä, 28, näki Tinderin hyvänä puolena myös tietynlaisen vapaaehtoisuuden ja valinnanvaran lisääntymisen:

Ehkä Tinder on muuttanut yhdessä olemista enemmänkin semmoiseen vapaaehtoisuuteen, et enää ei olla niin paljon yhdessä sen takia että tuntuu et ei voi saada muita tai että ikinä ei löydä vastaavaa tai tolla tavalla. Et nyt se perustuu siihen, et toisen kanssa on hyvä olla. Ja se ehkä saa pikkusen jopa yrittämään ihmiset enemmän tekemään töitä sen suhteen eteen, et ei tyydytä siihen mikä sattuu olemaan se vallitseva tilanne.

Monet haastateltavat kuitenkin korostivat Tinderin aiheuttaneen ihmissuhteiden kertakäyttöisyyttä. Suhteiden kertakäyttöisyyttä taas aiheuttaa sovelluksen nopeatemppoisuus. Haastateltavien mielestä suhteet alkavat nopeasti, mutta saattavat myös päättyä nopeasti, minkä jälkeen siirrytään jo keskusteluun seuraavan Tinder-parin kanssa:

Se on mun mielestä ihan selkeä ero, että noi Tinder-jutut saattaa alkaa tosi äkkiä ja sit ne niinku häviää tavallaan, et ihmiset vain katoaa elämästä. Et saattaa tosi intensiivisesti tutustua, mut sit ei oo mitään oikean elämän yhteisiä asioita, niin sit saattaa vaan myös hävitä. Semmoinen tosi vahva kertakäyttöisyys siitä tulee helposti. (Nainen, 26)

Kympinmetsästäjä, 28, koki väliaikaisen Tinderistä irtautumisen auttaneen ihmissuhteisiin keskittymisessä: ”ei ollut sitä, et tulee päivittäin yhteydenottoja muilta ja koko ajan ei ollut uusia koukkuja järvessä ja muuta, niin pääs ihmissuhteissa paljon syvemmälle.” Alle vuoden Tinderiä käyttänyt nainen, 24, tiedosti sovelluksen käytön jo muokanneen hänen käyttäytymistään sosiaalisten suhteiden muodostustilanteissa:

Oon huomannut nyt kun on ollut niin pitkään Tinderissä, niin mun mielestä on vaikeampi lähestyä toista baarissa, koska et tiedä, tykkääkö hän sinun ulkonäöstä. Et semmonen fiilis mulle on tullut nyt viime aikoina, et on ehkä vaikeempi jo tutustua live-elämässä.

Naisen, 21, mielestä Tinderin käytön ja ylipäättään älypuhelin-kulttuurin vuoksi ihmisiin voi olla hankalampi saada kunnollista yhteyttä ja tietynlainen spontaanius katoaa, kun sosiaalisissa tilanteissa keskiössä on mobiililaitteen käyttö. Nainen, 41, koki omien kokemustensa myötä luottamuksen rakentamisesta tulleen haasteellisempaa Tinderin välityksellä. Mies, 22, taas oli oppinut arvostamaan pysyviä ja luotettavia ihmissuhteita. Noin puolella haastateltavista Tinder

oli tuonut pysyvemmän muutoksen heidän elämäänsä parisuhteen muodossa eli Tinderin avulla löytyneeseen suhteeseen koettiin mahdolliseksi sitoutua:

Joo, kaikki on mahdollista ja ei mitenkään harvinaista. Kyllä siellä monet on niinku ihan vakavissaan, että ei läpällä tai yhen yön juttumeiningillä kaikki oo todellakaan. Varmaan jokaiselle löytyy omansa, jos jaksaa yrittää. (Mies, 24)

Kyllä voi löytyä, nyt löyty oikeesti ihan kunnan match, ettei mikään semmonen hetkellinen juttu. Kyllä on ihan oikee, minulle sopiva ihminen löytynyt. (Nainen, 21)

No, kuinka monta mätsii tarvii? Niin, et mä oon nauranu sitä ittekseni, et kuinka helposti tää tavallaan meni tän Tinderin kautta. Et vaikka oli mulla ennakkoluulot sen kuvan perusteella siitä ihmisestä, niin sieltä tuli kuitenkin aivan täysin samanlainen ihminen ku minä, ja kuitenkin sit semmonen mikä mua viehätti ihan hirvittävästi...se oli tiäksä naps, herranjumala, mä oon käyny Tinder-treffeillä ja nyt mä asun sen miehen luona. (Nainen, 28)

Tällaisten käyttäjien esimerkit osoittavat, että Tinder osaltaan lunastaa lupauksensa yhteensopivien ihmisten suosittelusta toisilleen, eivätkä kaikki käyttäjät hyödynnä sovelluksen mahdollisuuksia pelkän satunnaisen seksin etsimiseen. Tinderin käytön jatkuessa ja yleistyessä myös sovellusta kohtaan tunnettava häpeä tai salailu vähentyy ajan myötä. Nainen, 24, totesi aiheeseen liittyen:

Ja kyllä oon huomannut, että välillä kaikki ei halua myöntää, että ovat tavanneet Tinderissä. En tiedä häpeilläänkö mut vähän niinku salataan. Mut toisaalta sit mumminoina voidaan kertoa meidän lapsille, että Tinderissä tavattiin. Et on semmoisia tapauksia aina, että ei kerrota tavanneensa Tinderissä, vaikka kaikki sen tietäisi-kin. Mun mielestä Tinder on ollut tosi hyödyllinen sovellus, että oon iloinen että se on tullut. Plussan puolelle ehdottomasti mun kohdalla. (Nainen, 24)

Tiivistetysti voidaan todeta, että suurin osa haastateltavista koki Tinderin tuoman muutoksen parinmuodostusmarkkinoille positiiviseksi, mutta samalla tutkimukseen osallistuneet tiedostivat sovelluksen muokanneen sosiaalisten suhteiden muodostumista älypuhelinakaudelle tyypilliseen tapaan hektisemmäksi ja ulkonäkökeskeisemmäksi, mitä ei varauksetta koettu positiiviseksi asiaksi.

8 POHDINTA

Tässä luvussa saatuja tutkimustuloksia pohditaan asetettuun tutkimusongelmaan ja kirjallisuuskatsauksessa käytettyihin aiempiin tutkimuksiin verraten. Ensimmäisessä alaluvussa tulokset vedetään yhteen taulukon (taulukko 5) muodossa. Taulukon tarkoituksena on aihealue kerrallaan eritellä kyseisen teeman kannalta keskeisimmät tutkimustulokset ja selvittää, onko saatuja tuloksia mahdollista selittää aiemmilla teorioilla ja tutkimuksilla. Tärkeimpiä tuloksia pohditaan vielä sanallisesti myöhemmissä alaluvuissa ja analysoitujen tulosten pohjalta esitetään vastaukset tutkimukselle asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Jo aiemmin teoreettista viitekehystä kuvaavassa luvussa 5.2 esitelty kaavio (ks. kuvio 9) täydennetään tutkimuksesta saatujen tulosten avulla alaluvussa 8.3. Kaavion tarkoituksena on havainnollistaa, kuinka itsensä esittäminen ja vuorovaikutus Tinderissä tämän tutkimuksen tulosten perusteella tapahtuvat.

8.1 Tulosten yhteenveto

Alla olevan taulukon (taulukko 5) tarkoituksena on havainnollistaa, millaisia tuloksia eri teema-alueisiin liittyen tässä tutkimuksessa saatiin, millaiset aiemmat tutkimukset ja teorit saatuja tuloksia selittävät sekä mitkä tulokset ovat kenties täysin uusia löydöksiä aihepiiriinsä liittyen. Ensimmäisessä sarakkeessa esitellään teema, toisessa tutkimuksen tulokset, kolmannessa aiempien tutkimusten tekijät ja viimeisessä saadun tutkimustuloksen uutuusarvo. Taulukkoa tarkastellessa on syytä muistaa, että yhtäkään tutkimustulosta ei ole liiemmin tutkittu mobiilideittailusovellus Tinderin kontekstissa.

TAULUKKO 5 Tulosten yhteenveto aiempiin teorioihin verraten

Teema /aihepiiri	Tutkimuksen tulokset	Aiemmat tutkimukset	Tutkimustuloksen uutuusarvo
Tinderin omaksumisen syyt	Koettu helppokäyttöisyys Koettu hyödyllisyys Koettu nautinto Sosiaalinen vaikutus Ajanviete/viihde	Davis ym., 1989, 1992; Karahanna ym., 1999; Venkatesh ym., 2003, 2012, van der Hejden, 2004	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Muutos elämäntilanteessa	Couch & Liamputtong, 2008	Jonkin verran tutkittu
	Uteliaisuus/ mielenkiinto	Venkatesh ym., 2012	Vähän tutkittu/uusi löydös
Tinderin käytön tavoitteet	Lyhytaikaiset suhteet Pitkäaikaiset suhteet Seksiseura Kaveriseura	Hardey, 2004; Whitty & Carr, 2004; Ellison ym., 2006; Couch & Liamputtong, 2008; Birnholtz ym., 2014	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Ajanviete/huvi Viihteellisyys Pelimäisyys	van der Hejden, 2004; Couch & Liamputtong, 2008	Jonkin verran tutkittu
	Itsetunnon kohotus	Heino ym., 2010	Jonkin verran tutkittu
	Kategorisoinnin vaikeus	-	Vähän tutkittu/uusi löydös
Oma profiili	Vaikutelman tietoinen ja harkittu hallinta, kohde-ryhmä-ajattelu	Goffman, 1959	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Itsestä kertominen/ itseilmaisu	Gibbs ym., 2006; Zhao ym., 2008, Kaplan & Haenlein, 2010; Handel & Shklovski, 2012	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Rehellisyys, vastaavuus, luotettavuus & uskottavuus	Ellison ym., 2006; Hancock & Toma, 2009	Jonkin verran tutkittu
	Profiilikuvan ja muiden kuvien merkitys ja luonne	Ellison ym., 2006; Hancock & Toma, 2009; Birnholtz ym., 2014;	Jonkin verran tutkittu
	Kokonaiskuvan mietintä	-	Vähän tutkittu/uusi löydös
	Tarttumapinnan antaminen	-	Vähän tutkittu/uusi tutkimustulos
Vastakkaisen käyttäjän arviointi	Suodattaminen	Goffman, 1983; Hardey, 2004; Whitty & Carr, 2004; Davis ym., 2006; Couch & Liamputtong, 2008	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Kuvien sisältö ja luonne	O'Sullivan, 2000; Gardner, ym. 1996; Couch & Liam-	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla

(jatkuu)

		butong, 2008	
	Yksityiskohdat	Ellison ym., 2006	Jonkin verran tutkittu
	Kielellinen ilmaisu	Ellison ym., 2006	Jonkin verran tutkittu
	Asenteet ja ennakkoluulot	O'Sullivan, 2000; Gardner, ym. 1996	Jonkin verran tutkittu
	Samanhenkisyys	Birnholtz ym., 2014	Jonkin verran tutkittu
	Aitous & lämminhenkisyys	-	Vähän tutkittu/uusi löydös
Tinder vuorovaikutuskanavana	Viestinnän ymmärrys ja kontrollointi	Turkle, 1995; Gardner ym., 1996; O'Sullivan, 2000; Ellison ym., 2006; Walther, 2007	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Sosiaaliset taidot	Gardner ym., 1996; O'Sullivan, 2000; Walther, 2007	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Oikeakielisuus	Ellison ym., 2006	Jonkin verran tutkittu
	Hektisyys ja nopeatempoisuus	Couch & Liamputtong, 2008; Heino ym., 2010; Birnholtz ym., 2014	Jonkin verran tutkittu
	Vastauksen miettiminen	Gibbs ym., 2006; Walther, 2007	Jonkin verran tutkittu
	Viestipalvelun toimimattomuus	-	Vähän tutkittu/uusi löydös
	Vuorovaikutuksellisen strategian erot	Gardner ym., 1996; O'Sullivan, 2000	Vähän tutkittu/uusi tutkimustulos
Online- ja offline-identiteetin erot	Parhaiden puolien korostaminen	Bargh ym., 2002; Ellison ym., 2006; Toma ym., 2008; Zhao ym., 2008; Hancock & Toma, 2009;	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Totuuden vääristely/siloittelu	Whitty & Carr, 2004; Ellison ym., 2006; Toma ym., 2008	Jonkin verran tutkittu
	Rajoitetut keinot kommunikointiin	Walther, 2007; Birnholtz ym., 2014; Seefeldt, 2014.	Vähän tutkittu/uusi löydös
	Todellisuuden kohtuullisen vastaavuus	Ellison ym., 2006	Vähän tutkittu/uusi löydös
	Lähestymisen helppous	Jung ym., 2014	Vähän tutkittu/uusi löydös
Tinderin tuoma muutos	Sosiaalisten prosessien digitalisoituminen	Whitty & Carr, 2004; Couch & Liamputtong; Jung ym., 2014.	Laajasti tutkittu/ selitettävissä aiemmilla teorioilla
	Kynnyksen madaltuminen, aloitteellisuus ja lähestymisen helppous	Handel & Shklovski, 2012; Birnholtz ym., 2014; Jung ym., 2014	Jonkin verran tutkittu
	Mahdollisuuksien määrä	Heino ym., 2010	Vähän tutkittu/uusi löydös

Taulukko 5 (jatkuu)

	Deittailun hyväksyttävyyden, lisääntyneisyys ja rentous	-	Vähän tutkittu/uusi löydös
Tinderin vaikutus identiteettiin	Valikoivuus	Couch & Liamputton, 2008; Heino ym., 2010	Jonkin verran tutkittu
	Sosiaalisten taitojen kehittyminen	Gardner ym., 1996	Jonkin verran tutkittu
	Itsetunnon kohotus	Steinfeld ym., 2008; Heino ym., 2010	Jonkin verran tutkittu
	Avoimuus ja uskallus	Handel & Shklovski, 2012; Birnholtz ym., 2014; Jung ym., 2014	Jonkin verran tutkittu
	Pinnallisuus	Heino ym., 2010	Vähän tutkittu/uusi löydös
	Ulkonäkökeskeisyys	-	Vähän tutkittu/uusi löydös
	Kertakäyttöisyys	-	Vähän tutkittu/uusi löydös

8.2 Tinderin omaksuminen ja käytön tavoitteet

Tämän alaluvun tarkoituksena on vastata ensimmäiseen tutkimuskysymykseen: *Miksi Tinderiä käytetään ja mitä tavoitteita sen käytölle voidaan asettaa?* Tutkimustulosten mukaan Tinderin omaksumiseen vuorovaikutuskanavaksi vaikuttivat mobiilisovelluksen helppokäyttöisyys ja hyödyllisyys. Molemmat tekijät on selitettävissä Davisin (1989) TAM-mallin mukaisesti (ks. kuvio 3). Tinderin kontekstissa koettu hyödyllisyys liittyy työsuorituksen parantamisen sijasta ihmisten tapaamisen määrän lisääntymiseen. Koettu helppokäyttöisyys vastaa Davisin (1989) määritelmää, sillä myös Tinderissä helppokäyttöisyyttä kuvaa teknologian käytön eteen nähtävä vaiva. Tulosten mukaan Tinderin mobiilius mahdollistaa sovelluksen käytön missä vain ja milloin vain, selainpohjaisia deittailusivustoja helpommin. Davisin (1989) malliin verrattuna on syytä huomioida myös käyttäjän asenne teknologiaa kohtaan. Osa Tinderin käyttäjistä suhtautui sovellukseen ensin epäluuloisesti ja huumorilla, ilman selkeää tavoitetta löytää esimerkiksi potentiaalista romanttista kumppania. Tämä tutkimustulos on verrattavissa Mascaron ja muiden (2012) eri deittailusivustoihin perehtyneeseen tutkimukseen, joka osoitti romanttisen kumppanin löytämisen tarpeen houkuttelleen käyttäjiä palveluiden pariin skeptisyydestä huolimatta. Mielenkiintoinen tutkimustulos on, että asenne Tinderiä kohtaan muuttui usein käytön aikana, ja negatiivisesta asenteesta huolimatta sovelluksen avulla saattoi löytyä nykyinen elämäkumppani.

Tinderin omaksumisen taustalla oli nähtävissä vahva sosiaalinen vaikutus. Monen Tinder-käyttäjän kohdalla sovelluksen asentamiseen on vaikuttanut ystävän tai lähipiirin suosittelu. Sosiaalisen vaikutuksen merkitystä teknologian omaksumisessa voidaan tukea teoriolla, sillä kyseinen tekijä on nostettu esiin mm. Venkateshin ja muiden (2012) UTAUT2-mallissa (ks. kuvio 4) sekä Gruz-

din ja muiden (2012) tutkimuksessa. Karahannan ja muiden (1999) mainitsemien sosiaalisten normien vaikutusta ei voida pitää Tinderin kohdalla niin merkittävänä tekijänä teknologian omaksumiseen, sillä tutkimuksen mukaan harva Tinderin käyttäjä ajatteli sosiaalisen ympäristön antamaa hyväksyntää sovelluksen käytölle. Merkittäväksi teknologian omaksumiseen vaikuttavaksi seikaksi Tinderin tapauksessa sen sijaan voidaan nostaa hedoninen motivaatio eli koettu nautinto, kuten mm. Lin ja Lu (2011), van der Heijden (2004) sekä Venkatesh ja muut (2012) totesivat kuluttajanäkökulmaan ja sosiaalisiin verkostopalveluihin keskittyvissä tutkimuksissaan. Tinderiä käytettiin tutkimuksen mukaan usein hivin vuoksi ja ajanvietteeksi ilman vakavampaa käyttötarkoitusta. Tinderin viihteellisyyttä kuvaa myös sovelluksen käytön vertaus pelaamiseen. Kuten Aarnion ja muiden (2002) sekä Pedersenin ja Nysvenin (2002) tutkimukset osoittavat, korostuu juuri mobiilipalveluissa viihdyttävyyden merkitys, eikä Tinder ole tässä mielessä poikkeus. Usein Tinderin pariin ajoi myös uteliaisuus ja mielenkiinto sovellusta kohtaan. Tätä löydöstä voidaan osittain selittää Venkateshin ja muiden (2012) UTAUT2-mallista ilmenevien henkilökohtaisten ominaisuuksien perusteella, mutta uteliaisuutta teknologian omaksumisen syynä ei ole tutkittu yhtä laajasti kuin muita, jo aiemmin esiteltyjä tekijöitä.

Tutkimuksessa nousi esille, että Tinderin käyttötapoja ja käytön tavoitteita on lähes yhtä monta kuin on sovelluksen käyttäjiäkin. Tinderissä korostuu vahvasti yksilöllisyys, eikä käyttäjiä pystytä kategorisoimaan selkeästi tietyn käyttötavoitteen perusteella. Tätä voidaan pitää uutena tutkimustuloksena, sillä esimerkiksi Whittyn ja Carrin (2004) mukaan perinteisille online-deittailupalveluille on tyypillistä, että käyttäjä esittelee tarkoitusperänsä varhaisessa vaiheessa – toisin kuin Tinderissä, jossa käyttöaikomus saattaa selvitä vasta keskusteluvaiheessa. Kuten aiemmissa deittailupalveluihin perehtyneissä tutkimuksissa (Birnholtz ym., 2014; Couch & Liamputtong; Ellison ym., 2006; Whitty & Carr, 2004) on käynyt ilmi, myös Tinderistä etsittiin niin satunnaista seksiä ja lyhytaikaisia suhteita kuin pitkäaikaisia suhteita ja elämänkumppania. Aiempien tutkimuksien mukaisesti käytöllä tavoiteltiin uusien ihmisten tapaaamista mahdollisimman helpolla tavalla. Verrattuna perinteisiin selainpohjaisiin deittailupalveluihin, joissa käyttäjä usein määrittelee käyttöaikomuksensa etukäteen, Tinderissä sovelluksen käyttötarkoitus saattoi usein muuttua käytön aikana. Tutkimuksen perusteella Tinderin haasteeksi voidaankin todeta käyttötarkoitusten monimuotoisuus, jolloin tarkoitusperät eivät sovelluksen käyttäjien välillä aina kohtaa. Omista kokemuksista riippuu, nähdäänkö tämä käyttäjien keskuudessa positiivisena vai negatiivisena asiana.

Tinderiä voidaan tutkimuksen mukaan käyttää myös itsetunnon kohottamiseen ja itseluottamuksen parantamiseen. Tällaista toimintaa kuvaavat matchien eli Tinder-parien keräily sekä hetkien jakaminen Tinder-pareille – ja tällä tavalla tykkäysten kerääminen. Käyttäytymistä voidaan verrata Heinon ja muiden (2010) mainitsemaan markkina-arvon testaamiseen.

Kaiken kaikkiaan Tinder mahdollistaa – käyttäjän omista tarkoitusperistä ja tavoitteista riippumatta – sellaisten ihmisten tapaamisen, joihin käyttäjä ei olisi muilla keinoin tullut välttämättä koskaan törmäämään. Lisäksi Tinderin

käyttöön liittyy vahvasti sosiaalinen elementti, sillä tutkimuksen mukaan sovel-
lus asennettiin useimmiten ystävien vahvan suosittelun ansiosta ja toimi jois-
sain tapauksissa yhteisenä ajanvietteenä ja trendikkäänä, mielenkiintoisena
keskustelunaiheena.

8.3 Tinder vuorovaikutuskanavana ja itsensä esittämisympäris- tönä

Tämän alaluvun tarkoituksena on vastata toiseen tutkimuskysymykseen: *Miten itsensä esittäminen mobiilisovelluksen tarjoamalla teknologialla tapahtuu ja mitkä tekijät vaikuttavat annetun vaikutelman hallintaan?* Vastausta lähestytään oman Tinder-profiilin esittämisen, vastapuolen arvioinnin sekä ylipäätään vaikutelman hallinnan näkökulmasta. Samalla analysoidaan sitä, millaisena vuorovaikutus-kanavana Tinder koetaan. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että itsensä esittä-
misen osalta Tinderin käyttäminen voi hyvin analysoida Goffmanin (1959) teat-
teritermistön mukaisesti. Tinderissä käyttäjä valmistelee esityksensä – eli profii-
lin – esiripun takana, muilta piilossa. Samaten osuvaa on, että käyttäjä esittää
muille harkitun ja juuri haluamansalaisen kuvan itsestään, sillä kukaan ei tietoi-
sesti laita itsestään huonoja ja epäedustavia kuvia deittailusovellukseen.

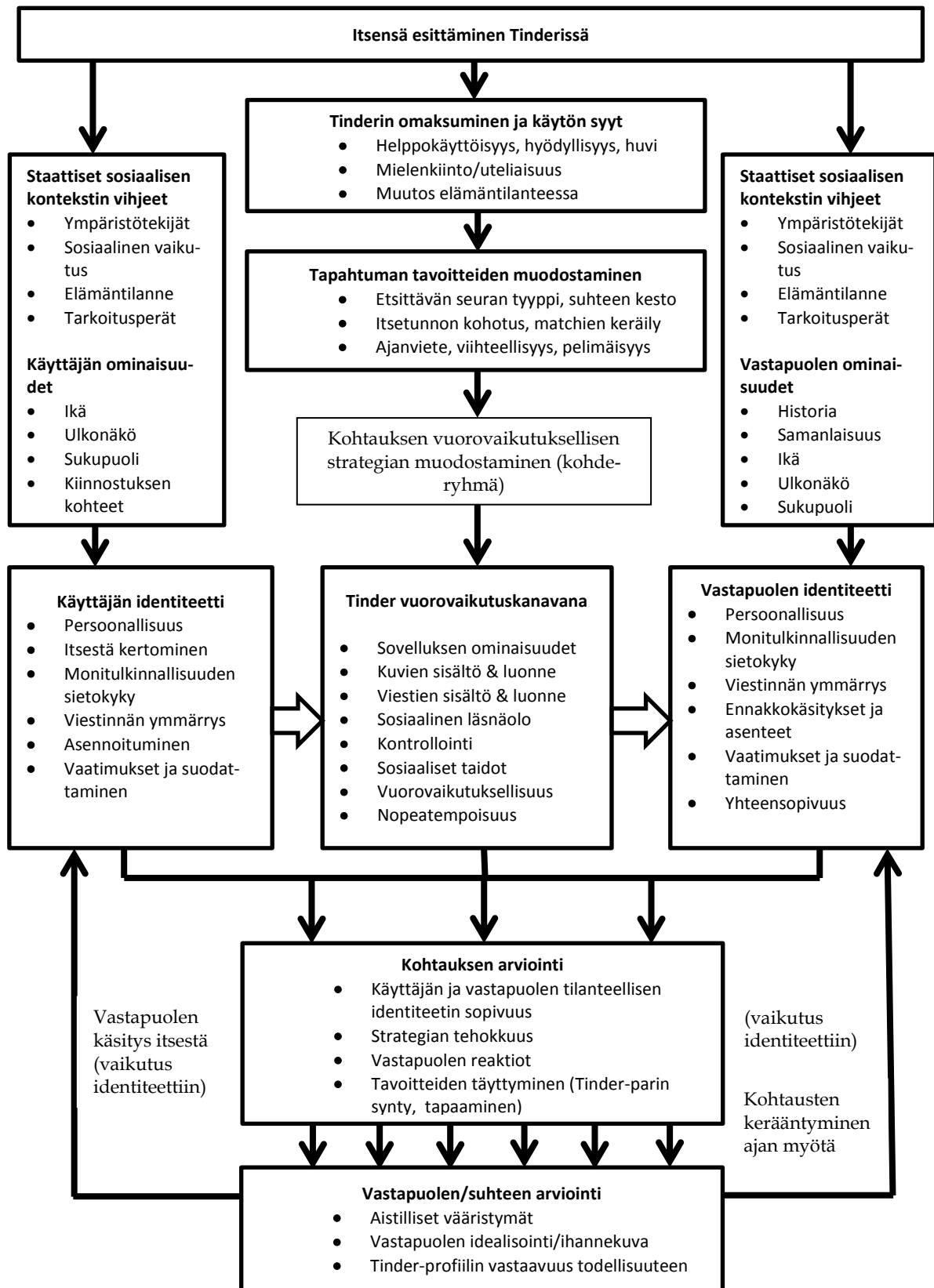
Tämän tutkimuksen tulokset osoittivat, että myös Tinderin käyttäjät ajatte-
livat kohderyhmää, jolle itseään esittivät. Itsestä kertomisen määrä sen sijaan
vaihteli haastateltavien välillä, mutta yleisesti ottaen omasta profiilista pyrittiin
rakentamaan mahdollisimman rehellinen, luotettava ja totuutta vastaava. Samat
ominaisuudet ovat toistuneet mm. Ellisonin ja muiden (2006) sekä Hancockin ja
Toman (2009) tutkimuksissa. Aiempia tutkimuksia tukevat myös tulokset, joi-
den mukaan Tinderin käyttäjät tiedostavat valokuvien suuren merkityksen pro-
fiileissaan. Sen sijaan vähemmän tutkittuna löydöksenä voidaan pitää sitä, että
Tinderin käyttäjät pyrkivät harkitulla kokonaiskuvalla antamaan vastapuolelle
riittävästi tarttumapintaa, jonka avulla lähestyminen ja keskustelun aloittami-
nen on luontevampaa.

Vastapuolen arviointia voidaan Tinderin tapauksessa selittää hyvin ai-
emmilla teorioilla suodattamisesta ja valikoivuudesta (Couch & Liamputtong,
2008; Davis ym., 2006; Goffman, 1983; Hardey, 2004; Whitty & Carr, 2004). Jo-
kaisella Tinderin käyttäjällä on omat vaatimuksensa ja toiveensa vastapuolta
kohtaan – liittyivätpä nämä sitten ulkonäköön, arvoihin, kiinnostuksen kohteis-
siin tai harrastuksiin. Ellisonin ja muiden (2006) tutkimusta tukeva löydös on,
että Tinderissä päätös jatkoon laittamisesta tai hylkäämisestä vastakkaisen käyt-
täjän kohdalla syntyy pienten yksityiskohtien perusteella. Myös kielellinen il-
maisus koettiin käyttäjien keskuudessa tärkeäksi seikaksi. Kuitenkin eniten Tin-
derin käyttäjät arvostivat tutkimustulosten perusteella vastapuolen samanhen-
kisyttä ja yhteensopivuutta sekä lämminhenkisyttä ja avoimuutta. Tätä voi-
daan pitää mielenkiintoisena löydöksenä.

Seuraava kaavio (kuviokuva 11) esittelee jo luvussa 5.2. kuvatun teoreettisen
viitekehityksen täydennettynä tutkimuksesta saaduilla tuloksilla. Kaavion tarkoi-

tuksena on tulosten perusteella selvittää ja pohtia itsensä esittämistapahtumaa Tinderissä ja sitä, mitkä asiat liittyvät annetun vaikutelman hallintaan. Kaavion perusteella voidaan paremmin ymmärtää, millainen Tinder kokonaisuudessaan vuorovaikutuskanavana on. Aiemmin luvussa 5.2 todettiin, että kaavion lähtökohtana on itsensä esittämistapahtuman hahmottaminen eli Tinder-profiilin avulla vastakkaiselle käyttäjälle esiintyminen. Molempien käyttäjien kohdalla tulee kiinnittää huomiota taustatekijöihin, kuten sovelluksen omaksumisen syihin, käyttötarkoitukseen sekä elämäntilanteeseen. Olennaista on hahmottaa tavoitteet itsensä esittämiseksi eli pyritäänkö vaikutelman hallinnalla esimerkiksi korottamaan omaa itsetuntoa vai onko tarkoituksena löytää kumppani intiimimpään suhteeseen – mahdollisesti pidemmäksi aikaa. Ensisijaisena tavoitteena voidaan tässä kontekstissa nähdä onnistunut vaikutelman hallinta, joka johtaa Tinder-parin syntymiseen ja mahdolliseen keskusteluun. Toiminnalla pyritään välttämään se, että epäonnistuneen itsensä esittämisen seurauksena vastakkainen käyttäjä hylkää profiilin vasemmalle pyyhkäisemällä.

Tärkeässä roolissa ovat yksilölliset ominaisuudet, sillä Tinderissä positii-viseen ja haluttuun kuvaan itsestä vaikuttavat mm. ikä, sukupuoli, ulkonäkö ja kiinnostuksen kohteet. Näiden ominaisuuksien hyväksyttävyyys on riippuvainen vastakkaisesta käyttäjästä, jonka ominaisuuksia ovat sukupuolen ja ulkonäön lisäksi samanlaisuus ja mahdollinen historia vastapuolen kanssa (esim. yhteiset kaverit).



KUVIO 11 Vaikutelman hallinta Tinderissä

Niin tilanteen luonne, sovelluksen käytön tavoitteet, taustatekijät ja yksilölliset ominaisuudet muovaavat molempien osapuolten identiteettiä mobiilisovelluksen avulla käytävässä vuorovaikutuksessa. Myös Tinder viestintäkanavana vaikuttaa vastapuolten tilanteelliseen identiteettiin. Tinderin tärkeimmät ominaisuudet teknologiana ja viestintämedianä ovat tutkimustulosten perusteella profiilissa käytettävät valokuvat ja niiden luonne sekä keskusteluikkunassa lähetettävät tekstiviestit ja niiden sävy. Tutkimuksen mukaan Tinderin käyttäjät pyrkivät viestimään kuvien avulla pelkän ulkonäön lisäksi myös muusta elämästään. Tämä löydös on linjassa Ellisonin ja muiden (2006) tekemien havaintojen kanssa.

Vuorovaikutuksellinen strategia Tinderissä voi olla esimerkiksi itseään aggressiivisemmin markkinoiva lähestymistapa, jossa rohkeammilla kuvilla ja viesteillä pyritään kiinnittämään vastapuolen huomio. Passiivisempi tyyli voi taas olla asiallisen profiilin esittäminen ja keskustelunavausten odottaminen vastapuolen taholta. Vuorovaikutukselliseen strategiaan liittyy olennaisesti myös sosiaalinen läsnäolo ja molemminpuolinen vuorovaikutuksellisuus. Käyttäjän ja vastapuolen identiteetit Tinderiä käytettäessä koostuvat aiemmin mainittujen seikkojen lisäksi yksilön persoonallisista piirteistä, itsestä kertomisen tasosta ja käsityksestä omasta itsestään. Identiteetti vaikuttaa siihen, miten yksilö kykenee tarkastelemaan itseään, miten hän vuorovaikutustilanteeseen asennoituu ja millä tavalla toisen osapuolen viestinnän tulkitsee ja ymmärtää. Aiemmillä tutkimustuloksilla on selitettävissä Tinderiä käytettäessä korostuvat viestinnän ymmärrys ja kontrollointi sekä sosiaalisten taitojen merkitys (Gardner ym., 1996; Ellison ym., 2006; O'Sullivan, 2000; Turkle, 1995; Walther, 2007).

Tinderissä tapahtunutta itsensä esittämistä voidaan arvioida tilanteellisten identiteettien yhteensopivuuden perusteella. Tällä tarkoitetaan sitä, että ovatko käyttäjät olleet samalla aaltopituudella sovellusta käytettäessä. Mielenkiintoisena tutkimustuloksena voidaankin nähdä käyttäjien väliset erot sovelluksen käytön tavoitteissa ja vuorovaikutuksellisessa strategiassa. Tulokset osoittavat, että Tinderin käyttäjät saattoivat suhtautua negatiivisesti vastapuoleen, jos tämän tarkoitusperät poikkesivat reilusti käyttäjän omista tavoitteista.

Gardnerin ja muiden (1996) sekä O'Sullivanin (2000) mallien mukaisesti itsensä esittämisen perusteella voidaan selvittää vastapuolen reaktiot ja samalla pystytään hahmottamaan sitä, mihin tekijöihin vastakkainen käyttäjä esityksen havainnoinnissa keskittyy. Tinderin tapauksessa nämä tekijät ovat käyttäjäkohtaisia vaatimuksia, joiden perusteella itselle sopivia käyttäjiä valikoidaan. Kohtauksen arviointi kertoo myös sen, oliko valittu strategia vaikutelman hallinnan kannalta onnistunut. Kuten luvussa 5.2 kuvatun teoreettisen viitekehyksen yhteydessä todettiin, tulee vastapuolta arvioidessa ottaa huomioon aistilliset vääristymät, jotka Tinderin tapauksessa keskittyvät etenkin ulkonäöllisiin seikkoihin. Profiiliin otetaan itsestään useimmiten viehättävin mahdollinen kuva, joka ei välttämättä parhaalla mahdollisella tavalla vastaa totuutta. Vastapuoli vertaa myös käyttäjää ideaaliin ihannemielikuvaan täydellisestä Tinder-parista ja tekee tämän perusteella johtopäätöksiä.

Kaavion ulkopuolelta on todettava vielä tutkimuksessa selvinnyt asenne Tinderin ominaisuuksien toimivuutta kohtaan. Tutkimuksen mukaan Tinderin viestitoimintoa ei pidetty järin toimivana, vaan käyttäjille oli tyyppillistä siirtyä toisen pikaviestipalvelun, kuten WhatsAppin, pariin mahdollisimman pikaisesti.

8.4 Tinderin tuoma muutos ja vaikutus identiteettiin

Seuraavaksi tarkastellaan saatuja tutkimustuloksia tutkimukselle asetetun pääongelman näkökulmasta: *Miten mobiilideittailusovellus Tinderin käyttö vaikuttaa ihmisen identiteettiin ja itsensä esittämiseen*. Tutkimustulokset osoittivat, että ihmisen online-identiteetissä on eroja offline-identiteettiin verrattuna. Tinderin käyttäjät pyrkivät profiileissaan korostamaan parhaita puoliaan itsestään, eivätkä paljasta heti negatiivisia ominaisuuksiaan. Tinderin käyttäjät tunnistivat sekä omalla kohdallaan että vastapuolen profiileja arvioidessaan myös totuuden vääristelyä tai silottelua. Tämä ilmiö on hyvin selitettävissä aiemmillä tutkimuksilla ja teorioilla, jotka ovat perehtyneet deittiprofiilien ja todellisuuden vastaavuuteen (Bargh ym., 2002; Whitty & Carr, 2004; Ellison ym., 2006; Toma ym., 2008; Zhao ym., 2008; Hancock & Toma, 2009). Kuten jo Ellisonin ja muiden (2006) tutkimuksessa, myös Tinderin tapauksessa haastateltavat olivat sitä mieltä, ettei itseään esittäessä tule sortua liialliseen totuuden vääristelyyn, sillä totuus selviää viimeistään todellisessa maailmassa tavatessa. Mobiilideittailun kontekstissa uutena tuloksena voidaan tämän tutkimuksen perusteella todeta, että Tinderin käyttäjät kokevat Tinder-profiilien vastaavan yleisesti ottaen kohuullisen hyvin todellisuutta.

Mielenkiintoisena tutkimustuloksena voidaan nähdä Tinderin rajoittuneisuus kommunikoinnissa verrattuna perinteiseen kasvokkaiseen viestintään. Aiemmissä tutkimuksissa (Gibbs ym., 2006; Walther, 2007) on toki esitelty tietokonevälitteisen viestinnän haasteita ja mahdollisuuksia, mutta mobiilideittailusovelluksissa vaikutus toiseen käyttäjään pyritään tekemään vain muutamalla kuvalla ja lyhyellä esittelytekstillä. Mobiilideittailun kontekstissa aiheita ovat lähestyneet vain Birnholtz ja muut (2014) - ja tämäkin seksuaalivähemmistölle tarkoitettu deittisovellus Grindrin yhteydessä. Tinderin käyttäjien mielestä normaalielämässä käsityksen muodostaminen toisesta ihmisestä on nopeampaa ja helpompaa. Toisaalta haastateltavat totesivat Tinder-parin syntymisen antavan ensimmäisen signaalin siitä, että vastapuoli on ainakin jollain tasolla kiinnostunut toisesta käyttäjästä. Tätä löydöstä voidaan pitää vähän tutkittuna, sillä Tinderin kontekstissa asiasta on mainittu vain Jungin ja muiden (2014) tutkimuksessa, jossa Tinderin kaltaisten sovellusten todettiin poistavan torjutuksi tulemisen pelkoa. Tinderissä keskusteltaessa myös vastausta pystytään miettimään pidempään ja harkitummin.

Sosiaalisten prosessien digitalisoitumista myös - parinmuodostuksen näkökulmasta - on tutkittu laajalti aiemmin (Couch & Liamputtong, 2008, Jung ym., 2014; Whitty & Carr, 2004). Tinderin ja muiden mobiilideittailusovellusten

näkökulmasta (Birnholtz ym., 2014; Handel & Shklovski, 2012; Jung ym., 2014) tätä prosessia on nopeuttanut jo aiemmin mainitun lähestymisen helppouden lisäksi kynnyksen madaltuminen ja aloitteellisuus. Tämä tutkimus osoitti, että Tinderin käyttäjien mielestä tuntemattoman ihmisten lähestyminen ja näin aloitteen tekeminen on paljon todellisessa maailmassa (esim. baareissa) tapahtuvaa lähestymistä helpompaa. Tätä pidettiin yleisesti Tinderin hyvänä puolena.

Tulokset osoittavat myös, että Tinder on lisännyt roimasti mahdollisuuksien määrää uusien ihmisten tapaamisessa. Sovelluksen avulla voidaan tutustua sellaisiin ihmisiin, joihin ei välttämättä muuten olisi elämässään törmännyt. Heinon ja muiden (2010) tutkimus sivuaa lyhyesti aihetta ylipäättään nettideittailun näkökulmasta, mutta varsinaisia tutkimuksia mobiilideittailusovellusten tuomasta muutoksesta deittailun lisääntymiseen ei liiemmin löydy. Tinderin käyttäjät olivat tutkimuksen mukaan yleisesti ottaen sitä mieltä, että Tinder on tuonut selvän muutoksen suomalaiseen deittailukulttuuriin, tehden siitä sosiaalisesti hyväksytympää, rennompaa ja jopa trendikästä. Tätä voidaan pitää uutena ja mielenkiintoisena tutkimustuloksena.

Tutkimus osoitti, että Tinderin käytöllä on sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia käyttäjän identiteettiin. Valtaosa tutkimukseen osallistuneista koki käyttävänsä sovellusta hyvin valikoivasti, pinnallisesti ja ulkonäkökeskeisesti. Valikoivuus on selitettävissä jo aiemmin esitellyllä suodattamisteorialla (Couch & Liamputtong, 2008) sekä Heinon ja muiden (2010) markkina-arvoa käsitelleellä tutkimuksella, jossa deittipalveluiden käyttäjät valikoivat kuvainnolliseen ostoskoriinsa vastakkaisia käyttäjiä, jotka täyttävät tietyt toivotut ominaisuudet. Toisaalta Tinderissä valikoivuus korostuu entisestään, sillä tarjonnan määrä on suuri ja päätökset vastakkaisen käyttäjän kohdalla tehdään nopeatempoisesti, etupäässä muutaman kuvan perusteella. Kuvien merkitys taas on tehnyt käyttäjistä pinnallisia ja ulkonäkökeskeisiä, sillä harva Tinderin käyttäjä jaksaa katsoa jokaisen vastaantulevan profiilin kohdalla myös käyttäjän kirjoittaman esittelytekstin. Tällöin positiivinen vaikutelma tulisi pystyä tekemään käytännössä pelkän profiilikuvan avulla. Nopeatempoisuutta, pinnallisuutta ja ulkonäkökeskeisyyttä voidaan pitää uutena tutkimustuloksena, sillä aiemmissa tutkimuksissa käsitellyt, usein selainpohjaiset deittailupalvelut antavat käyttäjälle Tinderiä laajemmat työkalut oman itsensä esittämiseen, eikä palvelun käyttäminen ole yhtä hektistä. Mielenkiintoinen ja tuore tutkimustulos on myös koettu kertakäyttöisyys, sillä Tinderin käyttäjien mukaan sovelluksen avulla rakennetut ihmissuhteet alkavat, mutta myös päättyvät usein nopeasti. Kertakäyttökulttuuria lisää ajatus ruohon vihreydestä aidan toisella puolella. Jo mainittu tarjonnan määrä sovelluksessa aiheuttaa sen, että Tinderin käytöstä tulee eräänlaista sarjadeittailua, jolloin vakiintuminen muodostuu haastavammaksi.

Tinderin käytön tuomia positiivisia vaikutuksia ihmisen identiteettiin ovat tutkimuksen mukaan sosiaalisten taitojen kehittyminen, avoimuus ja uskallus toisen ihmisen lähestymiseen sekä itsetunnon ja itseluottamuksen kohoaminen. Näitä tutkimustuloksia on jossain määrin selitettävissä aiemmilla teorioilla, mutta ei Tinderin näkökulmasta. Gardner ja muut (1996) mainitsevat eri vuoro-

vaikutuskanavien käytössä vaadittavien sosiaalisten taitojen kehittyvän ajan myötä, mutta Tinderin tapauksessa sosiaalisten taitojen parantuminen liittyy eritoten esimerkiksi vastakkaisen sukupuolen kanssa tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Tinderin käyttäjät kokivat sovelluksen käytön tehneen heistä avoimempia ja uskaliaampia vastapuolen kanssa kommunikoidessa. Tätä tulosta tukevat Handelin ja Shklovskin (2012) sekä Birhholtzin ja muiden (2014) havainnot seksuaalivähemmistöille tarkoitettujen mobiilideittailusovellusten yhteydessä. Lisäksi osa Tinderin käyttäjistä koki sovelluksen käytöllä olevan parantava vaikutus itseluottamukseen. Heinon ja muiden (2010) mukaan muilla nettideittailupalveluilla oli samanlaisia vaikutuksia käyttäjien identiteettiin. Toisaalta Tinderin yhteydessä käyttäjät korostivat, ettei itsetuntoa tulisi rakentaa pelkän sovelluksen tarjoamien Tinder-parien määrän varaan.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Viimeisessä luvussa kerrataan tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuksesta vedetään johtopäätökset. Tarkoituksena on yhteenvedon muodossa esitellä, millaisia uusia tutkimustuloksia tämän tutkielman avulla saatiin, ja mikä on työn kontribuutio niin tieteellisestä kuin käytännön näkökulmasta. Tutkielman onnistuneisuutta, luotettavuutta ja mahdollisia rajoitteita arvioidaan kriittisesti. Lopuksi esitellään vielä mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

9.1 Tinder on tehnyt deittailusta rennompaa ja nopeampaa

Tämän tutkielman tavoitteena oli selvittää mobiilideittailusovellus Tinderin käyttöä, sen syitä ja vaikutuksia ihmisen identiteettiin ja itsensä esittämiseen. Usein sovelluksen asentamisen taustalla vaikuttavat tuttavapiirin suositukset, uteliaisuus sekä mielenkiinto sovellusta kohtaan. Tinder koettiin hyödylliseksi ja helpoksi tavaksi tutustua ihmisiin, joihin ei muuten välttämättä tulisi elämässään törmäämään. Huomionarvoista on, että Tinderiin ei suhtauduttu kovin vakavasti, vaan sovellusta pidettiin lähinnä kepeänä, pelimäisenä ajanvietteenä. Tutkimus osoittikin, että Tinderin käyttö ja sille asetetut tavoitteet ovat hyvin yksilöllisiä. Tinderin käyttäjiä ei pystytä selkeästi kategorisoimaan tiettyjen tarkoituserien mukaan, vaan käyttäjäkunta on hyvin monimuotoista ja sovelluksen käytön tavoitteet saattoivat muuttua käytön aikana.

Omien profiilien osalta Tinderin käyttäjät pyrkivät avoimeen, lämminhenkiseen ja suhteellisen hyvin totuutta vastaavaan vaikutelmaan. Samaa toivottiin myös vastapuolelta. Sovellusta käytettäessä ja Tinder-parien synnyssä korostuu ennen kaikkea käyttäjien keskinäinen samanhenkisyyys ja yhteensopiisuus. Tässä mielessä Tinder on onnistunut lupauksessaan yhdistää teknologian avulla toisilleen sopivia ihmisiä. Tinder koettiin hyvin nopeatempoisena vuorovaikutuskanavana, jossa tarjonnan määrä on valtava. Käyttäjäkunnan laajuus johti myös eroihin vuorovaikutuksellisissa strategioissa, jolloin sovelluksen käyttäjien tavoitteet eivät välttämättä kohdanneet keskenään. Myös Tinderin

tarjoaman pikaviestipalvelun toimivuuteen suhtauduttiin lähinnä negatiivisesti. Tiivistetysti voidaan todeta, että Tinderin tehtävä sovelluksena on esitellä yhteensopivia käyttäjiä toisilleen, mutta vuorovaikutusta syvennetään keskustelun muodossa mieluummin esimerkiksi WhatsAppissa tai muussa vastaavassa pikaviestipalvelussa. Kaiken kaikkiaan tutkimuksen tulokset osoittavat, että vaikutelman hallinnan kannalta tulee huomioida koko konteksti: Tinderin luonne viestintämedianä sekä sen ympärillä vaikuttavat taustatekijät, tavoitteet sekä yksilölliset ominaisuudet ja luonteenpiirteet.

Tinder-profiilien koettiin vastaavaan kohtuullisen hyvin totuutta, mutta selkeään totuuden vääristelyyn suhtauduttiin kielteisesti. Todelliseen maailmaan verrattuna Tinderiä pidettiin reilusti helpompana keinona tehdä aloite ja lähestyä tuntematonta ihmistä, mutta toisaalta keinot itsensä esittämiseen ja ilmaisuun koettiin reaali maailmaa rajatummiksi. Tutkimuksen mukaan Tinder on muovannut suomalaista deittailukulttuuria suuntaan, jossa uusien ihmisten tapaaminen on helpompaa, hyväksyttävämpää ja rennompaa. Tinderin käytöllä voi olla sosiaalisia taitoja tai itseluottamusta parantava vaikutus, mutta toisaalta sovelluksen käyttö tekee ihmisistä pinnallisempia ja ulkonäkökeskeisempiä toisia ihmisiä arvioitaessa. Tinderin avulla solmitut ihmissuhteet alkoivat tutkimuksen mukaan nopeasti, mutta myös päättyivät usein nopeasti. Tinder on siis osaltaan lyhentänyt ihmissuhteiden kestoja, lisäten näin deittailun kertakäyttökulttuuria.

Tämän tutkimuksen tulokset tarjoavat sekä tieteellisiä että käytännön hyödyntämismahdollisuuksia. Tutkimuksen tieteellisenä kontribuutiona voidaan nähdä mobiilideittailusovellus Tinderin tuominen osaksi teknologian omaksumisen sekä verkossa tapahtuvan itsensä esittämisen ja vaikutelman hallinnan tutkimusta tietojärjestelmätieteissä. Uudehkona tutkimusmenetelmänä voidaan pitää tutkijan blogin käyttämistä laadulliseen tutkimukseen soveltuvan otannan etsinnässä. Työssä esitellään myös vaikutelman hallintaan liittyvä uusi teorianmalli, jota voidaan mahdollisesti hyödyntää saman aihepiirin jatkotutkimuksissa. Lisäksi työ sisältää uutta analyysia mobiilideittailusovellusten tuomasta muutoksesta parisuhdemarkkinoilla sekä niiden käytön aiheuttamista vaikutuksista käyttäjän identiteettiin. Työn tuloksia voidaan laajemmassa kuvassa soveltaa Tinderiä ja deittailua abstraktimmalla tasolla, käsitellen ylipääntään verkossa tapahtuvaa itsensä esittämistä ja henkilöbrändäystä. Käytännön hyötyjä on nähtävissä Tinderin käyttäjille, jotka tämän tutkimuksen tulosten avulla näkevät, millaiset profiilit kiinnittävät vastapuolen huomion ja mitkä ovat toivottuja ominaisuuksia. Tutkielma voi tarjota hyödyllistä tietoa myös esimerkiksi terveydenhuollon ammattilaisille, kuten seksuaaliterapeuteille, psykologeille ja kouluterveydenhoitajille, jotka tulosten perusteella näkevät, kuinka ja mihin tarkoitukseen nuoret aikuiset Tinderin kaltaisia mobiilideittailusovelluksia käyttävät sekä millaisia vaikutuksia tällaisilla palveluilla heidän käyttäytymisensä on.

9.2 Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitukset

Tässä luvussa arvioidaan vielä koko tutkimuksen luotettavuutta valitun taustateorian, tutkimusmenetelmien sekä saatujen tulosten osalta. Myös tutkimuksen rajoitukset esitellään. Luotettavuutta ja sen parantamiskeinoja on käsitelty otannan, haastatteluiden ja tutkijan oman roolin osalta jo aiemmin luvussa 6.5. Tutkimusmenetelmää valittaessa tiedostettiin, että laadulliselle tutkimukselle on ominaista, ettei täysin samanlaista tutkimusta ole mahdollista toteuttaa täsmälleen samanlaisin tutkimustuloksia. Tämä johtuu siitä, että tutkimuksen toteutukseen vaikuttavat olennaisesti tutkijan omat valinnat, näkökulmat ja asenteet. Tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin kuitenkin parantamaan kuvaamalla koko tutkimusprosessi mahdollisimman seikkaperäisesti. (Hirsjärvi & Hurme, 2000.)

Tutkittavan ilmiön tuoreus ja aiempien tutkimusten vähyys teki aiheesta mielenkiintoisen, mutta toisaalta osoittautui myös haasteeksi mm. aiheen rajoituksessa ja aiempien teorioiden etsinnässä. Kirjallisuuskatsauksen avulla haluttiin ymmärtää ja määritellä mobiilideittailusovellus Tinderin luonne ylipäättään sekä sosiaalisena medianana että deittailusovelluksena – valittua tutkimusongelmaa tukevana osakokonaisuutena. Tämä osaltaan vaati ilmiön käsittelyä hieman myös tutkimuskysymysten ulkopuolelta. Aiempien tutkimusten rajoitetun määrän vuoksi usean aihepiirin kohdalla teorioita jouduttiin soveltamaan Tinderin kontekstiin lähinnä perinteisiin, selainpohjaisiin deittailupalveluihin perustuneiden tutkimusten sekä yleisten tietojärjestelmätieteen teorioiden avulla. Vaikka tutkielmassa pohditaan Tinderiä monien eri teoriomallien avulla, on teoriataustan rakenteessa silti pyritty johdonmukaisuuteen (ks. kuvio 7). Oman haasteensa tutkimukseen toi myös Tinderin jatkuva muuttuminen sovel-lusominaisuuksiltaan. Esimerkiksi tutkimushaastatteluiden toteutuksen jälkeen tullessa päivityksessä sovelluksesta poistui kokonaan hetkien jakamistoiminto, johon liittyviä kysymyksiä kuitenkin esitettiin haastatteluissa.

Haastattelumateriaalin analysoinnin suhteen voidaan aiheellisesti pohtia, olisiko aineiston koodaus ollut hyvä suorittaa jollakin kvalitatiivisen tutkimuksen analysointiin tarkoitettulla järjestelmällä. Käytetyillä analysointimenetelmillä uskottiin kuitenkin löydettävän aineistosta kaikki tutkimuksen kannalta oleellinen tieto. Tutkimuskysymysten kannalta relevantin tiedon saatavuus pyrittiin varmistamaan analysoimalla osa kerätystä aineistosta ennen loppujen haastattelujen toteutusta. Samalla nähtiin, millaisia käyttäjäkategorioita otannasta vielä puuttui.

Tutkimustulosten luotettavuutta arvioidessa tulee tiedostaa valitun otannan koko ja jokaisen tutkimukseen osallistuneen yksilöllinen näkemys tutkittavasta ilmiöstä. Otantaan on myös tarkoituksella valittu useita Tinderin kautta parisuhteen löytäneitä henkilöitä, joiden kokemukset sovelluksesta ovat tämän vuoksi lähinnä positiivisia. On myös syytä pohtia, päästäänkö joka aihepiirissä riittävän syvälle ja ovatko tulokset yleistettävissä koskettamaan kaikkia Tinderin käyttäjiä. Luvussa 6.3 todettiin kuitenkin jo, että viidentoista tutkimushaas-

tattelun jälkeen haastateltavien vastaukset alkoivat toistaa itseään, minkä perusteella jo tämän otannan perusteella voidaan tehdä yleispäteviä johtopäätöksiä. Tulosten analysoinnin suhteen on syytä huomioda, että kyseessä ovat tutkijan omat havainnot ja näkemykset aiheesta. Näiden luotettavuutta on kuitenkin pyritty lisäämään ja oikeellisuutta tukemaan tutkimukseen osallistuneiden suorilla lainauksilla haastatteluista.

Opinnäytetasoisella tutkimuksella on luonnollisesti omat rajoituksensa niin resursseiltaan kuin ajankäytön osalta. Tutkimuksen otanta koostui pelkästään suomalaisista, joten tuloksia ei voi yleistää koskettamaan Tinderin käyttäjiä maailmanlaajuisesti. Myös tutkimukseen osallistuneiden ikähaarukka painottuu paria poikkeusta lukuun ottamatta 21–30-vuotiaisiin, joten tutkimus ei tarjoa monipuolisia näkemyksiä tätä nuoremmilta tai vanhemmilta käyttäjiltä. Tutkimusosassa ei myöskään perehdytä muihin mobiilideittailusovelluksiin, vaan tuloksia voidaan pitää luotettavina vain Tinderin näkökulmasta.

9.3 Jatkotutkimusaiheet

Seuraavaksi esitellään tutkimuksen toteutuksesta ja tuloksista kummunneita mahdollisia jatkotutkimusaiheita. Koska tämä tutkimus rajoittui käsittelemään ainoastaan Tinderin suomalaisten käyttäjien kokemuksia, olisi mielenkiintoista selvittää Tinderin käyttöä ja sen vaikutuksia yli kansallisuusrajojen. Lisäksi tämän tutkimuksen perusteella luotuja malleja ja tuloksia olisi hyvä testata kvantitatiivisin tutkimusmenetelmin, jolloin voitaisiin tarkastella saatujen tulosten yleistettävyyttä suuremman otannan avulla. Määrällinen jatkotutkimus laajentaisi mahdollisesti tutkittavien ikähaarukkaa ja antaisi vielä kattavamman kuvan siitä, miksi ja miten sovellusta käytetään. Tässä tutkielmassa ei myöskään pureuduta yksityiskohtaisesti Tinderin kautta syntyneiden sosiaalisten suhteiden muodostumis- ja rakentumisprosessiin, mutta tätä teemaa olisi mielenkiintoista tutkia tietojärjestelmätieteiden ohella myös psykologian tai sosiologian näkökulmasta.

Koska tämä tutkimus keskittyi ainoastaan Tinderin käyttöön, voisi saatuja tuloksia testata muiden vastaavien mobiilideittailusovellusten kontekstissa. Olisi mielenkiintoista selvittää, käytetäänkö tämänkaltaisia sovelluksia samalla tavalla vai onko Tinder muista mobiilideittailupalveluista erottuva poikkeus. Tutkimustuloksia voisi laajentaa myös deittailuympäristön ulkopuolelle ja soveltaa muiden sosiaalisen median palveluiden – esimerkiksi LinkedInin - yhteydessä. Jatkotutkimuksessa voitaisiin vertailla mm. itsensä esittämisen ja vaikutelman hallinnan eroja kahdessa sosiaalisen median palvelussa, joista toisessa markkinoidaan itseään työelämän näkökulmasta, toisessa tähdätään parisuhdemarkkinoille.

Vähän tutkittuna ilmiönä Tinder tarjoaa lukuisia tutkimusmahdollisuuksia eri näkökulmista. Tämän tutkielman tutkimusaineistosta nousivat esille käsiteltyjen aihepiirien lisäksi mm. Tinderin pelimäisyys sekä sovelluksen käyttöä kohtaan tunnettava ahdistuneisuus. Tietojärjestelmätieteissä termit pelillistämi-

nen ja teknostressi edustavat näitä teemoja, joten aiheista saisi varmasti syvennettyä mielenkiintoisia tutkimuksia jatkossa. Tinder on yrityksenä pyrkinyt kaupallistamaan enenevässä määrin liiketoimintaansa, joten tässä työssä saatuja tuloksia voisi hyödyntää myös vielä selvemmin kauppatieteisiin painottuvissa jatkotutkimuksissa. Yksi tutkimusidea voisi olla esimerkiksi maksullisen Tinder Plus-version omaksumisen ja käytön erot verrattuna tässä työssä tutkittuun sovelluksen ilmaisversioon.

LÄHTEET

- Aarnio, A., Enkenberg, A., Heikkilä, J., & Hirvola, S. (2002). Adoption and use of mobile services. Empirical evidence from a Finnish survey. In *System Sciences, 2002. HICSS. Proceedings of the 35th Annual Hawaii International Conference on* (pp. 1454-1463). IEEE.
- Agger, B. (2004). *The Virtual Self: A Contemporary Sociology*. Malden: Blackwell Publishing.
- Bagozzi, R. P. (2007). The Legacy of the Technology Acceptance Model and a Proposal for a Paradigm Shift. *Journal of the association for information systems*, 8(4), 3.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet. *Journal of social issues*, 58(1), 33-48.
- Barnes, S. B. (2008). Understanding social media from the media ecological perspective. *Mediated Interpersonal Communication*. New York: Routledge, 14-33.
- Beard, J. W. (1996). *Impression Management and Information Technology*. Westport, Conn: Quorum Books. Haettu 17.4.2015 osoitteesta <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=c24f9340-5cd9-4c5a-8631-7ef6baa5fd85@sessionmgr113&vid=0#db=nlebk&AN=303285>
- Beard, J. W. (2004). *Managing Impressions with Information Technology*. Westport, Conn: Greenwood Press. Haettu 17.4.2015 osoitteesta <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=f52c166a-baf7-467e-953a-14e7bf52f5cb@sessionmgr114&vid=1#db=nlebk&AN=303501>
- Birnholtz, J., Fitzpatrick, C., Handel, M., & Brubaker, J. R. (2014). Identity, identification and identifiability: the language of self-presentation on a location-based mobile dating app. In *Proceedings of the 16th international conference on Human-computer interaction with mobile devices & services*, 3-12. ACM.
- Blackwell, C., Birnholtz, J., & Abbott, C. (2014). Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. *New Media & Society*, 1-20.
- Borrow, B. (2014). *More Than Just a Pretty Profile: Exploring the Social Norms and Technical Affordances that Shape and Mediate Identity Performance on Tinder*. New Media & Digital Culture Master's Thesis. Utrecht University.
- Couch, D., & Liamputtong, P. (2008). Online dating and mating: The use of the internet to meet sexual partners. *Qualitative Health Research*, 18(2), 268-279.
- Darke, P., Shanks, G., & Broadbent, M. (1998). Successfully completing case study research: combining rigour, relevance and pragmatism. *Information systems journal*, 8(4), 273-289.

- Davis Jr, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of applied social psychology*, 22(14), 1111-1132.
- Davis, M., Hart, G., Bolding, G., Sherr, L., & Elford, J. (2006). E - dating, identity and HIV prevention: theorising sexualities, risk and network society. *Sociology of health & illness*, 28(4), 457-478.
- Deci, E. L. (1976). Notes on the theory and metatheory of intrinsic motivation. *Organizational behavior and human performance*, 15(1), 130-145.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Dwyer, C., Hiltz, S., & Passerini, K. (2007). Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace. *AMCIS 2007 Proceedings*, 339.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer - Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 415-441.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: an introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gao, H., & Liu, H. (2014). Data analysis on location-based social networks. *Mobile social networking*, 165-194. New York: Springer.
- Gardner, W. L., Martinko, M. J. & Peluchett, J. V. E. (1996). A Self-Presentational Perspective of Computer-Mediated Communications. Teoksessa J. W. Beard (toim.), *Impression Management and Information Technology* (s. 7-20). Westport, Conn: Quorum Books. Haettu 17.4. osoitteesta <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=c24f9340-5cd9-4c5a-8631-7ef6baa5fd85@sessionmgr113&vid=0#db=nlebk&AN=303285>
- Gibbs, J., Ellison, N., & Heino, R. (2006). Self-Presentation in Online Personals. *Communication Research*, 33(2), 152-177.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor.
- Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. In *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society* (pp. 71-80). ACM.

- Hancock, J. T., & Toma, C. L. (2009). Putting your best face forward: The accuracy of online dating photographs. *Journal of Communication*, 59(2), 367-386.
- Handel, M. J., & Shklovski, I. (2012). Disclosure, ambiguity and risk reduction in real-time dating sites. *Proceedings of the 17th ACM international conference on Supporting group work*, 175-178, ACM.
- Hardey, M. (2004). Mediated relationships. *Information, Communication & Society*, 7(2), 207-222.
- Heino, R. D., Ellison, N. B., & Gibbs, J. L. (2010). Relationshopping: Investigating the market metaphor in online dating. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(4), 427-447.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319-340.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2000). *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2004). *Tutki ja kirjoita* (10. uud. painos). Helsinki: Tammi.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European journal of social psychology*, 31(2), 177-192.
- Jung, J., Umyarov, A., Bapna, R. & Ramaprasad, J. (2014). Mobile as a Channel: Evidence from Online Dating. *Thirty Fifth International Conference on Information Systems*, Auckland 2014.
- Kananen, J. (2008). *Kvali: Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja, 93.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaplan, A. M. (2012). If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4. *Business horizons*, 55(2), 129-139.
- Karahanna, E., Straub, D. W., & Chervany, N. L. (1999). Information technology adoption across time: a cross-sectional comparison of pre-adoption and post-adoption beliefs. *MIS quarterly*, 183-213
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Krasnova, H., Spiekermann, S., Koroleva, K., & Hildebrand, T. (2010). Online social networks: why we disclose. *Journal of Information Technology*, 25(2), 109-125.
- Kvale, S. (1996). *InterViews. An Introduction to qualitative research interviewing*. London: Sage.
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37-50.

- Lou, H., Chau, P. Y., & Li, D. (2005). Understanding individual adoption of instant messaging: An empirical investigation. *Journal of the Association for Information Systems*, 6(4), 5.
- Lin, K. Y., & Lu, H. P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1152-1161.
- Mascaro, C. M., Magee, R. M., & Goggins, S. P. (2012). Not just a wink and smile: an analysis of user-defined success in online dating. In Proceedings of the 2012 iConference, 200-206. ACM.
- Mayer, J. M., Hiltz, S. R., & Jones, Q. (2015). *Making Social Matching Context-Aware-Design Concepts and Open Challenges*. New Jersey Institute of Technology: USA.
- McCorkle, D. E., & McCorkle, Y. L. (2012). Using LinkedIn in the marketing classroom: Exploratory insights and recommendations for teaching social media/networking. *Marketing education review*, 22(2), 157-166.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. London: Sage.
- Myers, M. D., & Newman, M. (2007). The qualitative interview in IS research: Examining the craft. *Information and organization*, 17(1), 2-26.
- Nurminen, E. (2015). Kysely Tinderin käytöstä. *Väestöliiton Parisuhdekeskuksen kyselyselvitykset 6/2015*.
- Okoli, C. & Schabram, K. (2010). A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communication & Strategies*, 1, 17.
- O'Sullivan, P.B. (2000). What You Don't Know Won't Hurt Me: Impression Management Functions of Communication Channels in Relationships. *Human Communication Research*, 26, 403-431.
- Pedersen, P. E., & Nysveen, H. (2002). Using the theory of planned behavior to explain teenagers' adoption of text messaging services. *Agder University College*.
- Pierce, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1367-1372.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. (5. painos). New York: Free Press.
- Schiller, J., & Voisard, A. (Eds.). (2004). *Location-based services*. Elsevier.
- Schlenker, B. R., & Weigold, M. F. (1992). Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual review of psychology*, 43(1), 133-168.
- Seefeldt, B. (2014). Tinder Initiation Messages. *Department of Computer Science*. University of Illinois.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434-445.

- Tinder Team. (2014). Tinder Blog: Introducing Moments. Haettu 17.4.2015 osoitteesta <http://blog.gotinder.com/post/115903239496/introducing-moments>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023-1036.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen*. New York: Simon and Schuster.
- Van der Heijden, H. (2004). User acceptance of hedonic information systems. *MIS quarterly*, 695-704.
- Van Dijck, J. (2013). 'You have one identity': performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*. 35(2), 199-215.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information systems research*, 11(4), 342-365.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 36(1), 157-178.
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in. *Handbook of interpersonal communication*, 529-563.
- Walther, J.B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23, 2538-2557.
- Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *Management Information Systems Quarterly*, 26(2), 3.
- Wheless, L. R. (1978). A follow-up study of the relationships among trust, disclosure, and interpersonal solidarity. *Human Communication Research*, 4(2), 143-157.
- Whitty, M. & Carr, A. (2004). *Cyberspace Romance: The Psychology of Online Relationships*. New York: Palgrave MacMillan.
- Wood, A.F. & Smith, M.J. (2001). *Online Communication: Linking Technology, Identity & Culture*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in human behavior*, 24(5), 1816-1836.
- Zheng, Y. (2011). Location-based social networks: Users. *Computing with Spatial Trajectories*, 243-276. Springer: New York.

LIITE 1 TEEMAHAASTATTELUN KYSYMYSRUNKO

Alkuinformaatio

- Tutkimuksen tarkoitus, haastattelun eteneminen, tulosten käyttö
- Luottamuksellisuus
- Suostumuslomake
- Lupa nauhoitukseen

Haastateltavan taustatiedot

- Ikä, sukupuoli, elämäntilanne, sijainti, keitä etsii (miehiä vai naisia vai molempia)
- Kauanko käyttänyt Tinderiä ja missä? Ikähaarukka? Etäisyys? Montako Tinder-paria? Montako ihmistä tavannut Tinderin kautta?
- Kuinka usein käyttää?
- Onko aloittanut alusta?
- Haluatko kertoa vielä jotain itsestäsi?

Miksi käyttää Tinderiä?

- Tavoitteet? Syyt? Mikä sai asentamaan?
- Mitä etsii? (pitkäaikaista, lyhytaikaista jne.)
- Pelitaktiikka? (kuinka tiukka seula?)

Oma profiili

- Montako kuvaa? Millaisia? Järjestys? Esittelyteksti? Kiinnostuksen kohteet? Hetket? Instagram?
- Pyrkiikö kuvilla johonkin tiettyyn vaikutelmaan? (Verrattuna tavoitteisiin?)
- Kuvaile miten teit profiilin ja mitä piti ottaa huomioon? Ympäristön hyväksyntä, tutut, kaverit jne.)
- Oletko muokannut profiilia palautteen perusteella/menestyksen perusteella? (Kuvien muokkaaminen, vaihtaminen, tekstin muokkaus/vaihto?)

Vastakkaisen käyttäjän profiili (tulkitseminen)

- Millaiset profiilit tekevät vaikutuksen? Mitkä ovat toivottuja ominaisuuksia?
- Minkälaiset kuvat saavat pyyhkäisemään jatkoon?
- Mihin kiinnitetään huomiota? Kuvissa? Keskustelussa? Yhteiset kaverit? Esittelyteksti?

- Millainen keskustelutyö antaa positiivisen vaikutelman?
- Millaiset profiilit aiheuttavat kielteisen päätöksen?
- Millaiset kuvat aiheuttavat hylkäyksen? Millaiset viestit?

Online-identiteetin ja offline-identiteetin erot

- Vastaavatko profiilit todellisuutta? Positiiviset ja negatiiviset yllätykset?
- Oletko huomannut omassa käyttäytymisessä eroja? Pyritkö vastaamaan annettua vaikutelmaa vai tiedostatko joitain poikkeavuuksia?
- Onko helpompi vai vaikeampi lähestyä Tinderissä? Mikä hyvää ja mikä huonoa verrattuna reaaliin maailmaan?
- Viesteihin vastaamisen miettiminen verrattuna tosimaailmaan? Siirtyminen Whatsappiin?
- Miten muuttanut mielestäsi perinteistä parinmuodostusta? / Mitä eroa Tinderin käyttö tuo verrattuna perinteiseen parinmuodostukseen? (esim. baareissa)
- Erot muihin some-identiteetteihin

Vapaa sana

- Kokemuksia, ajatuksia ja mielipiteitä (mitä korostunut käyttäessä?)
- Pahinta & parhainta Tinder-treffillä sattunutta?
- Massasta erottuminen?
- Paikkakuntien erot?

Tiivistelmänä seuraavat kysymykset loppuun:

- Miten on vaikuttanut sinun tapauksessasi sosiaalisten suhteiden muodostumiseen?
- Onko teknologia muokannut käyttäytymistäsi?
- Millä eri keinoin pyrit vaikuttamaan vastakkaiseen käyttäjään? (kolme tärkeintä)
- Mihin käyttötarkoitukseen Tinder mielestäsi parhaiten soveltuu?

LIITE 2 SUOSTUMUSLOMAKE

Juuso Puranen
tindermeister@gmail.com
Pro gradu -tutkielma
Jyväskylän yliopisto
Tietojenkäsittelytieteiden laitos

Haastatteluun suostuminen

Allekirjoittanut suostuu haastateltavaksi pro gradu -tutkimukseen. Tutkimus käsittelee ihmisen identiteettiä mobiilideittailusovellus Tinderissä ja sen vaikutuksia sosiaalisten suhteiden muodostumiseen. Haastateltava suostuu kertomaan omakohtaisia kokemuksia ja mielipiteitä ennalta annettujen haastattelu-teemojen pohjalta. Tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista. Haastattelulla saatu materiaali käsitellään luottamuksellisesti ja sitä käytetään vain tutkimustarkoitukseen. Yksittäinen vastaaja ei ole yksilöitävissä tai tunnistettavissa, ellei toisin erikseen sovita. Haastateltavalla on tutkimuksen aikana oikeus keskeyttää haastattelu niin halutessaan. Haastattelu nauhoitetaan ja kaikki tieto säilytetään salasanasuojatulla tietokoneella.

Haastattelun suorittaa tietojärjestelmätieteen opiskelija Juuso Puranen. Pro gradu liittyy Jyväskylän yliopiston alaisiin tietojärjestelmätieteen opintoihin.

___ Nimeni saa julkaista tutkimustulosten yhteydessä

___ Nimeäni EI saa julkaista tutkimustulosten yhteydessä

Paikka ja aika

Allekirjoitus