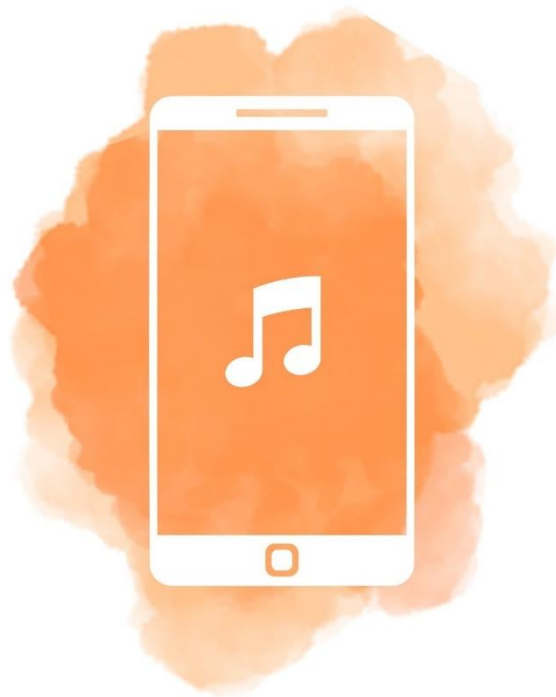


**YLÄKOULUIKÄISTEN KOKEMUKSIA JA KÄSITYKSIÄ
MUSIIKKISISÄLLÖN TUOTTAMISESTA SOSIAALISEEN
MEDIAAN**



Petra Rothovius
Maisterintutkielma
Musiikkikasvatus
Jyväskylän yliopisto
Syyslukukausi 2022

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Tekijä Petra Rothovius	
Työn nimi: Yläkouluikäisten kokemuksia ja käsityksiä musiikkisisällön tuottamisesta sosiaaliseen mediaan	
Oppiaine Musiikkikasvatus	Työn laji Maisterintutkielma
Aika Syksy 2022	Sivumäärä 61
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tutkin maisterintutkielmassani nuorten kokemuksia ja käsityksiä musiikkisisällön tuottamisesta sosiaaliseen mediaan. Tutkimuksen keskiössä on nuoren identiteetti ja musiikillinen minäkäsitys, sekä sen heijastuminen sosiaalisesta mediasta saatuihin kokemuksiin ja käsityksiin. Tämän lisäksi keskityn erityisesti kokemuksiin ja käsityksiin, jotka liittyvät musiikkiaiheisten videoiden julkaisemiseen. Omaehtoinen musiikkiharrastaminen ja musiikillisten taitojen kehittäminen sosiaalisessa mediassa on aihealue, jota ei olla vielä paljoa tutkittu.</p> <p>Tutkin seitsemän yläkouluikäisen oppilaan näkemyksiä ja ajatuksia sosiaalisen median videopalveluista musiikillisessa kontekstissa. Toteutin laadullisen tutkimuksen teemahaastatteluna. Kerätty aineisto analysoitiin hyödyntäen laadullista sisällön analyysiä. Aineiston tuloksia tarkasteltiin muun muassa sosiaalisen median, anonymiteetin, nuorten vuorovaikutuksen ja identiteetin käsitteitä hyödyntäen. Tulkitin tuloksia myös Tulamon (1993) musiikillisen minäkäsityksen käsitteen valossa.</p> <p>Tuloksista selvisi, että haastateltujen nuorten mielipiteet jakautuivat useammassa kategoriassa kahteen eri näkemykseen. Osa haastatelluista nuorista pohti sosiaalisen median julkaisu- ja kommentointikulttuuria ”offline”-elämän tunnistettavuuden näkökulmasta, kun taas osa pohti aiheita anonymiteetin tarjoaman suojan näkökulmasta. Haastatelluilla nuorilla oli myös erilaisia käsityksiä siitä, millainen jonkun täytyy olla saadakseen positiivisen reaktion sosiaalisen median musiikkiaiheiselta videoltaan. Osa haastatelluista koki, että määrittävin tekijä mahdolliselle suosiolle olivat musiikilliset taidot, kun taas osa koki, että suurin määrittäjä positiiviselle reaktiolle oli yksilön suosituimmuus. Laajasti esille nousut aihe oli myös kiusaaminen sosiaalisessa mediassa.</p> <p>Tutkimuksen tuloksilla on merkitystä etenkin musiikinopetuksen pedagogisten ratkaisujen suunnittelussa. On tärkeää kartoittaa peruskouluikäisten nuorten näkemyksiä ja kokemuksia sosiaalisen median musiikkisisällöistä, jotta koulumaailman ja nuoren oman kokemusmaailman rajoja saataisiin rikottua.</p>	
Asiasanat Sosiaalinen media, videopalvelut, identiteetti, musiikillinen minäkäsitys, laadullinen tutkimus, teemahaastattelu	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	NUOREN IDENTITEETTI JA MUSIIKILLINEN MINÄKÄSITYS.....	4
	2.1 Nuoren identiteetin ja minuuden muodostuminen.....	4
	2.2 Yläkouluikäisten sosiaalisen vuorovaikutuksen dynamiikasta	8
	2.3 Musiikillisen minäkäsityksen muodostuminen	10
3	NUORI SOSIAALISEN MEDIAN MAAILMASSA.....	14
	3.1 Sosiaalinen media kommunikaatiovälineenä	14
	3.2 Videopalvelut	17
	3.3 Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa	19
	3.4 Anonymiteetistä	21
4	TUTKIMUSASETELMA	24
	4.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset.....	24
	4.2 Tutkimusmenetelmä ja -aineisto.....	25
	4.2.1 Tutkittavat.....	27
	4.2.2 Analyysimenetelmät.....	28
	4.3 Tutkimuksen etiikka.....	30
5	ANALYYSI JA TULOKSET.....	33
	5.1 Musiikillinen vuorovaikutus arjessa ja sosiaalisessa mediassa.....	33
	5.2 Kokemukset ja käsitykset musiikkiteemaisista videoista	39
6	POHDINTA.....	48
	6.1 Tulosten tarkastelu.....	48
	6.2 Soveltaminen koulumaailmaan	53
	6.3 Jatkotutkimusaiheita.....	54
	6.4 Lopuksi.....	55
	LÄHTEET.....	57
7	LIITTEET.....	61

1 JOHDANTO

"Mä en viitti julkaista mun videota, kuulostan kauheelta!", on kommentti, jonka olen lukenut sosiaalisen median kommenttikentissä valitettavan usein, kun kyseessä on musiikkiaiheinen video. Vastaavien kommenttien seassa on myös paljon muunlaisia lauseita, niin negatiivisia kuin positiivisiakin. Palautteen kirjo vaihtelee usein *"oot ihan p*ska"*-kommenteista aina *"oot niin taitava!"*-kehuihin. Tällainen vuorovaikuttaminen ja toisten suoritusten arvostelu sekä vertaileminen ovat sosiaalisessa mediassa arkipäivää. Värikästä kommentointia näkee usein sovelluksissa, joiden käyttäjäkunta koostuu osittain alaikäisistä nuorista.

Videopalveluiden käyttö on viimeisen kymmenen vuoden aikana yleistynyt huimaa vauhtia, josta tuoreimpana ilmiönä voi nimetä TikTok-sovelluksen. Lisäksi Risken (2022) tutkimus osoittaa, että suomalaiset kuluttavat musiikkia suoratoistona keskimäärin 2,7 tuntia vuorokaudessa. Nuorten musiikkisuhde muotoutuu nykypäivänä vahvasti sosiaalisessa mediassa erilaisten musiikkitrendien ja musiikillisten mahdollisuuksien varassa. Koska videosovelluksissa on mahdollista saada suurta näkyvyyttä ilman kaupallisuutta, musiikki leviää ihan uudella tavalla ja sisällöntuottamisen matalan kynnyksen ansiosta musiikkia myös käytetään yhä innovatiivisemmin. Nuoret pystyvät halutessaan laulamaan valmiiden taustamusiikkien päälle yksin tai yhdessä muiden kanssa, oppimaan itsenäisesti soitinten soittamista, tanssimaan ja muokkaamaan itselleen musiikin videoon tai editoimaan tuottamaansa ääntä. Mahdollisuudet ovat rajattomat. Koska sosiaalinen media määrittelee tällä hetkellä vah-

vasti eri musiikkivaikutteiden ja musiikkikulttuurien näkyvyyttä, olisi esimerkiksi musiikkikasvatuksen näkökulmasta tärkeää perehtyä aiheeseen syvemmin.

Nykyinen POPS (2014) painottaa monialaisuutta ja kokemuslähtöisyyttä, joka tarkoittaa, että oppilaalle pyritään tarjoamaan hänelle itselleen merkityksellisiä yhteyksiä oppimiseen sekä kytköksiä koulun ulkopuoliseen ympäristöön. Sosiaalisesta mediasta on kasvanut niin olennainen osa peruskouluikäisten nuorten kokemusmaailmaa, että sen sivuuttaminen opetuksessa olisi hukkaan heitettyä potentiaalia. Tämä pätee varsinkin musiikinopetukseen. Nuoret poimivat sosiaalisesta mediasta viimeisimpiä musiikkitreendejä ja muokkaavat sekä hyödyntävät niitä luovasti. Nämä trendit voivat tarjota kokemuksia erilaisista musiikkikulttuureista ja -genreistä. Parhaassa tapauksessa sosiaalisen median videopalvelut pystyvät kartuttamaan nuorelle matalan kynnyksen esiintymiskokemusta, antavat mahdollisuuden tutkia omaa musiikillista minää ja mahdollistavat positiivisen ja kannustavan palautteenannon sekä kokemuksen nähdä ja kuulla tulemisesta. Nähdä ja kuulla tulemisen tunne, oman minän peilaaminen, erilaiset roolikokeilut ja osallistuminen sekä vaikuttaminen ovat kaikki keskeisiä asioita, kun puhutaan siitä, millaista identiteettityötä nuori pystyy tehdä sosiaalisessa mediassa joko tiedostaen tai tiedostamattaan (Mustonen 2012, 59–60). Tähän on kytköksissä vahvasti myös sosiaalisen median ilmapiiri, siellä tapahtuva vuorovaikuttaminen sekä julkaisu- ja kommentointikulttuuri. Toki sosiaalisella medially on myös karu ja negatiivinen puoli, jota täytyisi osata välttää. Tämä on kompastuskivi, jota ei olla vielä ratkaistu.

Tuotan itse musiikkiaiheista sosiaalisen median videosisältöä pääpainoisesti TikTokkiin sekä vähemmän aktiivisesti YouTubeen. Sosiaalisen median sisältöni on suunnattu lapsille ja nuorille, joten olen myös todistanut paljon lasten ja nuorten käyttäytymistä sekä musiikkiaiheisten videoiden julkaisemista sosiaalisessa mediassa. On olemassa hyvin vähän tutkimusta siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren identiteettiin ja minäkäsitykseen musiikillisessa kontekstissa. Tässä maisterintutkielmassa tutkin nuorten kokemuksia ja näkemyksiä musiikkisisällön julkaisemisesta

sosiaalisen median videopalveluihin, sillä on tärkeää ymmärtää, millaisia ajatuksia ja käsityksiä aiheen takana on. On olennaista saada nuorten ääni kuuluviin, jotta aikuiset ja opettajat ymmärtävät peruskouluikäisten sosiaalisen median kokemusmaailmaa. Sosiaalisen median nopeasti muuttuva luonne tekee tutkijalle ongelmalliseksi sen, että lähdekirjallisuuden täytyisi olla todella päivittynyttä. Koska musiikillisen minäkäsityksen ja -identiteetin yhdistäminen videopalveluihin on aihealueena vielä tuore, lähteistössä on pyritty käyttämään ensisijaisesti luotettavaa, ajatonta ja nykypäivään sovellettavissa olevaa tietoa.

2 NUOREN IDENTITEETTI JA MUSIIKKILLINEN MINÄKÄSITYS

Kun tutkitaan nuorten kokemuksia ja käsityksiä musiikkisisältöjen tuottamisesta sosiaaliseen mediaan, on hyvä käydä läpi tutkimuksessa esiintyviä keskeisiä käsitteitä. Tässä kappaleessa tuon esiin identiteettiin, minuuteen ja vuorovaikutukseen liittyviä käsitteitä. Tutkimuksessa pyritään yhdistelemään sosiaalisten suhteiden yhtäläisyyksiä sosiaalisessa mediassa sekä sen ulkopuolella, jonka takia käydään lyhyesti läpi myös yläkouluikäisten nuorten vuorovaikutussuhteita ja kaverisuosiota (Kulmalainen 2015). Lisäksi tarkastelen aiheitani musiikillisen minäkäsityksen (Tulamo 1993) näkökulmasta.

2.1 Nuoren identiteetin ja minuuden muodostuminen

Jotta ymmärtäisimme musiikillisen identiteetin ja musiikillisen minäkuvan käsitteitä, on tärkeää käydä läpi myös identiteetin määritelmää. Identiteetin olemus on laaja ja siitä on monenlaisia eri näkemyksiä sekä käsityksiä. Identiteetti nähdäänkin käsitteenä välillä ongelmallisena, sillä sen määritelmä ja ulottuvuus riippuvat monesti siitä, millä tieteenalalla liikutaan (Saastamoinen 2006, 172–173). Identiteetti on moniulotteinen käsite ja sekoittuu usein esimerkiksi itsetunnon, minäkuvan tai minuuden käsitteisiin. Talib (2002, 42) määrittelee identiteetin olevan itsetunnon ja minäkäsityksen sisältävä järjestelmä. Toisaalta Saastamoisen (2006) mielestä identiteetti voidaan

määritellä myös kohteeksi muuttuneena minuutena, jolloin kun käsittelemme omaa minuuttamme, käsittelemmekin omaa identiteettiämme. Minuus on tällöin yksilön oma tietoisuus itsestään, kun taas identiteetti on itsensä ja muiden tekemiä määritellyitä siitä, ”kuka minä olen” tai ”keitä me olemme”. Identiteetin määrittäminen vaatii tietoista pohdintaa ja identiteettityötä, joka liittyy omien mahdollisuuksien lisääntymiseen elämäntavoissa, opiskeluissa, työnteossa ja kuluttamisessa. Identiteetti on käsitteenä myös hyvä työkalu tutkia ja pohtia sekä persoonallisen ja yksityisen, että myös kollektiivisen ja kulttuurisen tasojen välisiä suhteita. Minuus taas voidaan määritellä esimerkiksi subjekti- ja objektiminään (suom. Minä ”tietäjänä” ja minä ”tiedettynä”). Minuuden ja identiteetin käsitteet voi erotella niin, että minuus ymmärretään länsimaissa yksilöllisenä projektina, jota yksilön itse työstää valintojensa kautta joka päivä. Minuus kehittyy ajan myötä kehitysvaiheiden, kriisien ja riskien kautta. (Saastamoinen 2006, 170–173.) Minuus nähdään siis yläkäsitteenä, jonka alapuolella muut käsitteet ovat. Psykologiassa minuuden ajatellaan sisältävän kolme eri osaa: identiteetti, minäkuva ja itsetunto. Näiden kolmen ero voidaan määritellä esimerkiksi Ojasen (1996, 31) mukaan seuraavasti:

Identiteetti: Mihin kuulun, kuka minä olen?

Minäkuva: Millainen minä olen?

Itsetunto: Mitkä ovat minun arvoni ja merkitykseni?

Identiteetin käsite tarkoittaa sitä, että minuus on kohde, jota määritellään ja arvotetaan. Tieteenalasta riippuen identiteetillä tarkoitetaan muun muassa kulttuurisia, persoonallisia, objektiivisia, narratiivisia, biologisia ja sosiaalisia ulottuvuuksia. Yksi näkökulma identiteetin ulottuvuuksien jakamisessa on erottaa yksilöllinen (persoonallinen) ja yhteisöllinen (kollektiivinen) identiteetti toisistaan. Aro (1999) esittää, että persoonallisella identiteetillä tarkoitetaan yksilön sisäistämiä kokemuksia, käsitteitä ja uskomuksia itsestään, eli miten hän toimii, millaiseksi hän kokee itsensä ja kuka hän kokee olevansa. Toisin sanoen identiteetti on siis oman itsensä ja olemassaolonsa tiedostamista. (Aro 1999, 177.) Hurrelmann (1988) määrittelee yhteisöllisen

identiteetin eli kollektiivisen, sosiaalisen identiteetin olevan samaistumista ja yhteenkuuluvuutta erilaisten ryhmien ja yhteisöjen kanssa, sekä johdonmukaista toimimista erilaisissa sosiaalisissa rooleissa (Hurrelmann 1988, 114–115). Konkreettisenä esimerkkinä yhteisölliseen identiteettiin liittyvät täten esimerkiksi oma kansalaisuus, asuinalue, työyhteisö, omat arvot ja mielipiteet. Tiivistetysti sanottuna identiteetti tarkoittaa Hurrelmannin (1988) sanoin ”tapoja, joilla ihmiset määrittelevät itsensä suhteessa kulttuuriinsa ja sosiaaliseen ympäristöönsä”.

Kath Woodward (2022) kiteyttää identiteetin käsitteen merkitystä niin, että identiteetin käsite sisältää persoonallisen ja sosiaalisen ulottuvuuden, se rakentuu erilaisuutta ilmentävien suhteiden kautta (kuten jaottelu: me ja muut), sen avulla jäsenetään erilaisuutta ja se voi muuttua ajan myötä. Identiteettiin liittyy monesti epävarmuutta, koska yksilö ei voi kontrolloida sitä yksipuolisesti täysin. Epävarmuus omasta identiteetistä herättää halun saada turvallisuutta ja pysyvyyttä. Identiteetti tuo myös tarpeen kuulua johonkin ryhmään ja samaistua muihin (kuten esimerkiksi ammatti, sukupuoli, jokin yhteisö). (Woodward, 2022.) Woodwardin sanojen perusteella voidaan esimerkiksi ajatella, että identiteettiä pystytään ilmentämään myös ulkonäköön liittyvillä valinnoilla, mielenkiinnonkohteilla ja harrastuksilla. Tämä on yleistä varsinkin nuorilla, joiden muutoksessa olevalle minuudelle haetaan tukea identiteettiä määrittävistä ulkoisista ominaisuuksista.

Musiikki antaa monipuolisen keinon rakentaa omaa identiteettiä. Saarikallio (2009) kirjoittaa artikkelissaan, kuinka musiikki tarjoaa mahdollisuuden pohtia omaa muuttuvaa minuuttaan ja kuinka siihen pystyy heijastamaan omia kokemuksia ja merkityksiä. Musiikin kautta pystyy refleктоimaan erilaisia asioita, työstää identiteetin eri osa-alueita ja vahvistaa omaa itsetuntemusta sekä itseymmärrystä. Musiikki myös yhdistää erilaisia ihmisiä, vahvistaa yhteenkuuluvuuden tunnetta, edistää sosiaalisten taitojen kehittymistä sekä tarjoaa työkaluja tunteiden käsittelyyn. (Saarikallio 2009, 224–226.) Tunteiden käsittelystä ja itsesäätelystä mainitsevat myös MacDonald, Hargreaves ja Miell (2002), jotka yhtyvät Saarikallion näkemykseen. Musiikin avulla

pystymme itsesäätelyn lisäksi ilmentämään arvojamme, asenteitamme ja mielipiteitämme esimerkiksi musiikkimakumme ja preferenssiemme kautta (MacDonald ym., 2002, 1). Tällaiset minuuden käsittelemisen työkalut ovat etenkin nuorelle tärkeitä, sillä musiikin avulla nuorella on oma turvallinen tila tutkia sitä, millainen hän on. Musiikki voi olla vahvasti myös mukana sosiaalisissa suhteissa, joissa lempimusiikki luo keskustelunaiheita ja vahvistaa kuulumista johonkin tiettyyn ryhmään. MacDonald, Hargreaves ja Miell (2002) ovat kiteyttäneet musiikin sosiaaliset toiminnot kolmeen eri kategoriaan, jotka ovat ihmisten välisten suhteiden, mielialan sekä identiteetin hallinta. Musiikin sosiaalisia toimintoja voidaan käyttää muun muassa ryhmäytymiseen ja oman paikkansa ilmaisemiseen, mielialojen säätelyyn tai identiteetin luomiseen ja kehitykseen. (MacDonald ym., 2002, 4–5.) Konkreettisia esimerkkejä tästä voisivat olla esimerkiksi tietyn artistin faniyhteisöön kuuluminen, musiikin kuunteleminen surullisen mielialan kohentamiseksi tai omien arvojen näkyminen yksilön kuuntelemassa musiikissa. Monesti myös läheiset, ystävät ja heidän arvostuksensa sekä musiikkikäyttäytyminen välittävät tiedostamattomia ja tietoisia musiikillisia merkityksiä ilman että vastaanottaja ymmärtää tätä (Kosonen 2009, 159). Tästä syystä musiikillinen identiteetti sekä käsitys omista musiikillisista taidoista voivat muovautua ympäristön vaikutuksessa.

Musiikillisen identiteetin muodostumiseen vaikuttavat myös yksilön musiikilliset taidot (*musical ability*). Hallamin ja Princen (2003) tutkimuksessa musiikilliset taidot jakautuvat kolmeen ala-kategoriaan jotka ovat yksinkertaistettuna auditiiviset- (*aural skills*), vastaanottavaiset- (*receptive skills*) ja toiminnalliset taidot (*generative skills*), sekä näiden taitojen yhdistely, persoonalliset ominaisuudet ja alkuperä näiden taitojen synnylle. Auditiiviset musiikilliset taidot tarkoittavat esimerkiksi sävelkorvaa ja rytmin ymmärtämistä. Vastaanottavat musiikilliset taidot musiikin yleistä ymmärtämistä, siihen reagoimista, sen arvostamista ja arvioimista. Toiminnalliset musiikilliset taidot puolestaan tarkoittavat esimerkiksi soitto-, laulu- ja säveltämistäitoja, teknisiä taitoja, musiikin kanssa vuorovaikuttamista ja luovaa osaamista. (Hallam & Prince 2003, 7.) Tästä voidaan päätellä, että pohtiessaan omaa musiikillista identiteettiään

nuori pohtii myös omia musiikillisia taitojaan. Lähipiirin sekä ympäristön musiikkikäyttäytyminen määrittelee nuorelle musiikillisia taitoja ja sitä, miten hän kokee itsensä musiikillisesti taitavaksi.

2.2 Yläkouluikäisten sosiaalisen vuorovaikutuksen dynamiikasta

Aiemmassa kappaleessa puhuttiin siitä, kuinka sosiaaliset suhteet ovat suuressa roolissa nuoren identiteetin sekä minäkuvan kehitykselle. Identiteetin ja minäkuvan lisäksi myös musiikkiin kytkeytyy paljon vuorovaikutusta ja sosiaalisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat nuoreen tiedostetusti tai tiedostamatta. Tästä syystä tutkielmasa on ilmiön ymmärtämisen kannalta tärkeää avata myös hieman nuorten sosiaalisten suhteiden järjestelmää. Kulmalainen (2015) on tehnyt etnografista tutkimusta yläkouluikäisten tyttöjen kaverisuosiosta, joka toimii sosiaalisena järjestyksenä. Hän käyttää kaverisuosion ja suosion käsitteitä rinnakkain. Kulmalainen määrittelee kaverisuosion olevan kehys, jossa informaalin koulun ihannetta määritellään ja ihmisiä arvioidaan sekä asetetaan tiettyihin hierarkisiin asemiin ja kategorioihin suosituimmuuden perusteella. "Suosituimmuus" on Kulmalaisen käyttämä käsite ja tarkoittaa sitä, kuuluuko yksilö sisäpiiriin ja määrittääkö hän erilaisia sosiaalisia pääomia, kuten sosiaalisten suhteiden määrää tai johonkin kuulumisen tapaa. Tämän lisäksi suosituimmuus määrittelee mahdollisuutta käyttää omaa pääomaa strategisesti oman aseman säilyttämiseksi tai vahvistamiseksi. (Kulmalainen 2015, 30.) Konkretian tasolla tämä tarkoittaa sitä, että yksilön suosituimmuus määrittää, miten hän voi erilaisissa sosiaalisissa tilanteissa olla, mihin hän voi kuulua ja mitä hänen on sosiaalisesti hyväksyttyä tehdä erilaisissa konteksteissa. Kulmalainen (2015) myös mainitsee, että kaverisuosiioon sisältyvät hierarkiset asemat liittyvät vahvasti sosiaaliseen järjestykseen ja kaveriporukoihin mukaan ottamiseen tai ulkopuolelle sulkemiseen. Tämä sosiaalinen järjestys tai kategorisointi määrittelee vertaissuhteiden syntymistä sekä vuorovaikutusta. (Kulmalainen 2015, 31.) Toisin sanoen hierarkiset asemat ja kaverisuosio määrittelevät sen, keiden kanssa voi kaveerata, mikä nähdään arvostettavana

ja ihailtavana sekä mikä nähdään kiusallisena ja paheksuttavana. Musiikkiin liittyvän vuorovaikuttamisen näkökulmasta suosituimmuus voi määritellä esimerkiksi sitä, onko musiikillinen osaaminen kuten laulaminen tai tanssiminen nuorten keskuudessa ihailtava taito ja miten siihen reagoidaan. Suosituimmuus voi määritellä myös sitä, onko nuoren sosiaalisesti hyväksytyä laittaa musiikkiteemaisia laulu-, tanssi- tai soittovideoita sosiaaliseen mediaan, sekä millaisen vastaanoton tällaiset videot tulevat saamaan.

Nuorilla on omaa identiteettiään muodostaessaan vahva tarve kuulua erilaisiin kategorioihin ja ryhmiin (ks. Woodward 2022, 6). Wexler (1992) tiivistää asiaa niin, että nuorilla on tarve tulla joksikin; ”joksikin tuleminen” on identiteetin tuottamista jossain organisaatiossa kuten esimerkiksi koulussa. Tähän vaikuttavat esimerkiksi kulttuuriset resurssit ja erilaiset sosiaaliset rakenteet. Wexlerin mukaan jokaisessa organisaatiossa – tässä tapauksessa esimerkiksi koulussa – on omat ehdot suosiolle. (Wexler 1992, 7–9.) Suosituimmuudelle ei kuitenkaan ole yhtä suurta mittaria, vaan sen määritelmä on erilainen joka koulussa. Kun puhutaan suosioista ja suosituimmuudesta, on hyvä määritellä myös sen vastakohta: Kulmalaisen toteuttamissa haastatteluissa selvisi, että suosion vastakohtaksi määrittyi negatiivissävytteinen ”epäsuosio”, kuin ei-suosituilta puuttuisi jotain sosiaalisesti arvostettua. Ei-suosittuihin ryhmiin suhtauduttiin kielteisesti tai välinpitämättömästi. (Kulmalainen 2015, 41–42.) Nämä henkilöt eivät nauti suuresta suosituimmuudesta, vaan ovat Kulmalaisen puhuman hierarkian huonoimmassa asemassa. Heidän asemassaan on todella haastavaa lähteä muuttamaan sosiaalisia normeja, eikä heillä nähdä olevan suurta sosiaalista pääomaa. Ei-suositut henkilöt altistuvat suosiojärjestelmän negatiivisille piirteille, esimerkiksi ulossulkemiselle, vallan käytölle tai koulukiusaamiselle (Kulmalainen 2015, 64). Kulmalaisen tekstin perusteella mitään tiettyä syytä tällaiseen asemaan joutumiselle ei ole, sillä kaverisuosion järjestelmä on hyvin epävirallinen jako ”suosittujen”, ”tavallisten” ja ”ei-suosittujen” kategorioihin. Tällaiset jaot pyritään pitämään yllä, jotta suositut pystyisivät erottua joukosta. Mahdollisia tekijöitä suosituimmuudelle voivat olla esimerkiksi ulkonäkö, sosiaalisuus ja suuri kaveripiiri. Jos

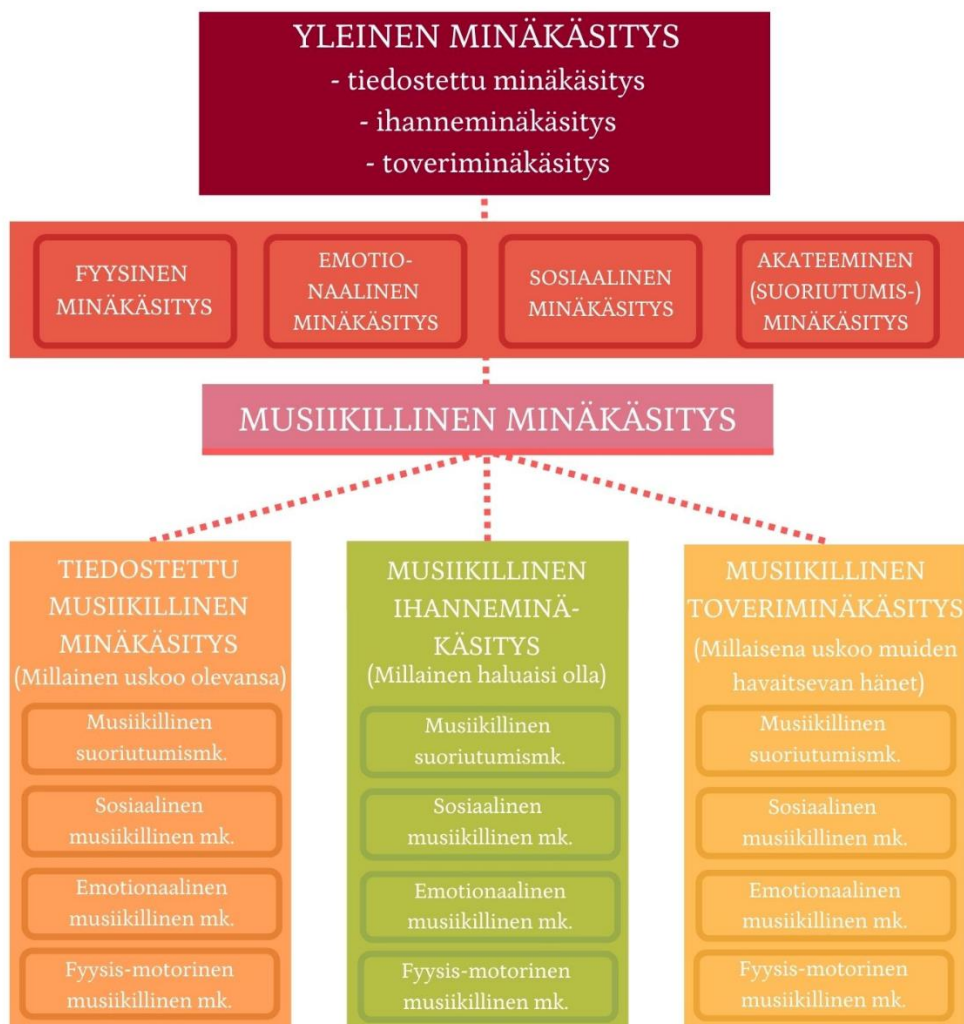
”epäsuosiota” tulkitaan musiikkiin liittyvän vuorovaikuttamisen näkökulmasta, koulun epäsuositut henkilöt saattavat saada herkemmin negatiivista palautetta muilta vertaisiltaan riippumatta heidän suorituksensa tasosta.

2.3 Musiikillisen minäkäsityksen muodostuminen

Minäkäsitystä tutkiessani päälähteinäni käytän Kirsti Tulamon (1993) tutkimusta koululaisen musiikillisesta minäkäsityksestä, sekä Burns (1982, 1986) määritelmää minäkäsityksestä. Minään liittyvät käsitteet ovat usein toisiinsa sidonnaisia ja päällekkäisiä, joka vaikeuttaa terminologian jäsentämistä. ”Minä” käsitetään usein persoonallisuuden keskeisenä elementtinä sekä ytimenä. Syvimmillään käsitys minästä tarkoittaa yksilön käyttäytymisen ja toimintojen kokonaisuutta, eli sitä mitä ihminen on (Tulamo 1993, 13). Minäkäsitys pohjautuu henkilön itseensä tekemiin havaintoihin; se on organisoitunut, kognitiivinen struktuuri, joka toimii viitekehyksenä hänen omien kokemustensa tulkinnalle (Tulamo 1993; McDavid ja Harari 1968, 220–221). Itse tehdyt havainnot ja omien kokemusten tulkinnat taas määrittävät käyttäytymistä sekä toimintoja. Esimerkiksi nuoren käsitys itsestään voi monesti vaikuttaa siihen, miten hän päätyy reagoimaan eri tilanteissa: Jos nuori vaikka arvioi epäonnistuvansa hänelle annetussa soittotehtävässä, hän toimii monesti odotustensa mukaisesti eikä täten myöskään onnistu. (Tulamo 1993, 35.)

Yksilön minäkäsitys muodostuu vahvasti ympäristön vaikutuksessa. Burns (1982, 23–25; 1986, 51) jakaa minäasenteet kolmeen eri ulottuvuuteen, jotka ovat tiedetty minä, ihanneminä ja toveriminä. *Tiedetty minä* (millainen kokee olevansa) tarkoittaa yksilön käsitystä kyvyistään ja asemastaan; se on käsitys siitä, millainen yksilö mielestään on. *Ihanneminä* taas kuvastaa sitä millainen yksilö toivoisi tai haluaisi olla. *Toveriminä* (tai sosiaalinen minä) tarkoittaa yksilön käsitystä siitä, miten hän uskoo muiden havaitsevan hänet. Toveriminän käsite muodostuu yksilölle tärkeiltä ihmisiltä saadusta palautteesta, josta tehdyn tulkinnan hän heijastaa aiempaan käsitykseen

itsestään. Saadun palautteen merkityksen tulkitseminen on subjektiivista ja kaikille yksilöllistä. Kouluikäisille tovereiden palautteen tulkitseminen on usein isommassa arvossa kuin vanhempien. (Burns 1982, 200.) Tällöin esimerkiksi kavereiden tai luokkalaisten mielipiteet ja kommentit ovat nuorelle todella tärkeitä. Burns määrittelemät minäasenteet jakautuvat vielä fyysiseen, sosiaaliseen, akateemiseen – eli opiskeluun liittyvään – sekä emotionaaliseen aspektiin. Tulamo (1993) mukailee paljon Burns määritelmiä minäkuvasta ja soveltaa niitä musiikillisen minäkäsityksen käsitteelyyn. Hän jakaa musiikillisen minäkäsityksen kolmeen eri pääulottuvuuteen: *musiikillinen minäkäsitys*, *musiikillinen ihanneminäkäsitys* ja *musiikillinen toveriminäkäsitys* (ks. kuvio 1).



KUVIO 1. Musiikillinen minäkäsitys Tulamon (1993) mukaan.

Tulamon (1993, 65–67) käsityksen mukaan minäkäsitys jakautuu neljään erilaiseen minäkäsitykseen, jotka taas linkittyvät musiikilliseen minäkäsitykseen. Musiikillinen minäkäsitys taas koostuu tiedostetusta musiikillisesta minäkäsityksestä, musiikillisesta ihanneminäkäsityksestä ja musiikillisesta toveriminäkäsityksestä. Edellä mainitut sisältävät neljä erilaista osaa:

- **Musiikillisella suoriutumisminäkäsitksellä** tarkoitetaan yksilön käsitystä suoriutumisestaan, pätevydestään ja kyvyistään eri musiikin osa-alueilla. Konkreettisesti sanottuna sillä tarkoitetaan oppilaan käsitystä omista musiikillisista taidoistaan ja tiedoistaan, kuten esimerkiksi soitto- ja laulutaidoistaan tai musiikkiliikunta ja -kuuntelutaidoistaan. Tähän vaikuttavat onnistumisen ja epäonnistumisen kokemukset musiikkisuorituksista.
- **Sosiaalisella musiikillisella minäkäsityksellä** tarkoitetaan sitä, miten yksilö kokee suhteensa muihin ihmisiin musiikkitilanteissa. Esimerkiksi toisten antama arvostus, suosio tai yhteistyöhalukkuuden osoittaminen muokkaavat tätä osa-aluetta. Käsite on lähellä toveriminäkäsitystä, sillä se ilmaisee yksilön ja ympäristön välisiä suhteita musiikkitilanteissa.
- **Emotionaalinen musiikillinen minäkäsitys** on yksilön ymmärrys temperamentistaan ja tunteistaan erilaisissa musiikkitilanteissa (esimerkiksi esiintymistilanteissa esiintyvä ahdistuneisuus tai itseluottamus musisoimisessa). Sosiaalinen ja emotionaalinen musiikillinen minäkäsitys mielletään usein samaksi asiaksi.
- **Fyysis-motorinen musiikillinen minäkäsitys** liittyy yksilön käsityksiin omista kehollisista ja motorisista ominaisuuksistaan musiikkiin liittyvissä tilanteissa. Esimerkiksi lauluäänen laatu, soittimen soittotaidot tai musiikkiliikunnan taidot ovat keskiössä, kun oppilas arvioi onnistumistaan.

Jos jokin edellä mainituista minäkäsityksen osa-alueista on yksilöllä heikko, nuori voi kokea itsensä vähemmän taidokkaaksi ja onnistumisensa epätodennäköisem-

mäksi. Myönteiset oppimiskokemukset vaikuttavat positiivisesti minäkäsitykseen, kun taas negatiiviset heikentävät sitä. Myönteiset kokemukset tukevat positiivisen musiikillisen minäkäsityksen muotoutumista, jolloin nuori suhtautuu esimerkiksi musiikin opiskeluunsa myönteisesti. Vastaavasti ympäristöstä saadut kielteiset reaktiot voivat vaikuttaa negatiivisesti nuoren minäkäsitykseen. (Tulamo 1993, 67, 70, 74.) Niinpä kaikki musiikilliset kokemukset ja vuorovaikutustilanteet vaikuttavat musiikilliseen minäkäsitykseen. Nuori saa musiikillisia kokemuksia esimerkiksi koulun musiikkitunneilla, mahdollisissa virallisissa tai omaehtoisissa musiikkiharrastuksissa tai vaikka musiikkiviihteen katselemisen tai kuuntelemisen yhteydessä.

3 NUORI SOSIAALISEN MEDIAN MAAILMASSA

Sosiaalinen media on ympäristö, jossa nuorella on mahdollisuus saada erilaisia tunnekokemuksia ja niihin liittyviä tunne- ja vuorovaikutustaitoja. Sosiaalinen media tarjoaa ajasta ja paikasta riippumattoman tilan, jossa nuori voi keskustella, vaikuttaa ja rakentaa omaa identiteettiään sekä minuuttaan. Sosiaalinen media on käsitteenä niin laaja, että tähän tutkimukseen olen rajannut sen nuorten käyttämiin keskeisimpiin videopalveluihin, kuten TikTokiin ja YouTubeen. Aiheessa sivutaan kuitenkin myös muita suosituimpia sosiaalisen median kanavia, jotka nousivat esiin haastattelussa. Sosiaaliseen mediaan liittyen käydään läpi myös anonymiteetin tai sen puuttumisen mahdollisia syitä ja vaikutuksia. Aluksi avaan yleisesti sosiaalisen median käsitettä. Toisessa luvussa käsittelen nykyajan videopalveluita, kuten TikTokia ja YouTubea. Tämän jälkeen tarkastelen sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vuorovaikutusta ja sen luonnetta, jonka jälkeen pohdin anonymiteettia ja sen vaikutusta sosiaalisessa mediassa hyödyntäen Kangin, Brownin ja Kieslerin (2013) tutkimusta.

3.1 Sosiaalinen media kommunikaatiovälineenä

Sosiaalinen media on integroitunut lasten ja nuorten arkeen, jossa se toimii etenkin fyysisen elinpiirin "laajenuksena" (Mäntymäki, 2012, 19). Sosiaalisen median palvelut ovat saaneet alkunsa 2000-luvulla. Kaplanin ja Haenleinin (2010) mukaan sosiaalisen median voi määritellä Internet-pohjaisten sovellusten ryhmäksi, jotka mahdol-

listavat sisällön tuottamisen ja käyttäjien sisällön hyödyntämisen (Kaplan & Haenlein, 2010, 61). Kietzman, Hermkens ja McCarthy (2011, 243) täydentävät tätä ajatusta määrittelemällä sosiaaliselle medialle seitsemän erilaista toiminnallista ”rakennuspalikkaa”. Tässä määritelmässä sosiaalisen median seitsemän osatekijää nähdään toisiinsa sidonnaisina:

- *Läsnäolo*: Muiden käyttäjien läsnäolon tiedostaminen
- *Jakaminen*: Käyttäjien itse tuottaman sisällön jakaminen, vaihtaminen ja vastaanottaminen
- *Suhteet*: Tunne yhteenkuuluvuudesta palvelun muiden käyttäjien kanssa
- *Keskustelut*: Kommunikaation laatu ja yleisyys muiden käyttäjien kanssa
- *Identiteetti*: Käyttäjän identiteetin rakentaminen omien tietojen jakamisen avulla/kautta.
- *Maine*: Käyttäjän mahdollisuus arvioida muita käyttäjiä, heidän sosiaalista asemaansa sekä heidän tuottamansa informaation sosiaalista kontekstia.
- *Ryhmät*: Yhteisöt, joita käyttäjät muodostavat.

Näiden osatekijöiden painottuminen riippuu paljon sosiaalisen median palvelusta. Mäntymäki (2012) ottaa esimerkiksi YouTuben, jonka pääpaino on rakennettu sisällön jakamiseen. Tässä sovelluksessa keskiössä on käyttäjien itse tuottama sisältö, sekä sen jakaminen ja siihen reagoiminen. Jokaisen sovelluksen kohdalla käyttäjä kuitenkin itse määrittää, mikä toiminto heitä kyseisessä palvelussa erityisesti viehättää. (Mäntymäki 2012, 10.) Vaikka Mäntymäen teksti onkin hieman vanhentunutta tietoa tänä päivänä, päättelyä voidaan verrata nykypäivän suosittuihin sosiaalisen median sovelluksiin: esimerkiksi WhatsApp ja Snapchat ovat useilla käytössä ensisijaisesti kommunikointivälineinä. TikTok on nykypäivänä pinnalla monipuolisuutensa takia; se nojautuu vahvasti sisällön tuottamiseen ja oman identiteetin rakentamiseen, mutta vuorovaikutus, jakaminen, yhteisöllisyys ja muiden käyttäjien läsnäolo ovat nekin olennaisia elementtejä TikTokissa.

Sosiaalisen median palvelut eroavat pienesti toisistaan ja niitä pystytään jakamaan erilaisiin ryhmiin. Kaplan ja Haenlein (2010) jakavat sosiaalisen median palvelut eri kategorioihin sen perusteella, kuinka rikasta ja monipuolista informaatiota tai itseilmaisumahdollisuuksia palvelussa pystytään tarjoamaan (Kaplan & Haenlein, 2010, 62). Nykyajan suurimmat sosiaalisen median palvelut tarjoavat sekä monipuolista informaatiota että laajat mahdollisuudet ilmaista itseään. Sosiaalisen median kulttuuri on muuttunut Kaplanin ja Haenleinin tekstin julkaisun jälkeen huomattavasti: Itseilmaisua voidaan toteuttaa missä tahansa palvelussa lähes kahdentuhannen emojiin valikoimalla, gif-animaatioilla, "tarroilla", kuvaa muokkaavilla filtereillä, videovastauksilla ja -reagoineilla. Erilaista informaatiota pakataan yhä tiiviimpään muotoon niin kuvien kuin muutaman sekunnin videoiden muodossa ja sen jakaminen onnistuu lähes yhdellä painalluksella.

Useat sosiaalisen median palvelut pyrkivät uudistumaan ja vastaamaan näin yhä enemmän kuluttajiensa tarpeisiin ja trendeihin. Kun jokin sosiaalisen median palvelu huomaa hyvän ja suosituksen ominaisuuden toisessa palvelussa, se kehittää itselleen samanlaisen. Esimerkkinä tästä ovat YouTube Shorts, Instagramin Story- ja Reels-ominaisuudet tai Facebook Stories, jotka ovat kaikki lisäyksiä alkuperäiseen sovellukseen. Näin suuret sovellukset yrittävät vastata käyttäjiensä kaikkiin vaatimuksiin. Mäntymäki (2012) puhuu ilmiöstä "palvelujen välisten raja-aitojen ylittämisenä", jossa nuoret sosiaalisen median käyttäjät soveltavat ja yhdistelevät erilaisia palveluja tarpeisiinsa (Mäntymäki 2012, 10). Kenties nykypäivän suuret sosiaalisen median palvelut yrittävät vastata Mäntymäen mainitsemaan ilmiöön niin, ettei palvelujen välistä raja-aitojen ylittämistä tapahtuisi ja käyttäjät saataisiin pysymään uskollisena yhdelle sovellukselle, joka täyttäisi kaikki heidän tarpeensa.

Media on elämys- ja aistikylläinen tila, jossa yksilöllä on mahdollisuus oppia erilaisia tunnekokemuksia, tunteiden tunnistamista ja nimeämistä, mielenhallintaa sekä mielikuvituksen käyttöä (Mustonen, 2012, 57). Sosiaalinen media painottaa median vuorovaikutuksellista ja yhteisöllistä puolta. Herring (2004) ehdottaa, että sosiaalisessa

mediassa esiintyvää vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä voitaisiin määritellä kolmeen osa-alueeseen; sosiaalisuus, identiteetti ja tuen osoittaminen. Sosiaalisuuteen liittyy säännöllisten osallistujien aktiivinen keskusteluun osallistuminen, kritiikki ja konfliktit sekä niiden ratkaisemiseen pyrkivät keinot. Identiteetti sisältää ryhmän yhteisen historian, tarkoituksen, arvot ja normit sekä kaikkien oman yksilökäsityksen. Tuen osoittaminen taas tarkoittaa solidaarisuutta, tukemista ja vastavuoroisuutta; tätä voidaan tarkastella esim huumorin ja tukea osoittavan vuorovaikutuksen kautta. (Herring 2004, 14–16.) Omien tunteiden, mielipiteiden ja kokemusten ilmaiseminen onkin sosiaalisessa mediassa hyvin keskeistä. Esimerkiksi jo niinkin yksinkertaisia “tykkäys” tai “en tykkää” painikkeita painamalla pystyy osoittamaan mielipiteensä tai ottaa kantaa asioihin (Luukkainen, 2012, 39). Tämä tarjoaa matalan kynnyksen omien ajatusten ilmaisemiselle myös niille, jotka eivät yleensä tahdo kommentoida tai julkaista omaa sisältöä.

3.2 Videopalvelut

Sosiaalinen media painottuu paljon myös videopalveluihin. Risken (2022) tekemän tutkimuksen mukaan Suomen suosituimpiin musiikin suoratoistopalveluihin lukeutuvat YouTube, Spotify, Facebook, Instagram sekä TikTok. Edellä mainituista YouTube ja TikTok ovat erityisesti videopalveluiksi leimautuneita sovelluksia. Internetissä toimivasta videonjakopalvelusta tekee sosiaalisen median se, että niissä on yleensä paljon yhteisöllisyyteen ja vuorovaikuttamiseen liittyviä ominaisuuksia (Multisilta ym., 2010). Videoiden ja streamien sivuilla pystyy vuorovaikuttamaan teksteillä, emojeilla, gif-animaatioilla ja jopa videovastauksilla. Videopalveluihin liittyy myös paljon erilaista käyttäjien tuottamaa sisältöä, kuten esimerkiksi keskustelupalstoja ja arviointeja. Näkyvissä ovat myös katselukerrat sekä videon alla näkyvä keskustelupalsta, johon jokainen voi kommentoida. Yhteisöllisesti kerätty tieto ja niiden saamat katselukerrat usein viestivät katsojalle videon ja informaation laadusta sekä sisällöstä, jonka perusteella hän voi päättää soveltuuko video hänen tarpeisiinsa. Nykypäi-

vän videopalvelut myös etsivät katsojalle sopivia videoita sen perusteella, mitä hän on aiemmin katsonut; näin pystytään selvittämään katsojan mielenkiinnon kohteita ja tarpeita (Multisilta, 2012, 74–75). Tämän hetken suosittuja videopalveluita ovat etenkin TikTok ja YouTube, joista kerron tiivistetysti seuraavissa kappaleissa.

Vuoden 2017 loppupuolella suuren suosion saavuttanut TikTok-sovellus on vain jatkanut kasvamistaan. Syynä suureen kasvuun on todennäköisesti jokaiselle käyttäjälle yksilöllisesti kohdennettu sisältö, joka muuttuu katsojan mieltymyksiensä mukaan. TikTokin sivuilla kuvaillaan sovellusta ”johtavaksi lyhytmuotoisten mobiilivideoiden kohteeksi” (TikTok.com, 2022). TikTok perustettiin vuonna 2016, mutta se alkoi saada suurta suosiota vasta vuoden 2017 loppupuolella. Sovelluksen avatessaan käyttäjät avautuvat ”sinulle”-sivulle (for you page), joka on sovelluksen algoritmeihin nojaava, videoita sisältävä pääsivu. TikTokissa pystyy kommentoimaan, ”tykätä” ja jakaa videoita sivuilta toisiin media-alustoihin. Muihin sovelluksiin verrattuna TikTok keskittyy tällä hetkellä vain lyhytkestoisiin, maksimissaan kolmen minuutin videoihin. TikTokin uniikkisuus johtuu sen vahvasta visuaalisuudesta, joustavuudesta yhdistellä tunnettua ja vähemmän tunnettua sisältöä sekä monipuolisista mahdollisuuksista esiintyä joko anonyyminä tai identifioitavana henkilönä (Karizat ym., 2021, 305:2). TikTok on ohjelmoitu niin, että sovellus pystyy syöttämään jokaiselle käyttäjälle heille kiinnostavaa sisältöä perustuen käyttäjän aiempiin katsottuihin videoihin.

YouTuben sivuilla kerrotaan, että ”sovelluksen tarkoituksena on antaa jokaiselle yksilölle ääni ja näyttää heille maailmaa” (about.youtube, 2022). Risken (2022) tekemä tutkimus pohjoismaiden digitaalisen musiikin käytöstä osoittaa, että YouTube on tällä hetkellä käytetyin palvelu digitaalisen musiikin kuunteluun. YouTube perustettiin vuonna 2005, joten se on ollut videopalveluna käytössä paljon kauemmin kuin TikTok. YouTube on edelleen yksi suurimmista videopalveluista ja sillä on oma uniikki roolinsa nyky maailman populaarikulttuurissa (Arthurs ym., 2017, 3). YouTube eroaa TikTokista eniten siinä, että se on aloittanut alun perin internet-sivustona kännykkäsovelluksen sijaan. Tällä hetkellä YouTubeen on kuitenkin lisätty ominai-

suuksia (esimerkiksi aiemmin puhuttu YouTube Shorts), jotka tekevät sen merkittävästi samantyylliseksi sovellukseksi kuin esimerkiksi TikTok.

Helsingin yliopiston keräämän aineiston (2012) mukaan suomalaiset lapset ja nuoret käyttivät videopalveluita innokkaasti jo kymmenen vuotta sitten: 61 prosenttia tytöistä ja 70 prosenttia pojista sanoi käyttävänsä YouTube-palvelua paljon. Tutkimuksen tekohetkellä videopalveluita hyödynnettiin kouluissa vielä suhteellisen vähän, mutta myös koulutehtäviin liittyvien videoiden katselu kotona oli vähäistä. Tytöistä 69 prosenttia ja pojista 64 prosenttia ei hyödyntänyt videoita koulutehtävien yhteydessä. (Multisilta 2012, 75–76.) Nykypäivänä videopalveluiden omaehtoinen hyödyntäminen omien mielenkiinnonkohteiden tukena on helppoa ja arkipäiväistä. Multisilta (2012) kertoi artikkelissaan hyvän esimerkin siitä, kuinka videopalveluita voi hyödyntää omaehtoisessa musiikinoppimisessa. Nuori voi etsiä videopalveluista opetusvideoita sekä visuaalista harjoittelumateriaalia, sekä päätellä videoiden luotettavuuden katselukertojen ja tykkäyksien perusteella. Nuori voi myös halutessaan kuvata omaa soittoaan ja ladata sen näkyville sosiaaliseen mediaan, jossa hän voi saada reagoiteja sekä palautetta omaan tekemiseensä. (Multisilta 2012, 73.)

3.3 Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisessa mediassa tapahtuvaan kommunikointiin sisältyy paljon erilaisia kokemuksia ja vuorovaikutustapoja. Se on ympäristö, jossa on mahdollista saada vertais-tukea ja verkostoitua reaaliaikaisesti ajasta tai paikasta riippumatta (Mustonen 2012, 57–58). Sosiaalisessa mediassa – kuten kaikiällä verkossa – käytävää tekstipojaista verkkovuorovaikutusta on kutsuttu ”kasvottomaksi” vuorovaikutukseksi, sillä sosiaalisen median keskusteluissa näkee usein vain muiden kirjallisia tuotoksia (Crystal 2006, 36). Toki viimevuosina tulleet reaaliaikaiset livevideo-mahdollisuudet ovat asia erikseen, mutta suurin osa kommunikoi edelleen kommenteilla ja reagoinneilla, jotka näkyvät kirjallisessa muodossa. Tällöin metakommunikaatiolla on keskeinen rooli

verkkopohjaisessa vuorovaikutuksessa (Georgakopoulou 2003). Metakommunikaatio tarkoittaa kaikkea kommunikaatiota, joka ei itsessään edistä puheenaiheen käsittelyä, vaan ennemminkin viestittää lukijalle, miten viesti pitäisi ymmärtää. Metakommunikaatiota helpottavat esimerkiksi emoji, joilla pystyy viestittämään omia tunnetilojaan. Tällöin lukija voi tulkita tekstistä välittyvän ”äänensävyä”. Metakommunikaatiota ovat myös tietynlaiset viestin kirjoitusasut ja sanavalinnat. Tällaista metakommunikaation tasolla vuorovaikuttamista on paljon varsinkin nuorten keskuudessa, sillä heille vuorovaikuttaminen sosiaalisessa mediassa on täysin arkipäiväistä. Yksi emoji voi muuttaa hyvältä vaikuttavan kommentin nopeasti sarkastiseksi ja toisinpäin.

Sosiaalisessa mediassa tapahtuva vuorovaikutus on monimuotoista: Jotkut tuottavat ja julkaisevat sisältöä, jotkut kommentoivat ja reagoivat muiden sisältöihin ja jotkut taas ovat passiivisia seuraajia. Fernandes ja Castro (2020) analysoivat tutkimuksessaan 213 Facebook-käyttäjän vuorovaikutusta erilaisten yritysten ja bränditilien kanssa. Tutkimuksessa Fernandes ja Castro jakoivat sosiaalisen median vuorovaikuttajat aktiivisiin sekä passiivisiin sosiaalisen median käyttäjiin. Aktiiviset sosiaalisen median käyttäjät julkaisivat sisältöä sekä kommentteja tai reagoivat muiden julkaisuihin, kun taas passiiviset sosiaalisen median käyttäjät ”seurasivat enemmän sivusta”. (Fernandes & Castro, 2020.) Termi ”lurking” tarkoittaa sosiaalisen median käyttämistä niin, ettei itse tuota ollenkaan sisältöä, eikä myöskään kommentoi tai osallistu vuorovaikuttamiseen. Suurin osa sosiaalisen median selailijoista onkin vain ”kurkistelijoita” tai tutkailijoita, jotka mieluummin katselevat sivusta kuin osallistuvat itse vuorovaikuttamiseen. Muller (2012) on pohtinut, että käyttäjän vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa riippuu esimerkiksi yksilön asenteesta tiettyä aihetta tai ympäristössä olevia muita vuorovaikuttajia kohtaan. Käyttäjän vuorovaikutus tai sen vähäisyys voivat riippua myös hänelle annetusta roolista tai tehtävästä. (Muller 2012, 255–256.) Tällaisia sosiaalisen median vuorovaikutustyyppisiä voi rinnastaa esimerkiksi Facebook- ja WhatsApp-ryhmiin, erilaisiin kommenttikenttiin tai sosiaalisen median

yhteisöihin. Oman kokemukseni mukaan myös anonymiteetti tai sen puuttuminen vaikuttavat yksilön vuorovaikuttamiseen sosiaalisessa mediassa.

3.4 Anonymiteetistä

Vaikka useat sosiaalisen median palvelut vaativat nykypäivänä tunnistautumisen sekä omalla identiteetillä esiintymisen, joissain palveluissa on mahdollista esiintyä täysin tunnistamattomana. Internetissä tapahtuvan kommunikoinnin ja verkostoitumisen tapaan sekä vastuullisuuteen vaikuttaa paljon se, esiintyykö käyttäjä anonyyminä vai omana itsenään (Mustonen 2012, 57–58). Tämän hetken trendikkäisiin vide Sovelluksiin kuten TikTokiin ja YouTubeen pystyy tehdä anonyymien käyttäjän, joka lasten ja nuorten näkökulmasta toisaalta suojaa alaikäisiä käyttäjiä, toisaalta toimii mahdollistajana vastuuttomalle ja ajattelemattomalle käytökselle, josta harvoin koituu seurauksia.

Miten anonymiteetti sitten vaikuttaa sosiaalisessa mediassa vuorovaikuttamiseen? Taipale (2019) avaa tekstissään Husserlin konseptia “avoimesta intersubjektiivisyydestä” (*open intersubjectivity*), joka tarkoittaa, että myös yksilöiden välisten keskusteluiden voidaan olettaa olevan internetissä ja mediassa avoimia sekä kaikille nähtävissä. Anonymiteetti aiheuttaa sen, että kaikki internettiin julkaistu materiaali on nähtävillä kenelle tahansa. Potentiaalisesti nämä “ketkä tahansa” henkilöt voidaan olettaa jonkin tietyn yhteisön jäseniksi. Taipale esittää Husserlin filosofian sisältävän kolme eri näkemystä intersubjektiivisyydestä. Ensimmäinen näkemys korostaa sitä, että internetin kokemustila on avoinna kaikille, kuten aiemmin avattu. Toinen näkemys on se, että kasvokkain tapahtuvissa kohtaamisissa ympäristö on myös avoinna kaikille, mutta ennemminkin tarkennettuna tietylle ryhmälle kyseisessä tilassa. Kolmas näkemys on se, että kun internetissä tapahtuvaa vuorovaikutusta tapahtuu tiettyjen anonyymien henkilöiden kanssa tarpeeksi paljon, heistä muodostuu pikkujoukko ryhmä. (Taipale 2019, 1–2). Anonymiteetti tuo yksilölle suojaa ja mahdollisuuden

olla tunnistamaton, mutta sen se tuo myös jokaiselle muullekin käyttäjälle. Tällöin yksilön on oletettava, että kaikki hänen julkaisemansa sisältö on nähtävillä kenelle tahansa, vaikka esimerkiksi jokin julkaistu kommentti olisikin tarkoitettu vain tietyille osalle käyttäjistä.

Anonymiteetin hyödyntämiselle on useita eri syitä. Kang, Brown ja Kiesler (2013) ovat tutkineet ihmisten ajatuksia ja käsityksiä anonymiteetista. Haastateltavana oli 44 amerikkalaistaustaista henkilöä. Haastatelluista 93 prosenttia kertoi käyttävänsä anonymiteettia hyödykseen internetissä. Vaikka sosiaalisen median käyttö vaatiikin usein oman identiteetin käyttöä, puolet Kangin, Brownin ja Kieslerin haastateltavista kertoivat esiintyvänsä sosiaalisessa mediassa anonyyminä. Syitä anonymiteetin hyödyntämiseen esimerkiksi harrastusten parissa olivat arvostelun ja kritiikin pelko henkilöiltä, jotka he tuntevat "offline-elämässä", toisin sanoen oikeassa elämässään. Yksi haastateltavista julkaisi viikoittain omaa musiikkiaan internettiin, mutta tahtoi pysyä anonyyminä, sillä hän ei tahtonut yhdistää omaa elämäänsä ja online-elämäänsä. Kang, Brown ja Kiesler jakoivat anonymiteetin käytölle viisi eri syytä; suojautuminen ilkivallalta kuten huijaajilta, laittomuuksilta tai hakkereilta, suojautuminen erilaisilta organisaatioilta, suojautuminen "offline-elämän" tutuilta ja suojautuminen muilta tuntemattomilta henkilöiltä. "Offline-elämän" eli oman elämän tutuilta tahdottiin suojautua mahdollisten negatiivisten tilanteiden välttämiseksi. Anonymiteetin taakse voi piiloutua myös aiempien negatiivisten kokemusten johdosta. "Offline-elämään" voivat kuulua esimerkiksi vanhemmat, ystävät, työkaverit, kouluympäristön henkilöt, luokkakaverit ja muut koululaiset. (Kang ym., 2013, 2659–2661.) Anonymiteetti on siis suojautumiskeino tilassa, jossa vastaan voi tulla kuka tahansa. On mielenkiintoista, että niin moni kokee tarvetta "suojautua" oman elämän tutuilta kritiikin ja arvostelun pelossa esimerkiksi omiin harrastuksiin liittyen. Tämä on kuitenkin ymmärrettävä ja samaistuttava reaktio. Pystyn tunnistamaan samanlaisen tilanteen myös omassa toiminnassani sosiaalisen median kanavaa luodessani. Anonymiteetti tuo turvaa mahdolliselta negatiiviselta reaktiolta, jolloin kynnyks julkaisemiselle ja vuorovaikuttamiselle madaltuu.

Anonymiteetillä on sekä vahvuutensa että heikkoutensa. Se, että kuka tahansa pystyy olla tilassa tunnistamattomana, luo paitsi turvaa, myös poistaa vastuun omista tekemisistä ja sanomisista. Kang, Brown ja Kiesler (2013) luettelevat anonymiteetin hyviä ja huonoja puolia. Sosiaalisesta näkökulmasta katsottuna anonymiteetti auttaa välttämään kohtaamisia epätoivottujen henkilöiden kanssa, madaltaa kynnystä vuorovaikutukselle ja varjelee yksilön imagoa kritiikiltä, tuomitsemiselta tai häpeältä. Huonoja puolia anonymiteetin käytössä on, että se myös saattaa altistaa ilkeälle ja vastuuttomalle kritiikille, sillä toiset käyttäjät kokevat anonyyminä kiusaamisen kynnyksen matalammaksi sosiaalisessa mediassa. (Kang ym., 2013, 2664.) Tämä on huomattavissa esimerkiksi TikTokissa, jonka ilmapiiriä pidetään negatiivisempaan useaan muuhun sosiaalisen median palveluun verrattuna. TikTokissa jokainen pystyy olla täysin anonyymi niin halutessaan. Samalla TikTokiin sisäänrakennettu suosittelujärjestelmä voi tarjota käyttäjän puhelimen ruudulle minkä tahansa videon; jos satunnaisesti eteen tullut video ei miellytä, moni kokee negatiivisen reagoimisen kynnyksen matalaksi. Tämä eroaa esimerkiksi YouTubesta siten, että YouTubessa käyttäjä itse etsii ja ”klikkaa” itsensä videoihin, joista hänen voidaan olettaa olevan alustavasti edes vähän kiinnostunut. Tällainen käyttäjä harvemmin eksyy videoiden pariin, joista ei pidä ollenkaan.

4 TUTKIMUSASETELMA

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jonka aineistonkeruumenetelmänä käytettiin yksilö- ja ryhmähaastatteluja. Haastattelin seitsemää 9-luokkalaista. Teemahaastattelu sisälsi kysymyksiä seuraavista aihepiireistä: oppilaan kokemus musiikintunneista, musiikin käyttö arjessa, sosiaalisen median käyttö, sosiaalisen median ilmapiiri sekä kokemukset musiikkiaiheisten videoiden julkaisemisesta tai niihin vuorovaikuttamisesta. Haastatteluissa esiintyneiden aihepiirien avulla pyrittiin selvittämään, onko oppilaan sosiaalisen median kokemuksilla ja musiikillisella minäkuvalla yhteyttä, sekä miten yhdeksäsluokkalaiset näkevät ikäistensä sosiaalisen median ilmapiirin musiikkisisällön julkaisun näkökulmasta.

4.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Nuorten sosiaalisen median käyttö on nykypäivänä suuressa roolissa, joten tutkimukseni aihio kehittyi ajatuksesta: mitä asenteita ja ajatuksia yläkouluikäisillä on esimerkiksi laulu-, soitto- tai tanssivideoiden julkaisemisesta sosiaaliseen mediaan. Tutkimuksessani tavoitteenani on selvittää millaiseksi yhdeksäsluokkalaiset kokevat esimerkiksi YouTuben tai TikTokin ilmapiirin, kun puhutaan musiikkiaiheisista videoista. Lisäksi selvitän yhdeksäsluokkalaisten oppilaiden kokemuksia ja käsityksiä musiikkisisällön julkaisemisesta sosiaalisen median videopalveluihin. Näitä kahta näkökulmaa pyrin tarkastelemaan etenkin Tulamon (1993) musiikillisen

minäkäsityksen valossa. Koska sosiaalinen media sisältää terminä monia erilaisia sovelluksia sekä alustoja, päätin rajata tutkimuksessa käytettävän sosiaalisen median osuuden tarkemmin sosiaalisen median videopalveluihin.

Tutkimuksessani pyrin vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisia käsityksiä ja kokemuksia nuorilla on sosiaalisen median videopalveluiden (kuten YouTube / TikTok) ilmapiiristä musiikillisen sisällön julkaisun kontekstissa?
2. Millaisia käsityksiä ja kokemuksia nuorilla on musiikkiteemaisista videoista ja niiden julkaisemisesta?

4.2 Tutkimusmenetelmä ja -aineisto

Tutkimus toteutettiin laadullisena, empiirisenä tutkimuksena, jossa seitsemän yläkouluikäistä nuorta osallistuivat yksilö- ja ryhmähaastatteluihin. Tuomi ja Sarajärvi (2018) määrittelevät laadullista tutkimusta termeillä kvalitatiivinen, ihmistutkimus, pehmeä ja ymmärtävä. Laadullista tutkimusta kutsutaan usein ymmärtäväksi tutkimukseksi, sillä se on eläytymistä tutkimuskohteisiin liittyviin ilmapiireihin, motiiveihin, ajatuksiin ja tunteisiin (Tuomi & Sarajärvi 2018, 29). Näitä ominaisuuksia tarvitaan, kun haastatellaan alaikäisiä nuoria ja esiin saattaa nousta henkilökohtaisiakin aiheita. Koska tutkimuksessani tarkastellaan nuorten kokemuksia ja käsityksiä musiikkiteemaisten videoiden julkaisemisesta sekä heidän musiikillisesta minäkuvas- taan, tutkimus on selkeästi laadullinen. Aineistonkeruumenetelmänäni toteutin haastattelun seitsemälle yläkouluikäiselle opiskelijalle. Valitsin aineistonkeruumenetelmäksi haastattelun, koska haastattelua käytetään aineistonkeruumenetelmänä yleensä silloin, kun halutaan tietää, miksi ihminen toimii kuten toimii tai mitä hän ajattelee (Tuomi & Sarajärvi, 2018, 84). Haastatteluja oli yhteensä kolme: yksi yksilö-

haastattelu, yksi parihaastattelu ja yksi ryhmähaastattelu. Annoin haastateltavien itse päättää, tulisivatko he haastatteluun yksin tai muutaman ystävän kanssa, jotta haastattelutilanne olisi heille mahdollisimman mielekäs ja osallistumisen kynnys mahdollisimman matala.

Toteutin haastatteluni teemahaastatteluna. Valitsin teemahaastattelun tutkimusmenetelmäksi, koska se on monipuolinen sekä ihmisläheinen haastattelutapa ja tähän tutkimukseen sopivin menetelmä. Teemahaastattelussa eli puolistruktuoidussa haastattelussa on etukäteen valittu teemoja ja tarkentavia kysymyksiä, joita otetaan esille. Haastattelussa voidaan kuitenkin myös syventää ja tarkentaa kysymyksiä haastateltavien vastauksien pohjalta (Tuomi & Sarajärvi, 2018, 87–88). Hyvärinen (2017) on Tuomen ja Sarajärven kanssa samaa mieltä; jotkin haastatellun itse esiin nostamat teemat voivat olla jopa tärkeämpiä ja olennaisempia, kuin haastattelijan valitsemat näkökulmat. (Hyvärinen 2017, 21.) Pysin muodostamaan haastatteluni rungon niin, että tilaa jäi haastateltavien omille ajatuksille ja näkökulmille. Jos jokin aihealue ei koskenut haastateltavaa, kysymyksiä ja keskustelua oli mahdollista painottaa hänen omien kokemustensa ympärille. Teemahaastattelu sopi tutkimukseeni hyvin, sillä nuori pystyi kertomaan omia kokemuksiaan ja käsityksiään aiemmin valitsemiä teemojen pohjalta. Kun keskustellaan nuorten omista kokemuksista, esiin tulevia aiheita ja näkemyksiä on vaikeaa ennustaa ja lokeroita etukäteen. Teemahaastattelun myötä haastattelukysymyksillä oli tietty struktuuri, mutta tilaa jätettiin myös sille, että haastattelu toteutettiin haastateltavan ehdoilla ja hänen kokemuksiaan mukaillen. Haastateltavilla oli kuitenkin mahdollisuus avata aiheisiin liittyviä kokemuksiaan enemmän kuin mitä haastattelukysymyksistä olisi tullut ilmi.

Teemahaastattelun aiheet annettiin osallistujille etukäteen ennen itse haastattelua, jotta haastateltavat pystyivät valmistautumaan käsiteltäviin aihepiireihin. Haastattelussa kiinteästi esiintyvät aiheet olivat oma musiikillinen minäkäsitys sekä kokemukset sosiaalisesta mediasta. Haastattelun teemat oli jaettu neljään osaan: nuoren kokemukset musiikintunneista sekä omasta musiikin käytöstään, nuoren suhde soitta-

miseen ja omaan osaamiseensa, nuoren suhde sosiaaliseen mediaan sekä nuoren kokemukset ja käsitykset musiikkiaiheisista videoista ja niiden julkaisemisesta. Tutkimukseni aineisto koostuu yhden aineistokeruukerran aikana toteutetuista haastatteluista, haastatteluiden taltioimisesta ja kuvaamisesta. Videomateriaalia ja äänitallenteita kertyi molempia haastatteluista noin 25 minuuttia per haastattelu, eli yhteensä noin 75 minuuttia. Äänitallenne otettiin haastattelujen litteroimista ja analysointia varten, kun taas videotallenne kuvattiin siltä varalta, että pari- ja ryhmähaastatteluisa olisi helppo erottaa eri puheenvuorot toisistaan. Lopullisessa analyysissä keskityttiin kuitenkin pelkästään haastateltavien puheeseen ja non-verbaalinen vuorovaikutus rajattiin tarkastelun ulkopuolelle. Pysin valikoimaan haastatteluuni henkilöitä, joilla oli kokemusta sosiaalisen median ja musiikin yhdistämisestä ja joilla oli mahdollisesti kokemuksia musiikkiaiheisten videoiden julkaisemisesta sosiaaliseen mediaan tai videopalveluihin. Aineisto on kerätty vuoden 2022 helmi-maaliskuussa.

4.2.1 Tutkittavat

Tutkimukseen osallistui seitsemän yhdeksäsluokkalaista nuorta. Haastateltavat olivat kaikki valinnaisella musiikkikurssilla, joten voidaan olettaa, että haastateltavilla on jonkinlaista musiikillista kiinnostusta. Haastateltavikseni valikoituivat seuraavat henkilöt (nimet anonymisoitu):

- Yksilöhaastattelussa haastattelin Aadaa, joka harrasti tanssia sekä kuunteli aktiivisesti musiikkia. Aada oli harrastanut ennen pianonsoittoa. Aadan perhe on suhtautunut kannustavasti hänen musiikkiharrastuksiinsa. Hän vaikutti melko tietoiselta omista vahvuuksistaan ja heikkouksistaan. Samalla Aada oli todella tietoinen sosiaalisen median luomista paineista ja hänen ikäistensä luomasta ilmapiiristä. Aadan kanssa käyty yksilöhaastattelu oli tutkielman kannalta hedelmällisin, sillä haastattelussa hän kertoi kattavasti omia kokemuksiaan ja käsityksiään.
- Parihaastattelussa haastattelin Pinjaa ja Fannia, joista Pinja oli innostunut harjoittelemaan laulamista itsenäisesti ja Fanni koki käyttävänsä sosiaalista medi-

aa lempibändiensä sekä -artistiensä seuraamiseen. Pinja koki, että hän ei ollut saanut kannustusta perheeltään, mutta oli itse todella motivoitunut laulamiseen. Pinja käytti sosiaalista mediaa lähinnä ”omaksi huvikseen”, eli piti julkaisemansa somesisällön yksityisenä. Fanni taas julkaisi lempimusiikkiinsa liittyviä videoita sekä katsoi paljon niihin liittyvää sisältöä. Lisäksi Fanni koki saaneensa kannustusta kotoa esimerkiksi koulun musiikkiesityksiin osallistuessaan.

- Ryhmähaastattelussa haastattelin Leevyä, Kimiä, Villeä ja Mattia, joista varsinkin Leevillä oli musiikillista harrastuneisuutta oboensoiton ja orkesteriin osallistumisen kautta. Kimi kohtasi arjessa musiikkisisältöä varsinkin TikTokissa ja koki olevansa sosiaalisessa mediassa enemmän sivustaseuraajan kuin aktiivisen vaikuttajan roolissa. Ville oli muihin haastateltaviin verrattuna vähäsanaisempi ja ryhmähaastattelussa suurimmaksi osaksi vain tuki muiden haastateltavien mielipiteitä. Hän kertoi musiikin käyttönsä koostuvan isoimmaksi osaksi musiikin kuuntelemisesta. Matti taas koki olevansa aktiivinen kommentoija ja näkevänsä musiikkisisältöä paljon sosiaalisessa mediassa. Hänellä oli myös omakohtaista kokemusta esimerkiksi oman räppivideon tekemisestä YouTubeen.

4.2.2 Analyysimenetelmät

Käytin aineiston analyysissä menetelmänä laadullista sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysiä pidetään perusanalyysimenetelmänä, sillä se sopii moniin laadullisen tutkimuksen perinteisiin ja suurin osa laadullisten tutkimusten analyysimenetelmistä pohjautuvat siihen. Aineiston tarkoitus on ”luoda tieto itse itsestään”, jolloin tutkijan täytyy samalla tiedostaa oma roolinsa ja perehtyneisyytensä tutkittavasta ilmiöstä sekä aiemmasta teoriasta (Huusko & Paloniemi 2006, 166). Toisin sanoen lähdin tutkimaan ja kategorisoimaan ensin litteroituja haastatteluja ja kun sain aineistoni kasaan, analysoin sitä ensisijaisesti haastattelujen tuomien aiheiden näkökulmasta, aiempaan teoriaan rinnastaen. Toteutin analyysiäni Milesin ja Hubermanin (1994)

sekä Huuskon ja Paloniemen (2006) määritelmien mukaan aineistolähtöisestä, laadullisesta ja fenomenografisesta analyysistä. Miles ja Huberman (1994) näkevät että aineistolähtöisen laadullisen aineiston analyysi on kolmevaiheinen: ensimmäisenä aineisto pelkistetään eli redusoidaan, joka käytännössä tarkoittaa oman tutkimukseni kohdalla haastattelun auki kirjoittamista niin, että epäolennainen haastattelumateriaali karsitaan pois. Sen jälkeen se ryhmitellään (klusteroidaan) eli etsitään tekstistä samankaltaisuuksia ja yhteyksiä toistensa välillä. Tällöin tekstissä usein esiintyviä käsitteitä yhdistetään eri luokiksi, jonka johdosta aineisto tiivistyy, kun yksittäiset tekijät sisällytetään yhteisten käsitteiden alle. Viimeisenä luodaan teoreettiset käsitteet (abstrahointi), jossa eritellään tutkimuksen kannalta olennainen tieto ja muodostetaan niistä teoreettisia käsitteitä. (Miles & Huberman, 1994.) (Katso myös Huusko & Paloniemi 2006). Ensimmäinen vaihe eli aineiston pelkistäminen tapahtui sen jälkeen, kun olin saanut haastattelut toteutettua ja tallennettua. Aineiston rajaaminen analyysin alkuvaiheessa on keskeistä, jotta pystytään karsimaan pois tieto, joka ei ole yhteneväinen tutkimuksen tarkoituksen kanssa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 104–105). Seuraavaksi ryhmittelin pelkistämäni aineiston erilaisiin kategorioihin ja teemoihin. Lopuksi tiivistin kategorioita lopulliseen muotoonsa ja loin niiden perusteella teoreettiset käsitteet.

Haastattelujen analysoinnissa koodaus oli pääsääntöisesti auki kirjoitetun tekstin lajittelua eri teemasanojen mukaan. Haastatteluista nousi esiin noin neljäkymmentä eri koodia, jotka ryhmitin karkeasti noin kuuteen eri ryhmään: Musiikki omassa elämässä ja arjessa, minä musisoijana – musiikillinen minäkuva, musiikkikokemuksista saatu palaute, sosiaalisen median käyttö ja yleinen ilmapiiri, vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa sekä nuorten mielipiteitä ja kokemuksia musiikkiaiheisten videoiden julkaisemisesta. Tämän jälkeen aineistoa läpi käydessäni tiivistin kategoriat karkeasti kahteen eri ryhmään, jotka ovat ”musiikillinen vuorovaikutus arjessa ja sosiaalisessa mediassa”, sekä ”kokemukset ja käsitykset musiikkiteemaisista videoista”. Ensimmäisessä kategoriassa käydään läpi haastateltujen nuorten kokemuksia ja ajatuksia yleisesti ”offline-” ja ”online” -elämän musiikillisesta vuorovaikuttamisesta. Jälkim-

mäisessä kategoriassa keskitytään pohdintoihin musiikkiteemaisten videoiden julkaisu- ja kommentointikulttuurista nuorten keskuudessa.

4.3 Tutkimuksen etiikka

Tutkimuksen luotettavuuden arviointiin ei ole mitään selkeää ohjeistusta, sillä tutkimusta arvioidaan aina kokonaisuutena sen johdonmukaisuuden (koherenssi) mukaan, kertovat Tuomi ja Sarajärvi (2018, 163). Laadullisessa tutkimuksessa todellisuutta pystyy tarkastella monesta eri näkökulmasta. Eettiset ratkaisut vaikuttavat tutkimuksen tuloksiin ja tulokset taas eettisiin ratkaisuihin. Laadullisen tutkimuksen eettiset ongelmat piilevät sen avoimuudessa: Mitä avoimempi tiedonkeruumenetelmä, sen vaikeampaa on arvioida tutkimusasetelman eettisiä ongelmia etukäteen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 81.) Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2012) on kuitenkin jakanut ihmistieteitä koskevat eettiset periaatteet kolmeen eri osa-alueeseen, jotka ovat tutkittavan itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen, vahingoittamisen välttäminen sekä yksityisyys ja tietosuojat (TENK 2012).

Tuomi ja Sarajärvi (2009) mainitsivat tekstissään aiemmin, että laadullisen tutkimuksen tuloksia voidaan katsoa esimerkiksi konsensukseen perustuvan totuusteorian läpi; tässä teoriassa korostuu ajatus siitä, että ihmisjoukko voi luoda yhteisymmärryksen tietystä tilannekohtaisesta totuudesta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 135). Tällöin totuus liittyy siihen, millainen ihmisen oma kokemus on tietystä asiasta. Tämä on tutkijan näkökulmasta tärkeää, sillä tutkimuksen toteuttajan on osattava tulkita muiden kokemuksia puolueettomasti. Laadullisessa tutkimuksessa tärkeää on erotella havaintojen luotettavuus ja puolueettomuus. Puolueettomassa tutkimuksessa tutkija pyrkii ymmärtämään ja kuulemaan tiedonantajia itsenään, eivätkä haastateltavien vastaukset suodatu hänen oman kehyksensä läpi (esimerkiksi iän, sukupuolen, politiikan tai uskonnon kautta) (Tuomi & Sarajärvi 2018, 160.) Vaikka täysin puolueeton tutkiminen on lähes mahdotonta tutkijan omien kokemusten ja tulkintojen takia, py-

rin tulkitsemaan aineistoani mahdollisimman puolueettomasti. Tavoittelin tutkimuksessani Tuomen ja Sarajärven (2018) listaamia määrittelemiä normeja hyvälle laadulliselle tutkimukselle, jotka ovat 1) universalismi (tietoväitteiden perusteleminen epäpersoonallisilla kriteereillä), 2) tieteellisen tiedon julkisuus, 3) puolueettomuus ja 4) järjestelmällinen kritiikki. Haaparanta ja Niiniluoto (1991) lisäävät tähän, että tutkijoilla on velvollisuus käyttää tieteellisiä menetelmiä ja argumentoida tieteellisen päättelyn sääntöjen mukaan. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 149–150.)

Tutkimukseen osallistui seitsemän vastaajaa, joista jokainen osallistui tutkimukseen vapaaehtoisesti ja vanhempiansa kirjallisella luvalla. Eettistä ennakoarviointia ei ole tarvinnut toteuttaa, sillä jokainen haastateltava sai kirjallisen suostumuksen huoltajaltaan (Kuula 2011, 160–162). Jokaiselle osallistujalle lähetettiin tiedot etukäteen tutkimusta koskien. Lisäksi haastatteluun ja tutkimukseen liittyvät oikeudet sekä tiedonkeruuseen liittyvät tiedot käytiin läpi jokaisen haastateltavan kanssa ennen haastattelua. Osallistujilla oli mahdollisuus päättää haastattelu missä vaiheessa tahansa. Tutkimuksessa on huomioitu tutkittavien suoja, eli osallistujille on selvitetty tutkimuksen tavoitteet sekä menetelmät. Osallistujat ovat mukana tutkimuksessa täysin vapaaehtoisesti. Lisäksi heillä on ollut oikeus kieltäytyä osallistumasta tutkimukseen, keskeyttää osallistuminen milloin vain tai kieltää heidän aineistonsa käyttö jälkikäteen. Heille on kerrottu edellä mainituista oikeuksista. Tutkimuksessa on noudatettu kvalitatiivisen aineiston anonymisoinnin peruseriaatteita (Kuula 2011, 148–150), eli tutkittavien suorat tunnisteet on poistettu aineiston yhteydestä. Lisäksi taustatiedot on luokiteltu. Tutkittavien nimet on anonymisoitu tutkimusta varten ja heidän tutkimustietonsa ovat luottamuksellisia eikä niitä luovuteta ulkopuolisille. Tietoja ei käytetty muuta kuin tähän tutkimukseen ja ne hävitettiin tutkimuksen valmistuttua. Osallistujat esiintyvät tutkimuksessa anonyymisti, sillä identiteetin paljastamiseen ei ole tutkimuksessani tarvetta.

Jokainen haastateltava sai tutkimukseen osallistumisesta palkaksi 6-packin Coca-Colaa. Uskon, että suurin osa vastaajista halusi osallistua tutkimukseen siksi, että he

tahtoivat kertoa omista kokemuksistaan ja ajatuksistaan tutkimukseni aiheeseen liittyen. Toisaalta yhdessä haastattelutilanteessa oli huomattavissa, että yksi tai kaksi haastateltavista olivat motivoituneempia palkasta kuin itse haastattelusta: tästä syystä kyseisten osallistujien vastaukset ovat lopulta aineiston analyysissä vähäisiä. Haastateltavien vastauksiin vaikutti myös rajallinen aika.

Haastattelutilanteissa pyrin antamaan haastateltaville tilaa kertoa omia näkemyksiään, mutta päädyin tarkentamaan kysymyksiä suunniteltua enemmän, jotta haastateltavilta saataisiin yksityiskohtaisempia ja monisanaisempia vastauksia. Vaikka haastattelututkimukseni tulokset eivät ole välttämättä täysin yleistettävissä vastaajien määrän, vapaaehtoisuuden ja alustavan mielenkiinnon vuoksi, uskon että tutkimus antaa hyvän kuvan siitä mitä ajatuksia nuorilla on musiikkiteemaisten videoiden julkaisemisesta sosiaaliseen mediaan sekä omasta musiikillisesta minästään aiheeseen liittyen.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myös tutkijan oma sitoumus sekä mielenkiinto tutkittavaa asiaa kohtaan (Tuomi & Sarajärvi 2018, 119). Olen itse ahkera sosiaalisen median käyttäjä ja musiikkisisällön julkaisija, jonka takia tutkimusaihe kiinnostaa itseäni paljon. Omat kokemukseni musiikkiteemaisten sisältöjen julkaisemisesta sosiaaliseen mediaan ja siihen liittyvät ajatukset sekä asenteet ovat myös suuressa roolissa tutkimusta tehdessä. Olen itse aina pitänyt musiikkia vahvuutenani ja tahtonut yläkouluikäisestä lähtien julkaista musiikkisisältöä sosiaaliseen mediaan. Olen jännittänyt sitä niin että aloitin aktiivisen julkaisemisen vasta yliopistoajanani. Tällä hetkellä toimin nuorten sosiaalisen median alustoilla päivittäin. Sosiaalisen median sisällönjulkaisijan lisäksi olen myös tuleva musiikinopettaja. Nämä kaksi tekijää määrittävät jonkin verran tulkintojani sekä oletuksiani, vaikka olenkin pyrkinyt tutkimuksessa mahdollisimman neutraaliin suhtautumistapaan.

5 ANALYYSI JA TULOKSET

Tässä kappaleessa esittelen analyysissä muodostamani kaksi eri kategoriaa. Kategoriat on nimetty seuraavasti: musiikillinen vuorovaikutus arjessa ja sosiaalisessa mediassa, sekä kokemukset ja käsitykset musiikkiteemaisista videoista. Ensimmäisessä kappaleessa keskitytään laajemmin yhdeksäsluokkalaisten yleiseen musiikilliseen vuorovaikuttamiseen sekä ilmapiiriin. Toisessa kappaleessa syvennytään tutkimaan tarkemmin yhdeksäsluokkalaisten nuorten ajatuksia liittyen musiikkiteemaisiin videoihin sekä niiden julkaisemiseen.

5.1 Musiikillinen vuorovaikutus arjessa ja sosiaalisessa mediassa

Vapaa-ajan musiikinkäyttö painottui kaikilla vastaajista heidän omien mielenkiinnonkohteidensa mukaan. Viisi seitsemästä haastateltavasta kertoi musiikinkäyttönsä painottuvan arjessa eniten musiikin kuuntelemiseen. Kolme vastaajista kertoi kuuntelemisen lisäksi harrastavansa joko laulua, tanssia tai jonkin soittimen soittamista vapaa-ajallaan. Harrastuneisuudesta huolimatta kaikki seitsemän vastaajaa kertoivat musiikin kuuntelemisen olevan yksi heidän arkisista musiikinkäytön tavoistaan. Tilanteet, joissa musiikkia kuunneltiin, varioivat kuitenkin paljon. Musiikkia kuunneltiin esimerkiksi siirtymätilanteissa ja matkoilla, kotitöitä tehdessä, pelaamisen ohella tai ajan kuluttamiseksi. Musiikkia kuunneltiin myös erilaisiin olotiloihin.

Fanni: Mulla on [musiikki] päivittäisessä käytössä, kun meen tai tuun koulusta, kun kävelen, jos koulun jollain tunnilla saa kuunnella niin silloin, kotitöitä tehdessä kuuntelen. Riippuu fiiliksestä, minkä listan laittaa pyörimään.

Myös Aada kertoi haastattelussa, että *”Tiettyihin olotiloihin musiikki auttaa.”* Sekä Fanni että Aada valitsevat kuunneltavan musiikin tunnetilojensa mukaan. Tämä viittaisi Tulamon (1993) käsittelemään emotionaalisen musiikillisen minäkäsityksen kategoriaan, jossa keskeistä on yksilön ymmärrys omista tunteistaan erilaisissa musiikkitalanteissa (Tulamo 1993, 65–67). Omien tunteiden tunnistaminen ja niiden itsesäätely on taito, johon musiikin pystyy valjastamaan avuksi. Myös Saarikallio (2009) on puhunut musiikin kuuntelemisesta tunteiden säätelyn apuna. Musiikin kautta nuori pystyy refleктоimaan, vahvistamaan omaa itseymmärrystään ja oppimaan tunteiden käsittelyä sekä itsesäätelyä (Saarikallio 2009, 224–226). Koska kaikki seitsemän vastaajaa kertoivat kuuntelevansa musiikkia arjessa, oman tulkintani mukaan jokainen haastatteluun osallistunut nuori tekee musiikin kulutukseen liittyvää identiteettityötä joko tiedostaen tai tiedostamattaan.

Haastattelussa kysyttiin, miten musiikki näkyy nuorten sosiaalisen median käytössä. Neljä seitsemästä mainitsi julkaisevansa tai tekevänsä jonkinlaista musiikkiin liittyvää sisältöä sosiaaliseen mediaan. Pinja kertoi, että *”TikTokiin teen silleen et jos sieltä löytyy joku kiva biisi, tallennan sen ja jos haluan tehdä videon en julkaise sitä.”* Fanni taas tekee TikTokiin videoita julkisesti: *”TikTokiin teen omia videoita mutta YouTubeen en... Käytän omilla videoilla vaikka omia lempibiisejä TikTokissa, mut en muualla.”* Fannille myös tulee TikTokissa ja YouTubeessa vastaan paljon videoita liittyen hänen omiin kiinnostuksen kohteisiinsa, kuten lempiartistien live-esiintymisiin. Fannin kertomaa kokemusta voidaan tarkastella Saarikallion (2009) artikkelin pohjalta, jossa puhutaan kuinka musiikki voi toimia identiteetin määrittämisen työkaluna (Saarikallio 2009, 224–226). Fanni ilmentää videoillaan omaa musiikkimakuaan ja samalla TikTokiin suositukset ohjaavat häntä sellaisten videoiden pariin, jotka liittyvät hänen musiikkimakuunsa. Aada kertoi, että hän on tehnyt parhaan ystävänsä kanssa soittolistan,

jota he kuuntelevat yhdessä. Hän saattaa myös julkaista Instagramiin kuvan, jonka taustalle hän laittaa soimaan eri kappaleita olotilastaan riippuen.

Aada: Meillä on parhaan kaverin kans **yhteinen lista** jota me kuunnellaan välillä...IG:ssä julkaisen ja saatan laittaa jonkun biisin taustalle...joihinkin kuviin laitan biisin olotilan mukaan, tai jos on hyvä biisi. En ite niin paljon kontenttia julkaise, seuraan ehkä enemmän.

Aadan mainitsema yhteinen soittolista ilmentää juuri sitä, mitä Saarikallio (2009) puhuu artikkelissaan nuorten musiikin kuuntelemisesta. Saarikallio mainitsee, kuinka musiikki yhdistää etenkin nuoria. Samanlaiset musiikkimieltymykset vahvistavat yhteenkuuluvuuden tunnetta ja tarjoavat keskustelunaiheita. (Saarikallio 2009, 225–226.) Parhaan kaverin kanssa tehty yhteinen soittolista luo tietynlaista ”me-henkeä”, kun ollaan määritelty yhteinen mielimusiikki, sitä kuunnellaan yhdessä ja sen pohjalta saattaa syntyä myös erilaisia musiikkiin linkittyviä muistoja.

Haastateltavilta kysyttiin myös heidän omasta kommentointikäyttäytymisestään ja aktiivisuudestaan. Viisi seitsemästä vastaajasta kuvaili omaa sosiaalisen median kommenttikäytöstään niin, että vuorovaikuttaessaan sosiaalisessa mediassa he kommentoivat pääasiassa vain tuttujen ja kavereiden julkaisemaan sisältöön. Kaksi haastateltavista vastasivat ”vain katselevansa” sosiaalisen median sisältöjä. Suurin osa sosiaalisen median käyttäjistä onkin ”katsojia”, jotka eivät aktiivisesti tuota sisältöä tai kommentoi mihinkään, kuten Fernandesin ja Castron (2020) tutkimuksessa selvisi. Myös Luukkaisen (2012) artikkeli puoltaa tätä tietoa. Tällainen vuorovaikutuskäyttäytyminen voi riippua esimerkiksi yksittäisen käyttäjän omista asenteista tai hänelle annetusta roolista (Muller 2012, 255–256). Kaksi haastateltua vastaajaa voivat kokea sosiaalisen median roolinsa ”sivustakatsojaksi”, jolloin passiivinen seuraaminen on aktiivista vuorovaikuttamista mielekkäämpi vaihtoehto.

Kun Aadalta kysyttiin hänen kommentointikäyttäytymisestään, hän vastasi, että ”TikTokissa saatan kommentoida, jos joku tanssii tai soittaa tosi hyvin.” Tällaisiksi videoiksi Aada luetteli esimerkiksi soitto- ja tanssivideot. Leevi kertoo, että hänen kommentointikäyttäytymisensä riippuu sovelluksesta: ”Jossain TikTokissa kyllä sinne on

tehty muutama tyhmä video mutta kyllä ny voi kommentoida jotain vaik ei ees oo sun kaveri.” Hänen mielestään kuka tahansa pystyy kommentoimaan minkä tahansa videon kommenttikenttään, vaikka kyseessä ei olisikaan tuttu tai kaveri. Matti taas sanoo, että *”[T]ikTokis mä yleensä aina kommentoin tai jossain YouTubes mut sit joku Instagram ei mua kiinnosta”*. Matin aktiivisuus edellä mainituissa sovelluksissa voi johtua siitä, että että TikTok ja YouTube ovat sovelluksina laajempia ja mahdollistavat matalamman kynnyksen kommentoinnille esimerkiksi anonyymiteetin avulla. Anonyymiteetin turvin ei joudu vastuuseen omista sanoistaan tai teoistaan, ei tule yhdistetyksi omaan *”offline-elämään”* eikä tarvitse pelätä henkilökohtaista kritiikkiä, jolloin itsensä ilmaiseminen on vapautuneempaa (Kang ym., 2013, 2659–2664). Tulkitsin, että ryhmähaastattelussa ajateltiin sosiaalisen median vuorovaikutusta nimenomaan tästä näkökulmasta, jolloin yhteyttä arjen sosiaaliin ympäristöihin kuten kavereihin ja läheisiin ei ole. Instagramin kommentointikulttuuri on aiemmin mainittuja videopalveluita henkilökohtaisempaa, sillä lähes kaikki esiintyvät siellä täysin omilla identiteeteillään. Matti lisää myöhemmin, että *”No vaik jos TikTokissa ku joku kaveri laittaa tai lähettää nii mä pistän jotain ihan tyhmää sinne kommentteihin.”* Kaikki ryhmäkesustelun osalliset kuitenkin kokevat, että kommentointia tehdään kavereiden kesken hyvässä hengessä.

Keskustelu sosiaalisen median ilmapiiristä herätti erilaisia mielipiteitä. Nuoret kokivat, että sosiaalisen median ilmapiiri riippui paljon siitä, millaisia ihmisiä seuraa ja millaista sisältöä katsoo. Kaikissa haastattelutilanteissa keskusteltiin siitä, kuinka sosiaalisessa mediassa on sekä hyviä että huonoja puolia, ja kuinka ilmapiiri näyttäytyy eri tilanteissa sekä positiivis- että negatiivissävytteisenä. Kun kysyttiin, millainen sosiaalisen median ilmapiiri on etenkin heidän ikäistensä keskuudessa, kuusi seitsemästä mainitsi ilmapiirin olevan kavereiden kesken positiivinen. Yksilöhaastatteluun osallistunut Aada taas kuvaili sosiaalisen median sisältävän hyviä ja huonoja puolia, joiden kokeminen riippuu siitä, keitä sosiaalisessa mediassa seuraa. Aadan mukaan sosiaalisessa mediassa tulee välillä vastaan sisältöä, jota ei tahtoisi nähdä mutta joka kuitenkin vain *”hyppää silmille”*.

Aada: **Riippuu paljon siitä, millaisia ihmisiä seuraat.** Jos seuraat positiivisia ihmisiä, jotka ei yleensä sano negatiivisia asioita ja ne levittää positiivisuutta, niin näet sen positiivisen puolen. Jos seuraat niin sanotusti negatiivisempia ihmisiä, niin se on vähä sellasta synkempää...Mun mielestä somessa on paljon hyvää ja se tuo elämään paljon iloa, mutta samaan aikaan siellä voi nähdä juttuja, jotka ei oo niin kivoja tai just että **haukutaan tai kiusataan**, se ei oo kiva...Mut mä ehkä sanoisin enemmän et **ilmapiiri on kavereitten kans positiivinen.**

Haastateltavista jokainen koki, että ilmapiiri on omien kavereiden kanssa positiivinen, mutta muissa konteksteissa sosiaalisen median ilmapiiri vaihtelee paljon. Aada esimerkiksi mainitsi, että vaikka sosiaalisessa mediassa onkin paljon hyviä puolia, siellä voi törmätä myös epämieluisaan sisältöön tai kiusaamiseen. Monissa keskusteluissa nousi esiin myös varsinkin TikTok-sovelluksessa näkyvä negatiivinen ilmapiiri. Esimerkiksi Fannin mielestä *"Muualla on ihan hyöä ilmapiiri mut TikTok on sellanen paikka, jossa törmää vihakommentteihin joidenki videoissa."* Pinja lisäsi konkreettisen esimerkin siitä, että *"TikTokissa voidaan laittaa sellasta et jos vaikka jollain on kuulokkeet ja kommentoidaan et noi on feikit."* Negatiivista kommentointia saattaa siis esiintyä esimerkiksi ulkonäön tai tavaroiden arvostelemisella ja kommentoimisella. Haastattelussa ilmeni myös kokemuksia ja käsityksiä kiusaamisesta sosiaalisessa mediassa. Kun puhuttiin eri sosiaalisen median alustojen ilmapiiristä, kolme seitsemästä nimesi, että TikTokin ilmapiiri olisi muihin sosiaalisen median alustoihin verrattuna negatiivisempi. Oman päätelmäni mukaan suuri tekijä TikTokin negatiivisempaan ilmapiiriin on anonymiteetin mahdollistama matalampi kynnys kommentoinnille. Kun anonymi kommentoija ei joudu vastuuseen sanoistaan, on helppo kommentoida ajattelematta seurauksia. Edellä mainitusta ilmiöstä puhuvat myös Kang, Brown ja Kiesler (2013), jotka kertovat anonymiteetin madaltavan kynnystä vuorovaikutukselle ja etenkin negatiivissävytteiselle kommentoimiselle (Kang ym., 2013, 2664). Kyseisestä ilmiöstä keskusteltiin esimerkiksi ryhmähaastattelussa:

Leevi: Myös riippuu aiheesta. Jos siel on esimerkiksi joku..vaikka se musiikkivideo tai jossa tehdään jotain ruokaa, yleensä normaali-ihmisiä istuu ja puhuu jostain normaaleista asioista tai kysyvät jotain niistä aiheista mut **jos siel on joku ihan tyhmä video niin no siel on kyllä sellaiset ihmiset myös.** Se kyllä riippuu ihan siitä aiheesta.

Matti: Jos on tosi sellanen riitelyaihe niin sillan kommentit on ihan täynnä niitä.

Leevi: Koska internetti on liian iso paikka, siellä on kyllä niin erilaisia ihmisiä.

Kimi: Joo samaa mieltä.

Ville: Se riippuu aiheesta, jos joku valehtelee tai jotain niin sit sille aina huudetaan. Jos se on joku semmonen normaali Tiktok niin eipä siinä sit.

Ilmapiirin koetaan olevan usein myös aiheidonnaista, kuten Leevin, Matin, Kimin ja Villen keskustelussa kävi ilmi. Ryhmäkeskustelussa vaikuttaa olevan yhteinen ymmärrys siitä, että ”tyhmät videot” tai ”riitelyaiheet” eli oman tulkintani mukaan provosoivat teemat sosiaalisessa mediassa herättävät automaattisesti enemmän erimielisyyksiä sekä negatiivista ilmapiiriä kuin ”normaalit” videot. Kuitenkin nuorten kesken on myös tilanteita, joissa videon kontekstilla ei ole mitään vaikutusta siihen, saako julkaisija negatiivisen vai positiivisen vastaanoton. Yksilöhaastattelussa ollut Aada avasi käsityksiään sosiaalisen median kiusaamisesta ikäistensä kesken:

Aada: **-Välillä voi olla tosi rajua** [meidän ikäisten kesken], jos jollain on vaikka riita niin voi sanoa tosi ilkeesti toisesta tai jos julkaisee IG:seen kuvan niin voidaan olla silleen et ”hyi vittu”... Jos joku on vähä ”cringe” tai siitä ei tykätä jos se on tehnyt jotain, sitä **dissataan oikeestaan kaikesta**. Jos se vaikka julkaisee jonkun kuvan niin siihen ei kommentoida, vaan otetaan ss [screenshot] ja lähetetään eteenpäin ja sit siitä aletaan puhua huonosti ja negatiivisesti. Jos se laittaa soittovideoita tai vastaavaa niin niitä saatetaan dissata ja tälläst. Se on silleen et jos susta tykätään niin sit sä et saa kauheesti negatiivista, mut jos susta ei tykätä niin sä saat sitä oikeastaan vähän kaikesta. Huomaa että välillä se on vaan sellasta että **ihan sama mitä se tekee niin sitä vaan haukutaan** eikä siinä oo mitään sellasta takajätystä, jos joku ei tykkää siitä niin sit sitä haukutaan vaan sen takia.

Aada käyttää kommentoissaan sanaa ”cringe”, joka tarkoittaa noloa, hävettävää tai kiusallista henkilöä. Oman tulkintani mukaan tällainen nimittäminen tarkoittaa, että kyseinen henkilö nähdään yleisesti muita alemmassa arvossa. Aadan kommentit viittaavat vahvasti Kulmalaisen (2015) käsitteisiin suosituimmuudesta, kaverisuosiosta ja yläkouluikäisten hierarkisista asemista (Kulmalainen 2015, 31). Jos yksilö ei ole sosiaalisesti suosittu muiden mielestä tai omaa sosiaalista pääomaa, hän saattaa altistua koulun yksilöllisen ”suosiojärjestelmän” negatiivisille piirteille kuten kiusaamiselle, vallankäytölle tai ulossulkemiselle. Kuten Aada kommentissaan mainitsee, tällöin yksilön tekemisellä tai taidoilla ei ole niin väliä, vaan väliä on ennemminkin sillä, millainen asema hänellä on sosiaalisessa järjestyksessä. Tämä määrittää vahvasti kaikkien muiden suhtautumista sekä reagoimista yksilön päätöksiin ja ilmaisuun.

Kuten tähänastisesta analyysistä on käynyt ilmi, tutkittavilla heräsi keskenään paljon erilaisia kokemuksia ja käsityksiä vuorovaikutuksesta sekä ilmapiiristä sosiaalisessa mediassa. Musiikkia käytettiin arjessa etenkin jonkin muun tekemisen – kuten esimerkiksi siirtymisen paikasta toiseen tai kotiaskareiden – yhteydessä. Musiikkia kuunneltiin myös tunteiden itsesäätelyyn. Omaa mielimusiikkia käytettiin esimerkiksi yksityisissä videoissa tai ystävien kesken tehdyssä soittolistassa. Kommentointikäyttäytymisestä kysyttäessä suurin osa vastasi vuorovaikuttavansa vain ystävien ja tuttujen kesken, tai olevansa passiivinen seuraaja. Sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vuorovaikutusta pohdittiin pääasiassa kahdesta eri näkökulmasta; ”offline”- ja ”online”-elämän kautta. Vastaajien mielestä sosiaalisen median ilmapiiri on ystävien kesken positiivinen, mutta kiusaamista ja negatiivista vuorovaikutusta esiintyy kuitenkin paljon. Varsinkin TikTok nimettiin negatiivisen kommentointikulttuurin alustaksi. Osa yhdeksäsluokkalaisista koki olevansa aktiivinen kommentoija myös YouTubeissa, jossa kommentteja annettiin etenkin tutuille ja kavereille.

5.2 Kokemukset ja käsitykset musiikkiteemaisista videoista

Toisessa kategoriassa käydään läpi haastateltujen kokemuksia ja käsityksiä liittyen musiikkiteemaisiin videoihin. Kyseinen kategoria vaikutti herättävän vastaajissa eniten mielipiteitä ja erilaisia näkemyksiä. Kaikilla oli myös jonkinlaisia käsityksiä musiikkiteemaisten videoiden julkaisemisesta sekä niiden saamasta reaktiosta yläkouluikäisten keskuudessa. Keskustelu painottui isoksi osaksi TikTokiin, mutta kommentit eivät rajoittuneet yksinomaan vain yhteen sovellukseen.

Vaikkei haastattelussa ollut suoraa kysymystä anonymiteetista, keskusteluissa sivuttiin aihetta paljon. Haastatteluista oli nähtävissä, että jotkut ajattelivat kysymyksiä oman sosiaalisen ympäristönsä ja tunnistettavuuden kannalta, kun taas osa pohti kysymyksiä sen kannalta, että he näyttäytyisivät sosiaalisessa mediassa täysin anonymeinä. Tämä liittyy vahvasti Tapiolan (2019) näkemykseen anonymiteetista, jossa

voidaan olettaa, että yksilöiden väliset keskustelut ovat internetissä avoimia ja kaikille nähtävissä. Näillä kahdella haastatteluissa esiin tulleella ajattelutavalla on paljon eroa, sillä esimerkiksi musiikkiteemaisten videoiden julkaiseminen tunnistettavana henkilönä voi mahdollisesti lisätä kynnystä julkaisulle, kun taas anonymiteetti ja tunnistamattomana julkaiseminen voivat tuoda jollekin tietynlaista turvaa, kun oman elämän sosiaalinen ympäristö poistuu yhtälöstä. Esimerkiksi Kangin, Brownin ja Kieslerin (2013) tutkimus osoittaa, että anonymiteettia käyttämällä pyritään välttymään usein niiden ihmisten kritiikiltä ja arvostelulta, jotka yksilö tuntee ”offline-elämässä” eli internetin ulkopuolella. Tällöin kynnys vuorovaikutukselle madaltuu. (Kang ym., 2013, 2659–2661.) Oman tulkintani mukaan Aada, Pinja ja Fanni ajattelivat haastattelussa nimenomaan tunnistettavuuden näkökulmaa; sitä, että musiikkiteemaisia videoita julkaistaisiin tai kommentoitaisiin oman ”offline-elämän” nähtävälle. Tällöin sosiaalisen median vuorovaikutus ylittäisi myös omaan arkeen ja sosiaalisen ympäristön tasolle. Ryhmähaastattelussa Leevin, Kimin, Matin ja Villen kanssa näkökulma vaikutti painottuvan Tapiolan avaamaan käsitteeseen anonymiteetista, jossa voidaan olettaa kenen tahansa näkevän julkaistun sisällön ilman, että julkaisija on millään tapaa tunnistettavissa edes ”offline-elämän” ihmisille.

Kun keskusteltiin siitä, millaisen vastaanoton musiikkiteemaiset videot yleensä nuorten keskuudessa saavat, keskeisimmäksi teemaksi muodostui ”suosio vs taitotaso”. Kaikki haastateltavat mainitsivat musiikkiteemaisten videoiden julkaisemisesta puhuttaessa, että suurimmat määrittävät tekijät videon positiiviselle tai negatiiviselle vastaanotolle olivat joko yksilön taitotaso tai yksilön sosiaalinen status eli suosio. Ne haastateltavat, jotka pitivät vahvempana määrittäjänä taitotaso, uskoivat että musiikkiteemaisen videon julkaisseen henkilön saama reaktio ja palaute sosiaalisessa mediassa riippuivat hänen musiikillisista kyvyistään ja suoriutumisestaan. He, jotka ajattelivat taitojen määrittävän videon menestystä enemmän kuin suosion, kokivat että yksilön musiikilliset taidot määrittivät sitä, millaisen vastaanoton video tulee saamaan sosiaalisessa mediassa. Olen avannut tekstissäni aiemmin Hallamin ja Princen (2003) käsitystä musiikillisesta taidosta, joka pitää sisällään auditiiviset, vastaan-

ottavat- ja toiminnalliset taidot (Hallam & Prince 2003, 7). Oman käsitykseni mukaan haastateltavat määrittelivät musiikillisiksi taidoiksi nimenomaan Hallamin ja Princen avaamia ominaisuuksia, kuten esimerkiksi rytmin ymmärtämistä, sävelkorvaa, musiikin ymmärtämistä ja siihen reagoimista, sekä soitto-, laulu- ja säveltämistaitoja. Ryhmäkeskustelussa kahden haastateltavan näkemyksenä oli, että paremman soitto- taidon omaavat henkilöt saisivat enemmän suosiota. Haastateltavista Leevi oli sitä mieltä, että vaikka jokainen voi ladata internettiin mitä tahansa sisältöä, niin harva katsoisi videota, jossa taitotaso ei ole riittävän hyvä. Aada puhuu kommentteissaan paljon suosion vaikutuksesta videon menestykseen, mutta hänen kanssaan sivusimme keskustelua myös taidon määrittämään menestykseen; Aadan mielestä videoon reagoidaan ”*[Y]leensä siinä mielessä positiivisesti, että jos sä oikeasti oot tosi hyvä ja tällaista niin kyllä porukka kehuu hyvin huolella ja siitä saa paljon seuraajia.*” Jos taas yksilön taitotaso ei vakuuta katsojia tai seuraajia, Aadan mukaan häntä ”*saatetaan haukkua tosi ilkeästi*”. Leevin mielestä musiikkiteemainen video ei tule menestymään, sillä ”*[K]yllä kaikki voi laittaa mitä vaan internettiin mut jos se on jotain (äänteleo hassusti) niin ei kukaan ehkä kattois semmosta.*” Eli toisin sanoen video ei saa positiivista reaktiota, mikäli musiikilliset taidot eivät välity videolta. Aada ja Leevi ovat siis samaa mieltä siitä, että musiikillisten taitojen vähäisyys voi johtaa negatiiviseen reaktioon ja pahimmillaan jopa haukkumiseen sosiaalisessa mediassa.

Ne haastateltavat, jotka taas uskoivat suosion olevan suurempi määrittävä tekijä sosiaalisessa mediassa saatavaan reaktioon ja palautteeseen, kokivat että henkilön sosiaalinen status, ystäväpiiri ja imago vaikuttivat sosiaalisessa mediassa vahvemmin kuin taitotaso. Kolme seitsemästä haastateltavasta koki, että vaikka musiikkiteemaisen videon julkaisija olisikin musiikillisesti taitava, suurempi tekijä videon menestymiselle sekä positiiviselle vastaanotolle on sosiaalinen status. Aadan alla avatusta kommentista välittyy esimerkiksi Kulmalaisen (2015) käsittelemä kaverisuosion ja suosituimmuuden näkökulma.

Aada: Siitä [joka ei ole niin tunnettu musavideon julkaisija] ei ehkä puhuta niin paljoa, mutta jos se on oikeasti hyvä niin sitten kyllä siitäkin ollaan että "joo tuo osaa laulaa, tanssii tai soittaa" mut sit se ei näy niin suuresti kuin ne **ihmiset, jotka tuntee toisia paljon** ja saa silleen **automaattisesti enemmän huomiota**.

Aadan ajattelutavan mukaan videon menestys ja positiivinen vastaanotto riippuu siitä, kuinka tunnettu julkaisija on. Usein sosiaalisten suhteiden luonne säätelee vahvasti sitä, millaisia resursseja yksilölle on tarjolla ja miten nuori niistä hyötyy (Korkiamäki ja Ellonen 2010, 19). Nykypäivänä yksilön sosiaaliset suhteet yltyvät myös sosiaalisen median elämään. Kulmalaisen (2015) esittelemä suosituimmuus ja kaverisuosio voivat heijastella sosiaalisen median julkaisuissa sekä niiden vuorovaikutuksessa, jos yksilön identiteetti on nähtävissä (Kulmalainen 2015, 30–31.) Ryhmäkeskustelussa tuli ilmi samanlainen näkemys kuin Aadalla; musiikkiteemaisen videon vastaanoton nähtiin riippuvan kuuluisuuden määrästä sekä siitä, onko julkaisija muiden silmissä hyvä vai huono.

Haastattelija: Miten te sit koette että se otetaan vastaan, jos joku tekee sellasen [musiikkiteemaisen] videon?

Ville: Riippuu henkilöstä.

Kimi: Ja onks se muitten mielestä hyvä vai huono, onko se vaikka kuuluisa. **Varmaan sit on enemmän jotain vihaajiki, jos on kuuluisampi.**

Suosiolla ja sosiaalisella statuksella nähtiin olevan suuri vaikutus varsinkin siihen, tuleeko yksilö saamaan negatiivisen reaktion sosiaalisessa mediassa. Ryhmähaastattelussa Kimi kommentoi, että suosio voi tuoda myös negatiivista huomiota. Kulmalainen (2015) puhuu tutkimuksensa ohella siitä, kuinka suosiojärjestelmä voi joskus kääntyä myös suosittua henkilöä vastaan, esimerkiksi kateellisuutena tai juoruiluna (Kulmalainen 2015, 44.) Aada kertoi näkemyksiään siitä, miten sosiaalisen median kiusaaminen saattaa näkyä musiikkivideoiden julkaisemisen ja niihin vuorovaikutamisen yhteydessä. Kuten jo aiemmassa kappaleessa mainitsin, tulkitsen Aadan käyttämän "cringe"-sanan tarkoittavan, että kyseinen henkilö nähdään muita aliarvoisempana tai nolona. Sana "dissata" tarkoittaa taas haukkumista tai väheksymistä, oman tulkintani mukaan kiusaamista. "Loneriporukka"-nimityksellä tarkoitetaan ryhmää, jossa on "lonereita". Englannin kielestä tuleva sana "loner" tarkoittaa yksi-

näistä tai erakkoa, joten loneriporukalla tarkoitetaan oman tulkintani mukaan yksinäisten ja "joukkoon sopimattomien" henkilöiden muodostamaa ryhmää, joilla ei ole suurta sosiaalista verkostoa. Kommentissaan Aada kertoo, että jos muut saman ikäiset näkevät henkilön nolona tai ala-arvoisena, hän saattaa joutua kiusatuksi, vaikka olisikin esimerkiksi taitava soittaja. Jos henkilöstä taas pidetään ja hänellä on suuri sosiaalinen verkosto, hän ei yhtä todennäköisesti saa negatiivista palautetta musiikkiteemaisista videoista. Jotkut musiikillisesti taitavat henkilöt taas eivät saa Aadan mielestä tarpeeksi tunnustusta, vain koska heillä ei ole suurta sosiaalista verkostoa.

Aada: Jos se [cringe] laittaa soittovideoita tai vastaavaa niin niitä saatetaan **dissata** ja tällästä. Se on silleen et jos susta tykätään niin sit sä et saa kauheesti negatiivista, mut **jos susta ei tykätä** niin sä saat sitä oikeastaan vähän kaikesta...Mun mielestä se on inhottavaa, että jotkut osaa oikeesti hyvin laulaa mut ne ei saa sitä [huomiota] tai sitte niitä **vaan haukutaan siitä koska ne ei oo niin tunnettuja** tai ne on sellasessa loneriporukassa.

Aada jatkaa pohdintaansa kertomalla, että loppupeleissä "ei oo enää siinä vaiheessa väliä et tekeeks se sen hyvin vai huonosti vaan sillä et se on tehny jolleki huonosti, sanonu jotain ilkeetä tai muuten vaan saa vihaa." Yksilön taitotasolla ei ole niinkään väliä, vaan sillä, millainen maine ja sosiaalinen status hänellä on. Jos joku on esimerkiksi saanut huonon maineen tekemällä jotain väärin, Aadan mukaan "ei niin paljon kiinnitetä huomiota siihen tekemiseen, vaikka se olis hyvä, vaan siihen et se on huono ihminen." Reaktio musiikkiteemaiselle videolle tulee olemaan todennäköisesti negatiivinen, vaikka yksilö näyttäisikin videolla hyviä musiikillisia taitoja. Kulmalaisen (2015) tutkimuksessa esiin tullut negatiivissävytteinen käsite "epäsuosio" kuvaa Aadan pohtimaa tilannetta hyvin. Epäsuosittuja henkilöitä kohdellaan kuin heiltä puuttuisi jotain sosiaalisesti arvostettua. He altistuvat suosiojärjestelmän negatiivisille piirteille kuten ulossulkemiselle, vallan käytölle tai koulukiusaamiselle. (Kulmalainen 2015, 41–42, 64.) Tällaista "epäsuosittua" henkilöä ei todennäköisesti tulla arvostelemaan hänen taitojensa, vaan sosiaalisen statuksen perusteella.

Toisen esimerkin Aada kertoo henkilöstä, joka ei ole niin "tunnettu": jos yksinäinen ja suppean sosiaalisen verkoston omaava henkilö julkaisee musiikkiteemaisia videoita, muilla on matala kynnyks alkua haukkua tai kiusaamaan häntä siitä, sillä yksilön

takana ei ole suurta tukea ja sosiaalista hyväksyntää. Sama pätee siihen, jos on esimerkiksi uutena oppilaana koulussa, jossa omia verkostoja ei ole vielä kehittynyt. Jotkut saattavat käydä tutkimassa yksilön koko sosiaalisen median sisällön läpi ja löytää sieltä vanhoja videoita, joiden avulla kiusata ja haukkua tätä. Aada näkee musiikkiteemaisten sisältöjen julkaisun tietoisena riskinä, jonka julkaisija ottaa julkaisessaan sisältöään. Oman tulkintani mukaan Aadan kommentissa yhdistävä tekijä on nimenomaan yksilön suosio ja imago, jonka perusteella julkaistua videota tai muuta materiaalia arvotetaan.

Aada: Jos on vähä **yksinäinen** tai kukaan ei tiiä siitä ja sit sillä on yhtäkiä vaikka lauluvideoita niin sitä on **tosii helppo alkaa dissaa**. Jos sua ei tunneta tai oot vaikka uus niin ihmiset alkaa ettii kuka tää on ja löytää vaikka vuoden takaisia videoita jotka on jääny sinne. Niitä saatetaan helposti haukkua ja **siitä voi tulla kiusatuks**. Kyllä siinä on aina tietty riski, jos julkaiset sen videon.

Haastattelussa kysyttiin, millaisia kriteereitä nuoret kokivat musiikkiteemaisten videoiden julkaisemiselle. Kaksi vastaajista ilmaisivat selkeästi mielipiteensä siitä, että musiikkiteemaisen videon voisi julkaista kuka tahansa. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että videon julkaiseminen vaatisi hyvää imagoa ja sosiaalista verkostoa. Aadan näkemyksen mukaan *”Pitää olla tunnettu hyvällä tavalla, että se porukka tykkää susta niin sitten jos julkaiset jotain niin saat siitä kehuja, jos sut tunnetaan hyväks valos niin sellaset [voi julkaista musavideoita]”*. Yksilön täytyisi olla hyvällä tavalla tunnettu, jotta voi julkaista musiikkivideoita joutumatta pelkäämään negatiivista reaktiota sosiaalisessa mediassa. Tämä näkemys viittaa jälleen Kulmalaisen (2015) käsitteeseen kaverisuosiosta, jossa suosituimmuus määrittlee mahdollisuutta muokata erilaisia sosiaalisia pääomia ja tapahtumia. Jos julkaisija on suosittu *”hyvällä tavalla”*, hän on kaverisuosion hierarkiassa todennäköisesti korkealla, jolloin hänellä on enemmän valtaa määritellä olemisen ja kuulumisen tapoja (Kulmalainen 2015). Pinja ja Leevi olivat taas enemmän sitä mieltä, että videon julkaiseminen on enemmän omasta halusta ja päätöksestä kiinni. Pinjan mielestä on *”itsestä kiinni mut jos haluaa niin ei siinä oo mitään sellaista että tarvis olla jonkunlainen.”* Leevi painotti vastauksessaan sosiaalisen median tuomaa anonymiteettiä, jonka turvin videoiden julkaisun kynnyks on matalampi.

Leevi: Jos osaat soittaa niin kyllä ihan rauhassa voi näyttää omaa osaamista internetissä, miksei. **Ei kyllä kukaan ees tiä minkälainen ihminen sä oot**, kaikki vaan näkevät miten hyvin sä osaat esimerkiks soittaa, kaikki vaan kommentoi että "oho sä kyllä osaat hyvin soittaa", ketään ei ehkä ees kiinnosta minkälainen ihminen hän on. Jos vaikka ekaa kertaa näkee tollasen videon niin näet miten hyvin se soittaa, ei ees tiä minkälainen ihminen hän on...Joku meiän ikänen **kyllä ihan helposti voi tehdä jotain**, soittaa kitaralla jotain kauniita biisejä. Ihan mitä vaan.

Vastauksissa näkyy selkeä ero kahdenlaisen eri ajattelutavan mukaan. Aada pohtii julkaisemista oman lähipiirin ja sosiaalisen verkoston näkökulmasta, kun Leevi taas ajattelee asiaa videon anonymiteetin kannalta. Oman tulkintani mukaan Aadan näkemyksessä korostuu oman sosiaalisen ympäristön eli Kangin, Brownin ja Kieslerin mainitseman "offline-elämän" huomioiminen, kun taas Leevi korostaa vastauksessaan sosiaalisen median anonymiteetin tuomaa suojaa (Kang ym., 2013, 2659–2661). Kun haastateltavat kertoivat millaisia tunteita oman musiikkiteemaisen videon julkaiseminen heissä herättäisi, kolme seitsemästä vastasi selkeästi ahdistuvansa ajatuksesta. Mielenkiintoinen havainto oli, että musiikkiteemaisen videon julkaisusta ahdistuvat henkilöt olivat kaikki naisoletettuja, kun taas ryhmähaastattelussa olleet miesoletetut eivät kokeneet ajatusta ahdistavana. Ahdistuksesta puhuvat naisoletetut mainitsivat päällimmäiseksi syyksi jännittävänsä muiden ihmisten mielipiteitä, mikäli heidän täytyisi julkaista musiikkiteemainen soitto-, tanssi-, laulu- tai lauluvideo.

Aada: Ite en niin paljon kontenttia julkaise, seuraan ehkä enemmän...Ite en julkaise koska tiän ne riskit, ja jos ihmiset ei tykkääkään niistä niin **en halua laittaa itseäni sellaseen tilanteeseen**. [Jos pitäisi julkaista musiikkiteemainen video] olisin tosi **ahdistunut, jännittäis se että jos alettais kiusata** siitä, tai "mikä tää on", pelkää ihmisten kommentteja ja palautetta. Ahdistais enemmän ku olis silleen "joo tahdon julkaista". [Eniten ahdistaisivat] **Muut ihmiset ja niiden mielipiteet**. Ei sais välittää mut ne silti vaikuttaa.

Aada kertoi, että ajatus musiikkiteemaisten videoiden julkaisemisesta ahdistaisi ja jännittäisi häntä, sillä hän pelkäisi kiusaamista tai negatiivista palautetta. Tilanteessa erityisesti ahdistaisivat muiden mielipiteet ja reaktio. Hän ei tahtoisi laittaa itseänsä tilanteeseen, jossa olisi mahdollista saada negatiivista vuorovaikutusta omasta videosta. Pinjan vastauksessa on paljon samaa Aadan kanssa; hän kokee, että videon julkaisemisesta tulisi epävarma olo. Hän ei tahtoisi laittaa videota jonkun toisen painostuksen alaisena, jos kokee ettei video olisikaan hänen mielestään tarpeeksi hyvä. Pin-

ja kertoi lisäksi pelkäävänsä muiden mielipiteitä. Fanni mainitsi myös, että ” *Kyllä mulleki aika epävarma ja ahdistunut olo, ite ei ainakaan haluais julkaista.*”

Pinja: [Jos pitäisi julkaista musiikkiteemainen video] **tulis aika epävarma olo** että miten niinku..en osaa selittää mutta epävarma tulis. Jos jonkun mielestä joku lauluvideo on hyvä ja omasta mielestä ei oo ja toinen sanois että nyt julkaiset sen niin sen takia vois tulla epävarma olo että jos sen julkaisee ja se ei oo omasta mielestä tarpeeks hyvä ja **mitä jos muut ei tykkää siitä** ja tälleen.

Aada, Pinja ja Fanni miettivät julkaisemista paljon sosiaalisten suhteiden näkökulmasta. Tällaisessa näkökulmassa painottuu Tulamon (1993) sosiaalinen musiikillinen minäkäsitys, jossa toisten antama suosio sekä arvostus ovat isossa osassa (Tulamo 1993, 65–67). Aada, Pinja ja Fanni selkeästi huomioivat itsensä ja arkiympäristönsä julkaisemisen reaktioita pohtiessaan. Tähän ajatteluun liittyy vahvasti myös yksilön toveriminä (Burns 1982), johon hänelle tärkeiden henkilöiden mielipiteet ja palaute vaikuttavat suuresti (Burns 1982, 200). Ystävien, tuttujen, vertaisten ja läheisten antamat reaktiot ovat isossa arvossa varsinkin nuorille. Kaikki haastateltavat eivät kuitenkaan ajatelleet musiikkiteemaisen videon julkaisemisesta negatiivisesti: Kun sama kysymys musiikkivideon julkaisemisesta esitettiin ryhmähaastattelussa, vastaukset olivat erisävyisiä aiempiin verrattuna. Haastateltavilta kysyttiin, että ”mitä tekisit, jos kaverisi kehottaisi sinua julkaisemaan musiikkiteemainen video internettiin”? Leevi vastasi, että ”*Ei siitä tapahdu mitään, ei se tee mitään pahaa. Siis kyllä. No jos se on joku hyvä [kaveri] niin ehkä mä sitte laittasin sen.*” Mitään pahaa ei voisi tapahtua videon julkaisemisesta, joten hän voisi mielellään julkaista musiikkiteemaisen videon. Kimi sanoo Leevin perään, että ”*Mun mielestä vähä niinku – ei sillä oo väliä, jos se halua et mä laitan niin voin mä laittaa. Ei siitä mitään pahaa tapahdu välttämättä. Ei mitään hirveen pahaa.*” Oman tulkintani mukaan Kimin kommentti kuulostaa siltä, että Kimi voisi olla kuitenkin hieman epävarma videon laittamisesta. Muut vastaajat ryhmähaastattelussa eivät kommentoineet aihetta.

Oman päätelmäni perusteella Leevillä on melko vahva musiikillinen minäkuva omista musiikillisista taidoistaan, sillä hänellä on harrastuneisuutta useamman soittimen soittamisesta, hän on saanut kannustusta sekä positiivista palautetta läheisiltään ja

vaikutti yleisesti todella kiinnostuneelta musiikista. Leevin asenne musiikkiteemaisen videon julkaisemiseen kertoo oman tulkintani mukaan hyvästä musiikillisesta suoriutumisminäkäsiteyksestä (Tulamo 1993, 65–66), jossa yksilö kokee musiikilliset taitonsa, kykynsä ja osaamisensa hyviksi. Lisäksi hänen näkökulmansa kysymykseen vaikutti pohjautuvan paljon ajatukseen siitä, että video lähtisi levikkiin täysin anonyymina ja offline-elämään (Kang ym., 2013, 2659–2661) eli oman elämän tutuille tunnistamattomana. Hyvä musiikillinen minäkäsite ja anonymiteetin tuoma suoja madaltavat molemmat kynnyksiä musiikkiteemaisen videon julkaisulle. Leevi kuitenkin lisää kommentin perään, että laittaisi videon vain, jos kyseessä olisi hänen hyvä ystävänsä. Tässä osassa taas heijastuvat yksilön sosiaaliset suhteet ja mahdollinen kaverisuosio (Kulmalainen 2015, 30–31). Sama on nähtävissä Kimin vastauksessa, kun hän kommentoi, että voisi julkaista musiikkiteemaisen videon kaverinsa mieliksi, vaikka samalla Kimi vaikuttaakin olevan hieman epäileväinen tulisiko video saamaan positiivisen vai negatiivisen reaktion.

Haastateltavien vastauksista ilmeni, että osa haastateltavista vastasi kysymyksiin anonymiteetin näkökulmasta, kun taas osa haastateltavista ajatteli kysymyksiä tunnistettavuuden näkökulmasta. Näkökulmat vaikuttivat paljon esimerkiksi siihen, kokisiko haastateltava olonsa mukavaksi julkaista musiikkiteemaisia videoita. Toisen haastateltavien kesken näkyvä selkeä ero oli se, millaisen vastaanoton he oletivat musiikkiteemaisen videon saavan. Osa haastateltavista koki, että positiivinen reaktio musiikkiteemaiseen videoon tulisi julkaisijan taitotason mukaan. Tällöin julkaisijan identiteetin oletettiin olevan anonyymi, jolloin videon katsojille jäisi arvioitavaksi vain julkaisijan musiikilliset taidot. Osa taas koki julkaisijan suosion vahvempana määrittäjänä tekijänä positiiviselle reaktiolle. He, jotka kokivat suosion määrittävän reaktiota, käsittivät musiikkiteemaisten videoiden ilmapiirin negatiivisemmaksi. Kun kysyttiin, voisivatko haastateltavat itse julkaista musiikkiteemaisen videon, offline-elämän ja suosion kautta ajattelevat vastaajat olivat selkeästi ahdistuneempia ajatuksesta kuin ne, jotka ajattelivat videon julkaisua anonymiteetin ja taitotason kannalta.

6 POHDINTA

Tässä luvussa tarkastelen aluksi saamiani tuloksia ja tutkimustani ylipäätään. Sen jälkeen pohdin, miten aihetta pystyisi soveltamaan koulumaailmaan. Lopuksi käsitelen mahdollisia jatkotutkimustapoja ja -aiheita.

6.1 Tulosten tarkastelu

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaiseksi nuoret kokevat ja käsittävät sosiaalisen median ilmapiirin musiikkiteemaisten videoiden julkaisemisen näkökulmasta. Haastatteluun osallistuneet nuoret kertoivat, että musiikki näkyi heidän arjessaan esimerkiksi sosiaalisen median, musiikkipalveluiden ja harrastusten muodossa. Musiikin pariin hakeuduttiin ajanvietteen, tunnetilojen itsesätelyn tai musiikillisen itsensä kehittämisen takia. Useampi nuori kertoi omista musiikillisista tavoitteistaan, vahvuuksistaan ja heikkouksistaan. Kun kysyttiin, miten haastateltavat suhteuttaisivat oman musiikillisen osaamisensa muihin ikäisiinsä verrattuna, lähestymistapoja vastauksille oli kahdenlaisia; omaa taitotasoa arvioitiin joko ”musikaalisuuden” eli synnynnäisten taitojen, tai musiikillisten taitojen (Hallam & Prince 2003) perusteella. Jokainen haastateltu nuori muisti jonkinlaisen tilanteen, jossa he olivat saaneet palautetta musiikillisista taidoistaan. Oma tulkintani tästä on, että palautteen saaminen koetaan merkittäväksi ja täten palaute määrittää yksilön musiikillista minäkäsitystä – kuten esimerkiksi Tulamon (1993) sosiaalisen musiikillisen minäkäsityksen osa-

aluetta. Jokaisella nuorella oli jonkinlainen kokemus, käsitys tai mielipide liittyen siihen, millaisia ominaisuuksia yksilöllä pitäisi olla, jotta hänen julkaisemansa musiikkiteemainen video menestyisi sosiaalisessa mediassa. Haastattelututkimuksen avulla saatiin yläkouluikäisten ajatuksia ja niiden mahdollisia taustatekijöitä kuuluviin.

Haastatteluista saatiin erilaisia käsityksiä ja kokemuksia musiikkiteemaisiin videoihin ja niiden julkaisuun liittyen. Useampi haastateltava kertoi etenkin kokemuksistaan TikTokissa, jossa musiikkiteemaisten videoiden näkemisen koettiin olevan yleistä. Vastausten kesken oli havaittavissa välillä ristiriitaa, sillä nuoret vastasivat kysymyksiin eri tavoilla ja eri näkökulmista. Toisaalta tutkimuksessa esiin tulleet ristiriidat tarjosivat mielenkiintoista näkökulmaa siihen, miten nuoret ajattelivat ja käsittivät sosiaalista mediaa niin oman identiteetin kuin myös anonymiteetin kannalta. Haastatteluissa ilmeni kaksi erilaista ajattelutapaa, joilla sosiaalista mediaa koskevia kysymyksiä lähestyttiin; osa pohti musiikkiteemaisten videoiden julkaisua sosiaalisen ympäristön ja tunnistettavuuden kannalta (Kang ym., 2013), kun taas osa käsitteli aihetta anonymiteetin (Tapiola 2019; Husserl) kannalta.

Julkaisemista sosiaalisen ympäristön ja tunnistettavuuden kannalta pohtivat vastaajat kokivat, että sosiaalisen median ilmapiiri oli lähimpien kavereiden kesken positiivinen. Toisaalta vastauksissa ilmeni myös, että kaverisuosio, suosituimmuus ja sosiaalisen ympäristön – tässä tapauksessa esimerkiksi koulun – muodostamat hierarkiset asemat (Kulmalainen 2015) näkyivät sosiaalisen median vuorovaikutuksessa vahvasti. He, jotka ajattelivat aihetta sosiaalisen ympäristön ja tunnistettavuuden kannalta, esiintyivät sosiaalisessa mediassa useammin omalla identiteetillään ja saattoivat pitää käyttäjiään yksityisenä. Nämä vastaajat vuorovaikuttivat sosiaalisessa mediassa tuttujensa kanssa esimerkiksi jakamalla musiikkia ystävien kesken ja kommentoimalla silloin tällöin tuttujensa tai kavereidensa julkaisuja. Tuntemattomien julkaisuihin he kommentoivat harvoin. He, jotka ajattelivat aihetta anonymiteetin kannalta, taas pohtivat kysymyksiä siltä kannalta, ettei heidän identiteettinsä tuli-

si paljastumaan tai olisi yhdistettävissä ”offline-elämään”. Nämä vastaajat kommentoivat myös vieraiden käyttäjien sisältöjä ja saattoivat lähettää provosoivampia kommentteja. Anonymiteetin luoman suojan on todettu madaltavan kynnystä kommentoinnille, luovan turvaa ja poistavan herkästi vastuun omista tekemisistä ja sanomisista (Kang ym., 2013). Haastateltavat kokivat, että etenkin TikTokin ilmapiiri oli muita sovelluksia negatiivisempi. Tähän saattaa olla myös syynä aiemmin mainittu anonymiteetin luoma suoja.

Yksi mielenkiintoisista, haastattelusta esiin nousseista keskustelunaiheista oli videon menestyksen määrittelemisen musiikillisten taitojen sekä suosituimmuuden perusteella. Yksilöhaastattelussa ollut Aada kertoi yksityiskohtaisemmin käsityksiään kiusaamisesta sosiaalisessa mediassa. Hänen mielestään yksilön sosiaalinen status vaikutti julkaistun videon menestykseen enemmän kuin yksilön musiikillinen taitotaso. Jos yksilön sosiaalinen status on ”huono”, yleinen reaktio hänen julkaisemaansa musiikkiteemaiseen videoon saattaa Aadan mukaan olla negatiivinen ja lannistava musiikillisesta taitotasosta huolimatta. Ryhmähaastattelussa tuli ilmi toisenlainen käsitys. Heidän mielestään musiikkiteemaisen videon julkaisijan on oltava musiikillisesti taitava, jotta hän saa positiivista palautetta ja arvostusta esityksestään. Mieliä pidettiin puolustettiin esimerkiksi anonymiteetin näkökulmasta, jolloin kukaan ei tunnista itse videon tekijää, pelkästään hänen musiikilliset taitonsa. Molemmissa näkökulmissa oltiin sitä mieltä, että sosiaalisen median ilmapiiri riippui paljon siitä, millaisia käyttäjiä ja kanavia yksilö seuraa. Aineiston perusteella voi päätellä, että nuoret näkevät musiikkiteemaisten videoiden julkaisemisen mahdollisuutena sekä positiiviselle että negatiiviselle näkyvyydelle. Olisi ollut mielenkiintoista keskustella haastateltavien kanssa enemmän siitä, mitä mahdollisuuksia he näkevät sosiaalisen median videopalveluiden ja musiikkituntien yhdistämisellä.

Analyysin teemoja voidaan tiivistää kuvion 2 avulla, johon olen sijoittanut tutkielmassa esiin nousseita havaintoja. Venn-diagrammin kaksi eri ympyrää kuvastavat kahta eri pääteemaa, joihin aineistossa keskityttiin. Kursivoidulla tekstillä olen kirjoittanut aiheet, jotka nousivat haastatteluista esiin. Jokainen näistä aiheista

on kytköksissä toisiinsa (tätä kuvastaa ympyröiden ympärillä oleva suorakulmio), mutta taulukkoon aiheet on lajiteltu niin, että keskellä ovat sekä ilmapiiriä että musiikkiteemaisia videoita konkreettisimmin yhdistävät aiheet. Taulukko havainnollistaa analyysissä esiintyneitä pääkategorioita.



KUVIO 2. Aineistosta analysoimalla tehdyt havainnot nuorten musiikillisesta vuorovaikutuksesta sosiaalisessa mediassa.

Yhdeksäsluokkalaisten kokemukset ja käsitykset musiikillisesta vuorovaikutuksesta sosiaalisessa mediassa jakautuivat kokemuksiin yleisestä ilmapiiristä, sekä itse asenteista musiikkiteemaisia videoita kohtaan. Ilmapiiristä puhuttaessa eniten esille nousivat aiheet offline- ja online -elämän eroista, toveriminän (Burns 1982) merkitys ilmapiiriissä ja yksilön kommenttikäyttäytymisessä, musiikillisen minäkäsityksen (Tulamo 1993) merkitys musiikillisessa vuorovaikutuksessa ja seurattujen henkilöiden

sekä sisältöjen merkitys sosiaalisen median ilmapiiriin. Kun puhuttiin musiikkiteemaisista videoista, yhdeksäsluokkalaiset pohtivat videon mahdollista vastaanottoa suosituimmuuden (Kulmalainen 2015) ja musiikillisten taitojen (Hallam & Prince 2003) kannalta. Myös musikaalisuutta sivuttiin, kun keskusteltiin millaisia taitoja musiikkiteemaisten videoiden julkaisijalla täytyisi olla. Sekä ilmapiiriin että itse musiikkiteemaisiin videoihin liittyviä aiheita olivat muun muassa anonymiteetti ja yksilön oma kommentointikäyttäytyminen.

Kaikkien haastateltavien kanssa ei ehditty käydä läpi ihan kaikkia kysymyksiä ja yksi haastateltavista vaikutti osallistuvan mukaan enemmän haastattelusta saatavan palkkion kuin itse haastattelun takia. Erilaisten haastattelukokoonpanojen ja -dynamiikkojen johdosta jokaisesta haastateltavasta ei saatu irti yhtä paljon vastauksia. Yksilöhaastattelun toteutuksessa oli käytettävissä eniten aikaa, kun taas pari- ja ryhmähaastatteluihin arvioitu aika jäi oletettua vähäisemmäksi. Tämä johti siihen, ettei kaikkia kysymyksiä voitu käydä kiireettömästi läpi ja osa vastauksista jäi melko pintapuolisiksi. Jälkiviisaana sanoisin, että haastattelutilanteeseen olisi voinut varata enemmän aikaa, jotta keskustelutilanne olisi ollut kiirettömämpi ja tarkentaville lisäkysymyksille olisi jäänyt enemmän aikaa. Tästä syystä, jos toteuttaisin vielä jatkotutkimuksia aiheeseen liittyen, toteuttaisin haastattelut yksilöhaastatteluina. Kaikilla haastateltavilla oli kuitenkin kiinnostusta musiikkiin; kolme seitsemästä kertoi harrastavansa musiikkia aktiivisesti ja loput sanoivat käyttävänsä musiikkia tiiviisti arjessaan. Lisäksi vapaaehtoiset haastateltavat kerättiin musiikin valinnaiselta kurssilta. Tästä voi päätellä, että haastatteluun osallistui nimenomaan sellaisia nuoria, joilla on jonkinlainen käsitys omasta musiikkisuhteestaan ja jotka kokevat sen enemmän tai vähemmän tärkeäksi itselleen.

Tutkimuksen rajaaminen koskemaan sosiaalisen median videopalveluita tuntui luontevalta, sillä tahdoin tutkimukseni painottuvan nimenomaan videoiden julkaisuun. Tuotan itse musiikkisisältöä sosiaaliseen mediaan, joten aihe oli kiinnostanut itseäni jo jonkin aikaa. Aiemmat kokemukseni ovat kuitenkin voineet vaikuttaa tut-

kimukseen niin, että olen esimerkiksi rajannut teemahaastattelun kysymyksiä omien käsitysteni tai oletusteni pohjalta. Kun pohdin tuloksia Tulamon (1993) musiikillisen minäkäsityksen valossa, voin todeta, että joitain yhteyksiä aineiston ja Tulamon teorian välillä oli, mutta peilaamani teoria ei selitä tai kata täysin aineistosta saamiini vastauksia. Ongelmaan olisi voinut auttaa esimerkiksi haastattelukysymysten tarkempi rajaaminen.

6.2 Soveltaminen koulumaailmaan

Sosiaalisen median potentiaali on valtava, kunhan se osataan valjastaa oikein. Tilanteet, joissa jokainen oppilas pääsisi yksilönä esiin musisoimaan ovat musiikintunneilla vähissä suurten luokkakokojen takia. Musiikkiaiheisilla videoilla on potentiaalia tarjota jokaiselle oppilaalle mahdollisuus tulla nähdyksi hänen omilla ehdoillaan ja omalla tavallaan. Itse tehtyihin videoihin pystyy myös yhdistämään omat musiikkiin liittyvät mielenkiinnon kohteet vaivattomasti. Samalla nuori totuttelee näkemään ja kuulemaan oman musisoimisensa – esimerkiksi oman lauluäänensä – ulkopuolisen silmin ja korvin. Erilaisten äänifilttereiden, taustamusiikkien tai editointityökalujen avulla useampi nuori voi innostua ja saada positiivisen kokemuksen omasta musisoimisestaan. Tämän lisäksi nuorella olisi mahdollisuus hyödyntää tunneilla opittuja sosiaalisen median taitoja myös omaan arkikäyttöön.

Musiikkisisällön tuottaminen videopalveluihin on koulumaailman sisällä vielä alkutekijöissään. Uskon kuitenkin vahvasti, että musiikkiteemaisten videoiden tuottaminen ja musiikintuntien yhteys tulee lähentymään tulevaisuudessa. Suunta, johon tätä voitaisiin lähteä kehittämään, on muodostaa sosiaalisen median videopalveluihin aluksi suljettuja ja opettajan valvomia ryhmiä, joissa painotetaan positiivista ja rohkeaa kommentointikulttuuria. Anonymiteettiä voidaan yrittää hyödyntää ryhmissä, mutta samalla on tiedostettava riski siitä, että kynnyks negatiivisille kommentteille madaltuu. Tämän tutkimuksen valossa on kuitenkin syytä olettaa, että kynnyks

yksityisten tai anonyymien videoiden julkaisemiselle on nuorilla matalampi verrattuna julkisiksi päätyvien videoiden julkaisemiseen. Tästä syystä oppilaiden kanssa voitaisiin aluksi tehdä yksityisiä videoita, niin että vain oppilas itse ja opettaja näkisivät valmiin tuotoksen. Kun oppilaat ovat saaneet varmuutta videoiden tekemiseen, voitaisiin alkaa keskustella videoiden julkaisemisesta koko luokan nähtävillä. Tässä tutkimuksessa haastatellut nuoret kertoivat vuorovaikuttavansa sosiaalisen median videopalveluissa varsinkin ystävien ja tuttujen sisältöön. Parhaassa tapauksessa luokkaan ja sen luomaan sosiaalisen median verkostoon voisi muodostua kannustava, tukeva ja innostava ilmapiiri, josta nuori pystyy saamaan tärkeitä kokemuksia esillä olemisesta oman musiikillisuutensa kanssa.

Mahdollisia syitä siihen, miksei sosiaalista mediaa olla vielä valjastettu kunnolla koulumaailmaan, ovat sen ongelmakohdat. Tässä tutkimuksessakin esiin tulleet sosiaalisen median varjopuolet kuten anonymiteetti, sovellusten ikäraajat, negatiivinen ilmapiiri ja kiusaaminen sekä epäsopeva sisältö ovat asioita, joihin koulumaailmalla ei ole valtaa. Opettajan vastuulla ei ole hallita tällaisia asioita. Videopalveluilla voi olla kuitenkin todella paljon annettavaa varsinkin musiikintunneille ja uskon, että medialukutaidon vahvistuessa edellämainituille ongelmakohdille löydetään ratkaisuja.

6.3 Jatkotutkimusaiheita

Tässä tutkielmassa tutkin nuorten kokemuksia ja käsityksiä musiikkivideoiden tuottamisesta sosiaaliseen mediaan, joten aiheeseen liittyvä määrällinen tutkimus olisi kiinnostava vaihtoehto. Määrällisen tutkimuksen avulla voitaisiin selvittää, kuinka monilla nuorista on tässä tutkimuksessa esiin tulleita vastaavanlaisia kokemuksia. Tässä asetelmassa tulisi esiin kokemusten ja käsitysten yleisyys, jota voitaisiin tarkastella numeerisessa muodossa. Määrällisessä tutkimuksessa voitaisiin myös ottaa laajemmin huomioon esimerkiksi tutkittavien ikä sekä asuinalue ja tarkentaa kokemuksia ja käsityksiä vielä enemmän eri sovellusten välillä. Tällöin nähtäisiin, kuinka pal-

jon iällä, asuinalueella tai yksilön käyttämällä sovelluksella on väliä yleiseen ilmapiiriin, musiikilliseen minään tai asenteisiin liittyen musiikkisisällön tuottamiseen.

Musiikkisisällön tuottamista sosiaalisen median videopalveluihin on tutkittu hyvin vähän. Aihealue on uusi ja jatkuvasti kehittyvä, joten tutkimusten on vaikeaa pysyä mukana sen nopeassa tahdissa. Aihe on kuitenkin todella ajankohtainen sekä tuore ja siksi niin mielenkiintoinen. Opetussuunnitelmassa pyritään sisällyttämään opetukseen yhä enemmän ja enemmän oppilaan omaa kokemusmaailmaa. Tästä syystä olisi mielenkiintoista toteuttaa myös tapaustutkimus, jossa opiskelijaryhmän kanssa testattaisiin musiikkisisällön tuottamista sekä sen aiheuttamia ajatuksia ja kokemuksia. Tällaisesta tutkimuksesta pystyttäisiin nähdä yksi esimerkki siitä, mitä sosiaalisen median sisällyttämisestä musiikinopetukseen seuraisi.

Oman tutkimukseni näkökulmasta olisi ollut hyödyllistä tietää haastateltavien taustoja enemmän, jotta pystyttäisiin analysoimaan mistä tutkittavan kokemukset ja näkemykset tarkalleen johtuvat. Laajempi yksilöhaastattelu olisi voinut tarjota vielä enemmän lisätietoa nuoren perhetaustasta, kaveripiiristä, sosiaalisen median käytöstä, musiikillisesta minäkuvasta ja asenteista koskien musiikkisisällön tuottamista. Maisterintutkielmani tehneenä olisikin todella mielenkiintoista, jos aiheessa oltaisiin päästy pureutumaan vielä syvemmälle niihin syihin, miksi haastateltavat ajattelevat sosiaalisesta mediasta kuten ajattelevat.

6.4 Lopuksi

Toivon, että tutkielmani ja sen tulokset sekä pohdinta voivat olla osana mahdollistamassa sellaista musiikkisisällön julkaisukulttuuria, jossa nuori voisi saada positiivisia matalan kynnyksen kokemuksia musiikillisesta itseilmaisusta. On ollut todella mielenkiintoista tutustua lähdeaineistooni sekä saada sen kautta uutta näkökulmaa sosiaalisen median monimutkaiseen maailmaan. Koen, että sosiaalisen median hyödyn-

täminen musiikinopetuksessa olisi todella hyödyllistä, sillä musiikkiteemaisten videoiden tekeminen sosiaaliseen mediaan mahdollistaa paljon nuoren oman kokemusmaailman ja mielenkiinnon kohteiden yhdistelyä. Sosiaalisen median videopalvelut pitävät sisällään paljon potentiaalia, jonka valjastaminen koulumaailmaan on vain ajan kysymys.

LÄHTEET

- Aro, L. (1999). Identiteetti ja perinne. *Kulttuuria muuttavat kasvot*. Teoksessa B. Lönnqvist, E. Kiuru & E. Uusitalo (toim.), Pieksämäki: Rt-Print Oy.
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2017). Researching YouTube. *Convergence*, 24(1) 3–15. Saatavissa: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.jyu.fi/doi/pdf/10.1177/1354856517737222>. (Avattu 6.3.2022).
- Burns, R. B. (1982). *Self-concept development and education*. Holt, Rinehart and Winston.
- Burns, R. B. (1986). *The self concept in theory, measurement, development and behavior*. 4. New York: Longman.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet*. Cambridge University Press.
- Fernandes, T. & Castro, A. (2020). Understanding drivers and outcomes of lurking vs. posting engagement behaviours in social media-based brand communities. School of Economics and Management, Portugal. Saatavissa: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0267257X.2020.1724179> (Avattu 9.6.2022).
- Georgakopoulou, A. (2003). Computer-mediated communication. Teoksessa Östman, J., & Verschueren, J., *Handbook of Pragmatics* (s. 93–110). John Benjamins Publishing Company.
- Haaparanta, L. & Niiniluoto, I. (1991). *Johdatus tieteelliseen ajatteluun* (6. Korjattu painos). Helsingin yliopiston filosofian laitos.
- Hallam, S. & Prince, V. (2003). Conceptions of Musical Ability. *Research studies in music education* 2003, 20 (1), 2–22.

- Herring, S. (2004). Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online communities. Teoksessa Barab, S.A., Kling, R. and Gray, J.H., Eds., *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*, Cambridge University Press, New York.
- Hurrelmann, K. (1988). Social structure and personality development: The individual as a productive processor of reality. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huusko, M. & Paloniemi, S. (2006). Fenomenografia laadullisena tutkimussuuntauksena kasvatustieteissä. *Kasvatus* 37(2), 166–167.
- Hyvärinen, M., Nikander, P., Ruusuvuori, J., Aho, A. L. & Granfelt, R. (2017). *Tutkimushaastattelun käsikirja*. Vastapaino.
- Kang, R., Brown, S. & Kiesler, S. (2013). *Why do people seek anonymity on the internet?: Informing policy and design*. Saatavissa: <https://doi.org/10.1145/2470654.2481368> (Avattu 4.2.2022).
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53 (1), 59–68.
- Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M. & Andalibi, N. (2021). Algorithmic Folk Theories and Identity: How TikTok Users Co-Produce Knowledge of Identity and Engage in Algorithmic Resistance. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, 5, 1–44. Saatavissa: <https://doi.org/10.1145/3476046> (Avattu 4.2.2022)
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. Indiana University.
- Korkiamäki, R. & Ellonen, N. (2010). Ikätoverisuhteet sosiaalisina resursseina yläkouluikässä. Teoksessa Helsinki: Nuorisotutkimusseura 28:3.
- Kosonen, E. (2009). Musiikkia koulussa ja koulun jälkeen. Teoksessa Louhivuori, J., Paananen, P. & Väkevä, L. (toim.), *Musiikkikasvatus - näkökulmia kasvatukseen, opetukseen ja tutkimukseen*. 157–170. Suomen Musiikkikasvatusseura - FiSME r.y.
- Kulmalainen, T. (2015). Tyttöjen kaverisuosio: etnografinen tutkimus yläkoulun epävirallisista järjestyksistä. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto.
- Kuula, A. (2011). Tutkimusetiikka. *Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Vastapaino, Tampere. 148–150, 160–162.
- MacDonald, D., Hargreaves, D.J., & Miell, D. (2002). What are musical identities, and why are they important? Teoksessa R.R. MacDonald, D.J. Hargreaves & D. Miell (toim.) *Musical identities*. Oxford: Oxford University Press. 1–5.

- McDavid, J. W. & Harari, H. (1968). *Social Psychology. Individuals, groups, societies.* New York: Harper & Row.
- Miles, M. B., Huberman A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis, second edition.* SAGE Publications Ltd. London.
- Muller, M. (2012). Lurkin as personal Trait or Situational Disposition? Lurking and Contributing in Enterprise Social Media. Cambridge. 255–256. Saatavissa: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2145204.2145245> (Avattu 9.6.2022).
- Multisilta (2012). Identiteettityö ja sosiaalinen media. Teoksessa Niemi, H., Sarras, R., Junnila, M. & Mustonen, A. (2012). *Tykkää tästä: Opettajan ammattietiikka sosiaalisen median ajassa.* PS-kustannus.
- Multisilta, J., Mäenpää, M. & Suominen, J. (2010). *Yhdessä ja liikkeellä: Mobiili sosiaalinen media.* [Turun yliopisto].
- Mustonen, A. (2012). Sosiaalinen media psykologisena kasvuympäristönä. Teoksessa Niemi, H., Sarras, R., Junnila, M. & Mustonen, A. (2012). *Tykkää tästä: Opettajan ammattietiikka sosiaalisen median ajassa.* PS-kustannus.
- Mäntymäki, M. 2012. Lapset ja nuoret sosiaalisessa mediassa. *Tykkää tästä! Opettajan ammattietiikka sosiaalisessa mediassa.* 10–19.
- Ojanen, M. 1996. Mikä minä on. *Minän rakenne, kehitys, häiriöt ja eheytyminen.* Tampere: Kirjatoimi.
- Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet (2014). Helsinki: Opetushallitus.
- Riske, N. (2022). Digital music in the Nordics. *Polaris Nordic.*
- Saarikallio, S. (2009). Musiikki ja nuoren psykososiaalinen kehitys. Teoksessa Louhivuori, J., Paananen, P. & Väkevä, L. (toim.), *Musiikkikasvatus - näkökulmia kasvatukseen, opetukseen ja tutkimukseen.* 221–232. Suomen Musiikkikasvatusseura - FiSME r.y.
- Saastamoinen, M. (2006). Minuus ja identiteetti tutkimuksen haasteina. Teoksessa P. Rautio & M. Saastamoinen (toim.) *Minuus ja identiteetti.* Tampere: Tampereen yliopistopaino. 170–173.
- Talib, M-T. (2002). *Monikulttuurinen koulu.* Helsinki: Kirjapaja.
- Tulamo, K. 1993. Koululaisen musiikillinen minäkäsitys, sen rakenne ja siihen yhteydessä olevia tekijöitä: tutkimus peruskoulun neljännellä luokalla. Väitöskirja Sibelius-Akatemia.

- TENK: Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2012). Saatavissa: <https://tenk.fi/fi> (Avattu 6.6.2022).
- TikTok. <https://www.tiktok.com/about?lang=fi> (Avattu 24.5.2022).
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos.). Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Taipale, J. (2019). Anonymity of the “anyone”. The associative depths of open intersubjectivity. University of Jyväskylä. Saatavissa: https://jyu.finna.fi/Record/jyx.123456789_63671 (Avattu 5.2.2022)
- Wexler, P. (1992). *Becoming Somebody: Toward a Social Psychology of School*. London: The Falmer Press.
- Woodward, K. (2002). *Understanding Identity*. London: Arnold Publishing.
- YouTube. <https://about.youtube/> (Avattu 24.5.2022).

7 LIITTEET