

This is a self-archived version of an original article. This version may differ from the original in pagination and typographic details.

Author(s): Jäkälä, Mikko; Pekkola, Samuli

Title: Mitä on sosiaalisen median sosiaalisuus?

Year: 2011

Version: Published version

Copyright: © Eduskunnan tulevaisuusvaliokunta 2011

Rights: In Copyright

Rights url: <http://rightsstatements.org/page/InC/1.0/?language=en>

Please cite the original version:

Jäkälä, M., & Pekkola, S. (2011). Mitä on sosiaalisen median sosiaalisuus?. In T. Aaltonen-Ogbeide, P. Saastamoinen, H. Rainio, & T. Vartiainen (Eds.), *Silmät auki sosiaaliseen mediaan* (pp. 96-113). Eduskunnan tulevaisuusvaliokunta. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisuja, 1/2011.

https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/julkaisut/Documents/tuvj_3+2011.pdf

Mitä on sosiaalisen median sosiaalisuus?

Mikko Jäkälä & Samuli Pekkola

Sosiaalisen median sosiaalisuutta tarkasteltaessa on perusteltua kysyä, onko sosiaalisen median käyttäjä aina sosiaalinen. Millaiseen sosiaalisuuteen sosiaalisen median sovellukset kannustavat?

SOSIAALISEN median sovellukset ovat mielenkiintoinen tutkimuskohde, sillä ne tuovat teknologian tiiviimmin osaksi arkielämää. Yleistyessään ne myös lisäävät teknologioiden käyttöä ja käyttäjiä. Sosiaalinen media on monipuolinen ilmiö, jonka määritelmä on monitulkintainen. Toisaalta sosiaalisella medialla viitataan toimintaan ja yhteisöihin (Kalliala & Toikkanen 2009, Ridings & Gefen 2004, Ellison, Steinfield & Lampe 2007), toisaalta taas erilaisiin tekniikoihin (O'Reilly 2005, Tredinnick 2006, Cullen 2010, Constantines & Fountain 2008).

Useimmiten sosiaalisella medialla viitataan toimintatapaan, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla (ks. esim. Kalliala & Toikkanen 2009). Käsite Web 2.0 painottaa puolestaan internetsovellusten ja teknologioiden luomia uusia liiketoimintamahdollisuuksia esimerkiksi kampanjoinnin, markkinoinnin ja ansaintalogiikoiden kautta (O'Reilly 2005).

Sanakirjamääritelmän mukaan käsite "sosiaalinen" tarkoittaa yhteisöä tai yhteiskuntaelämää koskevaa, yhteiskunnassa esiintyvää, yhteiskunnallista, yhteistä hyvää tarkoittavaa tai ihmisiä auttavaa. Sosiaalinen viittaa myös yhteisöön sopeutuvaan, yhteiskuntaelämään sopivaan tai seuralliseen (Turtia 2005). Käyttäjien yhteisöllisesti koostamat internet-sanakirjat määrittelevät sosiaalisuuden myös esimerkiksi ihmisten keskuudessa viihtymiseksi, sellaiseksi mikä liittyy järjestäytyneeseen yhteiskuntaan sekä yhteiskuntaan tai ryhmään sopeutumiseen¹. Toisaalta sosiaalisuus mielletään myös sellaisiksi persoonallisuuden piirteiksi kuten ekstrovertti, seurallinen, sosiaalinen ja ulospäinsuuntautunut².

1. sanakirja.org

2. ilmainensanakirja.fi

Sosiaalisen median sosiaalisuutta tarkasteltaessa on perusteltua pohtia, onko sosiaalisen median käyttäjä automaattisesti sosiaalinen. Usein keskustelussa oletetaan näiden teknologioiden käytön olevan automaattisesti jollakin tapaa sosiaalista tai johtavan sosiaaliseen lopputulokseen. Sosiaalisuus ei kuitenkaan ole teknologian ominaisuus vaan se on käyttäjien toimintaa ja sopivia teknologian käyttötapojen valintoja. Tässä artikkelissa tarkastelemme, millaista sosiaalisuutta erilaisten sosiaalisen median sovellusten yhteydessä ilmenee.

Lähestymme sosiaalisen median sosiaalisuutta kansainvälisen tiedeyhteisön ymmärryksen kautta. Tarkasteltaviksi valitsimme Dewingin (2010) luokittelun mukaan viisi sosiaalisen median sovel- lusaluetta: wiki, yhteisöpalvelut, blogi, mikroblogi ja taggäys eli avainsanoilla merkkkaus, joka auttaa löytämään ja luokittelemaan tiettyjä aihetta käsitteleviä kirjoituksia. Jokaisesta näistä analysoimme 50 tieteellistä artikkelia.

Tarkastelemme sosiaalisuutta sosiaalisen median määritelmien mukaan ja pohdimme, millaiseen sosiaalisuuteen sosiaalisen median sovellukset antavat mahdollisuuksia ja kannustavat.

Monia määritelmiä

Sosiaalisesta mediasta puhutaan usein joukkona erilaisia sovelluksia, jotka mahdollistavat käyttäjien välisen vuorovaikutuksen verkossa huomattavasti tehokkaammin kuin sisältöjen jakamiseen painottunut World Wide Web (Web 1.0) (O'Reilly 2005). Dewingin (2010) mukaan tunnetuimpia sosiaalisen median sovelluksia ovat erilaiset blogit, wikit kuten Wikipedia, sosiaalinen taggäys kuten Delicious, sosiaaliset yhteisöpalvelut kuten Facebook ja MySpace ja mikroblogit kuten Twitter ja Jaiku. Näiden lisäksi virtuaalimaailmat ja musiikin, videoiden tai kuvien jakaminen mielletään toisinaan sosiaalisen median palveluiksi.

O'Reillyn (2005, 2009) lanseeraama käsite "Web 2.0" perustuu tehokkaisuuteen verkossa toimiviin sovelluksiin ja käyttäjien joukkoistamiseen³ yhteisen tai jollakin tapaa jaetun tavoitteen saavuttamiseksi. Web 2.0 valjastaa verkkosovellusten käyttäjät tuottamaan erilaisia sisältöjä kuten valokuvia, videoita, grafiikkaa, tekstejä tai metadatan muiden käyttäjien käytettäväksi. Käyttäjien keskeinen rooli onkin kommentoita, arvostella, priorisoida, suositella tai muuten vain kertoa mielipiteensä erilaisesta sisällöstä. Sosiaalinen media on tällöin sisältöjen tuottamista tai aiemmin tuotettujen sisältöjen järjestämistä ja

3. Joukkoistamisella (engl. crowdsourcing) tarkoitetaan verkossa tapahtuvaa vapaaehtoista yhteistoimintaa, jossa joukko jopa toisilleen ventovieraita ihmisiä työskentelee yhdessä.

arviointia, jotta tuotetut sisällöt olisivat helpommin muiden käyttäjien saavutettavissa ja hyödynnettävissä.

Kangas, Toivonen & Bäck (2007) näkevät sosiaalisen median ja Web 2.0:n uusia liiketoimintamahdollisuuksia laajempaan kokonaisuuteen, joka yhdistää sisällön tuottamisesta maksamisen, taustateknologioiden kehittämisen, sosiaalisen median työkalujen käyttöönoton ammattisovelluksissa ja tulojen uusjaon erilaisissa yhdistelmäpalveluissa. Heidän mukaansa sosiaalinen media rakentuu käyttäjäkeskeisestä Web 2.0 -sovelluksista, käyttäjien tuottamasta, muokkaamasta tai luokittelemasta sisällöstä sekä näitä sisältöjä etsivästä ja jäsentävästä yhteisöstä. Yhteisöllisyys tai erilaiset verkkosovellukset eivät itsessään ole mikään uusi asia vaan sosiaalinen media perustuu käyttäjien tuottamalle sisällölle tai heidän toimintansa mukanaan tuomalle palvelun lisäarvolle (Kangas, Toivonen & Bäck 2007). Näin ollen sosiaalinen media on käsite, joka kokoaa uudella tapaa sisällöt, tekniikat ja niitä käyttävät yhteisöt.

Käsite ”*social media*” voisi kääntyä suomeksi myös muotoon yhteisöllinen media (Partanen 2009). Jos sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan yhteisöllisesti tuotettua ja tietyn yhteisön jakamaa sisältöä, kuten Kangas ym. (2007) korostavat, voisi sosiaalista mediaa kuvata paremmin termi yhteisöllinen media. Tällöin käyttäjät nähtäisiin sekä sisällön tuottajina että yhdessä tuotetun sisällön kuluttajina ja verkkoyhteisön jäseninä (Partanen 2009).

Jos sosiaalisen median käyttäjillä olisi jotain yhteistä tai jaettua ja käyttäjät muodostavat selkeän yhteisön, olisi sosiaalisuuden määrittely yhteisölliseksi ilmiselvää. Esimerkiksi usealla blogilla on silti hyvin vähän tai ei lainkaan yleisöä, ja suuren lukijakunnan seuraamilta blogeilta voi puuttua kaksisuuntaisuus ja vuorovaikutteisuus (Shirky 2003). Samoin monen poliitikon blogissa ei ole lainkaan lukijapalautetta. Se ei välttämättä johdu lukijakunnasta vaan siitä, että palautetta ei voi antaa.

Vuorovaikutuksen estäminen voidaan perustella monella eri syyllä, kuten valvonnalla tai varovaisuudella. Vain seuraamisen mahdollistavat blogit eivät ole kanavia tai paikkoja (Harrison & Dourish 1998) sosiaalistua tai toimia yhdessä vaan ainoastaan uuteen tekniseen ympäristöön siirrettyjä julistuksia ja julkistuksia. Monissa blogeissa on toki mahdollisuus antaa lukijapalautetta. Tällöin sisältö ei varsinaisesti ole blogien yleisön, koko yhteisön, yhdessä luomaa vaan ennemminkin kooste erillisistä kommentteista.

Pelkkä julkiseksi saattaminen ei riitä sosiaalisuudeksi, jos siitä puuttuvat sekä vuorovaikutuksen että yhteisöllisyyden ulottuvuudet.

Sosiaaliselta medialta voisi edellyttää suoria vuorovaikutusmahdollisuuksia, myös sellaisia, joissa sekä yhteisön jäsenet että yleisö ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa.

Mikäli blogilla ei ole yleisöä, voidaan perustellusti pohtia, kuuluuko kirjoittaja silloin johonkin yhteisöön vai onko hän pöytälaatikkokirjailija, joka kirjoittaa tekstiä omaksi ilokseen.

Yhteisöllisyys ei aina edellytä aktiivista osallistumista. Yhteisöllisyyttä voi myös kokea, jos tuntee kuuluvansa ryhmään, joka jollakin tapaa kokoaa samalla tapaa ajattelevia ihmisiä, samaistumalla tiettyyn joukkoon tai seuraamalla toisten toimintaa, vaikkapa blogia tai tilapäiviyksiä.

Yhteisön toimintaan osallistuminen ei välttämättä takaa kokemuksia yhteisöllisyydestä. Tulkinnan yhteisestä tai yhteisöllisestä voi kuitenkin tehdä erilaisin perustein, myös ilman ilmiselvää yhteyttä yhteisöön (ks. esim. McMillan & Chavis 1986).

Sosiaalisuus kirjallisuudessa

Toteutimme tutkimuksen analysoimalla, miten sosiaalisuus ilmenee sosiaalista mediaa käsittelevässä kirjallisuudessa. Sosiaalisen median sovelluksista tarkasteluun valitsimme Dewingin (2010) luokittelun mukaisesti wikit, yhteisöpalvelut, blogit, mikroblogit ja taggäyksen. Näitä sovelluksia tarkastelimme hakemalla Google Scholar -hakupalvelun avulla 50 englanninkielistä tieteellistä artikkelia jokaisesta sovelluksesta. Sosiaalisuuden ilmentymistä tarkastelimme kokonaisuudessaan 250 artikkelissa.

Aloitimme haun käyttämällä teknologiariippumattomia hakusanoja. Pian kuitenkin huomasimme, että tuotemerkkien kuten Wikipedia, Facebook ja Jaiku käyttämistä ei kaikilta osin voitu välttää, sillä termistön käyttö on vielä epäyhtenäistä. Mikäli hakusana ei enää tuottanut soveltuvia tuloksia, vaihdoimme sen toiseen⁴. Käyttämällä Google Scholar -hakupalvelua⁵ pyrimme laajaan, ennalta rajaamattomaan ja monitieteelliseen otokseen.

Hakusanan lisäksi määrittelimme hakukriteeriksi artikkelin julkaisuvuoden. Valitsimme tarkasteltaviksi vuonna 2007 tai sen jälkeen julkaistuja artikkeleita. Saaduista hakutuloksista valitsimme 50 ensimmäistä artikkelia jokaisesta sosiaalisen median sovellustyyppistä. Emme ottaneet lähempään tarkasteluun sellaisia artikkeleita, joissa

4. Hakusanoina käytettiin wikiin wiki ja Wikipedia, yhteisöpalveluun social network site, social network service ja Facebook, blogiin weblog, blog ja blogging, mikroblogiin microblog, microblogging, Twitter ja Jaiku, sekä taggäykseen social tagging ja social bookmarking.

5. <http://scholar.google.fi/>

sosiaalisen median sovellus esiintyi vain otsikkotasolla⁶ tai joissa tarkasteltiin ainoastaan tietyn sovelluksen teknisiä yksityiskohtia.

Tulokset: Sosiaalinen media tutkijoiden ymmärtämänä

Taulukkoon 1 olemme koonneet analysoidut artikkelit luokiteltuna julkaisuvuoden mukaan. Artikkelit, joissa tarkasteltiin wikejä ja blogeja, on pääasiassa julkaistu vuosina 2007 ja 2008. Yhteisöpalveluja käsittelevät artikkelit painottuvat vuosille 2008 ja 2009. Mikroblogeja käsittelevät artikkelit on julkaistu vuosina 2009 ja 2010. Täggäystä käsittelevät artikkelit jakautuvat suhteellisen tasaisesti vuosille 2007–2010. Artikkelien julkaisu-aika näyttää seuraavan muutaman vuoden viiveellä aikaa, jolloin sovellukset tulivat laajemman yleisön käytettäväksi. Hakutuloksissa on suhteellisesti vähemmän artikkeleita vuodelta 2010, mikä selittyy sillä, että artikkelihaku suoritettiin keväällä 2010. Sen sijaan hakutulokset jakautuvat hyvin tasaisesti vuosille 2007–2009.

Artikkelit julkaisu vuosittain

	2007	2008	2009	2010	Yhteensä
Wiki	24	20	4	2	50
Yhteisöpalvelu	6	14	24	6	50
Blogi	26	16	6	2	50
Mikroblogi	1	7	28	14	50
Täggäys	18	15	12	5	50
Yhteensä	75	72	74	29	250

Taulukko 1. Artikkelien jakautuminen julkaisu vuoden mukaan.

Taulukossa 2 artikkelit esitellään niiden julkaisufoorumin tieteenalan mukaan. Artikkeleja oli julkaistu 12 eri tieteenalan julkaisuissa, esimerkiksi tieteellisissä aikakauslehdissä, kausijulkaisuissa tai konferenssijulkaisuissa. Valtaosa kaikista artikkeleista oli julkaistu informaatioteknologian julkaisuissa (152/250 artikkelia). It-ala korostui varsinkin täggäystä (47 artikkelia) ja wikejä (40 artikkelia) käsittelevissä julkaisuissa. Yhteisöpalveluita, blogeja ja mikroblogeja käsittelevät artikkelit jakaantuivat tasaisemmin eri tieteenaloille.

6. Joissakin hakutuloksena saaduissa artikkeleissa sosiaalista mediaa käytettiin kiinnittämään teksti nykypäivään, esimerkiksi "Lääketiede Facebookin aikakaudella"

Artikkelit julkaisufoorumin tieteenalan mukaan

	Wiki	Yhteisöpalvelu	Blogi	Mikroblogi	Täggäys	Yhteensä
Tieto- ja viestintäteknikka	40	23	13	29	47	152
Lääketiede		2	3	1	1	7
Luonnontieteet	4	1		2	1	8
Viestintä ja media		13	14			27
Kielitiede	2					2
Kasvatustiede	3		8	9		20
Taloustiede			4			4
Informaatiotieteet		3	4	2		9
Politiikka ja yhteiskuntatieteet		4	4	2		10
Psykologia		2		2		4
Kulttuuri ja taide		1		3		4
Yleistieteellinen	1	1			1	3
Yhteensä	50	50	50	50	50	250

Taulukko 2. Artikkelien jakautuminen julkaisufoorumin tieteenalan mukaan.

Taulukossa 3 esitellään artikkelien tutkimuskohde eli mitä tai keitä artikkeleissa raportoiduissa tutkimuksissa tutkittiin. Artikkelien tutkimuskohteet muodostivat neljä luokkaa: sovellus, käyttäjät, sovellukseen tuotettu sisältö sekä sovelluksen käyttäminen tietyssä kontekstissa.

Wikejä käsittelevissä artikkeleissa tutkimuskohteena oli useimmin wikeihin tuotettu sisältö, yhteisöpalveluja tarkastelevissa artikkeleissa palvelujen käyttäjät ja täggäystä tarkasteltiin pääasiassa sovelluksen näkökulmasta. Blogiartikkeleissa tutkimuskohteena olivat useimmiten bloggaajat tai blogien käyttö tietyssä kontekstissa. Mikroblogeja käsittelevien artikkelien tutkimuskohteena olivat puolestaan sisältö ja mikroblogien käyttäminen tietyssä tilanteessa.

Bloggaamista ei missään artikkelissa tarkasteltu teknologian tai sovelluksen näkökulmasta. Ehkä blogi on teknologiana jo niin läpinäkyvä, että huomio keskittyy nykyään enemmän sisältöön ja käyttäjiin. Täggäys voi olla toimintatapana vielä niin uusi, ettei yhdessäkään artikkelissa pohdittu täggäämistä tietyssä kontekstissa vaan pääosa artikkeleista raportoi täggäämistä tagien ja siihen liittyvän toiminnan näkökulmista.

Artikkelit tutkimuskohteittain

	Wiki	Yhteisö- palvelu	Blogi	Mikro- blogi	Täggäys	Yhteensä
Sovellus	12	6	-	10	30	70
Käyttäjät	8	26	20	8	8	66
Sisältö	20	10	8	16	12	56
Käyttökonteksti	10	8	22	16	-	58
Yhteensä	50	50	50	50	50	250

Taulukko 3. Artikkelien jakautuminen tutkimuskohteittain.

Taulukko 4 koostaa analysoidun artikkelien tutkimustehtävää eli mitä analysoiduissa artikkeleissa pyrittiin selvittämään. Analysoiduissa artikkeleissa nousi esiin kiinnostus sosiaalisen median käyttäjiin ja käyttäjäyhteisöihin. Samoin haluttiin selvittää, miksi sovelluksia käytetään ja mitä käyttäminen on. Tämä korostui varsinkin blogeja ja mikroblogeja käsittelevissä artikkeleissa. Sosiaaliseen mediaan tuotetun sisällön hallintaan liittyviä kysymyksiä nostettiin esiin varsinkin wikejä ja taggäystä raportoivissa artikkeleissa. Ainoastaan yhteisöpalveluja käsittelevissä artikkeleissa kiinnitettiin huomiota yksityisyyteen ja turvallisuuteen, mikä onkin sovelluksen luonne huomioiden ymmärrettävää.

Artikkelit tutkimustehtävittäin

	Wiki	Yhteisö- palvelu	Blogi	Mikro- blogi	Täggäys	Yhteensä
Käyttäjyhteisö	15	12	6	8	10	51
Käyttömotivaatio	-	18	18	32	-	68
Käyttäminen	7	-	26	10	20	63
Sisällönhallinta	28	14	-	-	20	62
Yksityisyys	-	6	-	-	-	6
Yhteensä	50	50	50	50	50	250

Taulukko 4. Artikkelien jakautuminen tutkimustehtävittäin.

Tulokset: Sosiaalisen median sosiaalisuus

Wiki

Wikejä tarkastelevissa artikkeleissa paneuduttiin erityisesti tuotetun sisällön luokitteluun tai wikien käyttöön jossain tietyssä tehtävässä, esimerkiksi opetuksessa. Kokonaisuutena wikitutkimusten painopiste oli tuotetuissa sisällöissä tai tekniikoissa. Wikien käyttö ja käyttäjät jäivät vähäisemmälle huomiolle. Wikien käyttäjiä tarkasteltiin lähin-

nä sisällön tuottajina, lukijoina tai artikkelien luotettavuuden arvioijina. Wikin rakenteen tai sisällön laadun arviointi olivat suosittummat tutkimuskohteet.

Wikejä käsittelevien artikkelien laatu näyttää voimakkaasti korreloivan artikkelin muokkauskertojen lukumäärän kanssa. Muokkaushalukkuus puolestaan edellyttää yksittäisten käyttäjien halua osallistua sisällön parantamiseen. Sisältö muodostuu käyttäjien yhteiseksi mielenkiinnon kohteeksi, eräänlaiseksi rajaobjektiksi. Tämä rajaobjekti toimii myös wikipyhteisön motivaattorina. Yhteisö rakentuu ja kasvaa yhteisten mielenkiinnon kohteiden kautta. Tämä ilmenee erityisesti suljetuissa wikipyhteisöissä.

Avoimissa wikipyhteisöissä käyttäjien motivaatio kumpuaa ennen kaikkea hauskuudesta, ideologiasta, arvoista sekä ymmärryksen ja laadunparantamisen halusta. Sen sijaan ammatillisen pätevyyden korostaminen tai vuorovaikutus ovat vähemmän tärkeitä.

Motivaatiotekijöiden lisäksi wikiartikkelien sisällön tuottamista ohjaavat käyttäjien erilaiset roolit ja normit. Vaikkei näitä välttämättä ole kirjattu mihinkään, käyttäjät kokevat erilaisten normien ja käyttäytymismallien ohjaavan sekä avointen että suljettujen wikipyhteisöjen toimintaa hyvinkin voimakkaasti. Siksi osallistuminen sisällön tuottamiseen edellyttää hyväksytyjen toimenpiteiden ja toimintamallien ymmärtämistä. Nämä sisäistämällä käyttäjä tulee osaksi wikipyhteisöä.

Yhteisöpalvelu

Yhteisöpalveluita tarkastelevissa artikkeleissa korostui yhteisöpalveluiden merkitys sosiaalisen pääoman rakentamisessa. Tämä näkyi erityisesti ystävyys-suhteiden, ryhmien ja sosiaalisten verkostojen ylläpitämisessä. Yhteisöpalvelut ovatkin ennen kaikkea väline reaali-ilman ystävyys-suhteiden hallintaan, sillä analysoidun artikkelien valossa uusia ystävyys-suhteita luodaan yhteisöpalveluiden kautta hyvin harvoin ilman kasvokkaista kontaktia tai jonkinlaista tuttuutta.

Keskeisenä yhteisöpalveluiden käytön ja suosion syynä oli mahdollisuus olla tietoinen muiden verkoston jäsenten toiminnasta, ajatuksista, kirjoituksista ja kuvista. Nämä tiedot tarjosivat pohjan käyttäjien sosiaaliselle arvioinnille. Profilitiedoissaan ja jakamassaan sisällössä käyttäjä saattoi myös paljastaa itsestään enemmän kuin kasvokkaistilanteessa. Tämän vuoksi yhteisöpalvelut voivat olla merkittävä sosiaalisen tiedon lähde ja myös mahdollisuus tirkistellä omaa ystäväpiiriään.

Yhteisöpalvelut eivät juuri vaikuta käyttäjänsä osallistumisen tapoihin. Runsaat arkielämän kontaktit johtavat usein lukuisiin yhteisöpalveluiden kontakteihin. Sovelluksen käyttäminen itsessään ei lisää

kontaktien määrää, vaikkakin yhteisöpalveluissa olevien ystävien määrää pidettiin monessa tutkimuksessa sekä aktiivisuuden että veto-voimaisuuden mittarina. Toisaalta aktiivinen toiminta ystävien kanssa ja osallistumisen määrä tulkittiin positiivisemmin kuin pelkästään ystävien määrä.

Yhteisöpalvelut antavat mahdollisuuden kertoa itsestä ja itselle tärkeistä asioista. Ne voivat olla paikka identiteetin testaamiselle tai väline henkilökohtaiselle kasvulle. Oma identiteetti esitetään usein hyvin todenmukaisena, tosin joskus esitettyä identiteettiä saatetaan hieman stailata painottamalla tavoiteltua identiteettiä enemmän kuin todellista identiteettiä. Harvemmin identiteetti on kokonaan tekaistu tai rakennettu, sillä verkoston jäsenet ovat usein ystäviä myös verkon ulkopuolella, jolloin totuudenvastainen identiteetti ei kestäisi sosiaalisen verkoston tarkastelua.

Yhteisöpalveluiden artikkeleissa esiintyi pohdintaa yksityisyyteen ja tietoturvaan liittyvistä ilmiöistä. Yhteisöpalveluiden käyttäjät saattavat kertoa itsestään hyvinkin paljon tietoa tiedostamatta siihen liittyviä riskejä. Identiteettivarkauksien ja väärennettyjen profiilien lisäksi voi yhteisöstä irrotettu ja muualla esitetty oikeakin informaatio olla käyttäjälleen haitallista. Tästä huolimatta yhteisöpalvelut mielletään pääasiassa turvallisena sosiaalisena verkostona, jonka käytön perusteena on tiedon vaihtamisen lisäksi hauskuus ja viihtyminen oman ystäväverkoston parissa.

Yhteisöpalvelut eivät ole enää ainoastaan vapaa-ajan sosiaalinen verkosto. Tarkastellut artikkelit nostavat sen esiin myös uutena työ- ja toimintaympäristönä, jossa esimerkiksi viestintää ja markkinointia voidaan toteuttaa aivan uusilla tavoilla.

Tutkijalle se voi olla ajankuva tai laaja yksityiskohtaisen informaation lähde, jonne käyttäjät vapaaehtoisesti tallentavat informaatiota itsestään ja elämästään. Samoin se on alusta uudelleenlaisille tietoteknisille sovelluksille ja liiketoiminnalle. Näiden käyttökohteiden yleistymisen ennakoidaan vaikuttavan myös yhteisöpalveluiden käytön sääntöihin ja normeihin. Yhteisöpalveluita käytettäessä voivat sekoittua käyttäjän julkisen ja yksityisen roolin lisäksi myös hänen työ- ja vapaa-ajan roolinsa sekä virallinen ja epävirallinen sisältö.

Blogi

Blogeja tarkastelevissa artikkeleissa analysoitiin niiden hyötykäyttöä tietystä tehtävässä, kuten oppimisen ja opetuksen tukena. Näiden lisäksi artikkeleissa pohdiskeltiin myös syitä blogien käyttämiseen sekä blogien käytön tapoja. Muutamassa artikkelissa esiteltiin informaation ja tietämyksen leviämistä blogien käyttäjiltä toisille, blogiyhteisöissä tai blogiverkostossa yleensäkin.

Blogien hyödyntämistä edesauttavat teknologian helppokäyttöisyys ja blogien käyttämisestä koettu hyöty. Lisäksi blogien lukemiseen ja sisällön tuottamiseen liitettiin usein sosiaaliset tekijät ja viihtyminen. Kuitenkin työympäristössä koettu hyödyllisyys korostui viihtymisen asemesta. Blogit mielletään uutena työelämän työkaluna, jossa blogin pitäjä voi saada lisää valtaa omassa yhteisössään joko uuden teknologian käyttäjänä tai tehokkaampana viestijänä.

Toisaalta blogien seuraamista pidettiin tärkeänä oman työn näkökulmasta, sillä uusin tieto voi olla nopeimmin saatavilla blogeista.

.....

Blogien välittämää informaatiota pidettiin lähes yhtä luotettavana, mutta huomattavasti joustavampana ja selkeämmin luokiteltuna kuin perinteistä mediaa.

.....

Blogeissa voi myös välittää sellaista tietoa, joka ei ylittäisi valtamedian julkaisukynnystä tai ei muista syistä saisi julkisuutta. Niitä pidettiin myös henkilökohtaisina tietämyksenhallintajärjestelminä, joissa voi luoda itselleen merkityksellistä sisältöä tágättynä ja metatekstillä varustettuna.

Koulutus- ja oppimisympäristössä blogeissa korostui vertaispalauteen saaminen, tietämyksen jakaminen ja jalostaminen sekä blogin rooli oppimisen havainnollistajana, henkilökohtaistajana ja motivoijana. Blogi voi antaa opiskelijalle mahdollisuuden harjoitella ja kasvattaa omaa ääntään ja harjoitella tieteellistä argumentaatiota ja keskustelua yhdessä muiden opiskelijoiden kanssa.

.....

Keskeisinä motiivina jatkaa blogin kirjoittamista mainittiin useimmiten sosiaalinen vahvistus tai palkitseminen sekä viihtyminen. Blogin pitäjälle positiivinen palaute, kannustaminen ja kommentointi ovat merkittäviä motivaatiotekijöitä.

.....

Kielteinen palaute ja kritiikki sen sijaan eivät vaikuta toiminnan jatkamiseen, mutta saattavat vaikuttaa itsetuntoon ja kokemuksiin hyväksytyksi tulemisesta.

Blogeilla onkin usein muita tavoitteita tiedon jakamisen lisäksi. Osa blogeista rinnastuu päiväkirjaan, jossa hyväksytyksi tuleminen tai yhteisön löytäminen voi olla keskeinen bloggaamisen tavoite. Minäkäsityksen ja itsetuntemuksen lisäksi blogeilla arvioitiin olevan merkitystä sosiaalisten roolien harjoittelussa ja niiden tapojen löytämisessä, joilla voi rikkoa sosiaalisia normeja itselleen soveltuvalla tavalla.

Blogiartikkelien yhteydessä nousi esiin blogien rooli verkostoitumisessa ja uusien vuorovaikutussuhteiden luomisessa. Blogia ei kuitenkaan pidetty luonteensa vuoksi viestintäkanava vaan ennemminkin välineenä, joka luo pohjan tai kontaktin muualla tavalla jatkuvalla keskustelulle.

Vuorovaikutuksen sijaan otoksen tutkimukset nostivat esiin tarinoiden kertomisen merkitystä ja kokemusten jakamista. Nämä saattoivat liittyä tiettyyn ryhmään kuulumiseen, elämäntilanteeseen tai sairauteen, jolloin vertaistuen saaminen korostui bloggaamisen keskeisenä tekijänä.

Vuorovaikutuksen sijasta blogitutkimuksissa korostuikin yhteisöllisyyden rakentaminen.

Tutkimukset korostivat jatkuvan vuorovaikutuksen sijasta seuraamista, jolloin huomio saattaa kumuloitua niihin blogeihin, joilla on jo ennestään paljon lukijoita. Osallistuminen on usein yksipuolista vain harvan lukijan kommentoidessa lukemaansa blogia. Usein aktiiviset blogikommentit ovat muita blogien pitäjiä, jolloin blogit voivat olla verkostoitumisen tai yhteisöjen rakentamisen välineitä blogiyhteisölle.

Mikroblogi

Analysoitujen artikkelien mukaan mikroblogeja kuten Twitteriä ja Jaikua käytetään päivittäisistä tapahtumisesta kertomiseen sekä tiedon jakamiseen ja etsimiseen. Arkisten tapahtumien raportoimisen lisäksi mikroblogeja käytetään myös jutusteluun, keskustelun avaamiseen, tiedonvälitykseen, mielipiteen esittämiseen sekä uutisten ja tapahtumien kommentointiin useimmiten varsinaisen toiminnan taustalla, arkisten puuhien tai työn ohella.

Mikroblogeissa käytävät keskustelut ovat aikasidonnaisia, miltei reaaliaikaisia ja epäviralliseen keskusteluun sopivia. Jaettu sisältö on minäkeskeistä kerrontaa tai yleisemmän informaation jakamista. Koska mikroblogit ovat tiukasti sidoksissa aikaan ja paikkaan, voidaan syötteistä myös seurata ihmisjoukkojen toimintaa, analysoida yleistä mielipidettä tai mielialaa sekä ennustaa jopa epidemioita. Merkittävät tapahtumat näkyvät mikroblogiverkostossa hetkellisinä purskeina keskeisten avainsanojen noustessa esiin postitusten virrasta.

Laajempi seuraajajoukko näyttää kannustavan aktiivisempaan informaation jakamiseen. Tämä ei kuitenkaan lisää vuorovaikutusta. Tiedon levitys mikroblogin kautta on kuitenkin tehokasta ja nopeaa mikroblogiverkostoja toisiinsa yhdistävien käyttäjien kautta. Laajan tiedonvälityksen näkökulmasta keskeistä on riittävän suuri määrä osallistujia ja aktiivinen osallistuminen päivitysten jakamiseen.

Mikroblogeihin rakentuu verkostoja, joissa yhdistävänä tekijänä ovat yhteiset kiinnostuksen kohteet, samanlaiset mikroblogin käyttötottumukset tai yhteinen ystäväpiiri. Verkostot pysyvät koossa aktiivisen vastavuoroisen osallistumisen eli sisältöjen tuottamisen

avulla. Kuitenkin mikroblogeissa korostuu ystävyysuhteen ohella yksipuolinen seuraaminen. Niissä voikin muodostua kahdentyyppisiä verkostoja: vuorovaikutteisia ystäväverkostoja ja yksipuolisia seuraajaverkostoja.

Muutamassa artikkelissa pohdittiin mikroblogin käyttämistä yksisuuntaiseen tiedottamiseen: kenttätutkimusta tekevä tiedemies voi välittää tietoa työtovereilleen, kolmannen sektorin toimija innostaa joukkojaan toimintaan, terveydenhuollon toimija kertoa aikataulu- ja muutoksista tai influenssa-aallosta, poliitikko kannustaa kannattajiin tai palo- ja pelastustoimi ilmoittaa kriisivalmiudesta tai aloittaa evakuoinnin.

Tiedottamisen tekee haastavaksi se, että mikroblogeissa sisältö virtaa nopeasti eteenpäin odottamatta lukijaansa. Keskustelu voi aktivoitua, jos seuraaja tarttuu yksittäiseen viestiin usean viestin muodostamasta virrasta. Kuitenkaan yksittäisiin viesteihin ei varsinaisesti odoteta vastausta. Analysoiduissa artikkeleissa korostui, että mikroblogi on vain uusi tapa henkilökohtaiseen viestintään. Mikroblogi on jo ominaisuutena siirtynyt muihin sosiaalisen median sovelluksiin, muun muassa Facebookin statuspäivitystoiminnallisuudeksi.

Täggäys

Valtaosassa tarkastelluista artikkeleista lähestyttiin täggäystä teknologioiden tai teknisten ominaisuuksien näkökulmasta. Mikäli täggääjiä on tarkasteltu, heidät on mielletty lähinnä vain uudenlaisen kansanperinteen luojina. Täggiverkostot muodostuvat yksittäisten käyttäjien seurattessa muiden käyttäjien merkitsemiä tägkejä. Tällöin valinta siitä, kenen merkintöjä seurataan, korostuu. Useimmiten seurattavat henkilöt ovat tuttuja muista ympäristöistä, esimerkiksi työtovereita tai ystäviä. Täggiverkostoja muodostettaessa käyttäjät kuitenkin usein ryhmytyvät ja luokittelevat tägkejä ja muita käyttäjiä henkilökohtaisia valintoja ja yksipuolisia näkemyksiä seuraten. Täggiverkostot ja yksittäiset tägit ovatkin ennen kaikkea tiedon hallinnan ja jäsentämisen yksi muoto, joka palvelee lähinnä yksittäisiä käyttäjiä ja heidän tarpeitaan sen sijaan, että ne olisivat pohja yhteiselle ymmärrykselle tai virtuaaliyhteisöjen muodostumiselle.

Täggiverkostot ja niiden toimijat muodostavat eittämättä yhteisöjä. Näissä yhteisöissä keskeistä on yhteisen ”kansanperinteen” muodostaminen. Tämä voidaan mieltää yhtenä kollektiivisen tietämyksen muotona, jossa eri käyttäjät merkitsevät tiedonmurusia tai muita asiantuntijoita täggeillä. Nämä tägit muodostavat niitä tarkastelevan yhteisön näkemyksen ja jaetun mielipiteen. Esimerkiksi asiantuntijayhteisöissä henkilöiden merkitseminen erilaisiksi asiantuntijoiksi korostaa heidän rooliaan yhteisön tunnustamina jäseninä.

Pohdintaa

Sosiaalisen median sovellukset eivät sinällään ole mitään uutta – keskusteleminen ja sisällön jakaminen on aikaisemminkin ollut mahdollista esimerkiksi erilaisten keskustelusovellusten, ilmoitustaulujen ja pikaviestimien avulla. Sosiaalinen media vaikutti olevan näiden vanhojen sovellusten uusi myyvämpi muoto: webpohjainen, kevyt, helpposti lähestyttävä, helppokäyttöinen ja käyttäjänkuntaansa erilaisilla sosiaalisilla peleillä koukuttava.

Analysoitaessa artikkeleita sosiaalisen median sovelluksista ei tuloksissa korostunut sosiaalisuus, jos sillä tarkoitetaan ainoastaan vuorovaikutusta, keskustelua ja vapaamuotoista verkossa oleilua. Sen sijaan analysoidut artikkelit näyttivät sosiaalisen median ennemminkin uutena julkisena tilana: julkiseksi saattamisen, esittämisen ja myös esiintymisen kanavana. Keskeistä on sosiaalisen median sovellusten tarjoama mahdollisuus vuorovaikutukseen, osallistumiseen ja yhteisöllisyyteen.

.....
 Vaikka toiminta onkin osin korostuneen yksisuuntaista, luo avoin julkinen tila mahdollisuuden tarttua toisen tuottamaan sisältöön ja ottaa jonkinlaisen kontaktin.

Sosiaaliset yhteisöpalvelut kuten Facebook pohjautuvat pitkälti käyttäjän profiilisivuihin, joissa käyttäjä esittelee ja esittää itsensä ystävilleen ja potentiaalisille ystävilleen. Blogin kirjoittajaa motivoi ja kannustaa blogin lukijoiden palaute, mutta sitä on tarjolla suhteellisen vähän ja usein palautetta antavat lähinnä tutut blogiyhteisön jäsenet. Toisaalta joissakin blogeissa palautetta ei voi edes antaa.

.....
 Toisen toiminnan seuraaminen korostuu myös mikroblogeissa.

Mikroblogipäivitykset saattavat liittyä tiettyyn tilaan tai tilanteeseen, mutta ne ovat usein joko tiedon jakamista tai itsestä kertomista. Tiedon muokkaaminen ja hallinta korostuvat wikeissä ja taggäämisessä, jossa käyttäjä esittäytyy tuottamansa tai muokkaamansa sisällön kautta. Sosiaalisen median sovellusten uudet versiot myös yhdistävät aiemmin erillään olleita toimintatapoja. Samassa sovelluksessa voi etsiä ystäviä, julkaista sisältöä ja tilapäivityksiä sekä arvioida ja organisoida olemassa olevaa sisältöä. Yhteisöpalvelujen välittämät digitaaliset ketjukirjeet, meemit, eivät ainoastaan kannusta leikkimään verkossa vaan rakentavat tietämystä ja tuntemusta toisesta yhteisön jäsenestä. Tämä tieto voi olla merkittävää löyhän vuorovaikutussuhteen aktivoi-

tuessa ja yhteisöllisen toiminnan alkaessa joko jonkin sosiaalisen median sovelluksen avulla tai jollain aivan toisella foorumilla.

Kangas ym. (2007) määrittelevät sosiaalisen median sovelluksiksi, joissa käyttäjät luovat sisältöjä yhdessä. Sisällön korostuminen on ymmärrettävää, sillä avoin vuorovaikutus verkossa voi olla arvaamatonta. Koskaan ei voi ennalta tietää, miten ja millä tavoin mahdollinen yleisö reagoi. Jälkimoderni yhteiskunta korostaa yksilöllisyyttä ja yksilön tekemiä harkittuja henkilökohtaisia valintoja.

Korostunut yksilöllisyys voi kuitenkin nostaa vastareaktion kaipuun yhteisölliselle. Oma yhteisö voi löytyä internetistä. Tekniikka ja media voivat vahvistaa jälkimodernia identiteettiä ja tarjota samalla mahdollisuuden yhteisöllisyyden tunteelle. Maffesoli (1996) kuvaa uutta yhteisöllisyyttä ja samanlaisen elämäntavan yhteenliittämiä pieniä ryhmittymiä käsitteellä neotribalismi.

.....
 Uudet heimot pohjaavat perinteiseen yhteisöllisyyteen, mutta hakevat yhteisöllisyyttä enemmänkin yhteisen toiminnan, yhteisten tavoitteiden ja ystävyysuhteiden kautta kuin perinteisistä yhteisöllisyyden määreistä.

Vaikka sosiaalisen median sovellukset madaltavat yksittäisten sisältöjen julkaisukynnystä, ne eivät edesauta ihmisten kykyä kriittisesti tarkastella ja omaksua sisältöjä. Sosiaalinen media korostaa medialukutaidon merkitystä. Tämä ilmenee erityisesti kykynä tarkastella kriittisesti julkaistua sisältöä, sen luotettavuutta ja uskottavuutta sekä muodostaa käsityksiä sisällön julkaisijasta ja hänen tarkoituspereistään. Toisaalta yhteisöllinen media tarjoaa mahdollisuuden peilata itseään – on mielenkiintoista pohtia, millainen identiteetti verkkoon rakentuu tai millaisen identiteetin sinne aktiivisesti rakentaa. Samoin oman roolin ymmärtäminen osana yhteisöä voi olla merkittävä henkilökohtainen verkkokokemus, jonka voi halutessaan jakaa myös yhteisölleen.

Millaista on sosiaalisen median sosiaalisuus? Osa sosiaalisen median sovelluksista korostaa toisten toiminnan seuraamista, joka antaa osalle käyttäjistä passiivisen yleisön roolin. Se ei ensisilmäyksellä vaikeuta sosiaaliselta mutta tarjoaa kuitenkin mahdollisuuden yhteisöön sopeutumiseen, samaistumiseen ja voi tarjota kokemuksia muiden ihmisten seurassa viihtymisestä tai yhteisöllisyydestä. Yleisö tarvitsee esiintyjä, joten ulospäin suuntautuneet, sosiaaliset ja seuralliset sosiaalisen median käyttäjät voivat saada sosiaalisesta mediasta uuden julkisen tilan itsensä ja omien ajatuksiensa esittämiseen. Mahdollisuus henkilökohtaiseen vuorovaikutukseen on koko ajan tarjolla. Yhteistä hyvää tarkoittava ja ihmisiä auttava sosiaalisuus nousee esiin wikejä ja sosiaalista taggäämistä tarkasteltaessa. Minäkeskeisen infor-

maation sijasta osallistuminen on yhteisen tietovarannon kehittämistä ja tiedon esiinnostamista.

Jos sosiaalisuus on yhteisöön sopeutumista, on sosiaalinen media varmasti sosiaalista – niin moni käyttää jo sosiaalisen median sovelluksia osana omaa arkeaan. Se ei kuitenkaan perustu yksinomaan käyttäjien väliselle vuorovaikutukselle vaan käyttäjien kokemukselle sosiaalisuudesta ja sosiaalistumisesta. Useimmissa tarkastelluissa sosiaalisen median sovelluksissa käyttäjien välinen suora vuorovaikutus jää yllättävän vähäiseksi. Tästä huolimatta sosiaalinen media edellyttää yhteisön tuntemista sekä yhteisön normien ja toimintamallien tiedostamista, jotta käyttäjille syntyy yhteisöön kuulumisen tunne. Tämä tunne, yhteisöllisyys, määrittelee sosiaalista mediaa. Vaikuttaakin siltä, että sosiaalinen media on myös yhteisöllinen media.

Onko sosiaalinen media myös eettinen media? Tarkastelumme nostaa esille sosiaalisen median monimuotoisuuden ja monimuotoisuudesta mahdollisesti kumpuavat liialliset yleistyksiset, rajaukset tai rajoitukset. Esimerkiksi sosiaalista mediaa määriteltäessä ja sen käyttöä tuettaessa tai rajoitettaessa voidaan helposti soveltaa vain yhden sovellusalueen, vaikkapa yhteisöpalveluiden, näkökulmaa koko ilmiön tarkasteluun. Tällöin voidaan helposti tehdä tarpeettomia ja virheellisiä päätelmiä ja toimenpiteitä. Vastaavasti myös sosiaaliseen mediaan liittyvien eettisten näkökulmien korostaminen tai pohdinta rajautuu helposti yhteen sovellustyyppiin ja sen ominaisuuksiin.

Kuten empiirinen tarkastelumme on osoittanut, sosiaalisen median sosiaalisuus ilmenee hyvin eri tavoin – vastaavasti myös mahdolliset eettiset tai moraaliset näkökulmat ja ongelmat ilmenevät eri tavoin. Myös sosiaalisen median sovelluksien käyttäjät arvottavat sovelluksia eri tavoin esimerkiksi uskottavuuden, luotettavuuden, pysyvyyden ja virallisuuden suhteen. Tämä voi helposti aiheuttaa ongelmia, jos esimerkiksi viranomaiset käyttäisivät mikroblogeja tiedottamiseen ja kriisiviestintään. Samoin blogeja arvioitaessa käyttäjät odottavat sisällöltä rehellisyyttä ja luotettavuutta. Sen sijaan yhteisösovelluksissa toisuuden stailaamista ei pidetä kovin suurena rikkeenä.

Taustalla on vahva oletus siitä, että käyttäjät tuntevat ja jakavat sovelluksien käyttämisen, usein ääneen lausumattomat, pelisäännöt.

Ja nämä pelisäännöt ovat vielä monelta osin muotoutumassa.

Vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet

Vahvuudet

- » Tarjoavat uusia helppokäyttöisiä kanavia viestinnälle.
- » Madaltavat yhteydenotokynnystä
- » Helpottavat satunnaista yhteydenpitoa.
- » Tarjoavat mahdollisuuden seurata ystävien ja tuttavien toimintaa.

Heikkoudet

- » Eivät takaa sosiaalisten suhteiden muodostumista.
- » Eivät takaa yhteistä toimintaa muiden kanssa.
- » Vaikuttavat viestin sisällön tulkintaan.
- » Vaikuttavat viestin merkityksen tulkintaan.
- » Eivät ole vakiinnuttaneet asemaansa, mikä hankaloittaa sovellusten käyttöönottoa ja käytössä pysymistä.

Mahdollisuudet

- » Aktivoivat löyhiä sosiaalisia suhteita.
- » Lisäävät tietoisuutta muista käyttäjistä.
- » Lisäävät yhteydenpitoa itselle merkityksellisten ihmisten kanssa.
- » Aktivoivat vuorovaikutussuhteita, jotka eivät muuten aktivoituisi.
- » Voivat tarjota paikan henkilökohtaiselle kasvulle.

Uhat

- » Saattavat johtaa eristäytymiseen muista.
- » Saattavat aiheuttaa vääristyneen minäkuvan.
- » Voivat hämärtää työn ja vapaa-ajan tai julkisen ja yksityisen rajoja.
- » Voivat levittää tai vuotaa tietoa kontrolloimattomasti.
- » Voivat kannustaa sisällön tai toiminnan ylivihteellistymiseen, ylipinnallistumiseen ja ylikaupallistumiseen.

Kirjoittajista

Samuli Pekkola, FT, on tietojohdamisen professori Tampereen teknillisessä yliopistossa sekä tietojärjestelmätieteen dosentti Oulun yliopistossa. Hänen tutkimuksensa keskittyy tietojärjestelmien erilaisten käyttäjäryhmien ja niiden tarpeiden huomiointiin järjestelmien suunnittelussa, hankinnassa ja käytössä. Samuli Pekkolan tutkimustuloksia on julkaistu useissa tieteellisissä lehdissä ja hänen toimittamansa kirja *Reframing Humans in Information Systems Development* ilmestyi marraskuussa 2010. Tällä hetkellä Samuli Pekkola on Scandinavian Journal of Information Systems -lehden toimittaja. Hänen sähköpostiosoitteensa on samuli.pekkola@tut.fi

Mikko Jäkälä, FM, KM, toimii kehittämisspäällikkönä Jyväskylän yliopiston kieli-keskuksessa. Hänen erityisalaansa ovat teknologiavälitteinen viestintä ja viestinnän teknologiat. Hän on tutkinut erityisesti teknologiavälitteisen vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden ilmiöitä ja julkaissut tutkimuksiaan sekä kansallisissa että kansainvälisissä alan konferensseissa ja tieteellisissä julkaisuissa. Hänen sähköpostiosoitteensa on mikko.jakala@jyu.fi

Kiitokset

Kiitämme professori Maarit Valoa, toimittaja Terhi Aaltonen-Ogbeidea, Laura Poikolaista ja dosentti Tero Vartiaista saamastamme palautteesta ja rakentavista kommentteista.

Lähteet

- CONSTANTINIDES, E. & FOUNTAIN, S. 2008: *Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues*. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 9(3), s. 231–244.
- CULLEN, J. 2008: *Professionalizing knowledge sharing and communications: Changing roles for a changing profession*. Business Information Review 25(1), s. 53–57.
- DEWING, M. 2010: *Social Media: 1. An Introduction*. Library of Parliament: Canada. <http://www2.parl.gc.ca/Content/LOP/ResearchPublications/2010-03-e.htm>.
- ELLISON, N. B., STEINFELD, C. & LAMPE, C. 2007: *The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites*. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1143–1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- HARRISON, S. & DOURISH, P. 1996: *Re-place-ing space: The roles of space and place in collaborative systems*. Teoksessa: Proceedings of CSCW'96. s. 67–76. NY: ACM.
- KALLIALA, E. & TOIKKANEN, T. 2009. *Sosiaalinen media opetuksessa*. Helsinki: Finn Lectura.
- KANGAS, P., TOIVONEN, S. & BÄCK, A. 2007: *Googlen mainokset ja muita sosiaalisen median liiketoimintamalleja*. VTT Tiedotteita 2369. Espoo: VTT. <http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2369.pdf>.
- McMILLAN, D. & CHAVIS, D. 1986: *Sense of community: A definition and theory*. Journal of Community Psychology, 14(1), s. 6–23.
- MAFFESOLI, M. 1996: *The time of the tribes: the decline of individualism in mass society*. Lontoo: SAGE.
- O'REILLY, T. 2005: *What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228>.
- O'REILLY, T. & BATTLE J. 2009: *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*. http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf.
- PARTANEN, H. 2009: *Sosiaalinen eli yhteisöllinen media*. Kielikello, 3:33.

- RAFAELI, S. & SUDWEEKS, F. 1997: *Networked Interactivity*. Journal of Computer Mediated Communication, 2(4). <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/editorsintro.html>.
- RIDINGS, C. & GEFEN, D. 2004: *Virtual Community Attraction: Why People Hang Out Online*. Journal of Computer-Mediated Communication, 10 (1). http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/ridings_gefen.html.
- SHIRKY, C. 2003: *Power Laws, Weblogs, and Inequality*. http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html.
- TREDINNICK, L. 2006: *Web 2.0 and Business: A pointer to the intranets of the future?* Business Information Review, 23(4), s. 228–234.
- TURTIA, K. 2005: *Otavan uusi sivistyssanakirja*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.