

SOSIAALISEN MEDIAN EI-KÄYTTÄJÄT UUTISTEN VÄLTTELIJÖINÄ

Essi Routasuo
Maisterintutkielma
Journalistiikka
Kieli- ja viestintätieteiden
laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2022

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Essi Routasuo	
Työn nimi Sosiaalisen median ei-käyttäjät uutisten välttelijöinä	
Oppiaine Journalistiikka	Työn laji Maisterintutkielma
Aika Kevät 2022	Sivumäärä 59 sivua + liitteet (5 sivua)
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä tutkielmassa selvitettiin sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn yhteisiä piirteitä. Uutiset joutuvat nykyaikaisessa mediamaisemassa kilpailemaan monien viihteellisempien sisältöjen kanssa. Sosiaalisen median informaatiotulva saa aikaan tahallista ja tahatonta uutisten välttelyä, samaan aikaan kun yhä useampi valitsee elämän ilman sosiaalista mediaa. Tutkielmassa tarkasteltiin sosiaalisen median ei-käyttäjien ei-käytölle antamia merkityksiä sekä heillä ilmeneviä uutisten välttelyn strategioita. Tavoitteena oli selvittää, onko sosiaalisen median ei-käytöllä yhteyttä uutisten välttelyyn. Tutkimusaineisto koostui kuuden osallistujan pitämistä päiväkirjoista ja heidän puolistrukturoiduista teemahaastatteluisista, jotka analysoitiin yhtenä aineistona. Aineiston analyysi toteutettiin laadullisena sisällönanalyysinä. Sekä sosiaalisen median ei-käyttö että uutisten välttely rakentuvat osallistujien puheessa ja päiväkirjamerkinnöissä luottamuksen ja suojautumisen teemojen kautta. Ei-käytön osalta luottamuksen kysymykset tiivistyvät sosiaalisen median alustojen tietojen keruun, muiden käyttäjien toiminnan ja alustoilla jaettavan tiedon luotettavuuden ympärille, kun taas uutisten välttelyssä luottamukseen liittyvät merkitykset koskevat yhtäältä valtavirtamedian ja toisaalta iltapäivälehtien sekä klikkiotsikoiden herättämää epäluottamusta. Suojautuminen koskee niin sosiaalisen median kuin uutistenkin osalta kuormituksen torjumista, mutta strategiat näiden osalta ovat erilaiset: uutiskuormitukselta suojaudutaan rajaamalla uutisten kulu-tusta tiettyihin aikoihin päivässä, kun taas sosiaalinen media rajataan tiukasti pois omasta elämänpöydästä. Näiden yhteisten teemojen lisäksi sosiaalisen median ei-käyttö saa merkityksiä identiteetin, kohtaamisen ja sosiaalisen median imun kautta. Uutisten välttelyssä näkyvät lisäksi tilanteeseen ja välineeseen sidotut välttelyn muodot.</p> <p>Sosiaalisen median ei-käytön aiempi tutkimus on painottunut tiettyjen alustojen käytön lopettaneisiin. Tässä tutkielmassa saavat äänensä kuuluviin ihmiset, jotka eivät ole koskaan olleetkaan sosiaalisessa mediassa tai ovat lopettaneet sen käytön vuosia sitten. Heidän kauttaan aukeaa näkymä toimijuutensa haluttuun ottaneisiin ihmisiin suhteessa sekä uutisiin että dataistuneeseen arkeen.</p>	
Asiasanat: ei-käyttö, sosiaalinen media, uutisten välttely	
Säilytyspaikka: Jyväskylän yliopisto	
Työn ohjaaja: Karoliina Talvitie-Lamberg.	

KUVIOT

KUVIO 1	Sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn merkitykset.	23
---------	--	----

TAULUKOT

TAULUKKO 1	Eniten käytetyt sosiaalisen median palvelut Suomessa.....	6
------------	---	---

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	KATSAUS AIEMPAAN TUTKIMUKSEEN	3
2.1	Sosiaalisen median ei-käyttö aiemmassa tutkimuksessa	3
2.1.1	Sosiaalinen media	3
2.1.2	Sosiaalisen median käyttö	4
2.1.3	Sosiaalisen median ja viestintäteknologian ei-käyttö	6
2.2	Uutisten välttely aiemmassa tutkimuksessa	10
2.3	Sosiaalisen median ei-käyttö ja uutisten välttely	13
3	AINEISTO JA MENETELMÄT	15
3.1	Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	15
3.2	Tutkimuskohde	16
3.3	Tutkimusmenetelmä	16
3.3.1	Teemahaastattelu	17
3.3.2	Päiväkirja	17
3.3.3	Haastattelujen toteutus	18
3.3.4	Aineiston käsittely ja analysointi	20
3.4	Eettiset kysymykset	21
4	TULOKSET	22
4.1	Sosiaalisen median ei-käytön merkitykset	23
4.1.1	Sosiaalisen median ei-käyttö identiteetin ilmentäjänä	24
4.1.2	Luottamus sosiaalisen median ei-käytössä	28
4.1.3	Sosiaalisen median ei-käyttö suojautumisena	32
4.1.4	Kohtaaminen sosiaalisen median ei-käytön merkityksenä	34
4.1.5	Sosiaalisen median imu	36
4.2	Uutisten välttelyn merkitykset	38
4.2.1	Uutisten kulutus tapana	38
4.2.2	Uutisten välttely suojautumisena	40
4.2.3	Luottamuksen puutteesta johtuva uutisten välttely	42
4.2.4	Tilanteeseen tai välineeseen liittyvä uutisten välttely	44
4.3	Sosiaalisen median ei-käyttö ja uutisten välttely	45
5	POHDINTA	48
6	LOPUKSI	52
6.1	Tutkimuksen arviointi	52
6.2	Jatkotutkimusaiheita	53

KIRJALLISUUS55

LIITTEET

1 JOHDANTO

Jokin aika sitten sisareni syntymäpäiväkahveilla katselin pöydän ympärillä istuvia ihmisiä, omia läheisiäni eri sukupolvista. Oivalsin, että noista noin kymmenestä ihmisestä suunnilleen joka toinen on tavalla tai toisella sosiaalisen median ei-käyttäjä, eikä ikä ollut ei-käyttöä määrittävä tekijä. Omat vanhempani ovat kuuluneet tietoyhteiskunnan varhaisiin omaksujiin, ja heille laitteiden ja digipalveluiden käyttö on ollut luontaista myös eläkkeelle jäämisen jälkeen. Lasteni ikäpolvi puolestaan kuuluu diginatiiveihin, jotka eivät tiedä maailmasta ilman internetiä. Minä itse ja siskoni puolisoinemme olemme ottaneet digitaalustumisen ja sosiaalisen median vastaan nuorina aikuisina ja integroineet niitä elämäämme sitä mukaa, kukin hieman eri tavoin. Jokaisessa näistä ikäpolvista joku tai jotkut ovat päättäneet jättäytyä sosiaalisen median ulkopuolelle. Se tuntuu isolta määrältä ”ulkopuolisia” ottaen huomioon sen, kuinka paljon sosiaalisen median läsnäoloon nykyisin panostetaan paitsi yritysten markkinoinnissa ja perinteisessä mediassa, myös viranomaisviestinnässä.

Olen kiinnittänyt viime aikoina huomiota sosiaalisen mediaan liittyviin kohuihin. Huhtikuussa 2022 yksi maailman rikkaimmista ihmisistä, miljardööri Elon Musk julisti tehneensä yli 40 miljardin dollarin ostotarjouksen Twitteristä (Kukkonen & Pietarinen 2022). Tieto sai alustalla aikaan toisaalta huolta palvelun päättämisestä yksittäisen henkilön omistukseen, mutta myös juhlintaa sananvapauden oletetun lisääntymisen puolesta. Muun muassa USA:n entisen presidentin Donald Trumpin ennustettiin jo tekevän paluuta mikrobialustalle, josta hänet suljettiin pois Capitolin valtauksen yhteydessä tammikuussa 2021 tekemiensä julkaisujen takia (blog.twitter.com, 2021). Suomessa puolestaan herätti keväällä 2022 huomiota Ivana Helsinki -muotibrändin ilmoitus vetäytyä somesta (Forsberg & Hanhinen 2022). Päätös kuulostaa itsetuhoiselta liikkeeltä toimialalla, joka elää ja hengittää nimenomaan Instagramin kuvavirrassa, nuorempien silmissä ehkä TikTokin videoilla – ja kohu sai jatkoa, kun selvisi että niin harjoittelijat kuin sosiaalisen median vaikuttajatkin kokivat tullessaan IvanaHelsingin hyväksikäyttämiksi (Niemi 2022; Tawast & Koskela 2022). Kevään aikana uutisoitiin myös, että monet artistit ovat väsyneet sosiaalisen median kanavien

ylläpidon kuormittavuuteen ja fanien vaatimaan käytökseen sosiaalisessa mediassa (Porvari 2022; Vanha-Majamaa 2022).

Tämän kaltaiset sosiaalisen median keskeiseen toimintaan ja luonteeseen liittyvät uutisaiheet herättävät miettimään, onko journalismin murroksen jälkeen seuraavaksi vuorossa sosiaalisen median murros, ja jos, niin mitä se merkitsee. Onko kyse vain alustojen korvautumisesta uusilla alustoilla vai onko ”digitaalisen minimalismin” tavoittelusta tulossa aidosti maailmaa muuttava trendi?

Se ainakin tiedetään, että uutisten kulutus on erityisesti nuorten aikuisten ikäluokissa vähentynyt viihteellisemmän mediatarjonnan kasvaessa ja suoranaisten uutisten välttely vastaavasti yleistynyt (ks. esim. Aharoni, Kligler-Vilenchik & Tenenboim-Wineblatt 2021, 42; Edgerly 2017, 359; Ksiazek, Malthouse & Webster 2010, 552). Reuters-instituutin vuosittain toteuttaman ”Digital news report”-tutkimuksen mukaan Suomessa television ja erityisesti painetun median merkitys uutislähteinä on laskenut. Verkkouutislähteet (mukaan lukien sosiaalinen media) ovat pysyneet varsin tasaisesti suomalaisten eniten käyttäminä uutislähteinä vuosina 2015–2021. (Reunanen 2021b.)

Sosiaalisen median alustoilla uutisiin on edes teoriassa mahdollista törmätä sattumalta, vaikka sielläkin toisenlaiset sisällöt voivat viedä mielenkiinnon ja hukuttaa uutiset algoritmien tuntemattomille teille. Jos uutiset eivät ole ensisijainen valinta, ja jos sen jälkeen hylätään se alusta, jolla uutisiin voi törmätä sattumalta, voivatko uutiset jäädä yksilön elämässä täysin pimentoon?

Tässä tutkimuksessa haluan selvittää, voivatko samat tekijät, jotka selittävät mediakieltäytymistä sosiaalisen median ei-käyttäjillä, olla yhteydessä myös uutisten välttelyyn. Sosiaalisen median käytölle annettuja tärkeimpiä syitä ovat yhteydenpito ystäviin ja läheisiin sekä itselle tärkeiden asioiden jakaminen (Quinn 2016). Tarkoittaako sosiaalisen median ei-käyttö siinä tapauksessa sisäänpäin kääntymistä, kiinnostusta omista asioista mutta ei laajemmin yhteiskunnallisista kysymyksistä?

Tutkimusongelma, josta tutkielmani lähtee liikkeelle, kuuluu seuraavasti: Onko sosiaalisen median ei-käyttö yhteydessä uutisten välttelyyn? Tutkimusongelmaa lähestyn kahdella tutkimuskysymyksellä:

1. Millaisia merkityksiä tutkittavat antavat sosiaalisen median ei-käytölle?
2. Millaisia uutisten välttelyn tapoja sosiaalisen median ei-käyttäjillä esiintyy?

Tutkielmani on osa Jyväskylän yliopiston Kieli- ja viestintätieteiden laitoksen ”Mediakieltäytyjät: tutkimus sosiaalisen median ei-käyttäjien osallisuudesta ja toimijuudesta julkisuuksissa” -tutkimushanketta. Hankkeen tavoitteena on selvittää, miksi yksilöt valitsevat ulkopuolisuuden sosiaalisesta mediasta ja miten he sen kokevat omassa arjessaan.

2 KATSAUS AIEMPAAN TUTKIMUKSEEN

Tässä luvussa käyn läpi sosiaalisen median ei-käyttöön ja uutisten välttelyyn liittyvää kirjallisuutta ja esittelen samalla tutkimuksen keskeiset käsitteet, joita ovat *sosiaalinen media*, *ei-käyttö* ja *uutisten välttely*.

2.1 Sosiaalisen median ei-käyttö aiemmassa tutkimuksessa

2.1.1 Sosiaalinen media

Sosiaalista mediaa on tutkittu niin Suomessa kuin maailmallakin valtavasti jokseenkin niin kauan kuin ilmiö on ollut olemassa. Siitä huolimatta on vaikea yksiselitteisesti määritellä, mikä on sosiaalista media ja mikä ei ole. Tässä luvussa pyrin kuitenkin löytämään niitä määritelmiä, joita sille on annettu aiemmassa tutkimuksessa.

Usein sosiaalisen median katsotaan syntyneen vuosituhatlukuun alussa Web 2.0-käsitteen myötä (van Dijck 2013; Newman, Chang, Walters & Willis 2016). Termiä Web 2.0 käytetään kuvaamaan paitsi teknologista, myös erityisesti ideologista muutosta, jonka myötä internetin käyttäjä muuttui kuluttajasta osallistujaksi ja sisällön tuottajaksi (Obar & Wildman 2015, 746). Ensimmäisinä sosiaalisen median sovelluksina pidetään sellaisia vuoden 2003 tienoilla perustettuja sivustoja kuin MySpace, Friendster ja Facebook (McCay-Peet & Quan-Haase 2018, 3). 2000-luvun loppupuolella yleistyi uuden sukupolven matkapuhelinteknologia eli niin sanottu älypuhelin, joka mahdollisti internetin käytön missä ja milloin vain (Raudaskoski, Mantere & Valkonen 2019).

Yksi keskeinen sosiaalista mediaa määrittävä ominaisuus on profiilin luominen sosiaalisen median palveluun. Käyttäjät ja käyttäjien muodostamat ryhmät luovat palveluihin yksilöllisen profiilin, jonka yhdistäminen toisiin käyttäjiin tai ryhmiin edistää sosiaalisten verkostojen rakentamista verkossa. (Obar & Wildman 2015, 747.) Boyd ja Ellison (2008, 211) puhuvat verkkoyhteisöpalveluista (social network sites, SNS), jotka

mahdollistavat julkisen tai puolijulkisen profiilin luomisen, listan koostamisen muista käyttäjistä, yhteyden muodostamisen heihin ja oman sekä muiden käyttäjien yhteyshenkilölistojen näkemisen ja selaamisen.

Sosiaalisen median määritelmiä kartoittaneet Aichner, Grünfelder, Maurer ja Jegeni (2021, 220) kiinnittävät huomiota siihen, että vuoteen 2010 asti sosiaalisen median palvelut määriteltiin pääosin yhteydenpitokeinona toisiin ihmisiin, joilla on samanlaisia kiinnostuksen kohteita. Vuoden 2010 jälkeen määritelmässä on heidän mukaansa painottunut käyttäjän oman sisällön tuottaminen ja jakaminen.

Käyttäjälähtöistä sisällöntuotantoa pidetäänkin useimmissa määritelmässä toisena keskeisenä sosiaalisen median ulottuvuutena (esim. Obar & Wildman 2015, 746–747). McCay-Peet ja Quan-Haase (2018, 6) mainitsevat käyttäjät paitsi sisällön tuottajina, myös sen muokkaajina ja jakajina. Sanastokeskus ry:n vuonna 2010 julkaiseman Sosiaalisen median sanaston määritelmän mukaan sosiaalinen media on ”tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita” (Sosiaalisen median sanasto, 2010).

Sosiaalinen media -nimitys (englanniksi social media) nousi tutkimuskirjallisuudessa vuoden 2008 jälkeen vallitsevaksi. Sitä ennen palveluita kutsuttiin yleisemmin nimellä Social Network Site (SNS), joka on suomennettu *verkkoyhteisöpalveluiksi*. (McCay-Peet & Quan-Haase 2018; boyd & Ellison 2008; Sosiaalisen median sanasto, 2010.) Vielä vuonna 2009 Kotimaisten kielten keskus piti ilmaisuun sisältyvää sosiaalinen-sanaa liian monitulkintaisena ja suositteli käyttämään ilmaisua *yhteisöllinen media* (Partanen 2009).

Vaikka yhteisöllisyys on säilynyt ilmiötä määrittävänä käsitteenä, ei ”yhteisöllinen media” ilmiön suomenkielisenä nimenä näytä ottaneen tuulta. Sanaparille ei löydy esimerkiksi Jyväskylän yliopiston kirjaston aineistohauulla vuotta 2011 tuoreempia hakutuloksia (JYKDOK-Finna 2022). Tilastokeskus käyttää sosiaalisen median palveluista nimitystä *yhteisöpalvelut* (Kohvakka ja Saarenmaa 2022). Tässä tutkimuksessa käytän käsitettä *sosiaalinen media*.

2.1.2 Sosiaalisen median käyttö

Sosiaalinen media on noussut viimeisen parin vuosikymmenen aikana merkittäväksi osaksi kansalaisten ja organisaatioiden arkea. Monet jokapäiväisen elämän asioiden hoitamiseen tai viranomaisyhteyksiin liittyvät toiminnot ovat siirtyneet verkkoalustoille, tai ainakin niiden hoitaminen verkossa on tehty helpommaksi kuin paikan päällä. Dataistuminen on erottamaton osa arkeamme (ks. esim. Kennedy 2018). Tilastokeskuksen mukaan 16–89-vuotiaista suomalaisista 88 prosentilla oli älypuhelin omassa käytössä vuonna 2021, ja 85 prosenttia käytti internetiä päivittäin tai lähes päivittäin (Tilastokeskus 2021, 17, 19).

Tilastokeskuksen keräämien tietojen mukaan 65 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista seuraa jotain sosiaalisen median palvelua ainakin viikoittain. Käytön yleisyys on sidoksissa ikään ja asuinpaikkaan: 16–24-vuotiaista yli 90 prosenttia seuraa viikoittain, kun 55–64-vuotiaista enää 55 prosenttia ja 75–89-vuotiaista vain vajaa viidennes. Pääkaupunkiseudulla tai muissa isoissa kaupungeissa asuvista noin 70 prosenttia seuraa sosiaalista mediaa ainakin viikoittain, kun taas ei-kaupunkimaisissa kunnissa osuus jäi alle kuudenkymmenen. Käytön yleisyys kasvaa myös koulutustason myötä, ja naiset käyttävät sosiaalista mediaa todennäköisemmin kuin miehet. (Tilastokeskus 2021, 27.)

Samansuuntaisia tuloksia saatiin aiemmin Kanadassa tehdyssä tutkimuksessa (Haight, Quan-Haase & Corbett 2014). Tutkimuksen perusteella korkeammin koulutetut käyttivät sosiaalisen median palveluita (SNS) alemmin koulutettuja todennäköisemmin. Myös nuoret ikäluokat käyttivät niitä vanhempia ikäluokkia todennäköisemmin, ja naiset olivat 58 prosenttia miehiä todennäköisemmin palveluiden käyttäjiä. Asuinpaikalla ja tulotasolla ei sen sijaan havaittu olevan merkitsevää vaikutusta palvelujen käyttöön. (Haight, Quan-Haase & Corbett 2014, 513–514.)

Sosiaalisen median palveluiden käyttötarkoitukset kattavat käytännössä lähes koko inhimillisen elämän kirjon. Niiden välityksellä esimerkiksi ollaan yhteydessä ystäväiden ja perheen kanssa, jaetaan tietoa itsestä tai kiinnostavista aiheista, etsitään tietoa muista, flirttaillaan ja aloitetaan romanttisia suhteita. Toisaalta sosiaalisessa mediassa myös kommunikoidaan yritysten ja brändien kanssa, haetaan töitä ja verkostoidutaan ammatillisesti sekä tehdään liiketoimintaa. Palveluita käytetään myös tavan vuoksi tylsyyteen, ajan kuluttamiseen tai paremman tekemisen puutteessa. (Aichner ym. 2021, 220; Quinn 2016, 66–70.)

Reuters-instituutin julkaiseman vuoden 2021 Digital news reportin (Reunanen 2021b, 68–69) mukaan suomalaisten eniten käyttämät sosiaalisen median ja viestinnän sovellukset ovat WhatsApp (72 prosenttia suomalaisista käyttää), YouTube (69 %) ja Facebook (68 %). Näiden jälkeen tulevat Instagram, Facebook Messenger ja Twitter (emt, 68–69). Tilastokeskus antaa selvästi maltillisemmat lukemat: sen mukaan Facebookia käyttää 58, WhatsAppia 50 ja Instagramia 39 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista (Tilastokeskus 2020, 22).

Taulukossa 1 on kuvattu sosiaalisen median palveluiden käyttömääriä Suomessa edellä mainittujen lähteiden perusteella. Kuten edellisessä luvussa totesin, sosiaalisen median määritelmät ovat vaihtelevia, ja lisäksi Tilastokeskus käyttää termiä ”yhteisöpalvelut” (Tilastokeskus 2020, 22). On siis hyvin mahdollista, että kyselyissä ei ole annettu yhteneviä vaihtoehtoja palveluista, mikä osaltaan vaikuttaa tuloksiin. Reuters-instituutin kyselyssä kysyttiin: *”Mitä seuraavista olet käyttänyt mihin tahansa tarkoitukseen viimeksi kuluneen viikon aikana?”* Tilastokeskuksen kyselyssä tiedusteltiin seurattuja yhteisöpalveluita ja sen taulukossa esitetään yhdeksän palvelua nimeltä sekä kategoria ”joku muu”. TikTok oli viimeinen kummallakin listalla mainittu palvelu, joten jätin sen jälkeen mainitut palvelut pois niiden vähäisen suosion takia. Tyhjä

kohta osoittaa, ettei kyseistä palvelua mainittu Tilastokeskuksen taulukossa. (Reunanen 2021b, 69; Tilastokeskus 2020, 2, 22.)

TAULUKKO 1 Eniten käytetyt sosiaalisen median palvelut Suomessa.

Sosiaalisen median palvelut	Reuters-instituutti 2021 %	Tilastokeskus 2020 %
WhatsApp	72	50
YouTube	69	
Facebook	68	58
Instagram	43	39
Facebook Messenger	37	
Twitter	18	13
Pinterest	16	
LinkedIn	14	13
Suomi24	14	3
Snapchat	13	14
TikTok	10	6

Taulukon tiedot, jotka on kerätty peräkkäisinä vuosina, alleviivaavat jo aiemmin todettua sosiaalisen median määrittelyn vaikeutta: Reutersin kyselyssä toiseksi suosituimmaksi noussutta palvelua YouTubea ei ole edes mainittu Tilastokeskuksen tutkimuksessa. Merkille pantavaa on myös se, että Tilastokeskuksen tutkimuksessa käyttäjämäärät ovat kautta linjan matalampia yksittäisiä poikkeuksia lukuun ottamatta. Voisi luulla asian olevan juuri päinvastoin, koska Reutersin kysymyksen muotoilu ”viimeksi kuluneen viikon aikana” rajaa pois enemmän satunnaisia käyttäjiä.

Todettakoon, että tässä tutkimuksessa tutkittavat saavat itse määritellä, mitä palveluita mieltävät kuuluvan sosiaaliseen mediaan. Perustelen tätä juuri edellä kuvailemallani sosiaalisen media -käsitteen monitulkintaisuudella. Kun sosiaalisen median määritelmästä ei edes tieteen piirissä ole päästy yksimielisyyteen, on varsin todennäköistä, että myös yksittäiset ihmiset mieltävät ilmiön eri tavoin. Tutkimuksessa pyrin selvittämään ihmisten sosiaalisen median ei-käytölle antamia merkityksiä, ja mielestäni näihin merkityksiin sisältyy myös se, mitä sosiaalinen media tarkoittaa tutkittavalle itselleen.

2.1.3 Sosiaalisen median ja viestintäteknologian ei-käyttö

Sosiaalinen media ja sen ulottuvuudet ovat suosittuja tutkimuskohteita, mutta sosiaalisen median ei-käyttöä on tutkittu vielä suhteellisen vähän. Jo vuonna 2013 tosin julkaistiin mm. Portwood-Stacerin Facebookin käytön lopettaneita koskeva tutkimus, mutta vasta viime vuosina sosiaalisen median ei-käyttö on noussut laajemmin tieteellisen mielenkiinnon kohteeksi (ks. esim. Hesselbreth 2018). On myös havaittu, että puhuessaan ei-käytöstä ihmiset saattavat puhua esimerkiksi älypuhelimista, sosiaalisen median kanavista ja sovelluksista lähes synonyyminomaisesti, eivätkä he itsekään

aina tiedä minkä ei-käyttäjät ovat (Nguyen 2022, 801). On siis luontevaa tarkastella myös laajemmin tieto- ja viestintäteknologian ei-käyttöä koskevaa aiempaa tutkimusta ei-käytön kokonaiskuvaa kartoitettaessa.

Innovaatioiden leviämisteoria jakaa ihmiset erilaisiin ryhmiin teknologian käyttöönoton nopeuden mukaan. Varhaiset käyttöönottajat ovat innokkaita kokeilemaan uusia teknologioita, heidän jälkeensä tulevat varhainen ja myöhäinen enemmistö ja viimeisinä viivyttelijät. (Rogers 2003, 251; 254–255.) 1980–90-lukujen tutkimuksessa oli tyypillistä pitää viestintäteknologian käyttöä normaalina ja tavoiteltavana, ja sen ulkopuolelle jäämistä normista poikkeavana (Selwyn 2003, 102–103). 1990-luvulla keskustelu tieto- ja viestintäteknologian ei-käytön ympärillä keskittyi pitkälti niin sanotun digitaalisen kuilun käsitteeseen. Tietokoneiden ja internetin käyttöä pidettiin viime vuosituhannen loppupuolella normina, johon kaikkien haluttiin teknologisen edistyksen hengessä siirtyvän. Tuolloin koettiin huolta epätasa-arvosta, joka esimerkiksi materiaalisten, taloudellisten tai kognitiivisten puutteiden takia jättää osan ihmisistä uuden teknologian saavuttamattomiin, toisin sanoen digitaalisen kuilun väärälle puolelle. (Hesselberth 2018, 1996; Selwyn 2003, 100.) Uutismedian suhteen internetin nousu nähtiin toiveikkaasti kansalaisen mahdollisuutena osallistua uutisprosessiin, kyynisemmin median mahdollisuutena saada tavallisten ihmisten ilmaiseksi tuottamaa sisältöä (ks. Quandt 2018).

Yhtenä varhaisemmassa tutkimuksessa esiin nostettuna ei-käytön syynä Selwyn mainitsee myös teknofobian, eli teknologian käyttöön ja sen seurauksiin liittyvän pelon. Voisi ajatella, että teknofobian merkitys olisi pienentynyt teknologian jatkuvasti lisääntyttyä arjessamme. Selwynin mukaan teknofobian ei kuitenkaan havaittu vähentyneen 1980-luvulta 2000-luvulle, vaikka tietokoneiden käyttö oli yleistynyt selvästi. (Selwyn 2003, 103–104.)

Ei-käyttö on nähty osittain myös teknologian ideologisena ja periaatteellisena vastustuksena silloin, kun materiaaliset tai kognitiiviset mahdollisuudet sen käytölle kuitenkin olisivat olemassa. Vastustus on ollut haluttomuutta käyttää teknologiaa tai internetiä ja se on liittynyt ”todellisen elämän” suosimiseen tietokoneiden maailman sijaan. (Selwyn 2003, 104–105; Wyatt, Thomas & Terranova 2002, 36) Vastaavanlaista modernin elämänmenon vastustusta oli havaittavissa myös tietokoneiden ei-käyttäjien parissa Selwynin myöhemmässä tutkimuksessa. Täydellisen käyttämättömyyden syiksi mainittiin tällöin kielteisen asenteen ja teknologiavastaisuuden lisäksi terveysongelmat tai yksinkertaisesti se, ettei käytölle nähty tarvetta. (Selwyn 2006, 282–284)

2000-luvulle tultaessa monet tutkijat pitivät digitaalista kuilua jo umpeen kurotuna, ja huoli kohdistui pikemmin teknologian liialliseen käyttöön (Selwyn 2006, 274). Kaikki eivät kuitenkaan vuosituhannen vaihteessa näytä käyttäneen internetiä. Esimerkiksi internetin käyttöönoton edelläkävijämaassa Yhdysvalloissa (ks. esim. Wyatt ym. 2002, 28) kasvu hidastui varsinkin alle 30-vuotiaiden joukossa. Ei-käytön syiksi mainittiin tuolloin erityisesti käytön kalleus. Teknologia näytti kasautuvan tietyille ihmisille: puhuttiin ”kommunikaatorikkaista ja -köyhistä”. Ensin mainituille kertyi

useita erilaisia laitteita ja jälkimmäisillä oli yleensä vain yksi vaihtoehto käytettävissään. (Wyatt ym. 2002, 31–32).

Teknologia tai internet eivät jakaneet ihmisiä yksiselitteisesti käyttäjiin ja ei-käyttäjiin, vaan näiden väliin jäi erilaisia satunnaisia tai entisiä käyttäjiä. Absoluuttisten ei-käyttäjien eli aiemmin kuvattujen vastustajien ohella on tunnistettu esimerkiksi hylkääjät, erotetut (Wyatt ym. 2002, 36) ja entiset käyttäjät (Haasio 2007, 19; Selwyn 2006, 277), jotka ovat lopettaneet teknologian käytön vapaaehtoisesti tai vasten tahtoaan. Heillä käyttö on usein liittynyt niin sanottuun institutionaaliseen pääsyyn eli tietokoneiden tai internetin käyttöön esimerkiksi oppilaitoksissa. Institutionaalisen pääsyn lakattua on myös käyttö loppunut, yleensä joko kiinnostuksen puutteeseen tai taloudellisista syistä (Selwyn 2006, 285; Wyatt ym. 2002, 36).

Oma ryhmänsä ovat teknologiaa harvoin käyttävät, joiden ei-käyttö on sosiaalisen kontekstin määrittämää ja liittyy elämäntilanteeseen, negatiivisiin kokemuksiin tai (koettuun) osaamisen puutteeseen. Kaikille ryhmille on lisäksi tyypillistä niin sanottu välillinen käyttö, jossa joku toinen ”hoitaa tietokonehommat” heidän puolestaan. (Haasio 2007, 19; Selwyn 2006, 277, 284.) Haasio (2007, 19) mainitsee lisäksi ehtoja asettavat ei-käyttäjät. He kertovat internetin käytön edellytykseksi esimerkiksi rahan tai tietynlaisen sisällön, jota tällä hetkellä ei ole tarjolla. Internetin käyttö voi olla myös pakotettua, vastahakoista, osittaista tai valikoivaa (Wyatt 2014).

Varhaisten teknologiasta ja internetistä kieltäytyjien tai syrjäytettyjen ohella on viime vuosina noussut esiin myös kasvava liike teknologiasta ja sosiaalisesta mediasta irtautujia tai siihen pyrkiviä. Sosiaalisen median on koettu vievän liikaa aikaa ”oikealta ja autenttiselta” elämältä. Ratkaisuksi on esimerkiksi elämäntaito-oppaissa ja erilaisissa verkkopalveluissa tarjottu niin sanottua digitaalista puhdistautumista, joka vertautuu kehoa puhdistavaan paastoamiseen. Puhdistautumisratkaisua tarjoilevaa kirjallisuutta ja siihen liittyviä palveluita tutkineiden Syvertsenin ja Enlin (2020, 1269) mukaan digitaalinen puhdistautuminen tarkoittaa ”ajoittaista irtautumista sosiaalisesta tai verkkomediasta tai strategioita vähentää osallistumista digitaaliseen mediaan” (oma suomennos).

2000-luvun alussa teknologian ja internetin puutteen katsottiin koskevan enää kodittomia ja työttömiä. Jo tuolloin suositeltiin liiallisen teknologian käytön vastapainoksi ”teknosapattia” eli yhtä teknologiavapaata päivää viikossa. (Selwyn 2006, 274.) Puhdistautumis- tai teknosapattinäkökulma korostaa yksilön vastuuta ja lähtee ajatuksesta, että nykypäivän mediankäyttötavat ovat epäterveellisiä tai suorastaan vaarallisia (Syvertsen ja Enli 2020, 1271). Vanden Abeele ja Nguyen (2022) puhuvat digitaalisen hyvinvoinnin käsitteestä: se korostuu ajassamme, jossa ihmiset ovat mobiililaitteiden välityksellä jatkuvasti yhteydessä verkkoon.

Digitaalisuuden määrittäessä yhä useampia elämämme osa-alueita onkin täydellinen irtautuminen siitä lähes mahdotonta tai ainakin hyvin poikkeuksellista. Sen sijaan voimme valita missä, milloin tai millä välineellä olemme kytkeytyneinä, kuten Hesselberth (2018, 1997) toteaa. Esimerkiksi töissä saatamme toimia eri tavoin kuin

vapaa-ajalla, tai voimme hyväksyä tietokoneen käytön, vaikka kieltäytyisimme älypuhelimesta. Nguyen (2021) on havainnut kolmen tyyppisiä arkipäiväisiä strategioita digitaalisuuden eri muodoista irtautumiseen. Ensimmäiseen tyyppiin kuuluvat laitteisiin liittyvät strategiat, kuten puhelimen jättäminen pois tietyistä tilanteista tai paikoista. Toisena hän mainitsee tiettyjä alustoja tai sovelluksia koskevat strategiat, muun muassa sosiaalisen median tilien sulkeminen tai eri alustojen käyttäminen yksityisiin ja ammatillisiin tarkoituksiin. Kolmas strategiatyyppi ovat sovellusten sisällä tehtävät sisältöön, kommunikaatioon tai ominaisuuksiin liittyvät toimet, kuten sovelluksen lähettämien ilmoitusten pois kytkeminen, tiettyjen kontaktien poistaminen tai hiljentäminen tai ”älä häiritse” -tilan käyttö. (Nguyen 2021, 802.)

Sosiaalisen median alustoillakin on nykyisin huomioitu ihmisten tarve pitää taukoa palvelun käytöstä. Esimerkiksi Facebookissa tilin voi muuttaa epäaktiiviseksi, jolloin se on myöhemmin palautettavissa, tai sen voi kokonaan poistaa (Brown 2020, 2). Sosiaalisen median sovellusten sisään on luotu erilaisia käytön määrän säätelyä auttavia ominaisuuksia. Lisäksi mobiililaitteille on saatavissa runsaasti käyttöä rajoittavia tai siihen käytettyä aikaa valvovia sovelluksia. (Nguyen 2021, 796.) Hesselberth (2018, 1998–2000) tosin kritisoi jatkuvan yhteydenpidon välttelyn avuksi kehitettyjä sovelluksia teknologian väärinkäytön ja niiden aiheuttaman ”ajanhukan” sysäämisestä yksilön vastuulle.

Monet ei-käyttöä käsittelevät tutkimukset keskittyvät jonkin yksittäisen sosiaalisen median palvelun, usein Facebookin, käytön lopettamiseen tai väliaikaiseen irtautumiseen siitä. Esimerkiksi Baumer ym. (2015, 10–11) tarkastelivat kyselytutkimuksessaan Facebookin käytön lopettaneiden kokemuksia ei-käytöstä ja niiden yhteyttä todennäköisyyteen palata Facebookin käyttäjäksi. Facebookin käytön lopettamisen syiksi on mainittu esimerkiksi ajan haaskaamisen lopettaminen, häiriötekijöiden vähentäminen, kiinnostuksen puute, huoli yksityisyydestä, erosta toipuminen sekä romanttisen partnerin luottamuksen saavuttaminen (Brown 2020, 2).

Myös Portwood-Stacer (2013) otti lähtökohdaksi nimenomaan Facebookin tutkiessaan ”mediakieltäytyjiä” eli ihmisiä, jotka itse valitsevat alustan tai teknologian ei-käytön. Mediakieltäytymistä kuvaillaan keinoksi tehdä ”arkista vastarintaa median kulutuskulttuurin normatiivista mahtia vastaan” (Portwood-Stacer 2013, 1053, oma suomennos). Mediakieltäytyminen ilmentää ihmisten mediaa tai laajemmin koko kulutuskulttuuria kohtaan kokemaa tyytymättömyyttä ja kritiikkiä. Se linkittyy kuluttaja-aktivismiin, jonka aikaisempia muotoja on esimerkiksi television vastustaminen. (Portwood-Stacer 2013, 1043–1046.) Erityisesti Yhdysvalloissa 1980- ja 1990-luvuilla levinnyt television vastainen liike piti televisiota koukuttavana ja tajunnantilaa muuttavana huumeena, joka aiheuttaa suoranaisten kansanterveydellisen kriisin (ks. Mittell 2000). On myös huomionarvoista, että sosiaalisesta mediasta pois jättäytyminen saattaa joskus olla mahdollista vain etuoikeutetuille. Osalle ihmisistä esimerkiksi toimeentulo voi olla kiinni siitä, että on jatkuvasti saavutettavissa. (Portwood-Stacer 2013, 1054.)

2.2 Uutisten välttely aiemmassa tutkimuksessa

Sosiaalisen median nousun rinnalla on havaittu uutisten välttelyyn liittyvä kehityskulku. Perinteisten medioiden käyttö on laskusuunnassa ja niiden verkkouutissisältöjen kanssa kilpailee valtava määrä muita, usein viihteellisempiä sisältöjä. Sosiaalisen median algoritmit pyrkivät tuomaan käyttäjän nähtäville yhä enemmän sitä, mikä näyttää kiinnostavan häntä. Samalla ne mahdollistavat uutispimennon myös sosiaalisessa mediassa sellaiselle käyttäjälle, joka ei klikkaile satunnaisesti vastaan tulevia tai ystävien jakamia uutislinkkejä. Nämä ohitetut sisällöt jäävät vähitellen näkymättömiin käyttäjän sosiaalisen median sisältövirrasta. (Villi ym. 2021, 2–3.)

Skovsgaard ja Andersen (2020) ovat tunnistaneeet aiemmassa tutkimuksessa neljä tapaa määritellä uutisten välttely. Ensimmäisen mukaan uutisten välttelijöitä ovat ne, jotka ylipäättään altistuvat uutisille vain vähän. Toisen ryhmän muodostavat sellaiset, joiden uutisten kulutus on tietyn verran keskimääräistä alhaisempi. Näissä määritelmässä välttelijöiden uutisten kulutus on suhteutettu koko väestön keskimääräiseen uutisten kulutukseen tai uutisaltistukseen. Kolmas lähestymistapa on määritellä tietty raja uutistenkulutukselle, jonka alle jäävät ovat uutisten välttelijöitä. Raja on eri tutkimuksissa kulkenut esimerkiksi yhden uutislähetysten katsomisessa viikossa tai altistumisessa uutisille alle kahtena päivänä viikossa. Neljäs määritelmä lähtee siitä, että tutkittavat tunnistavat itsensä: uutisten kulutuksen tai altistuksen määrän sijaan uutisten välttelyä määrittelee se, että henkilö tietoisesti ja tarkoituksellisesti välttelee uutisia toisinaan tai usein. (Skovsgaard & Andersen 2020, 461–462.)

Uutisten välttely voi olla aktiivista ja intentionaalista tai tahatonta. Aktiivisen uutisten vastustuksen syinä voivat olla uutisten negatiivisuus, epäluottamus uutisiin tai jatkuvasta ”uutistulvasta” aiheutuva ylikuormitus. Negatiiviset uutiset koetaan mielialaa heikentäviksi ja hyvinvointia vähentäviksi. Luottamuksen puutteen taustalla on median kokeminen puolueelliseksi ja omia poliittisia ja taloudellisia intressejään ajavaksi. Informaatiotulvan kokemus, tunne ettei pysty prosessoimaan kaikkea tarjolla olevaa tietoa, puolestaan aiheuttaa stressiä ja ahdistusta ja on siksi omiaan johdamaan uutisten välttelyyn. (Skovsgaard & Andersen 2020, 462–464.)

Tahatonta välttelyä esiintyy muiden sisältöjen viedessä huomion tai algoritmien piilottaessa uutissisällöt sosiaalisen median virrasta. Skovsgaard ja Andersen (2020,) toteavat, että tällöin kyseessä on muiden valintojen asettaminen uutissisältöjen edelle, ei niinkään aktiivinen uutisten välttely. Menneinä vuosikymmeninä, kun mediatarjonta oli rajoitetumpaa, oli myös esimerkiksi tv-uutisten katselu ”paremman puutteessa” yleisempää, ja uutislähetys tuli katsottua sen jälkeen alkavaa viihdeohjelmaa odotellessa. Samaan aikaan kun mediatarjonnan kasvu on lisännyt uutisten välttelijöiden määrää, on poliittisen kiinnostuksen havaittu ennustavan suurempaa uutisille altistumista. Toisin sanoen ihmiset, joita politiikka ei kiinnosta, valitsevat kasvaneesta

mediatarjonnasta mieluummin viihteellisiä sisältöjä kuin uutisia. (Skovsgaard & Andersen 2020, 465.)

Skovsgaard ja Andersen (2022) ovat sittemmin eritelleet uutisten välttelyn muotoja myös sen laajuuden perusteella. He mainitsevat jatkuvan, ajoittaisen ja valikoivan uutisten välttelykäyttäytymisen (consistent, occasional and selective news avoidance; oma suomennos). Jatkuva uutisten välttely merkitsee hyvin vähäistä tai olematonta uutisten kulutusta. Se liittyy usein vähäiseen uutisaltistukseen ja voi olla luonteeltaan tahallista tai tahatonta. Sen sijaan ajoittainen tai valikoiva uutisten välttely on aina tarkoituksellista. Jatkuva ja ajoittainen välttely koskee uutisia yleisesti, siinä missä valikoiva välttely koskee tiettyjä uutisisältöjä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi hyvin voimakkaasti esillä olevat aiheet tai omista näkemyksistä poikkeavat poliittiset sisällöt. (Skovsgaard & Andersen 2022.)

Uutisten välttelyn on esitetty olevan jossain määrin sidoksissa sukupuoleen ja siihen liittyviin sosiaalisiin rooleihin, kuten naisille lankeavaan suurempaan hoiva-
taakkaan ja jopa ajatukseen, että ”uutiset kuuluvat miehille”, vaikkakin sosiaalisessa mediassa naiset kuluttavat uutisia miehiä enemmän (Toff & Palmer 2019). Vanhempien sosioekonominen asema ja koulutustaso näyttävät vaikuttavan nuorten aikuisten kohdalla siihen, luotetaanko uutismediaan vai vaihtoehtoisiin lähteisiin tiedonhankinnassa (Edgerly 2017, 374). Uutisia koskeva luottamuksen puute sekä mieltymys ”pehmeisiin” uutisiin ennustavat Toffin ja Kalogeropouloksen (2020) mukaan vahvimmin uutisten välttelyä yksilötasolla, kun taas eri maita vertailtaessa lehdistön vapaus ja poliittinen vakaus olivat yhteydessä alhaiseen uutisten välttelyyn. Myös sosiaalisen median käyttö pääuutislähteenä yhdistyi uutisten välttelyyn. (Toff & Kalogeropoulos 2020, 379.)

Villi ym. puolestaan esittävät (2021, 2), että yksilön ominaisuuksiin liittyvän käytöksen korostamisen sijaan välttely tulisi nähdä monitahoisena ja kollektiivisena kulttuurisessa kontekstissa näyttäytyvänä ilmiönä. Esimerkiksi Suomessa uutisten välttelijöitä on suhteellisesti selvästi vähemmän kuin USA:ssa (emt, 4). Samansuuntaisia tuloksia saatiin Reuters-instituutin selvityksessä vuonna 2017. Tuolloin suomalaisista vastaajista 18 % kertoi välttelevänsä uutisia toisinaan tai usein, kun vastaava lukema oli USA:ssa 38 ja esimerkiksi Turkissa sekä Kreikassa 57. (Kalogeropoulos 2017, 40–41.)

Villi ym. (2021) löysivät kaksi uutisten välttelyä edistävää tekijää (driver). Yhtenä tyyppinä olivat kognitiiviset tekijät, kuten runsaasti esillä olevien uutisaiheiden (esimerkkinä Donald Trumpiin liittyvä uutisointi Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaalien alla) toistuvuus ja sen aiheuttama ylikuormituksen kokemus. Toisena mainittiin uutisten kulutuksen emotionaaliseen kokemukseen liittyvät tekijät, jotka perustuvat esimerkiksi terrori-iskujen tai muiden negatiivisia tunteita herättävien uutisaiheiden negatiivisuuden torjumiseen. Uutisten välttely näyttäytyy viimeksi mainittujen tekijöiden kohdalla eräänlaisena itsesuojelun muotona. (Villi ym. 2021, 7–10.) Vastaavasti Reuters-instituutin selvityksessä tärkeimmiksi uutisten välttelyn syiksi

nousivat valmiit väittämät “sillä voi olla negatiivinen vaikutus mielialaani”, “en voi luottaa siihen, että uutiset ovat totta” ja “en tunne voivani tehdä sille mitään”. (Kalogeropoulos 2017, 40–41.)

Tutkijoita on viime vuosina kiinnostanut erityisesti nuorten aikuisten suhde uutisiin, ovathan he kasvaneet uuden mediaympäristön valtavan tarjonnan keskellä. Alle 30-vuotiaiden nuorten aikuisten tiedonhakukeinoja Yhdysvalloissa tutkinut Stephanie Edgerly (2017) havaitsi selkeän uutismediaa koskevan kahtiajaon strategioissa löytää tietoa ajankohtaisista aiheista. Perinteisiä uutismedioita tiedonhankinnassaan suosineet hyödynsivät useita eri uutislähteitä. He myös täydensivät kuvaa Wikipedian taustoittavalla materiaalilla ja pyrkimällä kuratoimaan sosiaalisen median syötettään siten, että uutismedian tarjonta tulee myös siellä vastaan. Toinen puoli tutkituista puolestaan hylkäsi uutismedian kokonaan tiedonhaussa. He turvautuivat sen sijaan Googlen hakutuloksiin, perheenjäseniin tai muihin luotettavina pitämiinsä samanmielisiin “uutistulkkeihin”. He etsivät tietoa myös suoraan virallisilta julkishallinnon verkkosivustoilta. Myös sosiaalisen median uskottiin kertovan, jos jotain tärkeää tapahtuu, mikä tunnetaan ns. “uutiset löytävät minut” -strategiana. Motiivina uutismedian välttelyyn oli yleensä epäluottamus median objektiivisuutta tai uskottavuutta kohtaan. (Edgerly 2017, 365–372.)

Aharoni ym. (2021) puolestaan selvittivät nuorten aikuisten uutisten välttelyä ja sen syitä haastatteleamalla 18–34-vuotiaita israelilaisia. Heidän löydöksissään uutisten välttelyn motivaatio ja käytäntö näyttäytyvät kolmella tasolla. Näitä ovat journalistisen sisällön välttely, välineisiin kohdistuva välttely sekä “paastojen” pitäminen seuraamisesta. Avaan näitä seuraavassa tarkemmin.

Aharonin ym. (2021) mukaan journalistisia sisältöjä vältellään, kun ne koetaan negatiivisiksi, epäluotettaviksi, kaupallisiksi tai sosiaaliseen mediaan sopimattomiksi. Tällainen välttely saattaa kohdistua esimerkiksi tietyn toimittajan sisältöihin tai ilmetä välinpitämättömyytenä kriisiaikojen intensiivisen uutisoinnin vastareaktionä. Välttely ilmenee myös välineisiin kohdistuvana. Esimerkiksi televisio koetaan vanhentuneeksi välineeksi, joka ei mahdollista omaa uutisvalintaa samalla tavalla kuin älylaitteet tai jopa paperinen sanomalehti. Haastateltavat kokivat älypuhelimien mahdollistavan kontrollin tunteen, ja se mainittiinkin suosituimmaksi teknologiseksi uutisvälineeksi. Hallinnan tunteen merkitystä korostaa sekin, että monet vastaajat halusivat aktiivisesti etsiä uutisia ja poistivat käytöstä ns. puskuilmoitukset (push notification), jotka ilmoittavat uusista julkaistuista uutisista pyytämättä. (Aharoni ym. 2021, 48–52.)

Kolmantena uutisvälttelyn tasona Aharonin ym. (2020) tutkimuksessa ilmeni eräänlainen vierottautuminen tai paastoaminen uutis- ja myös viihdesisältöjen seuraamisesta, joka koettiin jopa addiktioksi. Vaikka älypuhelinia pidettiin toimivimpana uutisvälineenä, sen mahdollistama jatkuva sosiaalinen yhteydenpito aiheutti myös negatiivisia tuntemuksia intensiivisyytensä vuoksi. Vastaajat olivat ottaneet käyttöön monenlaisia keinoja vähentää liiallisena pitämäänsä älypuhelimien käyttöä. He poistivat sovelluksia, muuttivat ääni- ja ilmoitusasetuksia, jättivät puhelimen

kotiin ajoittain tai yksinkertaisesti käänsivät näytön pois näkyvistä. (Aharoni ym. 2021, 53–54.)

2.3 Sosiaalisen median ei-käyttö ja uutisten välttely

Olen edellä kuvaillut sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn esittämistä aikaisemmassa tutkimuskirjallisuudessa. Tavoitteenani on tutkia, liittävätkö sosiaalisen median ei-käyttäjät näihin kahteen ilmiöön samankaltaisia merkityksiä.

Nykyisessä digitaalisessa mediaympäristössä uutisten ja viihteen kulutus kietoutuvat toisiinsa (Aharoni ym. 2021, 45). Uutisten kulutus on yhä enenevässä määrin siirtymässä verkkoon: noin 90 prosenttia suomalaisista pitää verkkoa yhtenä uutislähteenään, kun esimerkiksi television kohdalla lukema on 65 % (Reunanen 2021a, 77). Sosiaalista mediaa pääuutislähteenään käyttävien on havaittu välttelevän uutisia merkittävästi muita enemmän (Toff & Kalogeropoulos 2020, 379). Suomessa sosiaalinen media on kuitenkin vähemmän tärkeä uutislähde kuin monissa muissa maissa. Selvästi suurempi osa suomalaisista hakee uutiset verkossa suoraan uutismedian sivustoilta tai sovelluksista kuin sosiaalisen median kautta. On kuitenkin hyvä huomata, että sosiaalinen media on tärkein uutislähde joka kolmannelle 18–24-vuotiaista. (Reunanen 2021b, 8–9, 15.)

Internetin ekosysteemi mahdollistaa satunnaiset uutiskohtaamiset silloinkin, kun verkon käyttäjä ei tietoisesti etsi uutisia (Aharoni ym. 2021, 44; Kligler-Vilenchik, Hermida, Valenzuela & Villi 2020, 1026). Satunnaisen uutiskulutuksen voimakas kasvu on Kligler-Vilenchikin ym. (2020, 1026) mukaan digitaalisten alustojen ja sosiaalisen median ansiota. Thorson (2020, 1072) tosin toteaa, että satunnainenkin uutisille altistuminen edellyttää sosiaalisen median käyttäjältä kiinnostusta uutisia kohtaan eli ”uutisten houkuttelua”, jotta algoritmi tuottaa uutisisältöjä nähtäville. Tietoinen uutiskulutus johtaa Thorsonin (2020) mukaan myöhemmin satunnaiseen uutisille altistumiseen. Verkossa on toki myös paljon muita uutislähteitä kuin sosiaalinen media, kuten medioiden omat verkkosivustot ja sovellukset, joihin sosiaalisesta mediastakin yleensä pyritään ohjaamaan kävijöitä linkkien välityksellä. Sosiaalisen median ei-käyttö ei siis automaattisesti tarkoita samalla uutisten ei-käyttöä.

Sosiaalisen median ei-käytölle ja uutisten välttelylle on kuitenkin mahdollista havaita yhtymäkohtia. Tämä ilmenee tarkasteltaessa yhtäältä kirjallisuudessa esiin tuotuja teknologian ja sosiaalisen median ei-käytön ilmenemismuotoja ja toisaalta uutisten välttelyn tapoja. Yhteistä ei-käytölle ja uutisten välttelylle on, että kumpikin voi olla situationaalista tai ajoittaista. Kyseessä voi olla ajan, paikan tai laitteen mukaan valikoituva sosiaalisen median ei-käyttö tai tiettyjen sisältöjen tai medioiden välttely uutisia seurattaessa (Aharoni 2021; Hesselberth 2018). Myös ajoittaiset paastot tai

puhdistautumiskuurit tunnetaan sekä sosiaalisen median että uutisten käytön osalta (Aharoni 2021; Selwyn 2006; Syvertsen & Enli 2020).

Toinen yhteinen nimittäjä on vastustus, jota ilmenee sekä teknologian, sosiaalisen median että uutisten kohdalla. Teknologian vastustus näyttäytyy ”autenttisen” elämän suosimisena ja teknologian edustaman modernin elämäntavan paheksuntana. Sosiaalisen median vastustus puolestaan ilmenee kulutuskulttuuriin kriittisesti suhtautuvana mediakieltäytymisenä. (Portwood-Stacer 2013; Selwyn 2003; Wyatt ym. 2002.) Uutisten vastustusta synnyttää informaatiotulva, joka aiheuttaa stressiä, ahdistusta ja ylikuormitusta. Informaatiotulvan prosessointi tai asioihin vaikuttaminen ylipäätään tuntuu mahdottomalta. Ylikuormitus aiheuttaa myös uutisista johtuvaa analyysiparalyysia, eli liiallisen informaation aiheuttamaa kyvyttömyyttä arvioida tilannetta. Uutiskuormituksen kokemus heikentää ihmisten luottamusta siihen, että he löytävät tarvitsemansa uutiset ja lisäksi ymmärtävät ne. Uutisten vastustus kumpuaa myös negatiiviseksi koetuista sisällöistä, joiden koetaan heikentävän hyvinvointia. Se voi lisäksi johtua epäluottamuksesta puolueelliseksi ja agenda ajavaksi miellettyä mediaa kohtaan. (Aharoni ym. 2021; Kalogeropoulos 2017; Park 2019; Villi ym. 2021.)

Luottamuksen puute näyttäytyy voimakkaana paitsi uutisten välttelystä, myös sosiaalisen median ei-käytössä: se on hyvin yleinen syy olla liittymättä esimerkiksi Facebookiin ensinkään. Sosiaalisen median alustoilla tapahtuva henkilökohtaisen tiedon keruu on seikka, joka on saanut monet miettimään suhdettaan sosiaalisen median palveluihin. Vuonna 2018 Yhdysvalloissa paljastui Cambridge Analytica -yritykseen liittyvä tietovuototapaus. Facebookin käyttäjien henkilökohtaisia tietoja kerättiin palvelussa toimineen tietovisasovelluksen avulla ja myytiin mainitulle kohdennettua poliittista mainontaa tekeväälle yritykselle. Tapaus aiheutti runsaasti Facebookista eroamisista ja kehoituksia muille toimia samoin. Jopa kolme neljästä Facebookin käyttäjästä teki muutoksia palvelun käytössään – joko yksityisyysasetusten säätämällä, pitämällä taukoa palvelusta tai poistamalla Facebook-sovelluksen puhelimestaan. (Brown 2020, 1-2.)

Uutislauottamuksen puutteen on havaittu linkittyvän sosiaalisen median kasvuun. Sosiaalisen median informaatiotulva lisää skeptisyyttä kaikkea alustoilla jaettua informaatiota kohtaan. Maatasolla tarkasteltuna sosiaalisen median runsas käyttö uutislähteenä tai väylänä uutisiin on yhteydessä alhaisempaan luottamukseen uutisia kohtaan, varsinkin jos sosiaalinen media on suosittu pääuutislähteenä. (Park ym. 2020, 84; 89-90.)

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tässä luvussa esittelen tutkimuksen toteutuksen kaikkine vaiheineen. Esittelen tutkimusongelman ja tutkimuskysymykset, tutkimuskohteen ja tutkimusmenetelmät sekä pohdin tutkimuksen tekoon liittyviä eettisiä kysymyksiä.

3.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Reuters-instituutin vuosittain toteuttaman ”Digital news report”-tutkimuksen mukaan television ja erityisesti painetun median merkitys suomalaisten uutislähteinä on laskenut. Verkkouutislähteet (mukaan lukien sosiaalinen media) ovat pysyneet varsin tasaisesti suomalaisten eniten käyttäminä uutislähteinä vuosina 2015–2021. (Reunanen 2021a.)

Uutisia on silti helposti saatavilla sosiaalisen median ulkopuolella niin verkossa kuin perinteisissä kanavissa: radiossa, televisiossa ja painetuissa lehdissä. Edellä on myös kuvattu, että aktiivisuus verkossa ja sosiaalisessa mediassa ei automaattisesti korreloi uutisten seuraamisen kanssa. Verkossa viihteellisempi sisältö saattaa syrjäyttää uutiset, tai koettu uutisten negatiivisuus ja ylikuormitus saavat osan ihmisistä aktiivisesti välttelemään uutisia (myös) verkossa. Näin ollen suoraan ei voi olettaa, että sosiaalisen median käyttäjät kuluttaisivat uutisia enemmän kuin ei-käyttäjät.

Tässä tutkimuksessa haluan selvittää, voivatko samat tekijät, jotka selittävät mediakieltäytymistä sosiaalisen median ei-käyttäjillä, olla yhteydessä myös uutisten välttelyyn. Tutkimusongelma, josta tutkielmani lähtee liikkeelle, kuuluu seuraavasti: Onko sosiaalisen median ei-käyttö yhteydessä uutisten välttelyyn? Tutkimusongelmaa lähestyn kahdella tutkimuskysymyksellä:

1. Millaisia merkityksiä tutkittavat antavat sosiaalisen median ei-käytölle?
2. Millaisia uutisten välttelyn tapoja sosiaalisen median ei-käyttäjillä esiintyy?

Tutkimuksen keskeiset käsitteet ovat *sosiaalinen media, ei-käyttö ja uutisten välttely*, jotka olen esitellyt edellisessä luvussa.

3.2 Tutkimuskohde

Tutkimuskohteena ovat vapaaehtoisesti sosiaalisen median ulkopuolelle jättäytyneet suomalaiset. Etsin aluksi haastateltavia lähettämällä tutkimuskutsun työttömien yhdistyksille Jyväskylään, Turkuun ja pääkaupunkiseudulle, missä kutsua jaettiin jäsenille. Tämä tapa tuotti lopulta vain kaksi yhteydenottoa, jotka johtivat haastatteluun.

Saadakseni riittävän aineiston päätin kokeilla lumipallo-otantaa. Pyysin tuttaviani välittämään tutkimuskutsun tietämilleen sosiaalisen median ei-käyttäjille ja kysyin myös ensimmäisiltä osallistujilta heidän mahdollisesti tuntemiaan tutkimukseen sopivia henkilöitä. Tällä tavoin löysin loput neljä tutkittavaa.

Tutkittavista ei suoranaisesti kerätty sosiodemografisia tietoja, mutta heitä pyydettiin merkitsemään päiväkirjaan ikänsä ja sukupuolensa haluamallaan tavalla. Kaikki eivät olleet tehneet tätä merkintää, joten kysyin asiaa heiltä vielä haastattelun yhteydessä. Kaikkiaan osallistujia on kuusi, he ovat iältään neljästäkymmenestä noin kuuteenkymmeneen ja heistä kaksi on naisia, neljä miehiä. Haastatteluhetkellä neljä osallistujaa oli kertomansa mukaan työllistyneinä, yksi oli vuorotteluvapaalla ja yksi opintovapaalla. Haastattelut tehtiin tammi- ja maaliskuun välillä 2022. Ensimmäinen haastattelu oli 10.1.2022 ja viimeinen 3.3.2022. Haastattelujen aikaan merkittäviä uutisaiheita olivat muun muassa jo kaksi vuotta kestänyt koronapandemia sekä Venäjän ja länsimaiden välinen jännitys, joka eskaloitui sodaksi Venäjän hyökätessä Ukrainaan 24.2.2022. Siitä eteenpäin sotauutisointi oli huomattavan runsasta, mikä saattoi näkyä viimeisessä haastattelussa, joka ainoana ajoittui hyökkäyksen alkamisen jälkeen.

Tutkittavien anonymiteetti on varmistettu siten, että yksilöin heidät tutkimuksessa ainoastaan heidän itse ilmoittamansa iän ja sukupuolen perusteella. Mikäli aineistokatkelmassa on mainittu jonkun toisen henkilön nimi tai esimerkiksi haastattelutavan työpaikka, olen anonymisoinut ne tai poistanut kohdan.

3.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimukseni sijoittuu laadullisen tutkimuksen kenttään. Käsitteeni kielestä on relativistinen – katson, että todellisuutemme rakentuu kielellisessä vuorovaikutuksessa. Saaranen-Kauppista ja Puusniekkaa (2006) lainaten ymmärrän kielen ”suhteelliseksi, käyttäjistään riippuvaiseksi, tilannesidonnaiseksi, seurauksia tuottavaksi ja sosiaalisen elämämme kannalta merkitykselliseksi tekijäksi”, ja tämä on ohjannut niin tutkimusongelman muotoilemista kuin tutkimusmenetelmien valintaa.

Tutkimukseni asettuu journalismin ja median tutkimuksen tutkimusperinteeseen. Kuten Ahva ja Steensen (2020, 42) toteavat, suuri osa journalismin tutkimuksesta lähtee käytännön kysymyksistä ja empiirisistä lähtökohdista sen sijaan, että lähtökohta olisi teoreettinen. Tämä pätee myös omaan tutkimukseeni.

Aineiston keruumenetelmiksi olen valinnut puolistrukturoidun teemahaastattelun ja päiväkirjamenetelmän. Aineiston analyysimenetelmänä on temaattinen sisälönanalyysi. Kuvaan seuraavaksi tarkemmin aineistonkeruun menetelmiä ja toteutusta sekä aineiston analyysia.

3.3.1 Teemahaastattelu

Puolistrukturoitu teemahaastattelu sijoittuu menetelmänä lomakehaastattelun ja strukturoimattoman haastattelun välimaastoon. Se ei ole yhtä tiukasti rajattu kuin lomakehaastattelu, mutta ei myöskään yhtä avoin ja vapaasti muotoutuva kuin strukturoimaton haastattelu. Puolistrukturoidussa teemahaastattelussa on määritelty ennakoon ne teemat tai aihealueet, joita haastattelussa tullaan käymään läpi, mutta kysymysten muoto tai järjestys eivät välttämättä toistu samanlaisina haastattelusta toiseen (Eskola, Lätti & Vastamäki, 2018).

Teemahaastattelu soveltuu menetelmänä tutkimusaiheeseen, joka on vähän kartoitettu tai tuntematon (Hirsjärvi & Hurme, 2009, 35). Sosiaalisen median ei-käyttö on suhteellisen uusi tutkimusalue eikä siitä ole vielä julkaistu runsaasti tutkimusta, minkä vuoksi teemahaastattelu puolustaa paikkaansa menetelmänä.

Hirsjärven ja Hurmeen (2009, 47–48) mukaan teemahaastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin ja menetelmä korostaa ”haastateltavien elämysmaailmaa ja heidän määritelmiään tilanteista”. Täsmälleen samalla tavoin esitettyjen kysymysten sijaan keskeistä menetelmässä on, että samat teemat tulevat käsitellyiksi kaikissa haastatteluissa. Haastattelun tavoitteena on, että tutkittavasta aiheesta syntyy luonteva keskustelu, mitä pitkien kysymyslistojen läpikäyminen ei tue (Eskola, Lätti & Vastamäki 2018).

Teemahaastattelujen tuottaman aineiston pohjalta ei voi esittää yleistettäviä väittämiä. Se on kuitenkin menetelmänä soveltuva kuvaamaan ilmiötä ja sen saamia merkityksiä ja soveltuu siksi hyvin laadullisen tutkimuksen menetelmäksi. Teemahaastattelumenetelmän etuna on myös mahdollisuus syventää ja selventää saatuja tietoja (Hirsjärvi & Hurme 2009, 35).

3.3.2 Päiväkirja

Teemahaastattelun lisäksi pyysin osallistujia pitämään 7–10 päivän ajan päiväkirjaa median ja uutisten kulutuksestaan, mahdollisista esiin tulevista kokemuksistaan tai tunteistaan sosiaalisen median ei-käytöstä sekä toimijuudestaan eri elämäntilanteissaan. Kaunin (2010, 144) mukaan tutkimusta varten pyydetty, määrittelemätön päiväkirja avaa tutkijalle lähikuvan osallistujan arkielämään, ja sen periodinen muoto

mahdollistaa tiiviin suhteen syntymisen osallistujan ja päiväkirjan välille. Päiväkirjaa on pidetty hyvänä aineistonkeruumuotona erityisesti tutkittaessa henkilökohtaiseen elämään liittyviä aiheita, kuten perhe-elämää, äitiyttä tai seksuaalisuutta, ja sitä on käytetty haastatteluja täydentävänä menetelmänä myös esimerkiksi yksilön terveyteen liittyvissä tutkimuksissa (Harvey 2011, 666). Päiväkirja antaa myös tutkittavalle enemmän mahdollisuuksia tuoda esiin omaa näkökulmaansa ja tärkeänä pitämiään seikkoja ja säädellä sitä tasoa, millä haluaa jakaa yksityisiä asioitaan (Eidse & Turner 2014, 243–244).

Päiväkirjan pitämiseen annettiin ohjeistus, joka sisälsi suuntaviivoja ja kysymyksiä niistä teemoista, joita osallistuja voisi päiväkirjassa pohtia. Päiväkirjan aihealuetta ei haluttu rajata liikaa, mutta toisaalta osallistujalle annettiin myös vapaat kädet itse valita kuinka laajasti tai suppeasti hän haluaa kuvata elämänsä päiväkirjassaan. Päiväkirjaohjeistus on liitteenä 1.

Päiväkirjajakso ajoittui aikaan ennen haastattelua, jolloin päiväkirja toimi muistin tukena haastattelussa sekä viritti osallistujat pohtimaan haastattelun teemoja etukäteen. Päiväkirjan muotoa ei rajattu, vaan se sai olla esimerkiksi tekstimuotoinen, videoitu tai äänitetty – tämä antoi osallistujille mahdollisuuden valita itselleen luontevin ilmaisun tapa (ks. Eidse & Turner 2014, 244). Kaikki osallistujat valitsivat tekstimuotoisen päiväkirjatoteutuksen, tosin yksi haastateltava liitti päiväkirjaan myös aiemmin laatimansa videomuotoisen kommentin tutkimuksen aihepiiriin liittyen.

Päiväkirjajaksojen kesto oli enimmäkseen seitsemän päivää, mutta yksi osallistuja päätyi pitämään päiväkirjaa kokonaisen kuukauden, koska ensimmäisen kontaktin ja haastattelun väli venyi pitkäksi muun muassa joulun ja vuodenvaihteen takia. Tekstimuotoisten päiväkirjojen pituudessa oli runsaasti vaihtelua: merkkimäärä vaihtelee runsaasta 2700 merkistä noin 18600 merkkiin. Osa haastateltavista kirjasi päiväkirjaan ainoastaan päivittäistä median seurantaansa, kun taas toiset pohtivat varsin syvästi omaa suhdettaan mediaan ja sosiaaliseen mediaan sekä omia elämämpiirejään ja osallisuuttaan yhteiskunnassa.

3.3.3 Haastattelujen toteutus

Tutkimushaastattelurungon teema-alueet määrittelin aiemman ei-käyttöä ja uutisten välttelyä käsittelevän kirjallisuuden pohjalta. Haastattelurunko sisälsi teemoja siitä, miten tutkittava itse määrittää sosiaalisen median ei-käyttöään, ei-käytön syistä, laajuudesta ja kestosta sekä koetuista vaikutuksista ja tuntemuksista. Median ja uutisten kulutuksen teemoja tarkennettiin haastattelussa päiväkirjaa apuna käyttäen: mitä uutislähteitä ja minkä verran tutkittava kuluttaa, millaiseksi uutisten kuluttajaksi hän luonnehtii itseään, keskusteleeko hän uutisaiheista muiden kanssa. Kolmantena teema-alueena haastatteluissa käsiteltiin osallisuutta, toimijuutta ja elämämpiirejä: millaisia harrastuksia, yhteisöjä tai toimijuuksia tutkittavalla on, onko hän kiinnostunut politiikasta ja vaikuttamisesta, miten hän kokee osallisuutensa yhteiskunnassa.

Haastattelurunko suunniteltiin osana Mediakieltäytyjät-tutkimusta, sillä samalla kerättiin aineistoa hanketta varten. Haastattelurunko on tutkielman liitteenä 2.

Tutkimushaastattelut toteutettiin pandemiatilanteesta johtuvien etätyöskentelysuositusten takia videoyhteydellä Zoom- tai Microsoft Teams -sovelluksen avulla, ja niistä tallennettiin ääniraita. Etukäteen pohdin, onnistuuko haastatteleminen etäyhteydellä, mikäli sosiaalisen median ei-käyttäjiksi identifioituneet haastateltavani eivät haluaisi käyttää videoyhteyksiä tai heillä ei olisi siihen mahdollisuuksia. Tällaisia vastoinkäymisiä ei kuitenkaan tullut eteen, vaan kaikilla tutkimukseen ilmoittautuneilla oli käytettävissään laitteet ja yhteydet videoneuvotteluun, ja he olivat valmiita käyttämään niitä. Haastattelut toteutettiin osallistujien ehdottamina ajankohtina. Kolme osallistujaa oli haastattelun aikana kotonaan, yksi työpaikallaan, yksi hotellihuoneessa ja yksi pitkän matkan linja-autossa. Haastatteluolosuhteet olivat pääosin rauhalliset ja häiriöttömät, vain yksi haastattelu keskeytyi hieman äkkinäisesti haastateltavan ystävän tullessa vierailulle. Ystävän tulo oli tiedossa etukäteen, mikä aiheutti haastatteluun hieman aikataulupainetta, mutta toisaalta sen ansiosta kaikkia teema-alueita oli ehditty käsitellä ennen haastattelun loppumista. Yhden osallistujan pienet lapset olivat läsnä haastattelun aikana, mutta se ei juuri häirinnyt haastattelua, joka keskeytyi vain pariin otteeseen lyhyesti heistä johtuen.

Haastatteluissa pyrkimyksenä oli antaa keskustelun edetä mahdollisimman luontevasti. Hirsjärven ja Hurmeen (2009, 66) ohjeen mukaisesti tein haastattelurungosta haastattelutilannetta varten pelkistetyn, iskusanamaisen teema-alueuuttelon, jonka tarkoitus oli toimia muistilistana. Muistilistamainen haastattelurunko ei vie keskustelussa niin paljon huomiota kuin sanatarkka lista kysymyksiä, ja siitä pystyy nopealla silmäilyllä tarkistamaan, mitä teemoja on jo käsitelty ja mitkä täytyy vielä nostaa esille. Jotkin kysymykset oli kirjoitettu auki toimimaan ”pelastusrenkaina” siltä varalta, että haastattelutilanteessa tulisi vaikea hetki. Aloitin kaikki varsinaiset haastattelut samalla suhteellisen helposti vastattavalla kysymyksellä, joka koski median kulutusta tavallisena arkipäivänä. Muuten teemojen järjestys vaihteli eri haastatteluissa sen mukaan, mihin suuntaan keskustelu kulloinkin luontevasti lähti kulkemaan. Pisin haastattelu kesti lähes kolme tuntia, kaikki muut olivat alle kahden tunnin pituisia vaihdellen välillä 1:10 h – 1:40 h. Yhteensä haastatteluaineistoa kertyi noin 10 tuntia ja kirjallista päiväkirja-aineistoa yli 50.000 merkkiä.

Tutkielmani on osa Mediakieltäytyjät-tutkimushanketta, ja sen aineisto on kerätty hankkeen muun aineistonkeruun yhteydessä. Tutkimushankkeen tavoitteena on selvittää, miksi yksilöt valitsevat ulkopuolisuuden sosiaalisesta mediasta ja miten he sen kokevat omassa arjessaan. Tutkimushanke selvittää vapaaehtoista sosiaalisen median ulkopuolelle asettumista neljän hyvin erilaisen ei-käyttäjäryhmän kokemana. Se erittelee ei-käyttäjien merkityksenannosta nousevia osallisuuden ja ulkopuolisuuden kokemuksia ja jäsentää niiden kautta hahmottuvia toimijuuspositioita ja yhteyksiä julkisuuksiin. Mediakieltäytyjät-tutkimushankkeelle on myönnetty Helsingin Sanomain Säätiön apuraha.

3.3.4 Aineiston käsittely ja analysointi

Aineiston analyysimenetelmäni ei voine kuvailla puhtaan aineistolähtöiseksi, koska tutustuin aikaisempaan tutkimukseen ennen haastattelurungon laatimista ja aineiston analysointia, ja tällä on väistämättä ollut vaikutusta analyysin kulkuun. Eskolaa (2018) mukaillen tutkimus etenee aineisto- tai ilmiöpohjaisesti useiden pienten teorioiden ja käsitteiden toimiessa tulkintakehyksinä, joiden avulla tulkitsin aineistoa. Varsinainen analyysi eteni pitkälti aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin, kuten Tuomi ja Sarajärvi (2018, 122–123) sen esittävät. Kuvaan seuraavaksi tarkemmin analyysin kulua.

Keräämällä aineistoa sekä päiväkirjojen että haastattelujen kautta pyrin saavuttamaan mahdollisimman rikasta aineistoa niin sosiaalisen median ei-käyttöä kuin uutisten välttelyä koskien. Käsittelin haastattelut ja päiväkirjatekstit yhtenä aineistona, koska ne olivat sisällöltään ja muodoltaan varsin yhteensopivia. Litteroin haastattelujen ääninauhat hyödyntäen Microsoft Wordin litterointityökalua ns. ”raakalitterointiin”. Raakalitteroidut tekstit kävin läpi kuunnellen samalla haastattelua ääninauhalta ja tehden tarvittavat korjaukset niissä kohdissa, joissa konelitterointi oli epäonnistunut. Tutkimusraporttiin valitsemistani aineisto-otoksista poistin jonkin verran ylimääräisiä ”niinku”-sanoja tai sanojen toistoa.

Tutustuin koko aineistoon (sekä haastatteluihin että päiväkirjateksteihin) vielä uudestaan lähilukemalla sitä etsien tutkimustehtävää kuvaavia ilmaisuja ja listamalla niitä pelkistettyinä ilmauksina (ks. Tuomi & Sarajärvi 2018, 122–123). Tein aineiston sisäistä vertailua kiinnittämällä huomiota aineistossa esiintyviin samanlaisuuksiin ja eroihin (Vuori, 2021). Vertailun kautta hahmotin alustavat luokat ja ryhmittelin alkuperäistä haastattelu- ja päiväkirja-aineistoa näiden luokkien mukaan (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 124). Erottelin aineistosta sosiaalisen median ei-käyttöä ja uutisten välttelyä koskevat osiot. Jo tässä luokitteluvaiheessa sekä myöhemmin analyysin kirjoitusvaiheessa teemat muuttuivat ja tein niiden välillä siirtelyä, yhdistelyä ja tiivistämistä, ja lopuksi käsitteellistin tunnistamani teemat (Tuomi & Sarajärvi 2018, 125–126).

Luokittelun alkuvaiheessa sosiaalisen median ei-käytön merkityksiin liittyviä yläluokkia oli seitsemän: identiteetti, ajankäyttö, kelkassa pysyminen, luottamus, suojautuminen, oma lähiyhteisö vs. koko maailmalle jakaminen ja vetovoimatekijät. Uutisten välttelyyn liittyviä pääluokkia oli alussa kuusi: luottamuksen puutteesta, itse-suojelusta, uutisaiheesta, informaatioähkystä, välineestä tai mediasta sekä tilanteesta johtuva välttely.

Analyysiprosessin myötä tunnistin lopulta sosiaalisen median ei-käytön merkityksistä viisi teemaa, jotka olivat *identiteetti*, *luottamus*, *suojautuminen*, *kohtaaminen* ja *sosiaalisen median imu*. Uutisten välttelyn merkitykset kiteytyivät kolmeen teemaan: *suojautuminen*, *luottamus* ja *välttely tilanteen tai välineen perusteella*. Esittelen analyysin

tulokset luvussa 4. Kuviossa 1 (s. 23) on esitetty analyysin tuloksena tunnistamani teemat ja niiden alaluokat.

3.4 Eettiset kysymykset

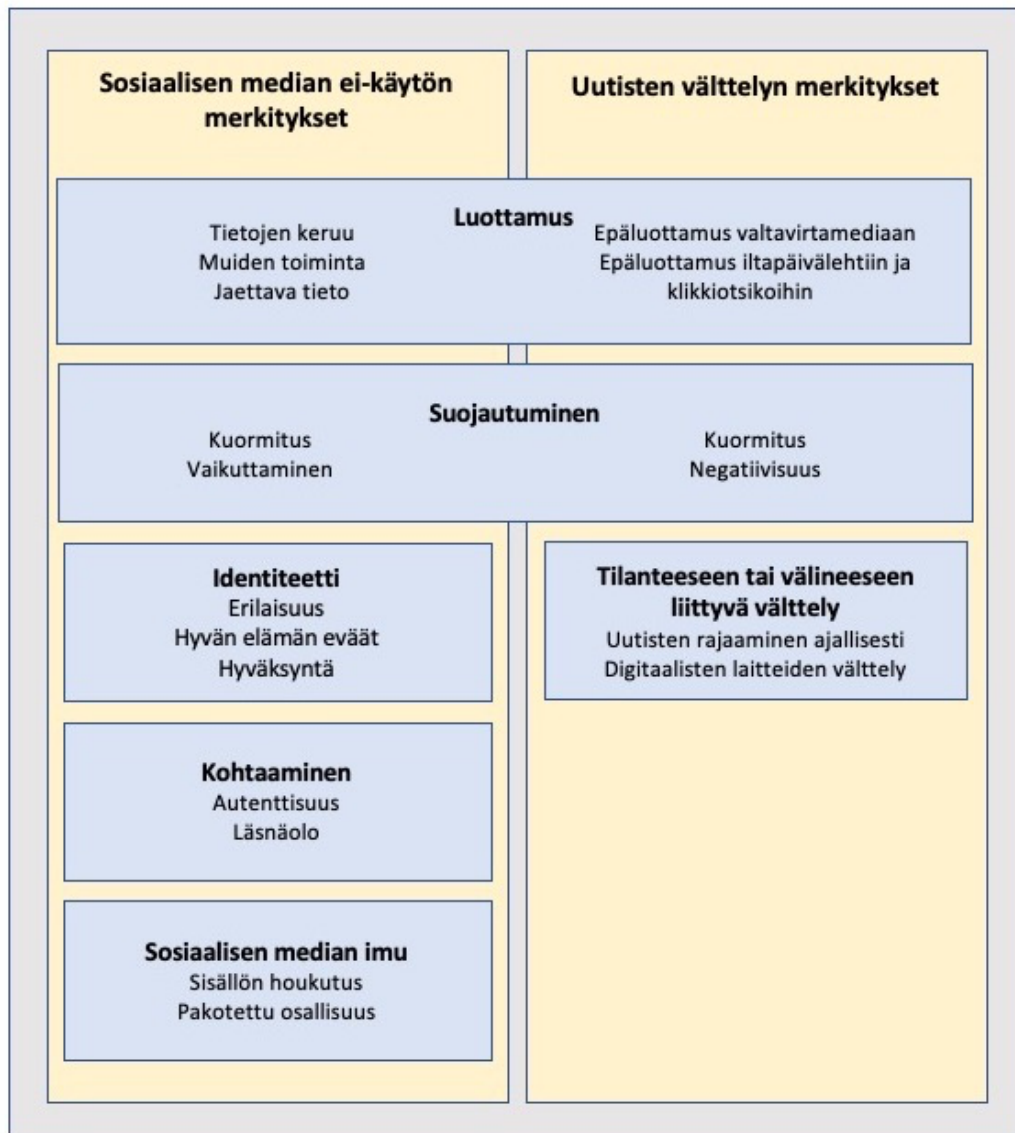
Tutkittavat olivat minuun yhteydessä sähköpostilla tai tekstiviestillä kuultuaan tutkimuksesta joko työttömien yhdistyksissä jaetun tutkimuskutsun tai lumipallo-otannan kautta. Tämän ensikontaktin jälkeen välitin heille tutkimustiedotteen ja tietosuojailmoituksen, joihin tutustuttuaan he ilmoittivat halustaan osallistua. En pyytänyt heiltä tämän lisäksi erillistä suostumusta tai tutkimuslupaa, vaan sellaisena pidän sähköpostitse ilmaistua halukkuutta osallistua. Tutkittavat saivat tietää, että he voivat milloin tahansa perua osallistumisensa niin halutessaan.

Haastattelujen ja päiväkirjojen luottamuksellisuuden turvaamiseksi tutkittavien nimet ja muut henkilötiedot on anonymisoitu itse ilmoitettua ikää ja sukupuolta lukuun ottamatta. Haastattelu- ja päiväkirjatiedostot on tallennettu käyttäen tutkittavista anonymisoituja koodeja (H1-H6). Tutkielmani valmistuttua luovutan aineiston Mediakieltäytyjät-tutkimushankkeen käyttöön, mistä tutkittaville kerrottiin myös tutkimuskutsussa ja -tiedotteessa. Aineiston säilytys on kuvattu tutkittaville toimittamassani tietosuojailmoituksessa.

4 TULOKSET

Tässä luvussa esittelen tutkimusaineiston analyysissä syntyneet tulokset. Käsittelen aluksi luvussa 4.1 ensimmäistä tutkimuskysymystä ”Millaisia merkityksiä tutkittavat antavat sosiaalisen median ei-käytölle?” ja myöhemmin luvussa 4.2 toista tutkimuskysymystä ”Millaisia uutisten välttelyn tapoja sosiaalisen median ei-käyttäjillä esiintyy?”. Luvussa 4.3 tarkastelen, onko näillä ilmiöillä yhteistä kosketuspintaa.

Kuviossa 1 on esitetty aineistosta tunnistetut keskeiset teemat, joita sosiaalisen median ei-käytön merkitysten osalta olivat identiteetti, luottamus, suojautuminen, kohtaaminen ja sosiaalisen median imu. Uutisten välttelyn merkitysten teemat ovat puolestaan suojautuminen, luottamus sekä tilanteisiin ja välineisiin liittyvä välttely. Kuvioon on merkitty myös kustakin teemasta tunnistetut alateemat.



KUVIO 1 Sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn merkitykset.

4.1 Sosiaalisen median ei-käytön merkitykset

Tunnistin haastattelu- ja päiväkirja-aineistosta viisi sosiaalisen median ei-käytön merkityksiä koskevaa teemaa, jotka ovat identiteetti, luottamus, suojautuminen, kohtaaminen sekä sosiaalisen median imu.

4.1.1 Sosiaalisen median ei-käyttö identiteetin ilmentäjänä

Puhuessaan sosiaalisesta mediasta ja omasta ei-käytöstään haastateltavat toivat eri tavoin esille omaa identiteettiään selittämään ei-käyttöä. Sosiaalisen median ei-käytön identiteettiä ja ideologista positiota korostavaa elämäntapaa on kutsuttu mediakieltäytymiseksi: kyse on sosiaalisen median tietoisesta kieltämisestä tai siitä irtisanoutumisesta, joka ilmentää ei-käyttäjistä jotain sosiaalisesti ja poliittisesti merkityksellistä. Olennaista mediakieltäytyjän määritelmälle on se, että ei-käytön syynä ei ole tietämättömyys tai välinpitämättömyys, vaan kyseessä on tietoinen kriittinen suhtautuminen alustaan ja sen valtaan käyttäjiinsä nähden. (Portwood-Stacer 2013, 1042.)

Identiteetin ja ideologisen position korostaminen ilmeni aineistossa *erilaisuuden, hyvään elämän eväiden ja hyväksynnän* alateemoina.

Sosiaalisen median ei-käytön syitä pohtiessaan monet haastateltavat toivat esille jonkinlaisen *erilaisuuden* kokemuksen suhteessa muihin. Portwood-Stacer (2013, 1049) toteaa, että kieltäytyminen positioidi kieltäytyjät erilleen muista, ja tätä eroa korostaa mediakieltäytymisen haastavuus ja poikkeavuus normista. Erilaisuus näyttäytyi haastateltavien kokemuksissa esimerkiksi eräänlaisena ulkopuolisen tarkkailijan roolina, kuten 40-vuotias mies kuvaili.

Facebook alko sitte oleee tällainen, että kaikki kynnelle kykenevät halus sinne kirjautua, niin se oli oikeasti sellaista, että kun olin [...] töissä, niin siis kun vierustoverit siellä et hei mä löysin sut tuolta noin ja sitten arvosteli siellä toistensa kuvia ja muita, ni oli silleen et joo, kai tuollakin tapaa voi viettää aikaa. (Mies, 40)

Erilaisuus herätti haastateltavissa vaihtelevia tunteita: huvittuneisuutta, itseironiaa, jonkinasteista ylenkatsetta ja moraalista paheksuntaa, mutta useimmat totesivat pitävänsä näkemyksensä omana tietonaan eivätkä halunneet "saarnata" aiheesta. Tyypillisiä syitä ei-käyttöön olivat esimerkiksi 41-vuotiaan miehen kokema ajan haastaus sekä 43-vuotiaan naisen näkemys siitä, että ei vain koe palveluiden käyttöä itseään kiinnostavana. Molemmat mainittiin myös Brownin (2020, 2) tutkimuksessa Facebookin käytön lopettamisen syinä.

Jotenkin tuntu, että ei mulla sielläkään [Twitterissä] olisi ollut aikaa lähteä johonkin keskusteluihin ottamaan osaa ja kaikkea silleen niinku pyörittelemään, jaarittelemaan. On mulla varmaan vieläkin sinne se tili olemassa, mutta en mä sitäkään enää vuosiin, en ole ihan varma, että oonko poistanut. (Mies, 41)

Mä oon tietoisesti päättänyt, että tavallaan mun ei tarvi. Et mä en varsinaisesti saarnaa siitä muille tai muuta, vaan että se on jotain sellaista, että mä koen ehkä, että se ei ole mun mielestä mielekäästä, niin mä en osallistu. (Nainen, 43)

Portwood-Stacer (2013, 1049) kuvailee, että sosiaalisesta mediasta kieltäytyminen ilmenee usein "vastarintaperformansseina", jotka viestivät muille kieltäytyjän identiteetistä. Vaikka aineistossani ei-käyttöä haluttiin harvoin korostaa ja tällainen performatiivisuus oli poikkeus, myös siitä ilmeni esimerkkejä. Yksi haastateltavista halusi nimenomaisesti korostaa ei-käyttöään muille. Tämä kuusikymppinen mies

pohti itseironiseen sävyyn digi- ja somevastaisen YouTube-kanavan perustamista. Hän oli aiemmin julkaissut työvoimakoulutuksessa tekemänsä, digitaalisuuden nurjia puolia käsittelevän videon juuri YouTubessa. Hän myös asemoi itsensä eräänlaiseksi esitaistelijaksi niiden puolesta, joilta puuttuu resursseja tai osaamista älypuhelimien tai sosiaalisen median käyttöön, vaikka hänellä itsellään ei-käyttö ei johtunutkaan näistä syistä.

No ehkä minä olen jopa asiaa korostava ei-käyttäjä. Ja kun vaan tulee tilaisuus päästä mainitsemaan asiasta, niin mainitsen sen, ja aiheutan ehkä sillä muille vähän vähintäänkin pahaa mieltä, jos ei syyllisyyttä. [...] Mä ajattelen sitä, että kun kaikista ihmisistä ei niiden laitteiden käyttäjäksi ole ikänsä taikka kognitiivisen kapasiteetin takia tai varallisuuden takia, niin onhan se aikamoista syrjintää heitä kohtaan. (Mies, n. 60)

Yksi haastateltava pohti erilaisuuden teemaa siltä kannalta, ettei halunnut tulla leimatuksi ulkopuoliseksi tai "friikiksi" vain sen takia, ettei ole sosiaalisessa mediassa, ja halusi päinvastoin korostaa omaa tavallisuuttaan. Myös aiemmassa tutkimuksessa monet mediakieltäytyjät ovat kuvailleet valtavirrasta erottumista stigmaksi (Portwood-Stacer 2013, 1049). Aihe oli herättänyt 41-vuotiaassa naishaastateltavassa päiväkirjajakson aikana pohdintaa, jonka seurauksena korostui "oman polun" valinta:

[...] joutuu vähän ehkä ajattelee, että onko sitten kuitenkin vähän friikki, että ei ole siellä sosiaalisessa mediassa. Yhtäkkiä sä tajuat, että kaikki muut todellakin on siellä. Jotenkin nyt on vaan mentävä tätä omaa polkua. Kuitenkin pitää tietysti tietyllä tavalla kiinni siitä ainakin toistaiseksi, koska mä en koe vielä, että se olisi pakollista. Summa summarum, että haluan kuitenkin ajatella olevani täysin normaali ihminen. (Nainen, 41)

Koska nuorin tutkimukseen osallistuja oli 40-vuotias, se tarkoittaa, että he kaikki ovat olleet jo aikuisia siinä vaiheessa, kun nykyaikaiset sosiaalisen median palvelut ovat aloittaneet toimintansa. Sosiaalinen media ei siis ole tullut haastateltaville annettuna, eivätkä he ole kasvaneet sen ympäröimänä, vaan he ovat tehneet aikuisina aktiivisen valinnan sosiaalista mediaa koskien.

Moni haastateltavista kertoi arvioineensa, ettei sosiaalisella medially ole tarjota heille mitään sellaista, mitä he elämäänsä tarvitsisivat tai mitä he eivät jo saisi jollain muulla keinoin. He kokivat, että elämässä oli jo valmiiksi tyydyttävät elementit, eikä sosiaalinen media näyttänyt tuovan siihen mitään lisäarvoa. Haastateltavat korostivat niitä olemassa olevia *hyvän elämän eväitä*, jotka heidän mielestään tarjoavat samaa tai parempaa kuin uusi vaihtoehto, sosiaalinen media. Tässä alateemassa on samoja piirteitä kuin Selwynin (2003; 2006) ja Wyattin ym. (2002) kuvauksissa autenttisen elämän korostamisesta modernia teknologiavetoista elämänmenoa parempana. Myös Portwood-Stacerin (2013, 1051) tutkimuksessa haastateltavat tekivät selvän eron "oikean elämän" ja mediakulutuksen välille. Tähän kategoriaan kuuluu esimerkiksi perinteisemmän hyväksi havaitun tekniikan, kuten puhelinoitojen, tekstiviestien ja sähköpostin suosiminen.

Joidenkin kohdalla perinteisyys koski laitevalintaa: haastateltavista kahdella vanhimalla ei ollut henkilökohtaisessa käytössä älypuhelimia, ja yksi

nelikymppisistäkin käytti sellaista tietoturvasyistä vain kotona wifi-verkossa esimerkiksi verkkopankkia varten. He käyttivät yhteydenpitoon vanhanmallista matkapuhelinta.

Sain silloin ensimmäisen puhelimen [työnantajalta], niin mä otin kortin talteen ja sitten mä pidin tämän vanhan puhelimen, että helmiä sioille. Antakaa tämä jollekin sellaiselle, joka ihan oikeasti hyötyy ja osaa käyttää sitä nykyaikaista laitetta. (Mies, 57)

On kehitetty tämmöinenkin systeemi kuin tekstiviesti ja puhelinvastaaja, jotka tavallaan auttaa siinä ajan siirrossa, että sun ei tarvitse vastata asioihin silloin kun se ei sinulle sovi, niin ihmetyttää, että miksi ihmeessä ihmiset sosiaalisessa mediassa reagoi kaikkeen heti, kun siihen voisi reagoida joskus muulloinkin, silloin kun se itselle käy, keskeyttämättä sitä mitä on tekemässä. (Mies, n. 60)

57-vuotias mieshaastateltava harjoitti vieläkin perinteisempää viestintämuotoa kirjoittamalla joulukirjeitä ystäväpiirilleen. Hänen kokemuksensa mukaan sitä arvostettiin: kirjeeseen tuli aina jonkinlainen vastaus, vaikkei välttämättä samassa muodossa.

Ja sitten se kirje tulee takaisin sieltä kuitenkin, mä tiedän ihan varmasti, että ne ihmiset myös sitten jollain tavalla kommunikoi sitä. Kaikki eivät suinkaan ole semmoisia kirjoittajia, vaan he vaikka soittaa tai lähettää sähköpostiviestinkin jopa tai jonkun vastaavan, mutta yleensä aina joku tämmöinen heräte tulee sitten, että käyppäs katsomassa, että luettiin sun juttusi juuri. Se on aika semmoista kannattelevaa elämässä, että tiedetään, semmoinen kommunikaatioyhteys on olemassa ja mä en tarvitse siihen sitä välitöntä vastetta. (Mies, 57)

Myös aiemmissa tutkimuksissa osallistujat ovat pitäneet sosiaalisen median käyttöä ajanhukkana ja sen vaihtoehtoja parempana ajankäyttönä. Tällöin on viitattu esimerkiksi perinteisempään mediaan kuten elokuvien katsomiseen, kirjojen lukemiseen tai juuri kirjeiden kirjoittamiseen. (Portwood-Stacer 2013, 1051.)

Yksi haastateltavista, 43-vuotias nainen, oli kulkenut digiteknologian vähentämisen tietä, eräänlaista digitaalisen puhdistautumisen (ks. Syvertsen & Enli 2020) muotoa, jo useiden vuosien ajan. Hän kuvaili luopuneensa televisiosta digisiirtymän yhteydessä, vaihtaneensa puhelinherätyksen perinteiseen herätyskelloon ja vähentäneensä muutenkin puhelimen käyttöä arjessa. Hän kertoi vähentäneensä jopa kameran käyttöä:

Mä oon itse asiassa myös vähentänyt matkoilla kuvaamista ja muutenkin. Kyllä mä otan kuvia meidän arjesta ja juhlasta, mutta mä en tarvii niitä. Mä en esimerkiksi ymmärrä, että miksi pitäisi videoida se kun joulupukki tulee. Mä luotan mun muistiin et mä muistan niitä asioita, että mä oon todennutkin, että mä tallennan mun mieleeni nyt tätä tilannetta. Tavallaan se tietysti on kiva, että on jotain kuvia, jotka palauttaa niitä hetkiä ja näin, mutta niitten ei tarvitse olla mitään erityisen hienoja kuvia, että kunhan on. (Nainen, 43)

Hyvän elämän eväillä korostetaan esimerkiksi oikeutta päättää omista asioista ja kestävämmän elämänmuodon valitsemista, joka liittyy yhteen individualistisen elämänasenteen kanssa. Toisaalta samaa voi havaita myös esimerkiksi vanhoillisissa uskonnollisissa yhteisöissä tai vihreän, hitaan elämäntavan edustajien parissa. (Hesselberth 2018, 1999)

Osa haastateltavista arveli muiden etsivän sosiaalisesta mediasta elämyksiä, joita he itse kokivat löytävänsä esimerkiksi urheilusta, musiikista ja yksinkertaisesti ihmisten tapaamisesta kasvokkain. Yksi keskeinen teema onkin kohtaaminen, johon palaan luvussa 4.4.

Haastateltavat kohtasivat vaihtelevaa suhtautumista kanssaihmisiltä sosiaalisen median ei-käyttöään koskien, ja joutuivat tasapainoilemaan ympäristön *hyväksynnän* kanssa. Myös tapa, jolla he ottivat kommentit vastaan, vaihteli. Osa oli kohdannut suoranaista painostusta liittyä sosiaaliseen mediaan, ja joutunut ottamaan voimakkaan kannan.

Kun Facebook tuli, sen mä muistan et mä olin ihan täysin [sitä vastaan], ja sitä piti kyllä kovasti silloin perustella ja ihmiset kyllä tosi paljon painosti siihen, muutamat ystävät painosti siihen, mutta en silti taipunut, koska mä koin niin vahvasti silloin, että se ei ole minua varten. (Nainen, 41)

On koitettu käännättää ihan niin kotona kuin sitten harrastekuvioissa. [...] Kyllähän siitä saa aina kuulla. Minä sen kestäen. Jos kestäisi muutkin. [...] Se on sellaista puolustustaistelua. Puolustustaistelua, missä muut koittaa, niin tuttavat kuin perheenjäsenetkin, sitä saada käyttööseen, mutta ei tule. (Mies, n. 60)

Eräs Portwood-Stacerinkin (2013, 1049) havaitsema ilmiö oli vastahankaan asettuminen ja itsepäisyys suhteessa sosiaalisen median käyttöön. Omassa aineistossani 57-vuotias mieshaastateltava viittasi humoristisesti ”digiänkyryyteensä”, joka oli kirjoittanut ystäväpiirissä yhtä lailla humoristista vastakaikua:

Olen pitänyt ”digiänkyryyttäni” eräänlaisen itseironian muotona, eikä se ole juurikaan aiheuttanut ystäväpiirissä parjausta ilkeässä mielessä, oikeastaan ihailua, kun SOME ei ”syö aikaani”, ja olen jotenkin immuuni kaikenlaiselle aihepiiriin liittyvälle (ei tarvitse kuin kaivaa vanha matkapuhelin esille, niin tilanne on kaikille selvä...). Olen saanut kyllä useita kertoja kuulla, että ”lähetetään sinulle kassillinen vanhoja älypuhelimia”, tai ”hitto, kun sinua ei saa kiinni ”votsapeista” [...] (Mies, 57 - päiväkirjaote)

Vaikutti siltä, ettei sosiaalinen media pääsääntöisesti ollut erottava tekijä haastateltavien ja heidän ystäviensä välillä, vaikka useimmat haastateltavista totesivat olevansa melko yksin ei-käytössään omassa tuttavapiirissään. Osa kertoi saavansa kannustusta ja ihailua ei-käyttönsä takia. Jotkut olivat puolestaan saaneet vastaanottaa negatiivisia kommentteja valinnastaan jäädä sosiaalisen median ulkopuolelle, esimerkiksi sen aiheuttamasta vaivasta muille, kuten 41-vuotias mies:

[...] totesin sitten tossa pitkän harkinnan jälkeen viime syksynä, että enköhän mä lähe tästä [WhatsApp] kävelemään. Pistin sinne sitten viestin vaan, tai semmoisen tilapäivityksen että viikonloppuna aion pistää tän kiinni. Ja itse asiassa aika monet ymmärti sen kyllä ihan, tai suurin osa ymmärti kyllä ihan. Mut sitten serkulta tuli vähän semmoista katkeraa viestiä, että en mä tiedä, mä muutenkaan ollut kyseisen serkun kanssakaan, niin hyvin harvoin yhteyksissä. (Mies, 41)

Esille tuli myös näkemyksiä siitä, että sosiaalisen median käyttäjät saattavat haakea hyväksyntää toiminnallaan alustoilla. 57-vuotias mies arveli, että erityisesti nuoremmilla vertaisten mielipiteet ja hyväksytyksi tuleminen tarve vaikuttavat

voimakkaasti sosiaalisen median läsnäoloon. Hän ei itse kokenut kaipaavansa sen kaltaista hyväksyntää, ja piti tätä merkittävänä syynä omaan ei-käyttöön.

Mistään normaalin elämän kannalta olennaisesta en ole kokenut millään lailla olevani paitsi, ja ihmettelenkin kovasti some-maailman mukanaan tuomaa ”keskeisen hyväksynnän tarvetta ja pakkoa saada vertaisympäristöltä vastinetta” omiin tekemisiin. (Mies, 57 - päiväkirjaote)

Se on mahdollista, että joku sitä itsetuntoa sitten jotenkin pönkittää tai tukee, että kokee sen riittäväksi, että ei tarvii välttämättä sitä jatkuvaa. Niinku poikani mulle sanoi hyvin, niin monet nuoret kaipaavat sitä, että pitää olla jatkuvasti toisen hyväksyntä, jotta voi olla, voi tuntea olevansa ehjä ihminen. (Mies, 57)

Omillle näkemyksilleen tai mielipiteilleen haastateltavat eivät kaivanneet suurempaa yleisöä sosiaalisen median kautta, vaan niitä esitettiin mieluummin kasvotusten omalle tuttavapiirille:

Minulla ei ole suurta tarvetta öyhöttää omia mielipiteitäni netissä ja monesti tuntuu, että siellä ihmisten on helppo jäädä omiin kupliinsa ja Googlen algoritmien valtaan. (Mies, 41 - päiväkirjaote)

Kyllä kai sitä somessakin voi vähän vaikuttaa siihen, että kellekään sitä niitä asioitaan jakelee, mutta minä mieluummin teen sen jakamisen sitten face-to-face tai puhelimen välityksellä. (Mies, n. 60)

4.1.2 Luottamus sosiaalisen median ei-käytössä

Luottamus näyttäytyy tutkimusaineistossa yhtenä punaisena lankana niin suhteessa sosiaalisen median ei-käyttöön kuin uutisiinkin. Esimerkiksi Facebookiin liittymättömyyden syistä on aiemmin tärkeimmäksi havaittu epäluottamus Facebookia kohtaan (Brown 2020, 2). Käsittelen seuraavaksi luottamuksen ja epäluottamuksen ilmene mistä sosiaalisen median ei-käytön kontekstissa, jossa ne ilmenivät *tietojen keruuseen, muiden toimintaan* ja sosiaalisessa mediassa *jaettavaan tietoon* liittyen.

Hyvin usein toistuva teema osallistujien puheessa oli huoli yksityisyydestä ja omien *tietojen keräämisestä* sosiaalisessa mediassa ja muissa verkkopalveluissa. Quinnin (2016, 70–72) mukaan suurimmat yksityisyyttä koskevat huolenaiheet sosiaalisen median käytössä liittyvät identiteetin suojaamiseen esimerkiksi huijauksilta tai identiteettivarkauksilta sekä sosiaalisessa mediassa jaetun tiedon myöhempään käyttöön käyttäjää vastaan.

Sosiaalisen median alustat ja monet muut sähköiset palvelut koettiin lähtökohdaisesti epäluotettaviksi, globaaleiksi kaupallisiksi toimijoiksi, joiden intresseissä ei ole yksittäisen kuluttajan etu. Haastateltavat arvelivat, että palvelun käytöstä maksetaan jollain muulla kuin rahalla: käyttäjistä kerättävä data on kauppatavaraa, jonka myyminen on alustoille miljardiluokan bisnes. Se sai heidät miettimään, mikä on yksilön turva kokonaisuudessa:

Täällä siviilielämässä mä oon törmännyt enemmän tämmöisiin, että kun pelaa tämmöisillä ulkoisilla kaupallisilla, jotka eivät ole yhteiskunnan rakentamia järjestelmiä. Ja se sai miettimään, että itse asiassa tilanteeseen nähden, niin minä olen haavoittuvampi kuin se mediaympäristö, joka toimii globaalisti siinä. (Mies, 57)

Kyllähän se nyt silleen vähän arvattavissa oli ja silloinkin sitä epäiltiin, että miten ne palvelut voi olla niin ilmaisia, ja muistan jo Facebookin alkuaikoina niin jotkut puhu, että ei sellaista olekaan [kuin] ilmainen palvelu. Että kyllä Facebookin varsinaisia asiakkaita on ne mainostajat tai ne, joille ihmisten tietoja sitten myydään. Jotka ostaa sen palvelun, tai maksaa siitä. (Mies, 41)

Usein sosiaalisen median käyttäjät hyväksyvät sen, että henkilökohtaiset tiedot ovat vaihdon väline: sosiaalisten tavoitteiden saavuttamiseksi ja sosiaalisen pääoman kartuttamiseksi henkilökohtaisten tietojen vaihtaminen koetaan välttämättömäksi, ja riskiä liiallisesta paljastamisesta lieventää se, että suhteiden ylläpitäminen sosiaalisessa mediassa on mukavaa ja käytännöllistä (Quinn 2016, 62–63). Tähän vaihtokauppaan haastateltavani eivät siis kuitenkaan olleet valmiita.

Moni mainitsi olevansa yksityinen ihminen tai jopa ”syrjään vetäytyvä persoona”. He kokivat, että sosiaalisessa mediassa tuodaan esiin omaa persoonaa ja elämää, eivätkä itse kokeneet tarvetta siihen.

Mä en koe et menetän mitään että mä en ole siellä sosiaalisessa mediassa, vaan päinvastoin. Mä ajattelen sen itselleni ihan tosi hyväksi jutuksi, että mä en ole, ja sit koska mä oon niin yksityinen ihminen, että mä en edes siis kuitenkaan varmasti mitään sinne laittaisi itse, mä en halua esitellä mun elämäni, mä en halua esitellä mun koiraani tai mitään. Mä en ole millään tasolla kiinnostunut siitä, että mä laittaisin vaikka kodistani tai koirastani kuvia minnekään sosiaaliseen mediaan, se on täysin, ei ole mun juttu yhtään, ja mitä mulle siellä sitten olisi? (Nainen, 41)

Haastateltavat olivat varsin hyvin perillä tietojen keräämisestä ja sen erilaisista käyttömuodoista, kuten kaupallisesta vaikuttamisesta. Osalla aihepiirin tuntemus liittyi työssä tai harrastuneisuuden kautta kertyneeseen asiantuntemukseen, mutta myös esimerkiksi haastateltava, joka ei pitänyt itseään tietoteknisesti erityisen osaavana, pohti sosiaalisen median alustojen tiedonkeruuta ja datan hyödyntämistä niin markkinointitarkoituksiin kuin vieraan valtion mahdollisiin kyseenalaisiin tarkoituksiin:

Nämä yritykset hankkii hirveästi dataa ihmisistä, ja siis mä oon itse ihan siis markkinoinnin uhri. Mä oon siis täysin vietävissä. Mä en siis todellakaan mitenkään pidä itseäni jotenkin yläpuolella, vaan muhun on tosi helppo vaikuttaa, jos on vaikka semmoinen joku muotiasia tai sanotaan vaikka kodin sisustamiseen liittyvä asia, niin mä oon hyvinkin helppo uhri markkinoinnissa, mutta mä yritän edes silleen, että mä en ole siellä sosiaalisessa mediassa, niin sitten jotenkin pitää itseni pois siitä vaikutus[piiristä]. (Nainen, 41)

[O]nko uusin nyt sitten tää TikTok, no aivan päivänselvää itselle, että mihinkään kiinalaiseen, taas kuulostaa joltain foliohatun alta, mutta just et miten Kiinakin kontrolloi omia kansalaisiaan ja esimerkiksi joku kasvojentunnistus, millä tasolla ollaan tässä maailmassa kasvojentunnistuksessa ja kaikessa tämmöisessä. (Nainen, 41)

Osa haastateltavista oli kuitenkin tehnyt kompromisseja ja ottanut käyttöön tai jatkanut sellaisen palveluiden käyttöä, joiden he arvelivat myös keräävän dataa, mutta joita he eivät laskeneet sosiaaliseen mediaan kuuluviksi. WhatsApp-

pikaviestipalvelu tai Google-tili oli monella käytössä siitä huolimatta, että he tiedostivat tai epäilivät myös näiden palveluiden keräävän käyttäjien tietoja.

Tottakai WhatsAppissakin on se, että se heti kysyy sen, että jos haluat ottaa käyttöön, niin ne ottaa nämä tiedot mitä sun puhelimesa on siellä, eli sieltä lähtee ainakin kaikki puhelinnumerot ja yhteystiedot. (Mies, 40)

Varsinkin silloin kun mä olin jossain vaiheessa Googlasta pois, niin se oli kyllä ihan justinsa, että mä halusin protestoida itse sitä [tiedon keräämistä] vastaan, mutta myöhemmin jossain vaiheessa tuli hommattua sitten taas älypuhelin niin tunsin, että oli helpompi ottaa vaan se Google-tili siihen. (Mies, 41)

Yhden haastateltavan mielestä datan kerääminen ja ihmisten kontrollointi sitä hyödyntäen on ennustettu jo vuosikymmeniä sitten kirjallisuudessa ja elokuvissa.

Vonnegut näkee kirjassaan kuinka kontrolloitavissa ja ohjailtavissa ihmiset ovat ja saman tyylinen on myös Matrix joka toisaalta punapillerilöitymisellään sivuttaa Raamatun ajatustakin. Missään ei siis kuitenkaan nähdä sellaista vapaata tahtoa ja Matrix kuvaa myös valinnankin olevan illuusiota. (Mies, 41 - päiväkirjaote)

Haastateltavien luottamusta koetteli myös *muiden ihmisten toiminta* sosiaalisessa median alustoilla. Useimmille oli syntynyt mielikuva – joko oman aiemman sosiaalisen median käyttökokemusten tai muiden kuvailun perusteella – siitä, että ihmisillä on taipumus esittää asiat sosiaalisessa mediassa totuudenvastaisesti, tai että he haluavat esittää oman elämänsä todellisuutta paremmassa valossa.

Ja sitten kun joku näkee sen, että hei toi viettää niin hienoa elämää, että se on Ferrarin kanssa nyt tuolla jossain rannalla ja juo maitaita, mikä on varmaan oikeasti, että siellä on Ferrari parkissa, sit sillä on joku limppari siellä kourassa, mutta kumminkin saa sen näyttämään siltä, että tällaista on. (Mies, 40)

Vastaavanlaista ”roolipelaamista” havaitsi Turkle (2008, 124–125), joka kiinnitti huomiota siihen, että Second Life -virtuaalimaailma ja vaikkapa videopelit mahdollistavat ihmisille jokapäiväisen uudistumisen ja tosielämästä poikkeavan identiteetin kokeilemisen.

Jotkut haastateltavista olivat kohdanneet tilanteita, joissa olivat itse päätyneet sosiaalisen median keskusteluaiheiksi. 43-vuotias nainen kertoi kokeneensa ainakin kahdesti, että yhteisen tuttavien Facebook-päivityksen perusteella joku muu on tiennyt hänen asioistaan, joita hän itse ei olisi välttämättä halunnut jakaa.

Mä taisin vaan ilmoittaa, että mä toivoisin, että mun asioita ei julkaista, kun mä en itsekään siellä [somessa] ole. [...] Tuollaiset mun tekemiset tai mun uutiset mä ehdin sitä mukaa kun mä haluan, niin tiedottaa niistä itsekkin. Se ei tavallaan kuulu muille, tai jos mä en muuten ole sen lapsuuden kaverin kanssa yhteyksissä, niin hän ehtii myöhemminkin kuulla. (Nainen, 43)

Toisaalta haastateltavat kokivat myös kiusallisena muiden tarkkailun tai ”vakoi-lemisen” sosiaalisessa mediassa. 41-vuotias mies kertoi, että hänen tuttavansa so-meaktiivisuutta seurattiin ja sitä kommentoitiin tuttavapiirissä. 41-vuotias nainen

puolestaan ihmetteli, minkä vuoksi ystäväpiiristä jo vuosia aiemmin irtautuneen henkilön sosiaalisessa mediassa esille tulleita asioita puitiin ystäväpiirin kohdatessa kasvokkain. Tällainen tirkistely tai tietojen hankkiminen muista ihmisistä onkin yksi Quinnin (2016, 70) tunnistamista sosiaalisen median käyttötarkoituksista. Kiinnostavasti tällainen sosiaalisen median käyttötarkoitus yhdistyi voimakkaimmin huoleen identiteetin menetyksestä ja sosiaalisessa mediassa jaettujen tietojen käytöstä myöhemmin käyttäjää itseään vastaan (emt, 81).

Suoranaisiin huijauksiin tai niiden yrityksiin oli myös törmätty verkossa, joko haastateltava itse tai tämän tuttavapiiriin kuuluva henkilö. Esimerkiksi deittailuun tai kirpputorikauppaan liittyviä huijaustapauksia tunnettiin. Yksi haastateltava huomautti, että koodaustaitoinen pystyy helposti rakentamaan Googlen tai Facebookin ulkoasulla varustettuja huijaussivuja tai vaikkapa Twitter-botin, joka luo automaattisesti julkaisuja Twitterissä.

Kuusikymppinen mies arveli, että sosiaalisen median käyttö saattaa olla reaalielämässä osallisena jopa onnettomuuksien syntyyn.

Kun minä tässä onnettomuustutkintahommassa olen mukana, niin sitähan kovasti koitetaan valistaa, että se kännykkä ei sinne autoon kuulu eikä sosiaalisen median seuraaminen. Mutta valitettavasti autoteollisuus taas toimii täsmälleen päinvastoin, tuo koko ajan lisää ja lisää sitä median käyttömahdollisuutta liikenteeseen, joka vie sitten huomiota puoleensa. (Mies, n. 60)

Haastateltavat arvioivat, että oman elämän kaunistelun ohella sosiaalisessa mediassa *jaetaan väärää tai epäluotettavaa tietoa* myös muita koskevista asioista. 57-vuotiaalla miehellä ei ollut omakohtaista kokemusta sosiaalisen median alustoista, mutta hän oli saanut käsityksen, että erityisesti nuoret etsivät tietoa ensisijaisesti sosiaalisesta mediasta esimerkiksi luotettavien viranomaislähteiden tai perinteisen median sijaan. Tälle löytyykin tukea esimerkiksi Edgerlyn (2017) tutkimuksesta, jossa puolet tutkituista nuorista aikuisista etsi tietonsa ajankohtaisista asioista muualta kuin uutismediasta, ja moni heistä luotti kuulevansa tärkeät sosiaalisen median kautta. Tohtori-koulutuksen itse läpikäynyt mies oli huolissaan siitä, että vertaisarvioidun tieteellisen tiedon sijaan uskotaan sosiaalisen median kanavista löytyvään ”vertaistietoon”.

Onko meidän tiedon arvostus näiden auktoriteettien ja organisaatioiden kautta juuri nyt sellainen sitten, että sitä ei pidetäkään enää minään ja se tärkein vahva tieto tulee jonkun tällaisen somemedian kautta ja se rupeaa muokkaamaan meidän yhteiskunnan asenteita, jolloin meistä tulee [...] kriisiherkempi, ja puuttuu resilienssi vastata niihin tiettyihin asioihin, koska me on lähdetty tällaiseen mukaan. (Mies, 57)

Huoli sosiaalisessa mediassa jaettavasta informaatiosta ja medialukutaidon tilasta ilmeni erityisesti haastateltavien ikähaitarin yläpäässä. Myös kuusikymppinen mies nosti asian esille viitaten muun muassa sotaa koskevaan informaatioon, vaikkakin naapurimaahan liittyen:

Sotautisillahan se tämäkin päivä alkoi. En tiedä mitä kautta naapurikansamme uutisia seuraa, mutta yksipuolista propagandaa heille varmasti tarjotaan, ja vain kaikkein valveutuneimmat osaavat sitä epäillä ja hankkia tietoa muualtakin. Mediakriittisyys on erittäin tärkeä kansalaistaito, varsinkin siellä Somessa liikkuville. (Mies, n. 60 - päiväkirjaote)

4.1.3 Sosiaalisen median ei-käyttö suojautumisena

Yksi usein toistuva sosiaalisen median ei-käyttöön liittyvä teema haastateltavien puheessa koski suojautumista joltakin, mitä sosiaalinen media tai digitaalinen arki edustaa. Suojautuminen koski laajempaa kokonaisuutta kuin pelkkiä henkilökohtaisia tietoja, joita käsiteltiin edellä, ja se jakautui suojautumiseen *kuormitukselta* ja *vaikuttamiselta*.

Lähes kaikki haastateltavat suhtautuivat varauksellisesti paitsi sosiaaliseen mediaan, vaihtelevassa määrin myös digitaalisiin laitteisiin, kuten älypuhelimeen. Esimerkiksi Nguyen (2021, 801) havaitsi, että sosiaalinen media ja älypuhelin sekoittuvat usein keskenään haastateltavien puheessa koskien digitaalista irtautumista tai ei-käyttöä, ja niitä käytettiin jopa synonyyminomaisesti.

Jyrkimmin digitaalisuuden tunkeutumista kaikkialle arjessa kritisoivat kaksi vanhinta haastateltavaa. 57-vuotias mies esimerkiksi koki ylipäättään tietoyhteiskunnan mukanaan tuoman tehostamisen lisänneen yleisesti työn kuormittavuutta. Kuuksikymppinen mies puolestaan nosti yksityiskohtana esille kaikkiin järjestelmiin ja vaa-dittavat salasanat ja niiden hallinnoinnin.

Minusta se kaikkein pahin asia tässä koko tietotekniikkaan liittyen on se, että me on ulosmitattu tavallaan se hyöty mikä näistä saadaan, se viedään kaikki sinne tehokkuuteen, tuotetaan ihmisille lisää kuormaa sillä, että ei pidetäkään sitä samaa tahtia yllä, vaan sitten huomattiin, että tää saavutetaan helpommin, niin sitten vedetäänkin se löysä siitä välistä pois ja jopa ehkä poistetaan ihmisiä siitä välistä ja sitten artisti maksaa yhä enemmän sen jälkeen. (Mies, 57)

Mahottoman kuormittavaa tämä nykyaika, kun sen sun sataan systeemiin pitää tunnuksia ja salasanoja kehitellä, ja muistaa. Eikä samoja saisi useampaan käyttöä. (Mies, n. 60 - päiväkirjaote)

Digitaalisen läsnäolon aiheuttama kuormitus oli tuttua myös hieman nuorempien haastateltavien parissa. 41-vuotiaalla miehellä oli kokemusta sosiaalisen median ja älypuhelimien tapakäytöstä, johon myös Quinn (2016, 70) viittaa: ajan kuluttamisesta paremman puutteessa puhelimen parissa. Hän oli kokenut älypuhelimien jo varhaisessa vaiheessa aikasyöpöksi ja kertoi tunteneensa helpotusta, kun se oli pudonnut järveen:

11 vuotta sitten niin hommasin ensimmäisen Applen iPhone nelosen ja se ehti mulla puoli vuotta olla. Kyllä mä jotenkin koin, että mä en ikinä enää halua mitään tällaista. [...] Semmoinen tyhjä aika täytty sellaisella justiin selailulla ja eri sovellusten ja kaikkea, siis loppujen lopuksi ihan tyhjänpäiväsillä asioilla, ja sitten se toi paljon muitakin semmoisia huonoja juttuja vähän elämään niin, ja... Totesin, että se oli ihan hyvä juttu vaan, että se tippu järveen ja en ole sillä... Oikeastaan ainoa ajatus kun huomasi, että sinne se molskahti, että päästiinpähän siitäkkin. (Mies, 41)

Haastateltavilla oli monenlaisia näkemyksiä niistä asioista, joilta he ei-käyttäjänä kokevat olevansa suojassa. Osa mielikuvista oli peräisin omasta (joskus lyhyestäkin) sosiaalisen median kokemuksesta, osa taas perustui muilta kuultuun. 43-vuotias nainen oli lähipiirin kehotuksesta perustanut LinkedIn-tilin työnhakua varten, mutta päätynyt nopeasti sulkemaan sen aiheeseen liittyneen sähköpostitulvan vuoksi.

[M]enin sitten aloittamaan sitä jotenkin tosi tosi tosi vastahakoisena. Tein itselleni LinkedIn-profiilin ja laitoin sinne varmaan nimen ja nykyisen työpaikan ja tallensin ja jätin kesken. No sitten sieltä rupesi heti puskkemaan kaikkia sähköposteja siitä, että tämä henkilö ja tämä henkilö ja näin ja mä olin sit että ei ole totta, että mä en edes julkaissut tätä. Sit mä olin sinne yhteydessä, että miten tämän saa pois, että mä päätin, että vaikka mä oon työtön työnhakija, [...] että nyt sitten minä annan itselleni aikaa tässä, että jos mä en puolen vuoden päästä ole työllistynyt niin sit mä mietin uudestaan tätä LinkedIniä, että mä pyrin hankkimaan paikan jossa minun ei tarvitse ja onnistuin ihan hyvin. (Nainen, 43)

Haastateltavat kuvailivat ei-käytön lisäksi muita suojautumisen keinojaan digitaalisen arjen kuormitusta vastaan. Moni turvautui tuttuun vanhanaikaiseen tekniikkaan, olipa kyse perusmallin näppäinkännykstä tai perinteisestä herätyskellosta, joka mahdollisti puhelimen jättämisen makuuhuoneen ulkopuolelle yöksi. 40-vuotias mies kertoi tympääntyneensä digitaaliseen musiikkipalveluun niin perusteellisesti, että oli hankkinut retrohenkisen kannettavan C-kasettisoittimen kuulokkeineen.

Vaikutti jopa siltä, että haastateltavat pyrkivät entistäkin enemmän yksinkertaistamaan elämäänsä ikään kuin vastavetona digiajan hektisyydelle. 43-vuotias nainen mainitsi rauhoittavansa ilta-ajan paitsi laitteilta, myös liian raskailta puheenaiheilta. 41-vuotias mies puolestaan pohti ruutuajan vähentämistä entisestään varjellakseen elokuvaharrastuksensa erityisyyttä.

Mä oon miettinyt vähän sitä, että sitä voisi muutenkin koittaa vähentää sellaista ruutu-aikaa, että ei tulis katottua niin paljon jotain elokuviakaan välttämättä. [...] Jotenkin tuntuu, että monesti asiat jotka on hyviä, jos ne menee vähän ylitte, että ne alkaa menettää merkityksensä, että ne ei ikään kuin tuo mitään sellaista jotakin uutta siihen arkeen, että tässä on nyt jotain vähän erityistä tai jotain tällaista, että se alkaa muuttumaan vaan osaksi sitä harmaata arkea sitten se kaikki. (Mies, 41)

41-vuotias nainen puolestaan oli kokeillut aikanaan Twitteriä toivoen sen toimivan nopeana uutiskanavana, mutta pettynyt siellä kohtaamaansa myrkyllisyyteen. Hän tunnisti myös riskin, että olisi sosiaalisessa mediassa helposti alttiina kaupalliseksi vaikuttamiselle.

Mun pitää tosi tietoisesti yrittää se että hei, että mulla on näitä mustia mekkoja nyt 10 tuolla kaapissa, että tarvitsenko mä taas uuden, mutta ihminen on jotenkin sellainen, tai ainakin mä oon, siis jotkut varmasti ei ole, mutta mä olen aika materialisti niin mä koen et muhun on muutenkin tosi helppo vaikuttaa, niin mä luulen että jos mä olisin vielä sosiaalisessa mediassa, niin se tekisi mut paljon onnettomammaksi. Koska ehkä sit tulis vaan semmoista, mä keksisin itselleni koko ajan lisää materiaa mitä mä haluan. (Nainen, 41)

Fox ja Moreland (2015, 171–172) tiivistivät Facebookin ”pimeät puolet” viiteen teemaan: sopimattoman tai häiritsevän sisällön hallinta, Facebookin lieassa oleminen,

yksityisyyshuolet ja kontrollin puute, sosiaalisen vertailun ja kateuden sietäminen sekä Facebookin aiheuttamat konfliktit. Varsin samankaltaisilta asioilta arvelivat haastateltavani sosiaalisen median ulkopuolelle jättäytymisen heitä suojaavan: turhanpäiväisiltä kohuilta, mainoksilta, huijauksilta sekä vihapuheelta, jatkuvalta kommenttien ja tykkäysten tarkistelulta ja niiden ruotimiselta, ulkonäköpaineilta sekä eri somekanavien hallinnoimisen aiheuttamalta kuormitukselta. Tuttavilta oli monesti saatu viestiä, joka sai ylipäätään epäilemään sosiaalisen median käytön mielekkyyttä.

Kaikki jotenkin kokee, että se on semmoinen pakollinen paha ja rasite. [...] enemmän kuulen valituksia kun sitten sitä että ihan paras asia maailmassa. (Mies, 40)

4.1.4 Kohtaaminen sosiaalisen median ei-käytön merkityksenä

Keskeisenä sosiaalisen median ei-käyttöön liittyvänä merkityskokonaisuutena voidaan pitää *kohtaamisen ja läsnäolon* teemaa, joka esiintyi jokaisen haastateltavan puheessa. He kokivat arvostavansa enemmän läheisiä ihmissuhteita ja kasvokkaisia kohtaamisia kuin asioiden jakamista sosiaalisessa mediassa ”koko maailmalle”.

Teemaan liittyvät esimerkiksi tilanteet, joissa yhteen kokoontuneet ihmiset ovat kiinnostuneempia älypuhelimien maailmasta kuin tästä hetkestä. Raudaskoski ym. (2019) puhuvat ”tahmeasta medialaitteesta”, joka rikkoo vuorovaikutuksen läsnä olevien ihmisten kanssa synnyttämällä kaksi kilpailevaa vuorovaikutuskontekstia. He viittaavat myös ”sivustakatsojan pimennoksi” nimeämäänsä ilmiöön, joka kuvastaa sitä, ettei läsnä oleva toinen ihminen voi tietää, mitä älypuhelimella käyttävä itse asiassa tekee laitteellaan (emt). Ilmiö tuli esiin 41-vuotiaan miehen havainnossa:

Mä aloin huomaamaan sen, että miten ihmiset, käytiin jollain kaveriporukalla jossain pitsalla. Kaikki istuu siinä pöydässä, tuijottaa omia kännyköitään ja pläräilee näin ja ite oon siinä, että hetkinen että mä oon täällä nyt niinku ihmisten seurassa, mutta kukaan ei oo oikein tavoitettavissa tai kaikilla jotain omaa menossa. (Mies, 41)

Läheisiä ystäviä ei välttämättä ole lukumääräisesti paljon, mutta ystävyys-suhteita vaalitaan ja priorisoidaan, kuten 41-vuotias nainen, joka haluaa tavata ystäviään säännöllisesti:

Onhan sekin ehkä osa sitä, että kun mä en ole siellä sosiaalisessa mediassa, niin mulle on tosi tärkeitä ne semmoiset suhteet että mä näen ihmisiä. Mä oon kuitenkin sosiaalinen ihminen, mutta haluan että on vaan se tietty piiri, et mulla on vaan ne mun ystävät. Että mun ei ole mitään tarvetta kertoa vaikka mun matkasta jollee, jota mä en ole nähnyt kahteenkymmeneen vuoteen. Mutta että sitten mä haluan nähdä säännöllisesti mun ystäviä, että sitten kyllä katkeaa helpommin sitten ne suhteet, jos ei pystytä näkemään. (Nainen, 41)

Myös lapsiperhearkea elävä 43-vuotias nainen kertoi tehneensä oman ajan rajallisuuden vuoksi valinnan: ystävien tapaaminen säännöllisten harrastusten sijaan. Hän oli kuitenkin pannut merkille, ettei läsnäolo ole aina selviö kohdatessa. 43-vuotiaalla naisella on kokemusta vuorovaikutuksen keskeytymisestä sosiaalisen median takia:

Se tuntuu itsestä jotenkin uskomattomalta, että vaikka et jos ollaan läsnä toisen ihmisen kanssa vaikka kahvilla, niin mikä tarve siitä on laittaa kuvan leivoksestaan sosiaaliseen mediaan ja odottaa että mitä mieltä siellä ollaan, kun voi sen oikean ihmisen kanssa fiilistellä: "Tää on hyvää!" (Nainen, 43)

Kohtaaminen koetaan aidoksi, kun voidaan jakaa asioita, joita ei jo tiedetä valmiiksi sosiaalisen median alustoilta. Näin arveli muun muassa 40-vuotias mies, joka mielellään tapaa ystäviään keilaradalla oluen ja loputtomasti analysoitujen heittojen äärellä:

[Kun] mä näen vaikka mun kavereita, niin mä voin kertoa mitä mulle kuuluu ja se on oikeasti sitä, että kukaan ei tiedä siitä jo jotain, että joo hei mä näinkin kuvan kun sä olit siellä jossain tai sä olit laittanut tänne jotain, niin se on aina, että on uutta asiaa. Jotenkin tuntuu että myös moni saattaa ehkä arvostaa sitä. (Mies, 40)

Silloin kun tavataan niin on oikeasti mielenkiintoa sitä toista kohtaan, ei ole kaikkea kuullut tai nähnyt jo jostakin muualta. Vaan ihan oikeasti voi olla utelias ja sillain sen toisen elämän suhteen, että mitä siellä on tapahtunut, kun sitä kaikkea ei tiedä jo valmiiksi. Niillä kerroilla kun oikeasti kohtaa. (Mies, n. 60)

Erityisesti surun keskellä aito kohtaaminen on arvokasta, kuten kuusikymppinen mieshaastateltava totesi. Hän kuitenkin arveli, että ihmisille on helpompaa kommentoida tai "laittaa sydämiä" somessa kuin soittaa tai mennä käymään läheisensä menettäneen luona.

Haastateltavista kaksi oli joutunut ottamaan kantaa kohtaamisteemaan omassa kodissaan puolison sosiaalisen median käytön vuoksi. 43-vuotias nainen oli keskustelujen jälkeen päättänyt sopeutua puolison Twitter-innostukseen ja tasapainottaa asiaa perheessä omalla käytöksellään.

[Mieheni] päätti kanssa kokeilla sitä Twitteriä ja se vei hänet mennessään. Ja mun mielestä se on myös tosi merkittävä muutos siinä meidän välisessä kommunikaatiossa. Ni se on ehkä vahvistanut sitä tavallaan, tietysti kun meillä on perhe, niin sitä että mä nyt sit tasapainotan tätä asiaa toiseen suuntaan. [...] Mä toivoisin että meidän lapsilla ei ole sellainen olo, että vanhemmat on aina puhelimet kädessä, niin he näkee, että toinen ei ole, toinen ehkä hänkin on, ei hän aina ole [...] Että sit tavallaan seuratakseen sitä [Twitteriä], niin sitä pitää varmaan katsoa useasti. Ehkä se on sellainen käännekohta, milloin se varmistui se ajatus, että näen että toi ei ole mun juttu. (Nainen, 43)

Kuusikymppinen mies sen sijaan koki sosiaalisen median haittaavan kohtaamista merkittävästi ja tunsu suorastaan menettäneensä puolisonsa teknologialle.

Kyllähän sitäkin kohtaamista haittaa se kännykkä, joka hänellä on mukana ihan kaikessa. Aamuin illoin, sängyssä, ruokapöydässä, televisiota katsellessa, matkustaessa kun minä ajan, ja niin edespäin. (Mies, n. 60)

Itse koetan kyllä jatkossakin pysytellä sen ulkopuolella, sillä koen että älypuhelin ja Some ovat vieneet minulta puolison elämänkumppanina. Edes televisiota ei voi katsoa yhdessä ilman että hän seuraisi samalla koko ajan kädessään olevaa kännykkää. En halua hukata itseänikin itseltäni sinne. (Mies, n. 60 - päiväkirjaote)

Vaikka lähes kaikki haastateltavat totesivat, että sosiaalista kanssakäymistä on siirtynyt sosiaaliseen mediaan, pääosa heistä kuitenkin koki tulevansa muistetuksi ja pidetyksi mukana lähipiirin yhteydenpidossa. Monella oli tosin kokemusta siitäkin, että tapaamiset sovitaan tai kutsut ystäväpiiriin juhliin ilmoitetaan sosiaalisessa mediassa, ja aina tieto ei ollut kantautunut heille ajoissa. WhatsApp-sovelluksesta viime vuonna luopunut 41-vuotias mies kertoi, että yksi bändikavereista oli ottanut tehtäväkseen tiedottaa häntä erikseen bändin WhatsApp-kanavalla sovitusta treeniajoista, ja että seurakunnan piirin vetäjä muisti myös lähettää hänelle oman tekstiviestin tapaamisista. Myös 43-vuotias nainen luotti siihen, että hänet saadaan tarvittaessa kiinni.

Jotenkin se tuntuu kauhean vapauttavalta, että tavallaan tiedostaa sen, että kyllä joku soittaa, jos on jotain kiireistä. (Nainen, 43)

Vain yksi haastateltavista koki, ettei hänen tarpeitaan ole juuri huomioitu eikä häntä muisteta, mikäli viestinvaihto tapahtuu pääosin sosiaalisessa mediassa. Kuusikymppinen mies mainitsi toimivansa taloyhtiön hallituksen puheenjohtajana, mutta olevansa taloyhtiön WhatsApp-ryhmän ulkopuolella, eikä puoliso suostunut toimimaan sihteerinä ryhmän suuntaan. Muidenkaan luottamustehtävien osalta tieto ei aina kulkenut aivan kitkatta:

Suhteellisen aktiivisena ihmisenä niin ammattijärjestö- kuin -liittotasollakin minun toivottaisiin olevan mukana joidenkin alustojen käytössä, mutta minulle riittää talviretkelyssä käytettävät istuinalustat sukukalleuksia paleltumiselta suojaamassa. Niinpä jäänkin sivuun virallisten kokousten välisestä ajatusten vaihdosta ja asioiden valmistelusta. Muita pänniikin lähettää minulle erikseen sähköpostia. Ja kokousmateriaalit pyydän postittamaan minulle. Nykypostin tuntien olen muutaman kerran saanut aineiston vasta perjantaisia kokouksia seuraavalla viikolla. (Mies, n. 60 - päiväkirjaote)

4.1.5 Sosiaalisen median imu

Vaikka haastateltavat tuntuivat varsin tyytyväisiltä elämäänsä ilman sosiaalista mediaa, he kuitenkin pohtivat myös sitä, mikä voisi mahdollisesti saada heidät liittymään jonkin alustan käyttäjäksi. Tällaisia sosiaalisen median imun merkityksiä olivat *sisällön houkutus* ja *pakotettu osallisuus*.

Naispuoliset vastaajat toivat esiin pettymystään siihen, että heidän seuraamansa bloggaajat ovat lopettaneet perinteisen blogin pitämisen ja siirtyneet sen sijaan Instagramiin. Varsinkin toinen heistä kertoi pohtineensa, olisiko se riittävä syy saada hänet luopumaan ei-käytön periaatteestaan ja seuraamaan *houkuttelevan sisällön* perässä sosiaaliseen mediaan, mutta todenneensa lopulta että ”kuvavirta” ei ole sama asia kuin hänen aiemmin ”ihanana viihteenä” nauttimansa blogien lukeminen.

[M]ulla oli tosi monta blogia jota mä seurasin, niin kaikki ne on siirtynyt sinne Instagramiin, mut sit taas toisaalta mä ajattelin et sit se ei ehkä enää edes ole, että jos se on pelkkää vaikka kuvavirtaa niin sit mä kuitenkin. Silloin mä mietin kyllä tosi vahvasti että pitäisikö, ja kyllä mä välillä mietinkin sitä, että onko tämä Instagram esimerkiksi semmoinen et tää on täysin

välttämätön. Että olisiko tää välttämätön mun elämän kannalta, että olisiko jossain vaiheessa pakko sinne liittyä? Mut sit mä en ole vielä ylittänyt sitä rajaa että mä liittyisin, mutta et joskus. Silloin mietin tosi vakavasti, että pitäisikö se nyt vaan luovuttaa ja lataa ja sit et mä pystyisin säilyttämään ne tietyt jota mä seurasin, ne bloggarit elämässäni, mutta sitten kuitenkin luovuin siitä ajatuksesta, että mä ajattelin että se ei kuitenkaan ole sitten enää sama asia. (Nainen, 41)

57-vuotias mieshaastateltava, joka toimi harrastuskerhon puheenjohtajana, aprikoi olisiko kerhon vanhanaikaisen verkossa toimivan keskustelufoorumin jossain vaiheessa syytä siirtyä modernimmalle sosiaalisen median alustalle – tosin tarkentamatta, olisiko itse mukana muutoksessa.

Nuorethan elävät kuitenkin nopeampaa aikaa ja haluaa nopeampaa vastetta, ja ilmeisesti on kauhean tärkeäkin se, että vaikkapa kuvallisesti on esillä, pelkkä tieto ei riitä vaan se, että jollain tavalla on jotenkin visuaalinen se juttu tai jotenkin aistittavissa oleva, ja siihen me ollaan varmasti vanhanaikaisia, että tässä mä uskallan olla kriittinen myös siihen, että tuleeko pää vetävän käteen, ettei olekaan tulevaisuutta enää tämmöisellä vanhalla medialla vaan pitääkin, on jossain kohtaa pakko siirtyä johonkin uuteen, jotta se sitten elättäisi sitä joukkoa eteenpäin, tai se sama perusvire pysyy, mutta se muuttaa muotoaan [...] (Mies, 57)

Monet haastateltavat olivat varautuneet mahdollisuuteen, että jossain vaiheessa sosiaalisen median maailmaan olisi suorastaan *pakko osallistua*. Talvitie-Lamberg, Lehtinen ja Valtonen (tulossa) puhuvat pakotetusta näkyvyydestä, jota alustatalous edellyttää, koska esimerkiksi työnhakija ei ole olemassa, jos hänestä ei jää näkyvää jälkeä sosiaaliseen mediaan. Myös haastateltavat toivat esiin jo aiemmin mainitun ”työelämän somekanavan”, LinkedInin, joka arvioitiin lähes välttämättömäksi monissa ammatillisissa yhteyksissä.

Täähän kyllä on tää LinkedIn [...] Itse asiassa se on yksi ehkä esimerkki tästä pakollisuudesta, että mä luulen, että jos lähtisin nyt hakemaan uutta työpaikkaa niin voi olla että, ja mun mies ainakin silloin kun se haki uutta työpaikkaa niin hän teki silloin profiilin sinne. Että se voi olla, että se on yksi tämmöinen jo aika ehkä pakollinen tietyillä aloilla. (Nainen, 41)

43-vuotias nainen mietti, että lasten harrastuksiin liittyvä yhteydenpito saattaisi jossain vaiheessa edellyttää profiilin tekemistä esimerkiksi Facebookiin. Esiin tuli myös huomio, että kirjautuminen erilaisiin sähköisiin palveluihin on tehty helpommaksi sosiaalisen median tilien kautta.

Mä ajattelin silloin aluksi, että no kai toi jossain vaiheessa on pakko mennä [Facebookiin], että jotenkin ajattelin silloin että se tehdään sillä tavalla, että asiat vaan hoituu sitä kautta, että et sä pysty enää mitään muuta kautta tekemään jotain tiettyjä asioita. Ja onhan nyt tosi paljon ollut näitä, että moneen palveluun pystyy kirjautumaan sitten sinne jollain Facebook-tilillä tai muulla tavalla ja sitten se, että jos sä teet sinne ihan normaalit tunnukset niin se on tehty sitten taas vaikeammaksi. (Mies, 40)

Talvitie-Lambergin, Lehtisen ja Valtosen (tulossa) tutkimuksen osallistujina oli haavoittuviin ryhmiin kuuluvia kuten ikääntyneitä, työttömiä ja paperittomia, joille näkyvyys tai näkymättömyys ei aina ollut oma valinta. Kokemusta tällaisesta ”pakotetusta” näkyvyydestä oli kertynyt osalle omista haastateltavistani. Noin 60-vuotias

mies oli osallistunut sosiaalisen median kursseille työllistämistoimien piirissä, ja perustanutkin tilin Facebookiin löytääkseen kimppakyytejä työpaikalleen toiselle paikakunnalle. Kun kyytiä tai seuraa ei löytynyt, loppui myös alustan käyttö. 40-vuotias mies puolestaan perusti tilin LinkedIniin täsmätoimena yksittäistä työnhakua varten. Hän poisti tilinsä saman tien, kun haku oli ohi ja työpaikka saatu.

4.2 Uutisten välttelyn merkitykset

Toisen tutkimuskysymykseni aihetta, uutisten välttelyn strategioita kartoittaakseni tutkin haastateltavieni puhetta ja päiväkirja-aineistoa nimenomaan uutisiin liittyen. Edellisessä luvussa kuvasin, kuinka sosiaalisen median ei-käytön merkitykset liittyvät identiteettiin, luottamuksen kysymyksiin, suojautumiseen, kohtaamisen tematiikkaan sekä sosiaalisen median imuun. Suhteessa uutisten välttelyyn haastateltavieni puheesta löytyi kolme merkityskokonaisuutta: uutisten välttely suojautumisena, luottamuksen puutteesta johtuva uutisten välttely sekä tilanteeseen tai välineeseen liittyvä uutisten välttely. Esittelen tässä luvussa nämä uutisten välttelyn teemat, mutta ensin haluan taustoittaa hieman tutkittavieni suhdetta uutisiin. Parhaiten se onnistuu selvittämällä heidän uutisten kulutuksen tapojaan.

4.2.1 Uutisten kulutus tapana

Tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden uutisten kulutuksen tavat vaihtelivat satunnaisesta eri lähteiden ei-päivittäisestä seurailusta hyvinkin laaja-alaiseen päivittäiseen seurantaan. Lähes kaikki haastateltavat kertoivat seuraavansa ainakin jonkin verran uutisia joka päivä.

Digitaalisen median valtavan tarjonnan äärellä ihminen pyrkii toimimaan tuttujen uutisrutiiniensa mukaan runsaan valikoiman hyödyntämisen sijasta. Näin toimitaan henkisen kapasiteetin säästämiseksi ja informaatioähkyn välttämiseksi. (Broersma & Saarto 2022.) Toisaalta rutiininomaisuus uutisten seuraamisen ajankohdissa poikkeaa ajallemme tyypillisestä pitkin päivää sirottuneesta uutisten kulutuksesta, jonka mobiililaitteet ja sosiaalinen media mahdollistavat (Villi ym. 2021, 1).

Haastateltavista monilla oli varsin rutinoitunut tapa kuluttaa uutisia tiettyinä aikoina päivästä, vaikka näillä ”tapakäyttäjillä” seurannan määrä vaihteli yhdestä päivittäisestä, aamukahvihetken ajan kestävästä uutistuokiosta useiden medioiden seuraamiseen lukuisia kertoja päivässä. Esimerkiksi kuusikymppinen mies kuvaili media-arkeaan näin:

No vaimo aukaisee television heti aamusta. Se pauhaa siellä taustalla. Ennen pauhasi vähän sitä sun tätä, mutta nyt se pauhaa pelkkää maailmansotaa. Lehti tulee sinne laatikkoon noin sadan metrin päähän. Jos on intoa niin se tulee aamulla käytyä hakemassa. Kenties otsikkotasolla vilkaistua, ei likikään aina kun ei malta lähteä. Sitten hurauttelen sinne

työpaikalle. Autossa voi olla radio auki mennessä. Mitähän sieltä nyt mahtaisi tullakaan ennen kaheksaa, ei ole uutisia varmaan juuri siinä vaiheessa, mutta onhan se mediaa, muutki ku uutiset. Sitten siellä töissä kun menen yheksän maissa kahville jos ei satu olemaan asiakasvarausta juuri silloin niin sinne tulee sanomalehtiä ja aikakauslehtiä, jotakin tuommosia. Niitä jos ei ole parempaa seuraa tarjolla, niin sitten tulee niitä lehtiä kahottua siinä. Sitten siitä eteenpäin. Sitä ei välttämättä mulla se media siinä päivässä työpäivän aikaan vaikutakaan. Ennen kuin palaan sitten illalla takaisin kotiin ja luen vähän tarkemmin sitä päivälehteä sitten siinä ja. Tuleehan sieltä telkkarista sitten vähintään niitä uutisia ja sitä minulle tärkeitä urheilua katsottua, vaikka vähemmänhän sitä arkena tulee, viikonloppuihinhan se sijoittuu. (Mies, n. 60)

Kahdella haastateltavalla oli jo valmiiksi runsaan uutisten kulutuksen lisäksi tarve laajentaa uutisseurantaansa vielä enemmän, vaikka esimerkiksi 41-vuotiaalla naisella esteeksi näytti muodostuvan käytettävissä olevan ajan loppuminen kesken. Hän kertoi esimerkiksi pyrkinensä lukemaan Helsingin Sanomien verkkotilaukseen lisäetuna kuulunutta Wall Street Journalin verkkolehteä, mutta todenneensa, ettei aika riitä sen säännölliseen seuraamiseen. Lisäksi hän pohti mahdollisuuksia saada luotettavaa tietoa myös muista maailmankolkista ja erilaisista näkökulmista kuin mitä Suomessa on yleensä tarjolla.

Jos haluat vaikka Lähi-idän uutisista tietoa niin onko esimerkiksi joku, mikä se on, Al-Jazeera? Onko se esimerkiksi luotettava, mä en yhtään, ne ei ole mulle tuttuja ollenkaan, että tiedän esimerkiksi, että semmoinen on olemassa se semmoinen, joka kattavasti ilmeisesti tämmöistä kertoo täältä Lähi-idästä vaikka uutisia, mutta mä en osaa yhtään sanoa onko se joku paikallinen Fox News sitten kuitenkin, tai kauhean vaikea tehdä semmoista arviota. Se on mulle jotenkin aika vieras maailma sitten, tietyt maantieteelliset alueet. (Nainen, 41)

Useita kieliä puhuva, ulkomailla mediaseurantaa osana työtäänkin tehnyt 57-vuotias mies puolestaan harmitteli, ettei ole vieläkin kielitaitoisempi, koska haluaisi ymmärtää paremmin erikielisten ja eri maissa julkaistavien uutisten sävyjä ja merkityksiä.

Mua kiinnostaa erittäin paljon se, että miksi joku asia johtuu johonkin ja mitä siitä voisi olla jatkossa seurauksena. Sen takia se uutisten ymmärtäminen syvemmlä ja se laajempi näkemys niin on mielestäni ihan välttämätöntä. Jos seuraa vaan yhtä mediaa, siitä syntyy yleensä aika yksipuolinen kuva. Mun rouva koittaa panostaa tai patistaa minua usein siihen, että seuraapas vaikka Novostia Ylellä eli siis venäjänkielisiä uutisia. No mä sivusilmällä välillä sitä katselen. Mua harmittaa se että ku mä en puhu venäjää niin minulta jää se tavallaan se diskurssi ymmärtämättä. (Mies, 57)

Aiemmissa tutkimuksissa uutiskulutuksesta onkin tunnistettu eri ryhmiä kaikiruokaisista uutisten raskaan sarjan käyttäjistä satunnaisiin käyttäjiin, minimalisteihin tai uutisten välttelijöihin (Andersen ym. 2022, 240). Uudessa paneelidataan perustuvassa tutkimuksessaan Andersen ym. (2022, 254) nimesivät neljä uutisrepertuaarin eli totunnaisten uutislähdevalikoimien mukaista ryhmää: julkiseen palveluun orientoituneet traditionalistit, minimalistit, sitoutuneet pluralistit ja laatuorientoituneet tutkimusmatkailijat. Kaikkia näitä löytyi myös haastateltavieni joukosta: 40-vuotias mies ja 41-vuotias nainen ovat laatu-tietoisia tutkimusmatkailijoita, jotka perinteisten luotettavien uutislähteiden lisäksi saavat toisinaan informaatiota myös vaihtoehtoisista

lähteistä (kuten seuraamastaan amerikkalaisesta Bill Maher Show’sta), kun taas 57-vuotias ja kuusikymppinen mies molemmat täyttävät julkiseen palveluun orientoituneiden traditionalistien tunnusmerkit: he ovat hieman vanhempia, kiinnostuneita uutisista ja luottavat valtavirtamediaan. Minimalistien kategoriaan sopii 43-vuotias nainen, joka seuraa uutisia vain kerran päivässä, kun taas 41-vuotias mies, joka tuntee vähäistä luottamusta valtavirtamediaa kohtaan, mutta silti seuraa sitä satunnaisesti vaihtoehtoisten uutislähteiden kuten MV-lehden, Tokentuben ja muiden YouTube-kanavien ohella, kuuluisi määritelmän mukaisesti sitoutuneiden pluralistien joukkoon – he kuluttavat runsaasti uutisia, myös vaihtoehtoisista lähteistä. Vaikka hän itse ilmaisi, ettei pidä uutisia kovin tärkeinä, haastattelussa kävi ilmi, että hänellä oli tapana etsiä runsaasti erilaisiin ajankohtaisiin teemoihin liittyvää informaatiota verkossa.

Uutismedian käyttötavat heijastelivat pääosin aikaisemmassa tutkimuksessa esiin tulleita iän mukaisia käyttötapoja, vaikka tuloksia ei näin pienen otoksen kohdalla voida yleistää. Ghersetti ja Westlund (2018, 1047) havaitsivat, että ns. baby boomerit (vuosina 1946–64 syntyneet, joihin kaksi vanhinta osallistujaa kuuluvat) käyttivät ensisijaisesti tv:tä, radiota ja sanomalehteä uutislähteenään, kun taas ”DotNet”-sukupolvi (vuoden 1975 jälkeen syntyneet, kuten loput osallistujat) kuluttivat verkko- ja mobiiliuutisia eniten heti sosiaalisen median uutistarjonnan jälkeen. Omista haastateltavistani lähellä kuuttakymmentä ikävuotta olevat osallistujat luottivat perinteisiin sanomalehtiin, televisioon ja radioon sekä teksti-tv:hen, kun taas nelikymppisillä uutisvälineenä oli pääsääntöisesti älypuhelin ja sen kautta seurattavat uutismediat. 41-vuotias mies tosin käytti älypuhelimien sijaan tietokonetta tiedonhakuun. Tutkimukseen osallistunut pariskunta, 41-vuotias nainen ja 40-vuotias mies, taas täydensivät uutiskulutustaan paperisella Suomen Kuvalehdellä. He myös seurasivat joka ilta Ylen pääuutislähetystä, kun Ghersettin ja Westlundin (2018) mukaan DotNet-sukupolvesta vain joka kymmenes seuraa uutisia päivittäin perinteisestä mediasta.

4.2.2 Uutisten välttely suojautumisena

Kuten saattoi odottaa, yhteenkään haastateltavistani ei sovi sellainen uutisvälttelyn tahaton muoto, joka johtuu sosiaalisen median viihdettä ja muuta sisältöä syöttävistä ja uutissisällöt syrjäyttävistä algoritmeista – eiväthän he juuri käytä sosiaalista mediaa (ks. esim. Villi ym. 2021, 2). Monet haastateltavistani vaikuttivat lisäksi ensi silmäyksellä lähes intohimoisilta uutisten kuluttajilta, mikä sai minut epäilemään koko uutisten välttelyä koskevan tutkimuskysymykseni mielekkyyttä. Tarkempi aineistoon syventyminen kuitenkin paljasti, että heillä oli kaikilla ainakin toisinaan käytössään erilaisia uutisten välttelyyn liittyviä strategioita, joita käyn läpi seuraavaksi.

Selvimmän uutisten välttely ilmenee kahdessa teemassa, jotka ovat suojautuminen ja luottamuksen puute. *Suojautumisen* teema käsittää sellaisen välttelyn, jolla pyritään suojautumaan uutisten aiheuttamilta *negatiivisilta tunteilta* tai *kuormitukselta*.

Haastatteleman 43-vuotias nainen oli rajannut oman uutiskulutuksensa (satunnaisia poikkeuksia lukuun ottamatta) vain yhteen, aamukahvin mittaiseen tuokioon päivittäin, jolloin hän luki Helsingin Sanomien verkkouutisia älypuhelimellaan. Hän kertoi aikaisemmin kuunnelleensa aamuisin uutisia radiosta, mutta lopettaneensa tavallaan *surullisia tunteita* aiheuttaneen tapauksen jälkeen, ja rajoittaneensa muutenkin uutisten seurantaa itseään suojellakseen.

Mulla oli joskus aikanaan sellainen, kuuntelinkohan mä aamuisin radiosta, mutta tästä on siis 20 vuotta ainakin aikaa, niin mä kuuntelin radiouutiset aamuisin. Niin siellä oli sellainen Anton-poika, joka oli kadonnut ja sitten tavallaan siitä puhuttiin pitkään. En muista että loppuko se mun aamuradion kuuntelu, ehkä jopa loppui siihen, niin sitten kun eräänä aamuna oli silleen et Anton-poika on löydetty, ja mä olin ihan et jes – kuolleena. Niin sitten mä totesin et tavallaan, et se jäi mulle tosi, mä muistan sen edelleen nimen ja näin, niin sitten tavallaan et mä oon aika lailla silleen herkkä kuitenkin, niin sitten mä ehkä osin vähän suojelen itseäni, että mä en sit tutustu liikaa ja sit mä en myöskään sen takia niin kun lue yleensä uutisia illalla, ettei ne tule uniin. (Nainen, 43)

Lopettamalla radion kuuntelun 43-vuotias nainen siis otti haltuun uutisten kulutuksensa hallinnan. Utustarjonnan hallinta, toisin sanoen sen valitseminen mitä uutisia kuluttaa, tuli esiin myös Aharonin ym. (2021, 51–52) tutkimuksessa syynä välttää mm. televisiota uutisvälineenä. Tutkimuksessa haastatellut nuoret aikuiset halusivat itse kuratoida uutispalettiaan sen sijaan, että joku tekee valinnan heidän puolestaan. Jopa perinteinen sanomalehti koettiin tästä näkökulmasta televisiota tai radiota paremmaksi vaihtoehdoksi.

43-vuotias nainen kertoi lisäksi välttävänsä esimerkiksi väkivaltarikoksista kertovia uutisia suojellakseen itseään. Tällaiset emotionaaliset uutisten välttelyn vaikuttimet ovat tavallisia nuorilla ja naisilla, ja ne liittyvät esimerkiksi onnettomuus- tai terrorismiuutisten aiheuttamiin tunteisiin, kuten pelkoon ja vihaan (Villi ym. 2021, 9–10). Myös muilla haastateltavilla oli tiettyihin aihepiireihin liittyvää välttelyä, joka johtui itsesuojelusta. 41-vuotiaalla naisella suojautuminen koski eläimiin ja ympäristöön liittyviä synkkiä uutisia.

[...] joskus voi jopa tehdä semmoisen päätöksen, että ei vaikka lue jotain tiettytyyppisiä uutisia. Et voi tulla, et sä tiedät jo etukäteen, että se on jotenkin vaikka niin jotenkin surullista tai ahdistavaa. Mä esimerkiksi, koska mä oon tosi eläinrakas ihminen, niin mä kyllä ihan aktiivisesti välttelen, että vaikka minulle tulisi vaikka joku Animalian tai WWF:n niitä tukilehtiä, niin ei niitä tule luettua, koska vaikka niissä voi olla positiivisiakin uutisia, mutta sitten taas toisaalta niissä on myös niin semmoista musertavaa, niinku semmoisia että tosi surullista, niin mä en oikein jotenkin esimerkiksi eläimiin liittyvää, niin en ehkä halua lukea semmoisia, tai tämmöiseen vaikka tähän luontokatoon, tähän sukupuuttoaaltoon ja tämmöiseen, niin ne on aina, et mä jopa ehkä nykyään välttelen sellaisia uutisia, että niistä tulee niin surullinen olo. (Nainen, 41)

Samalla 41-vuotiaalla naisella kaikki raskaat aiheet eivät kuitenkaan aiheutta- neet välttelyä, vaan hän saattoi miehelleen jopa päivitellä sitä, miksi käyttää vapaa- aikaansa lukemalla vaikkapa Kiinan ihmisoikeustilannetta koskevia artikkeleita, jotka aiheuttavat ”maailmantuskaa”. On todettu, että uutisten kuluttajat valittavat samoista negatiivisuuden, epäluotettavuuden tai ajan riittämättömyyden teemoista kuin

välttelijätkin, mutta sosioekonomiset tekijät ja uutisten seurannan kokeminen eräänlaiseksi kansalaisvelvollisuudeksi erottavat välttelijöitä ja kuluttajia toisistaan (Palmer & Toff 2020, 1646). Haastateltavat totesivatkin, että myös ikäviä uutisia on seurattava, ainakin silloin kun ne tulevat lähelle, ja että huonoistakin uutisista voi oppia jotain.

No ehkä mä en ihan kaikkia maailman kriisejä ja sotia ja tuommosia niin aktiivisesti seuraa, mutta tämä nykyinen tuntuu, että tämä on pakko nyt kyllä jossain määrin seuratakin ja pysyä kartalla, koska tämä voi olla, että tulee koskettamaan myös meitä. (Mies, n. 60)

Mun mielestä kaikki tieto on ihan OK. Myös se huono tieto mikä tulee, että sitten voi vähän hymähdellä, että no joo, joku voi noinkin tästä asiasta ajatella, että mun pitää ymmärtää sitäkin. (Mies, 57)

Kuormittavuus tuli esille yhtenä suojautumisen aiheena, vaikka se ei ollutkaan haastateltavieni kohdalla huomattavan suuri välttelyn aiheuttaja. Tämä johtunee ainakin osittain siitä, että he eivät jatkuvasti altistuneet uutisille, kuten sosiaalisen median aktiivisille käyttäjille helposti tapahtuu (Villi ym. 2021, 10).

Vaikka haastateltavani eivät käytä sosiaalista mediaa, osa heistä pyrki suojelemaan itseään uutiskuormitukselta ja ”informaatioähkyiltä”. Monet mainitsivat, että joko heillä itsellään tai lähipiirillä oli täyttynyt mitta koronauutisoinnista, mutta myös vastakkaisia näkemyksiä ilmeni, sillä osa haastateltavista kaipasi erityisesti tietoa ajankohtaisista koronarajoituksista esimerkiksi harrastusten tai lasten koulun takia.

41-vuotias mies koki uutisten ylipäättään toistavan samoja asioita ja johtavan informaatioähkyyn, mikä sai hänet toisinaan välttelemään uutisia. Hän myös teki tietoisensa valinnan vastustaa uutisten seuraamista tapana.

No ehkä vähäsen joo, välillä sitäkin [halua vältellä uutisia] ollut. Ku ei vaan kerta kaikkiaan jaksa. Et tuntuu että ne samat asiat alkaa tulla niin korvista ulos. [...] Senkin huomannut, että kun on jättänyt semmoisen ylimääräisen, ettei ota siitä semmoista, että nyt olisi pakko katsoa jotain uutisia tai jotain, että katsoo silloin kun se tuntuu siltä, että se on hyvä ratkaisu. (Mies, 41)

Useimmilla haastateltavista uutisten seuraaminen oli rajattu tiettyihin aikoihin tai tilanteisiin, eivätkä he yleensä esimerkiksi työpäivän aikana juuri altistuneet uutisille. Niillä haastateltavilla, jotka käyttivät mobiililaitteita uutisten seuraamiseen, ei esimerkiksi ollut käytössään uutishälytyksiä. He valitsivat tietoisesti ajan ja kanavan uutisten seuraamiseen ja huolehtivat siten itse proaktiivisesti sopivasta uutisten kuormituksen tasosta.

4.2.3 Luottamuksen puutteesta johtuva uutisten välttely

Toinen aineistossa ilmennyt syy uutisten välttelylle oli *luottamuksen puute*, joka ilmeni epäluottamuksena *valtavirtamediaa kohtaan sekä iltapäivälehtiä ja klikkiotsikoita kohtaan*. Suomessa luottamus uutisiin on maailman huippuluokkaa: luottamus uutisiin oli uusimman Reuters-instituutin Digital News Reportin mukaan jopa noussut pandemian ensimmäisenä vuonna 9 prosenttiyksikköä 65 prosenttiin, kasvattaen entisestään eroa

muissa maissa koettuun uutisluottamukseen. Luottamus uutisiin on kuitenkin Suomessakin ollut ennen koronapandemiaa laskusuunnassa. (Reunanen 2021b, 46.)

Alhaisen uutisluottamuksen on nähty olevan yhteydessä sosiaalisen median käyttöön. Tämän on arvioitu liittyvän yleiseen skeptisyyteen, jolla sosiaalisen median käyttäjät suhtautuvat alustoilla jaettuun informaatioon. (Park ym. 2020, 84.) Myös Reuters-instituutin mukaan suomalaisten luottamus uutisiin sosiaalisessa mediassa on huomattavasti yleistä uutisluottamusta alhaisempi, vain 18 prosenttia (Reunanen 2021b, 47–48).

Pääosa tutkimukseni haastateltavista koki uutismediat enimmäkseen luotettaviksi, mikä sopii hyvin yhteen aiemman tutkimuksen kanssa: he saavat uutisensa muualta kuin sosiaalisesta mediasta, ja kokevat luottamusta erityisesti itse valitsemiinsa uutismedioihin, kuten suurin osa suomalaisista (Reunanen 2021b, 46). Yksi haastateltavista poikkesi kuitenkin tästä näkemyksestä varsin selkeästi. 41-vuotias mies tunsi syvää epäluuloa *valtavirtamediaa* kohtaan ja pyrki etsimään tietoa vaihtoehtoisista lähteistä:

Uutisia en juurikaan seuraa varsinkaan ns. mainstream mediasta. Jonkin verran saatan katsella maailman tapahtumista youtubesta mm. La Palman tulivuoren purkausta ja muita katastrofeja sekä joidenkin toisinajattelijoiden ajatuksia. Pyrin tarkastelemaan kaikkea hyvin kriittisesti ja viimevuosina olen ollut aika huolissani siitä miten yksi puolista uutisointi on lähestulkoon kaikissa medioissa. Denzel Washington sanoi jollain videolla aika osuvasti "If you don't watch news you are uninformed but if you watch news you are misinformed", tämän ollen kokenyt pitävän hyvin paikkaansa valitettavasti ja sen takia en tuhlaa aikaani uutisten katseluun. [...] Mielestäni medialla ei ole mitään muuta tarkoitusta kuin aivopestä ihmisiä. Kannattaa tutustua mm. CIA operaatio *mocking birdiin*... (Mies, 41 - päiväkirjaote)

Epäluottamus johtui 41-vuotiaan miehen mukaan hänen kokemastaan uutisjournalismin heikosta tasosta. Lisäksi hänen mukaansa media on vääristelty tapahtumia, ja tilanteita on ajankohtaisohjelmissa lavastettu. Tämä mies oli haastateltavista ainoa, joka kertoi pitempiaikaisesta sosiaalisen median käytöstä, vaikkakin siitä oli vuosia aikaa. Hän tosin edelleen etsi tietoa esimerkiksi YouTubesta, joka on liitetty vaihtoehtoisten uutisnäkökulmien hankkimiseen (ks. esim. Andı 2021, 53). Sosiaalisen median käytöllä tärkeimpänä uutislähteenä on havaittu olevan yhteys tietoiseen uutisten välttelyyn, tosin aihetta tutkineet Toff ja Kalogeropoulos (2020) arvelivat, että ihmiset mainitsevat sosiaalisen median uutislähteekseen juuri siitä syystä, että välttelevät perinteisiä uutislähteitä.

Luottamuksen puutteeseen liittyy myös tunne siitä, ettei itse pysty vaikuttamaan asioihin, jolloin uutiset voi yhtä hyvin vain jättää väliin tai niiden ei anna kuormittaa itseään. Tämän on aiemmin havaittu olevan yhteydessä uutisten välttelyyn (Palmer & Toff 2020, 1646). Kokemusta tästä ns. poliittisen kyvykkyyden puuttumisesta oli kahdella haastateltavista:

Ei ole välttämättä kauhean hyviä uutisia kauheasti, niin sitten tavallaan se, ettei turhaan kuormita itseään asioilla, joihin ei sillä tavalla voi vaikuttaa, että sitten jonkun esimerkiksi ilmastonmuutoksen eteen tietysti tekee sen mitä itse voi, että pyrkii valinnoillaan

vaikuttamaan, ja olen kasvissyöjä ja näin. Mutta että tavallaan sitten se, että siihen isompaan poliittisen ilmastokeskusteluun niin minulla ei ole tarvetta sen syvemmälle mennä. (Nainen, 43)

Loppujen lopuksi mitä siitä sitten hyötyy siitä uutisten seuraamisesta, että voiko niihin asioihin mitä siellä tapahtuu, niin oikeasti vaikuttaa jotenkin. (Mies, 41)

Luottamuksen puute kohdistui muilla haastateltavilla tiettyihin medioihin, yleensä *iltapäivälehtiin*, joiden seuraamista he välttivät. Niihin ei suoraan viitattu epäluotettavina, vaan todettiin, että omat uutislähteet ovat valikoituneet niiden luotettavuuden takia. Iltapäivälehtien välttelyn syyksi mainittiin pääsääntöisesti niiden köykäiseksi koettu, sensaatiomainen tai julkisjuoruihin painottuva sisältö, jollaista joidenkin haastateltavien käsityksen mukaan myös sosiaalinen media tarjoilee.

No iltalehdet on mennyt vähän sellaiseksi, että ne on yhtä kuin Seiska että niissä ei hirveästi enää eroa ole, hirveästi kuvia ja sitten joku semmoinen pieni raflaava teksti sinne isketty perään ja sillä sitten yrittää saada ihmisiä klikkaamaan ja sitten se on se joku Atrian tai HK:n mainos vieressä, niin se on varmaan se mitä siinä sitten enemmän myydään ja sen takia se on tehty. (Mies, 40)

Myös *klikkiotsikot* aiheuttivat pistemäistä välttelyä, jonka voi katsoa liittyvän luottamuksen puutteeseen – klikkiotsikoiden ei koettu antavan oikeaa kuvaa asiasta tai ne herättivät ärsytystä.

Tää on mun tällöinen yhden ihmisen boikotti, mutta jätän niinku tarkoituksella, vaikka mua ehkä kiinnostaisikin, niin sellaiset otsikot lukematta kuin että "Oletko aina pessyt lautaset väärin" -tyyppiset, et katso tästä, että just nää tällöiset tietyn tyyppiset uutiset missä, tiedät varmaan mitä tarkoitan, niin oikein jätän lukematta tarkoituksella ja valitettavasti Hesarissa niitä esimerkiksi välillä on. (Nainen, 41)

4.2.4 Tilanteeseen tai välineeseen liittyvä uutisten välttely

Yhtenä uutisten välttelyn ulottuvuutena voi pitää myös *aikaan, tilanteeseen tai välineeseen* sidottua välttelyä. Kuten totesin aiemmin, useimmilla haastateltavista uutisten seuraaminen oli varsin selkeästi rytmitettyä ja tiettyihin päivän hetkiin tai tilanteisiin sidottua. Selvimmin tämä näkyi 43-vuotiaan naisen arjessa, johon kuului vain yksi uutishetki päivässä, mutta moni muukin mainitsi esimerkiksi rajanneensa uutisten seuraamisen kokonaan työajan ulkopuolelle. Työtietokonetta ei käytetty uutisten tarkistamiseen, eikä radiokaan yleensä ollut auki työpäivän aikana.

Nyt jos maailmansota syttyy, minä saan siitä tietää vasta illalla kotona uutisia katsoessa, ellei joku sitten soita tai laita tekstiviestiä asiasta. Töissä ollaan töissä, asiakkaita varten, eikä vilkuilla maailman menoa mistään, vaikka se tietenkin työkoneelta käsin mahdollista olisikin. (Mies, 60 - päiväkirjaote)

Moni mainitsi myös eräänlaisen loman ottamisen uutisista. Tämä oli kiinnostava havainto, koska se ei liittynyt uutisten kuormittavuuteen tai koukuttavuuteen, kuten aiemmassa tutkimuksessa on havaittu (ks. esim. Aharoni ym. 2021, 53–54 ja Villi ym.

2021, 7), vaan se näytti liittyvän vapaalle vaihtamiseen ja arjesta irtautumiseen. Erityisesti mökillä koettiin vapauttavaksi se, ettei uutisia ollut jatkuvasti tarjolla.

Jos on vaikka mökillä, niin kyllä se hyvin herkästi menee luuri kiinni. Eihän siinä tuu tehtyy mitään sen ihmeempää, kun sitten vaan oltua ja luettua ehkä jotain hyvää kirjaa tai lämmiteltyä saunaa ja muuta tällaista näin, että en sano että se on semmoista välttämätöntä, mutta se on myös ihan kiva sit vaan irtautua kaikesta ja antaa olla ja keskittyä johonkin muuhun. Että se on myös varmaan yksi tämmöinen niinku rentoutumisen keino, että olen joskus kokeillut tätä sitten ihan tota keskustassakin, mutta ei oikein sillä tavalla toimi, että tuntuu että ne [uutiset] koko ajan kyllä puskee sitten jostain. (Mies, 40)

Osa haastateltavista vastusti aktiivisesti *digiteknologian käyttöä* uutisten seuraamiseen. Kuusikymppinen ja 57-vuotias mies kieltäytyivät käyttämästä älypuhelimta – tosin kuusikymppisellä sellainen oli työpuhelimena, mutta kuten edellä ilmeni, uutiset eivät kuuluneet hänellä työajalle. 57-vuotias mies mainitsi myös saavansa näyttöpäätteen katselemisesta tarpeekseen työpäivän aikana ja etäkokouksissa, eikä sen vuoksi halunnut käyttää sitä uutisvälineenä.

4.3 Sosiaalisen median ei-käyttö ja uutisten välttely

Olen edellä esitellyt tutkimuskysymysten perusteella tunnistamiani sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn teemoja keräämästäni aineistosta. Viiden sosiaalisen median ei-käytön merkityksen ja kolmen uutisten välttelystrategian joukosta tunnistin kaksi yhtenevää teemaa: suojautumiseen ja luottamukseen liittyvät teemat. Tässä luvussa arvioin näiden teemojen kautta, miten sosiaalisen median ei-käyttö ja uutisten välttely voivat liittyä toisiinsa.

Suojautumisen teeman sisällä molempia ilmiöitä koskeva yhteinen nimittäjä oli kuormittumiselta suojautuminen. Uutisten välttelyn osalta suojautuminen koski toistuvia tai runsaasti esillä olevia aiheita, kuten koronapandemiaan liittyvää uutisointia tai haastattelujen teon aikaan kärjistyneitä Venäjän ja Ukrainan suhteita, joiden jatkuvaa seuranta uutismedioissa yksi haastateltavista kuvaili pelotteluksi:

No nyt on taas, koronan myötä Suomessakin meni siihen että toi uutisointi meni tällaiseksi, että siellä junnataan sitä yhtä aihetta aina sitten hyvin voimakkaasti ja silleen, että siitä haetaan aina jotain uusia juttuja ja vähän semmoinen. Ainakin mun mielestä se meni aika pitkälle semmoiseksi pelotteluksi, niin nyt on sitten Ukrainassa Ukraina ja Venäjä hyvin lähellä sotaa. Niin siitähän on tällainen, Hesarin sivullakin on sellainen, että se on se aktiivinen pallura että Hesari seuraa ja sit ne koko ajan täyttää sitä, että jotain uutta on tapahtunut, vaikka pakosti ei ole mitään uutta tietoa tai muuta, niin sitten siitä tehdään tämmöinen seuranta. Ja kirjoitetaan ihan hirveesti juttuja, että sen kanssa voisi viettää varmaan koko päivän jos haluaisi, ni sieltä tulisi ainakin jonkinlaista niinku mikrouutista ja muuta sitten koko ajan. (Mies, 40)

40-vuotias mies itse suhtautui uutisiin hyvin pragmaattisesti, eikä kokenut tarvetta ottaa etäisyyttä edes toistuviin aiheisiin. Yksi syy tähän saattaa olla se, ettei hän viettänyt aikaa sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median käytöllä uutislähteenä on

havaittu erityinen yhteys uutisten aiheuttamaan ylikuormitukseen, toisin kuin perinteisen uutismedian seurannalla (Park 2019, 2). Sosiaalisen median ja jatkuvan uutistalutuksen aiheuttama informaatiokuorma voi Parkin (emt, 3) näkemyksen mukaan johtaa siihen, että yksilö "sulkeutuu" kognitiivisesti ja lakkaa pitämästä uutisten kuuttamista tärkeänä. Tämän lisäksi ihmisillä on Parkin mukaan taipumus vältellä hankalilta tuntuvia asioita, kuten kuormittavia uutisia.

Sosiaalisen median kuormittavuus oli tullut haastateltavilleni – niille heistä, jotka olivat somea kokeilleet – ilmi suhteellisen nopeasti, kuten aiemmin kerrotut esimerkit Twitterin myrkyllisyydestä ja LinkedIn-profilin luonnin aiheuttamasta sähköpostivyörystä kuvastivat. Heillä oli myös kuulopuheiden kautta mielikuva siitä, että sosiaalisen median läsnäolo edellyttää monenlaista hallinnointia ja ylläpitoa, jotka eivät heitä houkutelleet. Siinä missä uutisten kuormittavuudelta suojauduttiin paketoimalla uutisarki rutinoituihin aikatauluihin ja annostelemalla sitä sopivasti kunkin oman hyväksi havaitun reseptin mukaan, ei sosiaaliseen mediaan kuitenkaan haluttu soveltaa samaa annostelutaktiikkaa, vaan siitä jäätiin kokonaan ulkopuolelle.

Pääosin aineistossani sosiaalisen median ei-käyttö ei näytä johtaneen "totaalikieltäytymiseen" eli myös uutisten täydelliseen välttelyyn. Yhden haastateltavan kohdalla sosiaalisen median ei-käyttö ja uutisvälttely kohtasivat, sillä hän ilmoitti pääosin välttävänsä uutisten seuraamista valtavirtamediasta ja hakevansa tietoa muista kanavista. Vaikka hän ei käyttänyt sosiaalista mediaa omaan jakamiseen, hän kuitenkin käytti sosiaalisena mediana pidettävää YouTubea tietolähteenään:

Uutisia en juurikaan seuraa varsinkaan ns. mainstream mediasta. Jonkin verran saatan katsella maailman tapahtumista youtubesta mm. La Palman tulivuoren purkausta ja muita katastrofeja sekä joidenkin toisinajattelijoiden ajatuksia. Pysin tarkastelemaan kaikkea hyvin kriittisesti ja viimevuosina olen ollut aika huolissani siitä miten yksi puolista uutisointi on lähestulkoon kaikissa medioissa. (Mies, 41 – päiväkirjaote)

Luottamuksen ympärille kietoutuva tematiikka jakautui sosiaalisen median osalta tietojen keruun, muiden käyttäjien toiminnan ja sosiaalisessa mediassa jaettavien tietojen luotettavuuden alateemoihin. Uutisten kontekstissa luottamus käsitti toisaalta epäluuloa mediaa kohtaan yleensä, toisaalta torjuvaa suhtautumista iltapäivälehtiin ja klikkiotsikoihin. Siinä missä sosiaalisessa mediassa jaettavan tiedon laatu ja paikkansapitävyys herätti haastateltavissa epäluottamusta, piti suurin osa haastateltavista perinteistä uutismediaa – olipa kyse perinteisistä tai digitaalisista julkaisukanavista – enimmäkseen luotettavana.

Park ym. (2020, 89) huomauttavat, että uutisluottamuksen globaalia heikkene- mistä on edesauttanut nimenomaan sosiaalisen median yleistymisen uutislähteenä tai väylänä muihin uutislähteisiin. Tulokset näyttävät kuitenkin maa- eikä yksilötasolla verrattaessa yleistä luottamusta uutisiin ja sosiaalisen median käyttöä uutislähteenä. Suomessa uutisten äärelle hakeudutaan verkossa muihin maihin verrattuna selvästi enemmän menemällä suoraan uutissivustoille tai -sovelluksiin ja vastaavasti vähemmän sosiaalisen median kautta (Reunanen 2021b, 16). Erityisesti silloin, kun

sosiaalinen media on pääuutislähteenä suosittu, se on maatasolla yhteydessä korkeampaan epäluottamukseen ja alhaisempaan luottamukseen uutisia kohtaan yleisesti (Park ym. 2020, 90). Kuten aiemmin todettiin, suomalaisista vain noin 9 prosenttia ilmoittaa sosiaalisen median pääuutislähteekseen, mutta 18–24-vuotiaiden kohdalla lukema on jo 31 prosenttia (Reunanen 2021b, 9–11).

Tutkimukseeni osallistuneiden henkilöiden kohdalla sosiaalinen media ei toiminut sen paremmin uutislähteenä kuin väylänä uutisiin, lukuun ottamatta yhtä haastateltavaa, joka kertoi käyttävänsä YouTubea tiedonlähteenään. Hän myös osoitti osallistujista selkeästi suurinta epäluottamusta uutisia kohtaan, joskin korosti ylipäättään kriittisyyttä kaikkea verkossa saatavilla olevaa tietoa kohtaan. Muiden osallistujien puheissa luotettavuus yhdistyi ennen muuta tunnettuun uutisbrändiin.

En tunnistanut aineistosta yksiselitteistä yhteyttä sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn välillä. Valtaosa tutkimukseen osallistuneista kulutti uutisia rutiininomaisesti, vaikka he kieltäytyivät sosiaalisen median käytöstä. Uutisten kulutuksen määrä vaihteli osallistujien kesken satunnaisesta tai melko niukasta hyvin tiedonjanoiseen ja monia uutislähteitä hyödyntävään kulutukseen. Selkeimmin uutisia vältteli osallistuja, joka koki epäluottamusta uutismediaa kohtaan. Muiden osallistujien kohdalla välttely kohdistui joko tiettyihin, negatiivisia tunteita aiheuttaviin uutisaiheisiin tai tiettyihin medioihin, joita he eivät kokeneet luotettaviksi.

5 POHDINTA

Tutkimukseni tavoitteena oli kartoittaa, onko sosiaalisen median ei-käytöllä ja uutisten välttelykäyttäytymisellä havaittavissa yhteneväisyyksiä tai samankaltaisuuksia. Tarkastelin ensin haastateltavien sosiaalisen median ei-käyttöön liittämiä merkityksiä ja tunnistin niistä viisi teemaa: ei-käyttö identiteetin ilmentäjänä, luottamukseen liittyvät merkitykset, ei-käyttö suojautumisena, kohtaamisen merkitykset sekä sosiaalisen median imuun liittyvän teeman.

Kuvasin myös haastateltavien uutissuhdetta, joka monilla heistä näyttäytyi varsin rutinoituneena tapana. Havaitsin lisäksi suojautumiseen, luottamuksen puutteeseen ja tilanteisiin tai välineisiin liittyvää uutisten välttelyä.

Teemoja tarkastelemalla voidaan havaita sekä sosiaaliseen mediaan että uutisiin liitettyjen merkitysten kohtaavan suojautumisen ja luottamuksen teemoissa. Haastateltavat olivat tunnistaneeet aikaamme leimaavan hektisyyden, jota vastaan he pyrkivät suojautumaan erilaisin keinoin. Suojautuminen tapahtui välttämällä sosiaalista mediaa, jonka negatiivisia vaikutuksia he tunnistivat ympärillään, rajoittamalla teknologian käyttöä muutenkin ja usein myös kuluttamalla uutisia vain tiettyinä aikoina sen sijaan, että olisivat tarkistelleet niitä pitkin päivää.

Myös uutisten sisältöihin ja erityisesti negatiivisiin tai tunteita herättäviin aiheisiin liittyvää suojautumista oli havaittavissa. Itsesuojelun tunnistivat myös Villi ym. (2021) uutistenvälttelyn emotionaalisenä vaikuttimena erityisesti negatiivisuuteen liittyen. Negatiivisuus ei ollut haastateltavieni kokemuksena yleisesti uutisiin liitetty tunne, vaan se rajoittui tiettyihin aiheisiin, joita haastateltavat osasivat välttää. Esimerkiksi lasten tai eläinten kärsimys olivat tällaisia yksittäisiä aiheita, jotka ohitettiin, mutta ne eivät johtaneet uutisten täydelliseen torjumiseen tai tarpeeseen pitää niistä taukoa.

Selityksenä tälle pidän onnistunutta suojautumisstrategiaa, joka tarkoittaa uutisten lokeroimista arjessa siten, että niillä on oma aikansa ja paikkansa, eivätkä ne vyöry hallitsemattomasti päälle pitkin päivää. Kyseessä ei välttämättä ole mikään erityisen suunniteltu strategia, vaan se on tapa, jolla nämä ihmiset järjestävät digitaalisen

arkensa. Osa heistä rajaa digitaalisuuden ylipäättään niin tiukasti kuin mahdollista, eli ainoastaan työaikaan kuuluvaksi.

Haastateltavien suhteessa uutisiin korostuu toimijuus (agency): satunnaista uutiskulutusta tutkineet Mitchelstein ym. (2020) esittävät, että satunnaisuus uutiskoh- taamisissa tapahtuu jatkumolla, jonka toisessa päässä on tarkoituksellinen uutiskulu- tus. Sitä määrittelee kontrolli ja tietoinen valinta koskien kulutuksen aikaa, aihetta ja mediaa (emt, 1142). Juuri tällaista tietoista toimijuutta monet haastateltavistani osoit- tivat uutiskulutuksensa ja -välttelynsä suhteen. Vastaavasti siinä missä aikaisempi kir- jallisuus nimeää sosiaalisen median ei-käyttäjät teknofoobikoiksi, vastustajiksi tai kieltäytyjiksi, on mahdollista nähdä heidät Kennedyn (2018) tapaan dataistuneen toi- mijuutensa omistajina, jotka vetävät määrätietoisesti rajansa sen suhteen, miten hei- dän tietojään käytetään.

Toimijuus voi ilmetä Portwood-Stacerin (2013, 1049) kuvailemana performatii- visena vastustamisena, kuten ei-käytön korostettuna esille tuomisena tai haavoittu- vammassa asemassa olevien esitaistelijaksi asemoitumisena. Vastustus voi kuitenkin olla myös vähemmän näkyvää ja koskea omien tietojen luovuttamista epäselviin kau- pallisiin tarkoituksiin (ks. esim. Brown 2020). Sosiaalisen median käyttäjät kokevat di- gitaaliseksi alistumiseksi kutsuttuja avuttomuuden tunteita omien tietojensa käyttöön digitaalisilla alustoilla, mikä johtaa usein passiivisuuteen tietojen käytön kontrollin suhteen (Talvitie-Lamberg, Lehtinen & Valtonen, tulossa). Ei-käyttäjät ratkaisevat tie- tojen jakamista koskevan dilemman kategorisesti kieltäytymällä osallistumasta sosi- aaliseen mediaan.

Tietojen keruuseen liittyvä teema nousi tässä tutkimuksessa esiin juuri haasta- teltavien kokemana luottamuksen puutteena sosiaalista mediaa kohtaan. Myös sosi- aalisen median käyttäjien jakamaa tietoa pidettiin epäluotettavana, olipa kyse ihmis- ten henkilökohtaisesta elämästä tai yleisemmin kiinnostavista asioista. Tämä korostaa eroa sosiaalisen median käyttäjiin, jotka nimenomaan luottavat somessa enemmän omien kontaktiensa kuin vaikkapa uutisorganisaatioiden jakamiin uutisiin. Tämän niin kutsutun sosiaalisen filteröinnin avulla käyttäjät navigoivat sosiaalisen median informaatiotulvan keskellä. (Park 2019, 4.)

Uutisten kontekstissa pääosa haastateltavista mainitsi uutislähteidensä valinnan perusteeksi luotettavuuden ja tunnettuuden, ja useimmin mainittuja uutislähteitä oli- vat Yle, Helsingin Sanomat ja Keskisuomalainen. Yksi haastateltavista ei kertomansa mukaan luottanut näihin valtavirtamedioihin, vaan pyrki välttämään niiden seura- mista ja haki mieluummin tietoa muista lähteistä, kuten niin sanotuista vaihtoehto- medioista sekä YouTubesta. Luottamukseen liittyvää välttelyä aiheuttivat muissa haastateltavissa esimerkiksi niin sanotut klikkiotsikot sekä tietyt mediat, joihin ei luo- tettu, yleensä iltapäivälehdet.

Vaikka uutisia ei sanoitettu velvollisuudeksi, tuli useiden haastateltavien pu- heessa esiin ilmiö ”loman” pitämisestä uutisista vaihdettaessa ympäristöä kotoa mö- kille tai muuten pois arkiympyröistä. Tämä kuvastaa useimpien osallistujien yleistä

suhdetta uutisiin: niillä oli haastateltavien arjessa oma, selkeästi määritelty lokeronsa, kuten työssäkäynnillä, opiskelulla tai muilla arjessa toistuvilla asioilla, ja yhtä lailla se jäi taakse, kun irtauduttiin arjesta. Palmer ja Toff (2020, 1646) viittaavat uutisten kulu- tukseen kansalaisvelvollisuutena, joka linkittyy poliittisen kyvykkyyden (political ef- ficacy) kokemukseen – siihen, että uutiset tuntuvat koskettavan omaa elämänpiiriä, ja yksilö tuntee voivansa vaikuttaa niissä käsiteltäviin asioihin.

Onkin kiinnostavaa, että aiemmassa tutkimuksessa velvollisuudeksi on koettu myös näkyvyys sosiaalisessa mediassa (Talvitie-Lamberg, Lehtinen & Valtonen, tu- lossa): puhutaan alustojen tuottamasta pakotetusta näkyvyydestä (forced visibility). Toimeentulon ollessa riippuvainen alustan käytöstä, kuten keikkatyötä tekevillä, ei siltä poistuminen ole vaihtoehto (Treré 2021, 1672). Yhtä lailla monessa muussa työ- tehtävässä sosiaalisen median käyttö on vaatimus, tai läsnäolo ja jopa aktiivisuus Lin- kedIn-palvelussa on työnhaun kannalta lähes välttämätöntä. Tässä mielessä vapaaeh- toiset ei-käyttäjät voidaan nähdä myös etuoikeutettuna joukkona, koska heillä ylipää- tään on mahdollisuus valita ei-käyttö.

Sosiaalinen media heikentää poliittisen kyvykkyyden tunnetta, sillä sen syöt- tämä informaatiotulva saa käyttäjän helposti kokemaan uutisten aiheuttamaa ylikuor- mitusta, joka puolestaan johtaa uutisten välttelyyn (Palmer & Toff 2020, 1646). Vaikka sosiaalinen media siis luo uutisaltistuksellaan tilaisuuden kuluttaa enemmän uutisia, informaatiotulvan aiheuttama ylikuormitus saattaa aiheuttaa pikemminkin uutisten hylkäämisen (Park 2019, 8). Tästä näkökulmasta mahdollisuus jättäytyä sosiaalisen median ulkopuolelle näyttäytyy jälleen etuoikeutettuna valintana. Se mahdollistaa ylikuormitusta aiheuttavan sisältötulvan poissulkemisen ja keskittymisen itse valit- tuihin tai journalistisesti koostettuihin uutiskokonaisuuksiin.

Aineistoni perusteella on ilmeistä, että sosiaalisen median ei-käyttäjät ovat hete- rogeeninen joukko ihmisiä, joille sekä ei-käytöllä että uutisilla on erilaisia merkityksiä. Tutkimukseen etsittiin osallistujia nimenomaan sosiaalisen median ei-käytön perus- teella, joten on ymmärrettävää, että heillä on enemmän yhdistäviä tekijöitä juuri sillä saralla. Sen sijaan uutisten kulutuksen suhteen, ja siten myös uutisten välttelyn suh- teen, heidän toimintansa ja strategiansa vaihtelevat.

Kokonaisuutena haastateltavistani piirtyi kuva ihmisistä, joiden elämä on täyttää ja eheää ilman sosiaalista mediaa. Pääsääntöisesti ei-käyttö oli valinta, joka oli tehty jo varhaisessa vaiheessa. Kyse on tällöin Rogersin (2003) jaottelun perusteella käyttöö- non viivytelijoista tai Haasion (2007) typologian mukaisista kokeilijoista, jotka eivät ole ottaneet palveluita jatkuvaan käyttöön. Osalla oli vuoden tai muutamankin koke- mus sosiaalisen median kanavien käytöstä niiden alkutaipaleelta, mutta he olivat jät- täneet niiden käytön pettyneinä – myös hylkääjiä (Wyatt ym. 2002) siis kuului jouk- koon. Joillakin haastateltavista ei-käyttö yhdistyi selkeästi yleiseen digiteknologian vastustukseen, joten sen voisi myös tulkita johtuvan jopa teknofobiasta (Selwyn 2003).

Tässä näenkin tutkimukseni suurimman merkityksen suhteessa aiempiin sosiaa- lisen median ei-käyttöä koskeviin tutkimuksiin, joissa sosiaalisen median käyttö on

nähty normina ja ei-käyttö on tarkoittanut käytön (äskettäistä) lopettamista, ei niinkään vapaaehtoista käytöstä kieltäytymistä varhain tai alun alkaenkin. Kun siis ei-käyttö kehystetään performatiivisuutena ja aktivisminä ja siihen liitetään ”digitaalisen itsemurhan” kaltaisia merkityksiä (Baumer ym. 2015; Karppi 2011; Portwood-Stacer 2013), unohdetaan merkittävä joukko ihmisiä, jotka elävät omaa media-arkeaan sosiaalisen median ulkopuolella tekemättä asiasta sen suurempaa numeroa.

Tutkimuksella on arvoa myös ymmärryksen lisäämisessä ei-käytön ja uutisten välttelyn merkityksistä. Vaikka tutkittavien joukko oli ikänsä puolesta suhteellisen homogeeninen, voidaan tulosten katsoa kuvaavan laajemmin käsiteltyjä ilmiöitä.

6 LOPUKSI

6.1 Tutkimuksen arviointi

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta tulee arvioida läpi koko tutkimusprosessin ja se käsittää aineiston keruun, analysoinnin ja raportoinnin arviointia. Arvioin tutkimukseni luotettavuutta Tuomen ja Sarajärven (2018, 163–165) esittämien laadullisen tutkimuksen arviointikriteerien pohjalta.

Tutkimukseni tarkoituksena oli selvittää sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn yhteyttä kahden tutkimuskysymyksen kautta: millaisia merkityksiä tutkittavat antavat sosiaalisen median ei-käytölle, ja millaisia uutisten välttelyn tapoja he hyödyntävät. Tutkimuksen kohde on siis ilmiö, joka koskee toisaalta sosiaalisen median ei-käyttöä ja toisaalta uutisten välttelyä. Koen, että tutkimuksen tarkoitus ja kohde ovat ajankohtaisia ja merkittäviä, koska sekä sosiaalinen media että uutisjournalismi vaikuttavat keskeisesti ihmisten arkielämään ja osallisuuteen yhteiskunnassa (ks. esim. Skovsgaard & Andersen, 2022).

Olen kuvannut aineiston keruun eli haastattelujen toteutuksen ja päiväkirjojen ohjeistamisen luvussa 3, ja tutkimuksen liitteenä ovat päiväkirjan ohje sekä haastattelurunko. Samoin olen kuvannut analyysimenetelmän ja sen toteutuksen luvussa 3. Näin aineistonkeruu sekä analyysi on mahdollista toistaa myöhemmin samanlaisena.

Yhdistämällä kaksi tutkimusaineiston keruumenetelmää, päiväkirjan ja haastattelun, koen saavuttaneeni rikkaan tutkimusaineiston ja pystyneeni pääsemään syvemmälle osallistujien ajatuksiin. Tämä perustuu siihen, että osallistujat ovat jo päiväkirjajakson aikana pohtineet teemaa, ja heille on noussut siihen liittyviä ajatuksia, joita he ovat kirjanneet ylös tai ainakin pohtineet ennen haastattelua. Toisaalta myös itse tutkijana olen saanut tutustua osallistujien ajatuksiin jo etukäteen ja voinut viedä keskustelua haastattelussa syvemmälle päiväkirjojen pohjalta. On täysin mahdollista,

että pelkkä haastatteluaineisto olisi riittänyt tutkimuksen tekoon. Aineisto ei kuitenkaan olisi ollut yhtä rikas kuin nyt, ja joitakin havaintoja olisi saattanut jäädä sen vuoksi tekemättä.

En tavoitellut tutkimuksella yleistettäviä tuloksia vaan pyrin ymmärtämään ilmiötä, mikä onkin yleensä konstruktionistiseen näkökulmaan pohjaavan laadullisen tutkimuksen tavoite (ks. esim. Jokinen, 2021). Tutkimukseen osallistumisen kriteerinä oli halukkuus osallistua tutkimukseen sekä se, että tutkittava itse kokee olevansa sosiaalisen median ei-käyttäjä. En siten pyrkinyt erityisesti etsimään tietynlaisia tutkittavia, esimerkiksi mahdollisimman heterogeenista ryhmää. Etsin tutkittavia aluksi työttömien yhdistysten kautta jaetulla tutkimuskutsulla, mutta koska tämä tapa ei tuottanut riittävästi yhteydenottoja, otin käyttöön lumipallo-otannan, jota kuvasin luvussa 3.1. Tutkittavien joukko muodostui näillä otantamenelmillä jossain määrin homogeeniseksi, koska neljä osallistujista oli noin 40-vuotiaita ja kaksi puolestaan lähellä 60 ikävuotta. Tätä osallistujien suhteellista samankaltaisuutta voi pitää tutkimusta heikentävänä seikkana. Tutkittavat kuitenkin erosivat toisistaan esimerkiksi sukupuolen, työ- ja perhetilanteen sekä asuinpaikan osalta, joten en pidä heitä liian samankaltaisina laadullisen tutkimuksen näkökulmasta.

Valitsemani laadullisen näkökulman sijaan tutkimuskysymystä olisi kenties voinut lähestyä määrällisen tutkimuksen keinoin. Se olisi kuitenkin edellyttänyt huomattavan suuren sosiaalisen median ei-käyttäjien joukon löytämistä, jotta tutkimuksesta olisi saatu yleistettäviä tuloksia. Jo nyt riittävän tiedonantajamäärän saavuttaminen oli suhteellisen hankalaa. On toki mahdollista, että tutkimukseen saa helpommin osallistujia, jos se ei edellytä päiväkirjan pitämistä ja haastatteluun suostumista, vaan esimerkiksi kyselyyn vastaaminen verkossa riittää. Tutkimuskysymykset olisi toki täytynyt muotoilla eri tavoin, koska määrällinen tutkimusote ei sovellu kovin hyvin merkitysten tutkimiseen. Lomakekyselyn avulla olisin voinut kartoittaa esimerkiksi sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn yleisyyttä ja syitä jossain tietyssä ikäryhmässä tai muussa sosiodemografisessa populaatiossa. On kuitenkin huomattava, että ilmiöiden moniulotteisuus vaikuttaisi heikentävästi tämänkaltaisen tutkimuksen reliabiliteettiin.

6.2 Jatkotutkimusaiheita

Tässä tutkimuksessa sosiaalisen median ei-käyttöä ja uutisten välttelyä tutkittiin laadullisen tutkimuksen keinoin ilmiön merkitysten ymmärtämiseksi. Kun merkityksiä on nyt kartoitettu, voisi seuraava askel olla aiheesta tehty laajempi kyselytutkimus, joka toisi näkyväksi sosiaalisen median ei-käytön laajuutta. Uutisten välttelyn osalta kyselytutkimus voi olla haastavaa toteuttaa, koska välttelyn muodot voivat olla välttelijöille itselleenkin vaikeita tunnistaa.

Sen sijaan luottamuksen puute uutisten välttelyn syynä olisi nähdäkseni tärkeä syvällisemmän jatkotutkimuksen aihe. Luottamusta uutisiin ja uutismediaan on tutkittu kyselytutkimuksin niin Reuters-instituutin vuosittaisessa kyselyssä (ks. esim. Reunanen 2021b) kuin Ojalan ja Martikaisen (2022) vuosina 2007 ja 2019 toteuttamalla kyselytutkimuksella. Suomi esiintyy Reuters-instituutin luottamustilastojen kärjessä vuodesta toiseen, mutta myös meillä luottamus uutisiin on ollut laskussa vuosien ajan. Vaikka pandemia-aika nosti luottamusta selvästi, on täysi syy olettaa, että lasku tulee edelleen jatkumaan myös Suomessa. Luottamuksen puutteen ja epäluottamuksen kasvun juurisyihin ja merkityksiin pureutuminen laadullisen tutkimuksen ja esimerkiksi puolistrukturoidun teemahaastattelun keinoin toisi tärkeää lisäymmärrystä tähän aihepiiriin.

Oma kiinnostukseni sosiaalisen median ei-käytön ja uutisten välttelyn yhteyden tutkimukseen liittyi osittain median murroksen aiheuttamaan uudenlaiseen mediaarkeen, jossa nuori sukupolvi ei kasva rutiininomaisten uutiskulutuksen tapojen keskellä samalla tavalla kuin aikaisemmat. Siinä missä 1970–80-luvuilla kasvaneet näkivät vanhempiensa lukevan sanomalehteä ja katsovan television iltauutisia, saattaa nykylapsilta jäädä aikuisten uutistenkulutus kokonaan piiloon, jos uutisia seurataan esimerkiksi vain mobiililaitteilta. Uutistenkulutuksen perinne ei siten välttämättä siirry samalla tavalla eteenpäin. Tutkimuksessani ei valitettavasti ollut tiedonantajina kehtään alle 40-vuotiasta, joten tämä aspekti jäi siinä täysin näkymättömiin. Suuntaamalla sosiaalisen median ei-käyttöä ja uutisten välttelyä koskevaa tutkimusta vielä erikseen nuorten aikuisten ikäryhmään voitaisiin saada hyvinkin kiinnostavia tuloksia.

KIRJALLISUUS

- Aharoni, T., Kligler-Vilenchik, N. & Tenenboim-Weinblatt, K. 2021. "Be less of a slave to the news": A text-material perspective on news avoidance among young adults. *Journalism Studies*, 22(1), 42–59. <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1080/1461670X.2020.1852885>
- Ahva, L. & Steensen, S. 2020. *Journalism Theory*. Teoksessa K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (toim.): *The handbook of journalism studies*. New York, NY: Routledge, 38–54.
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O. & Jegeni, D. 2021. Twenty-five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Andı, S. 2022. How and why do consumers access news on social media? Teoksessa N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andı, C. T. Robertson & R. K. Nielsen (toim.): *Reuters Institute Digital News Report 2021*, 52–56.
- Baumer, E., Guha, S., Quan, E., Mimno, D. & Gay, G. 2015. Missing photos, suffering withdrawal, or Finding Freedom? How experiences of social media non-use influence the likelihood of reversion. *Social Media + Society*, 1(2), 1–14. <https://doi.org/10.1177/2056305115614851>
- boyd, d. & Ellison, N. 2008. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2008(13), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Broersma, M., & Swart, J. 2022. Do novel routines stick after the pandemic? The formation of news habits during COVID-19. *Journalism Studies*, 23(5–6), 551–568. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1932561>
- Brown, A. 2020. "Should I stay or should I leave?": Exploring (dis)continued Facebook use after the Cambridge Analytica scandal. *Social Media + Society*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.1177/2056305120913884>
- Edgerly, S. 2017. Seeking out and avoiding the news media: young adults' proposed strategies for obtaining current events information. *Mass Communication and Society*, 20:3, 358–377. DOI: 10.1080/15205436.2016.1262424
- Eidse, N. & Turner, S. 2014. Doing resistance their own way: counter-narratives of street vending in Hanoi, Vietnam through solicited journaling. *Area* 46(3), 242–248.
- Eskola, J. 2018. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat: laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2*, 133–157. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Eskola, J., Lätti, J. & Vastamäki, J. 2018. Teemahaastattelu: lyhyt selviytymisopas. Teoksessa Valli, R. & Aarnos, E. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1*. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Forsberg, T. & Hanhinen, H. 2022. Ivana Helsinki lähtee somesta, koska haluaa olla aidosti läsnä – tutkija pitää päätöstä yllättävänä ja uskoo sen vaikuttavan näkyvyyteen. *Yle.fi*. 23.3.2022. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-12372394> [Viitattu 17.4.2022]

- Fox, J. & Moreland, J. J. 2015. The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168–176.
- Ghersetti, M. & Westlund, O. 2018. Habits and generational media use. *Journalism Studies*, 19(7), 1039–1058. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1254061>
- Haasio, A. 2007. Internetin ei-käytön määritelmät ja käyttämättömyyden syyt. *Informaatiotutkimus*, 26 (1), 16-25.
- Haight, M., Quan-Haase, A. & Corbett, B. 2014. Revisiting the digital divide in Canada: the impact of demographic factors on access to the internet, level of online activity, and social networking site usage. *Information, Communication & Society*, 17 (4), 503-519. DOI: 10.1080/1369118X.2014.891633
- Harvey, L. 2011. Intimate reflections: Private diaries in qualitative research. *Qualitative Research* 11(6), 664-682.
- Hesselberth, P. 2018. Discourses on disconnectivity and the right to disconnect. *New Media & Society* 20 (5), 1994–2010.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Lisäpainos. Helsinki: Gaudeamus.
- Jokinen, A. 2021. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>. [Viitattu 7.5.2022.]
- JYKDOK-Finna. Tarkennettu haku. Saatavana: <https://jyu.finna.fi/Search/Advanced>. [Viitattu 20.2.2022]
- Kalogeropoulos, A. News avoidance. Digital News Report 2017. Reuters Institute for the Study of Journalism. Saatavana: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/news-avoidance-2017/> [Viitattu 5.3.2022]
- Karppi, T. 2011. Digital suicide and the biopolitics of leaving Facebook. *Transformations Journal of Media and Culture*, 2011 (20), 1–28.
- Kaun, A. 2010. Open-ended online diaries: Capturing life as it is narrated. *International Journal of Qualitative Methods*, 9(2), 133–148. <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1177/160940691000900202>
- Kennedy, H. 2018. Living with data: Aligning data studies and data activism through a focus on everyday experiences of datafication. *Krisis | Journal for Contemporary Philosophy*, 2018 (1), 18–30.
- Kohvakka, R. & Saarenmaa, K. 2022. Verkkomedian seuraaminen yleistyi erityisesti pandemian alussa – toisena vuotena muutokset pienempiä. *Tieto&Trendit*. Saatavana: <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2022/verkkomedian-seuraaminen-yleistyi-erityisesti-pandemian-alussa-toisena-vuotena-muutokset-pienempia/> [Viitattu 4.3.2022]
- Ksiazek, T.B., Malthouse, E.C. & Webster, J.G. 2010. News-seekers and avoiders: exploring patterns of total news consumption across media and the relationship to civic participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54 (4), 551–568.
- Kukkonen, L., Pietarinen, H. 2022. Elon Musk ostaa Twitterin 44 miljardilla dollarilla. *Helsingin Sanomat* 25.4.2022. Saatavana: <https://www.hs.fi/talous/art-2000008771624.html> [Viitattu 15.5.2022]

- McCay-Peet, L. & Quan-Haase, A. 2018. What is social media and what questions can social media research help us answer? Teoksessa *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE Publications Ltd.
<https://dx.doi.org/10.4135/9781473983847>
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P. J., Tenenboim-Weinblatt, K., Hayashi, K., Villi, M., & Kligler-Vilenchik, N. 2020. Incidentalness on a continuum: A comparative conceptualization of incidental news consumption. *Journalism*, 21(8), 1136–1153.
<https://doi.org/10.1177/1464884920915355>
- Mittell, J. 2000. The cultural power of an anti-television metaphor: Questioning the “plug-in drug” and a TV-free America. *Television & New Media*, 1(2), 215–238.
<https://doi.org/10.1177/152747640000100206>
- Newman, R., Chang, V., Walters, R. J. & Wills, G. B. 2016. Web 2.0 – The past and the future. *International Journal of Information Management*, 36(4), 591–598.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.010>
- Nguyen, M. H. 2021. Managing social media use in an “always-on” society: Exploring digital wellbeing strategies that people use to disconnect. *Mass Communication and Society*, 24(6), 795–817.
<https://doi.org/10.1080/15205436.2021.1979045>
- Niemi, P. 2022. Vaikuttajat raivostuivat Paola Suhoselle: ”Epäreilu kohtelu jatkuu vuosia”. *Iltalehti*, 25.3.2022. Saatavana:
<https://www.iltalehti.fi/muoti/a/52532232-22a9-4c15-9a52-72f1773b7825>
 [Viitattu 17.4.2022]
- Obar, J. A. & Wildman, S. 2015. Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 2015(39), 745–750. <https://doi.org/10.1016/J.TELPOL.2015.07.014>
- Palmer, R. & Toff, B. 2020. What does it take to sustain a news habit? The role of civic duty norms and a connection to a “news community” among news avoiders in the UK and Spain. *International Journal of Communication* 14, 1634–1653.
- Park, C. S. 2019. Does too much news on social media discourage news seeking? Mediating role of news efficacy between perceived news overload and news avoidance on social media. *Social Media + Society* 5 (3), 1-12.
<https://doi.org/10.1177/2056305119872956>
- Park, S., Fisher, C., Flew, T. & Dulleck, U. 2020. Global mistrust in news: The impact of social media on trust. *International Journal on Media Management*, 22(2), 83–96. <https://doi.org/10.1080/14241277.2020.1799794>
- Partanen, H. 2009. Sosiaalinen eli yhteisöllinen media. *Kielikello*, 2009(3), 2. Saatavana: <https://www.kielikello.fi/-/sosiaalinen-eli-yhteisollinen-media>
 [Viitattu 20.2.2022]
- Portwood-Stacer, L. 2013. Media refusal and conspicuous non-consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention. *New Media & Society* 15(7), 1041–1057.
- Porvari, P. 2022. Artisteista tuli sisällöntuottajia ja työtä tehdään usein ilmaiseksi – ”On alituinen pohdinta siitä, onko tämä hetki, joka pitäisi somettaa”. *YleX* 12.2.2022. Saatavana: <https://yle.fi/aihe/a/20-10002216> [Viitattu 29.4.2022]
- Quandt, T. 2018. Dark Participation. *Media and Communication* 6(4), 36-48. DOI: 10.17645/mac.v6i4.1519

- Quinn, K. 2016. Why we share: A uses and gratifications approach to privacy regulation in social media use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 61–86. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127245>
- Raudaskoski, S., Mantere, E. & Valkonen, S. 2019. Älypuhelin ja kasvokkaisen vuorovaikutuksen muuttuvat käytänteet. *Sosiologia*, 56(3), 18. Saatavana: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02332246/document> [Viitattu 23.4.2022]
- Reunanen, E. 2021a. Finland. Teoksessa N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andi, C. T. Robertson & R. Kleis Nielsen (toim.): Reuters Institute Digital News Report 2021, 76–77.
- Reunanen, E. 2021b. Uutismedia verkossa 2021. Reuters-instituutin Digital News Report. Suomen maaraportti. Helsinki: Media-alan tutkimussäätiö. Saatavana: https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Reuters-Uutismedia-verkossa-raportti-Suomi_2021.pdf
- Rogers, E. M. 2003. Diffusion of innovations. 5. painos. Free Press. *ProQuest Ebook Central*, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=4935198>.
- Selwyn N. 2003. Apart from technology: Understanding people's non-use of information and communication technologies in everyday life. *Technology in Society*, 2003(25). [https://doi.org/10.1016/S0160-791X\(02\)00062-3](https://doi.org/10.1016/S0160-791X(02)00062-3)
- Selwyn, N. 2006. Digital division or digital decision? A study of non-users and low-users of computers. *ResearchGate* 34(4), 273–292.
- Skovsgaard, M. & Andersen, K. 2020. Conceptualizing news avoidance: toward a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies* 21(4), 459–476.
- Skovsgaard, M. & Andersen, K. 2022. News avoidance. Teoksessa *The SAGE encyclopedia of journalism* (Vol. 1), toim. G. A. Borchard. Thousand Oaks: SAGE, 1099–1103.
- Sosiaalisen median sanasto. 2010. Sanastokeskus TSK. Helsinki. Saatavana: http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf
- Syvvertsen, T. & Enli, G. 2020. Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence*, 26(5–6), 1269–1283.
- Talvitie-Lamberg, K., Lehtinen, V. & Valtonen, S. [tulossa]. *Tactics of invisibility. New Media and Society*.
- Tawast, S. ja Koskela, M. 2022. Paolan palveluksessa. *Yle uutiset*, 31.3.2022. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-12383572> [Viitattu 17.4.2022]
- Thorson, K. 2020. Attracting the news: Algorithms, platforms, and reframing incidental exposure. *Journalism*, 21(8), 1067–1082. <https://doi.org/10.1177/1464884920915352>
- Tilastokeskus 2020. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 2020. Saatavana: https://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_fi.pdf [Viitattu 3.5.2022]
- Tilastokeskus 2021. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 2021. Saatavana: https://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi_2021_2021-11-30_fi.pdf [Viitattu 4.3.2022]
- Toff, B. & Kalogeropoulos, A. 2020. All the news that's fit to ignore. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 366–390. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa016>

- Toff, B. & Palmer, R. 2019. Explaining the gender gap in news avoidance: “News-is-for-men” perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, 20:11, 1563-1579, DOI: 10.1080/1461670X.2018.1528882
- Treré, E. 2021. Intensification, discovery and abandonment: Unearthing global ecologies of dis/connection in pandemic times. *Convergence* 27(6), 1663–1677.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.
- Turkle, S. 2008. Always-on/Always-on-you: The Tethered Self. Teoksessa *Handbook of Mobile Communications and Social Change*, toim. J. E. Katz. Cambridge, MA: MIT Press, 121–137.
- van Dijck, J. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=3055231>
- Vanden Abeele, M. M. P. & Nguyen, M. H. 2022. Digital well-being in an age of mobile connectivity: An introduction to the Special Issue. *Mobile Media & Communication*, 1–16. <https://doi.org/10.1177/20501579221080899>
- Vanha-Majamaa, A. 2022. Behm jättäisi Instagramin heti, jos ei olisi artisti – maailmalla pop-tähdet lähtevät nyt somesta ovet paukkuen, koska eivät kestä enää fanejaan. *Yle Uutiset*, 27.4.2022. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-12419673> [Viitattu 29.4.2022]
- Villi, M., Aharoni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, P. J., Hayashi, K., Mitchelstein, E., Tanaka, A. & Kligler-Vilenchik, N. 2021. Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism*, 1-17. <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1080/21670811.2021.1904266>
- Vuori, J. Laadullinen sisällönanalyysi. 2021. Teoksessa J. Vuori (toim.): *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Saatavana: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>. [Viitattu 18.4.2022]
- Wyatt, S., Thomas, G. & Terranova, T. 2002. They came, they surfed, they went back to the beach: Conceptualizing use and non-use of the Internet. Teoksessa S. Woolgard (toim.): *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*. Oxford: Oxford University Press, 23–40.
- Wyatt, S. 2014. Bringing users and non-users into being across methods and disciplines. Esitelmä konferenssissa *Proceedings of refusing, limiting, departing (CHI’14 workshop)*. Toronto, ON, 26.4.-1.5. Saatavana: http://nonuse.jedbrubaker.com/wp-content/uploads/2014/03/Wyatt_Toronto_April_2014.pdf [Viitattu 20.2.2022]

LIITTEET

LIITE 1

Ohjeistus ”Mediakieltäytyjät: tutkimus sosiaalisen median ei-käyttäjien osallisuudesta ja toimijuudesta julkisuuksissa” -tutkimukseen osallistuville

Kiitos, että olet päättänyt osallistua Jyväskylän yliopiston toteuttamaan tutkimukseen sosiaalisen median ei-käytöstä! Alla on kuvaus siitä, miten tutkimukseen osallistuminen käytännössä tapahtuu sekä ohjeistus päiväkirjaa varten.

Tutkimukseen osallistumiseen kuuluu kaksi vaihetta, jotka ovat

- 1) päiväkirjan pitäminen
- 2) haastatteluun osallistuminen.

Mistä päiväkirjassa kerrotaan?

Mediakieltäytyjät -tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miksi yksilöt valitsevat ulkopuolisuuden sosiaalisesta mediasta ja miten he sen kokevat omassa arjessaan. Päiväkirjassasi sinun toivotaan kertovan omasta ei-käytöstäsi ja ei-osallisuudestasi sosiaalisessa mediassa sekä sen syistä. Kerro tilanteista, joissa sosiaalisen median ei-käyttö on tavalla tai toisella esillä arjessasi. Millaisia positiivisia ja negatiivisia tunteita ja ajatuksia siihen liittyy? Toivomme sinun raportoivan ajatuksiasi, tunteitasi ja kokemuksiasi ei-käyttöön liittyen päiväkirjajakson aikana. Olemme kiinnostuneita ylipäänsä elämästäsi ja mitä päätät meille kertoa. Voit sisällyttää päiväkirjaasi kuvauksia erilaisista arjen kohtaamisista, joissa oma sosiaalisen median ei-käyttö on jotenkin esillä.

Voit kertoa esimerkiksi seuraavista aiheista:

- Voit kuvailla elämänpiirejasi, kuten esimerkiksi mediankäyttöäsi, osallistumistasi erilaisiin yhteisöihin, harrastuksiin ja ylipäänsä toimintoihin joihin arjessasi olet yhteydessä.
- Voit kuvailla yhteydenpitoasi muihin ihmisiin, asioita joita seuraat tai jotka ovat tärkeitä, paikkoja joissa käyt.
- Oletko esimerkiksi työsi, opiskelujesi tai harrastustesi yhteydessä kohdannut tilanteita, joissa sosiaalisen median ei-käyttösi on ollut jollain tapaa esillä?
- Kohtaatko koskaan tilanteita, joissa haluamasi tai tarvitsemasi tieto esimerkiksi tapahtumasta tai yrityksestä on sosiaalisen median alustalla, jolla sinulla ei ole käyttäjätiliä?
- Tunnistatko sosiaalisen median ei-käytön positiivisia tai negatiivisia vaikutuksia tai seurauksia arjessasi?

- Oletko joskus harkinnut jonkin sosiaalisen median alustan käyttöä tai tehnyt käyttäjätiliä jollekin alustalle (esim. Facebook, Instagram, Twitter)? Miksi olet kuitenkin päätenyt sosiaalisen median ei-käyttöön?
- Missä yhteyksissä seurasit uutisia päivän aikana, tai seurasitko ollenkaan? Onko mieleesi jäänyt jokin merkittävä uutistapahtuma tai -aihe?

Kirjoita tai tallenna päivittäin kokemuksiasi arjen tilanteista, joissa sosiaalisen median ei-käyttösi on tavalla tai toisella esillä sekä siihen liittyviä ajatuksiasi ja tuntemuksiasi. Voit myös pohtia aihetta yleisemmällä tasolla ja vaikkapa muistella aiempia kokemuksiasi.

Miten päiväkirjaa pidetään?

Suositteltu päiväkirjajakson pituus on seitsemästä kymmeneen (7-10) päivää. Toivomme, että pitäisit päiväkirjaa vähintään seitsemän (7) päivän ajan. Voit tallentaa päiväkirjan tekstimuotoisena, äänitiedostoina tai videomuodossa. Halutessasi voit sisällyttää mukaan myös kuvia tai piirroksia. Voit myös vaihdella eri ilmaisutapojen välillä eri päivinä. Valitse ilmaisutapa, joka tuntuu sinulle sopivimmalta. Tärkeintä on, että kerrot arkipäiväisistä tapahtumista ja kokemuksistasi sellaisella henkilökohtaisuuden tasolla, joka on sinulle luontevinta. Voit itse valita, kuinka pitkästi tai lyhyesti tallennat kokemuksiasi.

Suosittellemme, että et mainitse päiväkirjassasi henkilöitä (esim. perheenjäseniäsi tai ystäviäsi) suoraan nimeltä. Tutkijat poistavat päiväkirja-aineistosta sen keräämisen jälkeen tarvittaessa tiedot, joista on mahdollista tunnistaa tutkittavia tai muita henkilöitä.

Lisääthän päiväkirjaan ikäsi ja sukupuolesi sellaisessa muodossa kuin itse haluat.

Miten toimitan päiväkirjan?

Voit toimittaa valmiin päiväkirjasi esimerkiksi Word-, PDF-, mp3- tai mp4-tiedostona, valitsemastasi ilmaisutavasta riippuen.

Lähetä valmis päiväkirjasi sähköpostitse osoitteeseen: essi.j.routasuo@student.jyu.fi

Päiväkirjajakson päättymisen jälkeen sinua voidaan haastatella vapaamuotoisesti päiväkirjasi teemoista ja siitä, miltä sen pitäminen tuntui. Haastattelut nauhoitetaan ja toteutetaan lähtökohtaisesti etäyhteydellä.

Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista. Osallistuja voi halutessaan perua tai keskeyttää osallistumisensa missä tahansa tutkimuksen vaiheessa.

LIITE 2

Haastattelurunko

Media-arjen kuvaus:

Kuuaile media-arkeasi, normaalia päivääsi ja miten media siinä näkyy. Kerro esim. eilisestä päivästäsi, mikäli se oli tavanomainen
Mitä sosiaalinen media merkitsee sinulle?

Koetko olevasi ei-käyttäjä/mediakieltäytyjä?

Millainen ei-käyttäjä olet?
Onko olemassa jokin tietty some, jota et halua käyttää?
Muiden digiviestintävälineiden, palveluiden käyttö?

Ajallisuus ja ei-käyttö

Kuinka kauan olet mieltänyt itsesi ei-käyttäjäksi.
Minkälainen polkusi ei-käyttäjäksi on ollut?
Liittyykö jokin erityinen tapahtuma?
Ei-käytön tulevaisuus?

Ei-käytön mahdolliset negatiiviset/positiiviset vaikutukset omassa arjessasi

Voitko kertoa esimerkkejä.
Onko mielessäsi jokin erityinen tilanne jossa pohdit kielteisiä/myönteisiä vaikutuksia.
Mitä silloin ajattelit, tunsit?

Liittyykö ei-käyttöön osallisuuden/ulkopuolisuuden kokemuksia

Miten nämä tulevat esiin
Milloin
Mihin koet kuuluvasi (esim. keskustelut, yhteisöt)

Ei-käytön syyt:

Oletko itse valinnut ei-käytön, vai koetko että se on pakon sanelemaa?
Voitko kertoa tarkemmin syistä, miksi et käytä?
Ei mahdollisuuksia; laitteisiin tai yhteyksiin liittyvät ongelmat?
Ongelmat viestinnän muodoissa (teksti, kuva, video), vaikeudet seurata/ymmärtää?
Liittyykö ei-käytön syyt omaan jakamiseesi vai toisten seuraamiseen?
Onko ei-käyttö tarkoituksellista vastustamista?
- Miten tämä ilmenee
- Mitä vastustat
Onko ei-käyttö sinulle aktiivinen valinta

Liittyykö ei-käyttö oman elämän hallintaan?

Ajatteletko että se esim. parantaa arkeasi, hyvinvointiasi?

Mitä muuta haluaisit kertoa ei-käytöstä?

Millaisena uutisten kuluttajana pidät itseäsi?

- minkä verran
- tarkoituksellisesti vai sattumalta
- pidätkö tärkeänä seurata uutisia > miksi/miksi ei
- mistä lähteistä > miten valikoituvat
- (olet maininnut päiväkirjassa uutislähteet x, y, z – ovatko nämä tyypillisiä uutislähteitäsi)
- käytätkö uutishälytyksiä esim. älylaitteessa
- minkä tyyppiset uutiset kiinnostavat/eivät kiinnosta
- minkälaisia ajatuksia tai tunteita uutisten seuraaminen herättää
- olet maininnut päiväkirjassa uutisaiheen/tapahtuman x, muistatko millaisia tunteita tai ajatuksia se sinussa herätti?

Uutisten rooli arkielämässä ja sosiaalisissa suhteissa

- yksin vai yhdessä
- seurattiinko lapsuuden perheessä uutisia
- seuraavatko muut perheessä/lähipiirissä uutisia
- keskusteletko uutisista muiden kanssa

Uutisten välttely

- vältätkö jotain uutislähteitä
- onko tilanteita, joissa uutiset eivät kiinnosta /et halua seurata uutisia, miksi
- onko tietoinen valinta
- välineiden/resurssien puutteesta johtuvaa?
- oletko seurannut aikaisemmin
- onko joku tietty ajankohta/tapahtuma/uutisaihe jonka aikana/takia vältät uutisia
- mitä uutisten välttelystä seuraa, mitä se aiheuttaa arjessa
- koetko saavasi riittävästi tietoa ajankohtaisista aiheista ja keskusteluista?
- oletko jossain yhteydessä havainnut ulkopuolisuutta
- miltä uutisten välttely sinusta tuntuu?

Elämänpiirit, toimijuudet

- ketkä ovat merkittäviä ihmisiä elämässäsi?
- millaisia erilaisia sosiaalisia ympäristöjä arkeesi kuuluu ja mitkä ovat niistä merkittävimpiä?

- millaisia kohtaamisia tyypillisesti tavallisena päivänä? Missä paikoissa käyt tyypillisesti tavallisena päivänä?
- Kun ajattelet elämääsi vaikkapa vuoden aikajaksolla, mitkä asiat, toiminnot, ihmiset ja paikat luonnehtivat elämääsi
- millaisia harrastuksia sinulla on?
- luottamustoimia, vapaaehtoisuutta, poliittista tai yhteiskunnallista aktiivisuutta?
- tunnetko kuuluvasi itsellesi tärkeisiin yhteisöihin?
- tunnetko että voit vaikuttaa oman elämäsi kannalta merkityksellisiin asioihin, ja millä tavalla voit vaikuttaa?