Yliopisto-opiskelijoiden sosiaalisen media käyttö, sosiaalinen verkostoituminen ja stereotypiat eri koulutusohjelmien opiskelijoista

Koulutusohjelman johtaja on hyväksynyt diplomityön aiheen 2.5.2010

Tarkastajat:  Professori Jari Porras
        Diplomi-insinööri Anssi Jääskeläinen

Lappeenranta 25.5.2010

Miika Haapala
ABSTRACT

Lappeenranta University of Technology
Faculty of Technology Management
Information Technology

Miika Haapala

University student’s social media use, social networking and stereotypes of students in different degree programs

Master’s thesis

2010

73 pages, 34 figures, 1 table
and 1 appendix

Examiners: Professor Jari Porras
Master of Science Anssi Jääskeläinen

Keywords: social media, social networking, stereotypes

This master’s thesis studies the use of social media services and application by the students of Lappeenranta university of technology. It also makes sense of the ways how students form their social networks among other students and other people. It also studies the stereotype images that students have about other students in other degree programs. The main purpose of this thesis was to study the role of social media in student’s lives.

The study was made with an online survey. The results of this study are introduced in the end half of the thesis. The first half introduces social media and different social media services as well as enlightens the role of information technology with social media. It also discusses social networking from the student point of view and presents other studies of student's social media use that have been done in the past.
TIIVISTELMÄ

Lappeenrannan teknillinen yliopisto
Teknistaloudellinen tiedekunta
Tietotekniikka

Miika Haapala

Yliopisto-opiskelijoiden sosiaalisen median käyttö, sosiaalinen verkostoitumien ja stereotypiat eri koulutushjelmien opiskelijoista

Diplomityö

2010

73 sivua, 34 kuvaa, 1 taulukko
ja 1 liite

Tarkastajat: Professori Jari Porras
Diplomi-insinööri Anssi Jääskeläinen

Hakusanat: sosiaalinen media, sosiaalinen verkostoituminen, stereotypiat

Tämä diplomityö tutkii Lappeenrannan teknillisen yliopiston opiskelijoiden sosiaalisen median palvelujen ja sovellusten käyttöä. Se tekee myös selvyyttää tavoista, joiden avulla opiskelijat muodostavat sosiaalisen verkostonsa muihin opiskelijoihin ja muihin ihmisiihin. Se tutkii myös opiskelijoiden stereotypioita ja mielikuvia eri koulutushjelmien opiskelijoista. Työn päätarkoitus on tutkia sosiaalisen median roolia opiskelijoiden elämässä.

Tutkimustyö tehtiin verkossa täytettävällä kyselylomakkeella. Tutkimuksen tulokset esitellään työn loppupuoliskolla. Alkupuolisko esittelee sosiaalisen median käsitteen ja palveluita sekä valaisee tietotekniikan roolia sosiaalisessa mediassa. Se käsittelee myös sosiaalista verkostoitumista opiskelijan näkökulmasta ja esittelee aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia opiskelijoiden sosiaalisen median käytöstä.
4.1 Verkostoituminen opiskelijaelämässä .......................................................... 34
  4.1.2 Verkostoitumiseen vaikuttavia tekijöitä .................................................. 36

5. SOSIAALINEN MEDIA OPISKELIJOIDEN KÄYTÖSSÄ ........................................... 39

6 TUTKIMUS YLIOPISTO-OPISKELIJOIDEN SOSIAALINEN MEDIAN KÄYTÖSTÄ .............................................................. 41
  6.1 Tutkimuksen suoritustapa......................................................................... 41
  6.2 Kyselyn rakenne....................................................................................... 42
  6.3 Tutkimuksen tulokset................................................................................ 44
    6.3.1 Taustatiedot ja teknologian käyttö .................................................... 44
    6.3.2 Sosiaalisen median käyttö................................................................. 47
    6.3.3 Verkostoituminen ja sosiaalinen media............................................. 52
    6.3.4 Stereotypiat ...................................................................................... 59

7 JOHTOPÄÄTÖKSET .................................................................................. 65

LÄHTEET ...................................................................................................... 69

LIITTEET
**Lyhenneluettelo**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Acronym</th>
<th>Description</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>3D</td>
<td>Three dimensional, kolmiulotteinen</td>
</tr>
<tr>
<td>3G</td>
<td>Third generation, nimitys 3.:n sukupolven matkapuhelinteknologioille</td>
</tr>
<tr>
<td>4G</td>
<td>Fourth generation, nimitys matkapuhelinteknologioille, jotka tulevat 3G-teknologioiden jälkeen</td>
</tr>
<tr>
<td>AJAX</td>
<td>Asynchronous JavaScript And XML, joukko verkkosovelluskehitystechniikoiden oletusasteella</td>
</tr>
<tr>
<td>API</td>
<td>Application programming interface, ohjelmointirajapinta</td>
</tr>
<tr>
<td>ATOM</td>
<td>Standardi verkkoyhteysmuotoille</td>
</tr>
<tr>
<td>AVI</td>
<td>Audio Video Interleave, tiedostomuoto, joka voi sisältää kuvaa ja ääntä.</td>
</tr>
<tr>
<td>GPS</td>
<td>Global Positioning System, sateliittipäättyntä- ja järjestelmä</td>
</tr>
<tr>
<td>HTTP</td>
<td>Hypertext Transfer Protocol, Internetissä käytettävä tiedonsiirtoprotokolla</td>
</tr>
<tr>
<td>IRC</td>
<td>Internet Reality Chat, keskusteluohjelma</td>
</tr>
<tr>
<td>LTE</td>
<td>Long Term Evolution, yksi 4G-teknikka</td>
</tr>
<tr>
<td>LTY</td>
<td>Lappeenrannan teknillinen yliopisto</td>
</tr>
<tr>
<td>MBIT/S</td>
<td>Megabits per second, megabittiä sekunnissa</td>
</tr>
<tr>
<td>MOV</td>
<td>Moniraitainen multimediatiemistömuoto</td>
</tr>
<tr>
<td>MP3</td>
<td>MPEG-1 Audio Layer 3, äänenpakkaus- ja tiedostomuoto</td>
</tr>
<tr>
<td>Acronym</td>
<td>Description</td>
</tr>
<tr>
<td>---------</td>
<td>-------------</td>
</tr>
<tr>
<td>MPEG</td>
<td>Moving Picture Experts Group, videopakkaustapoja ja -standardeja</td>
</tr>
<tr>
<td>PERL</td>
<td>Practical Extraction and Report Language, ohjelmointikieli</td>
</tr>
<tr>
<td>PHP</td>
<td>PHP: Hypertext Preprocessor, ohjelmointikieli</td>
</tr>
<tr>
<td>PR</td>
<td>Public relations, tiedotus- ja suhdetoiminta</td>
</tr>
<tr>
<td>PYTHON</td>
<td>Ohjelmointikieli</td>
</tr>
<tr>
<td>REST</td>
<td>Representational State Transfer, sovellustyylit ja -arkkitehtuuri</td>
</tr>
<tr>
<td>RIA</td>
<td>Rich Internet Application, rikas Internet-sovellus</td>
</tr>
<tr>
<td>RSS</td>
<td>Really Simple Syndication, joukko verkkosyötemuotoja</td>
</tr>
<tr>
<td>RUBY</td>
<td>Ohjelmointikieli</td>
</tr>
<tr>
<td>SOAP</td>
<td>Simple Object Access Protocol, tietoliikenneprotokolla</td>
</tr>
<tr>
<td>SNS</td>
<td>Social Network Service, sosiaalinen verkkopalvelu</td>
</tr>
<tr>
<td>URI</td>
<td>Uniform Resource Identifier, merkkijono tiedon paikkallistamiseen</td>
</tr>
<tr>
<td>VCARD</td>
<td>Standardi ja tiedostomuoto elektronisille käyntikorteille</td>
</tr>
<tr>
<td>WEB 1.0</td>
<td>Internet vuosina 1991-2003</td>
</tr>
<tr>
<td>WEB 2.0</td>
<td>Internet 2004 ja sen jälkeen</td>
</tr>
<tr>
<td>Wi-fi</td>
<td>Langattomista lähiverkosta ja siihen liittyvistä tuotteista käytetty kaupallinen nimitys</td>
</tr>
<tr>
<td>WPE</td>
<td>Windows Preinstallation Environment, Windows-käyttöjärjestelmien kevyempi vaihtoehto</td>
</tr>
<tr>
<td>Abbr</td>
<td>Suomenkielinen sisältö</td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>WPF</td>
<td>Windows Presentation Foundation, muodostaa Windows Vista –käyttöjärjestelmän graafisen rajapinnan</td>
</tr>
<tr>
<td>WMV</td>
<td>Windows Media Video, videonpakkaus- ja tiedostomuto</td>
</tr>
<tr>
<td>WS</td>
<td>Web Service, verkkopalveluiden protokollia</td>
</tr>
<tr>
<td>XAML</td>
<td>Extensible Application Markup Language, Microsoftin luoma XML-pohjainen kieli</td>
</tr>
<tr>
<td>XBAP</td>
<td>XAML Browser Application, selaimessa toimiva ohjelma</td>
</tr>
</tbody>
</table>
1 Johdanto

Sosiaalinen median aikakausi on hyvää vauhtia menossa ja tulevaisuudessa sen merkitys kasvaa entisestään. Ihmiset käyttävät sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia tietoyhteiskunnassa päivittäin vaikka eivät välillä edes väittämättä tätä tiedostakaan niiden laajan kirjon vuoksi. Sosiaalinen median palvelut ovat globaali, teknologisen ja yhteisöllisen ihmiskunnan ilmentymä, jonka vaikutukset ulottuvat niin yhteiskunnan, talouden kuin kulttuurinkin aloille.

Nämä palvelut ovat tuttuja myös yliopisto-opiskelijoille, joista suuri osa on jo koko elämänsä tottunut käyttämään tietokoneita ja hyödyntämään Internetin erilaisia mahdollisuuksia monin eri tavoin. Opiskelijat ovat monen muiden ihmisyhdistyksen tavoin erilaiset huvi- ja höytykäyttöön tarkoitetut palvelut omikseen ja käyttävät niitä lähes päivittäin. Sosiaalisen median palvelujen hankkiminen ja käyttömahdollisuudet sisältävät myös niiden käytön helppous, jonka ansiosta ne ovat helposti lähestyttäviä lähes kaikille Internetin käyttäneille osaamisille henkilöille.

Sosiaalisen median palvelut ovat myös Lappeenrannan teknillisen yliopiston opiskelijoiden käytössä arkipäiväisiä. Eri palvelujen käyttöä ja käyttötarkoituksia tutkittiin opiskelijoiden osalta sekä niiden merkitystä mm. kommunikointitapana, ystävyys- ja ystävyyttä sekä verkostoitumispyynnön. Opiskelijoiden verkostoitumista tutkittiin myös yleisesti ja haluttiin selvittää miten verkostoituminen tapahtuu ja mitä keinoja opiskelijat käyttävät verkostoitumisen ylläpitämisessä ja niiden ylläpitoon. Lisäksi haluttiin tietää millaisia mielikuvia ja kärjistettyjä stereotypioita opiskelijoilla on toisistaan. Työssäni tutkin edellä mainittuja asioita.
1.1 Työn tausta

Sosiaalinen media on termi ja käsite, joka on levinnyt myös yleiseen tietoisuuteen. Sitä pidetään muutokseena, joka vaikuttaa lopultakin vähän kaikkeen. Sen eri palvelut ovat tällä hetkellä Internetin käytetynämpiä ja suosituimpia sivustoja ja sovelluksia. Tämän vuoksi halusin tutkia millainen niiden vastaanotto on ollut oppilaitokseeni muiden opiskelijoiden keskuudessa ja selvittää eri palveluiden tunnettuutta ja käyttöä sekä niiden tarkoituksia ja merkitystä.

Työssäni tutkin myös opiskelijoiden verkostoitumistapojen eli siis sitä, miten hän tapaa ihmisiä ja miten hän pitää eri ihmisiin yhteyttä. Selvitin myös miten nämä verkostot muodostuvat ja sosiaalisen median merkitystä tätä yhteydessä. Verkostoitumisen selvittämisellä pyrittiin selvittämään muodostumisensa lisäksi eroja eri vuosikurssien välillä ja keräämään tietoa miten verkoston jäseniin pidetään mieluiten yhteyttä. Tiedoista voi olla hyötyä esim. opiskelijoiden syrjäytymisen ehkäisemisessä tai yleisesti vain verkostoitumisen kehittämisessä.

Opiskelijoilla on myös monesti stereotypioita ja mielikuvia eri koulutusohjelmien opiskelijoista. Tutkimukseni lopuksi selvitin myös, miten yleisiä näitä mielikuva ovat ja kuinka samanlaisia ne ovat eri opiskelijoilla. Vaikka opiskelijat ovat kaikki erilaisia, eivätkä mielikuvat useikaa välttämättä pidä paikkaansa, tietyt mielikuvat eri koulutusohjelmien opiskelijoista ovat aika syvällä opiskelijoiden mielissä.

1.2 Työn tavoite ja rajaukset

Työn tavoitteena oli saada tietoa, miten Lappeenrannan teknillisen yliopiston opiskelijat tuntevat ja käyttävät eri sosialisen median palveluja ja sovelluksia sekä selvittää miten heidän sosiaalinen verkostoitumisensa tapahtuu opiskelijaelämässä ja millaisia stereotypioita heillä on eri koulutusohjelmien opiskelijoista. Työ keskittyi enimmäkseen sosialisen median ympärille ja
verkostoituminen sekä stereotypiat ovat työssä pienemmässä roolissa. Työllä yritettiin saada vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

1. Mitä sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia opiskelijat käyttävät mihin tarkoitukseen?
2. Miten opiskelijoiden sosiaalinen verkosto muodostuu ja miten sen jäseniin pidetään yhteyttä?
3. Mikä on sosiaalisen median rooli verkostoitumisessa?
4. Minkälaisia stereotypioita opiskelijoilla on eri koulutusohjelmien opiskelijoista?

Työn tutkimukseen osallistui vain pieni osa koko koulun opiskelijoista aikataulullisista ja muista syistä. Sen tuloksiin pitää tämän vuoksi suhtautua varauksella, vaikka tutkimusta koskevan kyselyn otos olikin työhön sopiva. Työssä ei myöskään käsitellä sosiaaliseen verkostoitumiseen vahvasti liittyviä käsitteitä, kuten sosiaalista pääomaa tai sosiaalisen verkoston erilaisia analysointitapoja.

1.3 Sosiaalisen median aikaisemmat tutkimukset

Sosiaalista mediaa tutkitaan koko ajan paljon, mutta tieteellisesti luotettavia tutkimuksia ja tutkimustuloksia osui allekirjoittaneen eteen melko vähän. Suurin osa käyttöelämässä ja vertauskelpoisista tutkimuksista oli suoritettu ulkomailla, kuten Yhdysvalloissa, joten tutkimusten tuloksissa voi esim. kulttuurisilla seikoilla olla myös vaikutusta. Mika Hiltunen tutki omassa työssään datanomiopiskelijoiden sosiaalisen median palvelujen käyttöä ja sen soveltuvuutta opetustarkoitukseen (Hiltunen 2009). Tutkimus on joiltain osin vertailukelpoinen omani kanssa. Tämän tutkimuksen ikäjakauma on keski-äläntä jokseenkin samanlainen oman tutkimukseni kanssa, vaikka ikäjakaumien päissä eroja onkin ja datanomiopiskelijat ovat yleisesti yliopisto-opiskelijoita nuorempia. Muina
vertailukohtina käytin Yhdysvaltojen eri yliopistoissa tehtyjä tutkimuksia sosiaalisen median palvelujen käytöstä.

1.4 Tutkimuksen toteutus


1.5 Työn rakenne


2. Sosiaalinen media

Termin sosiaalinen media, kuulee käytettävän nykyään varsin yleisesti jo joka paikassa, jopa esim. uutisissakin. Mutta mitä sosiaalinen media oikein tarkoittaa? Sen formaalinen määritelmä kuuluu, että ”Sosiaalinen media on teknologiasidonnainen ja rakenteinen prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteistyöä merkityksellisiä sisältöjä, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla vertais- ja käyttötuotannon kautta. Samalla sosiaalinen media on jälkiteollinen ilmiö, jolla on tuotanto- ja jakelurakenteen muutoksen takia vaikutuksia yhteiskuntaan, talouteen ja kulttuuriin” (Erkkola 2008, s. 83). Tämä sinänsä varsin pätevä määritelmä vaatii ehkä hieman sen avaamista, jotta saadaan paremmin selville mitä sosiaalinen media käytännössä on.

Sosiaalinen media voidaan ajatella olevan joukko uudenlaisia online eli verkossa toimivia medioita, joille yhdistäviä ja tunnusomaisia piirteitä ovat osallistuminen, avoimuus, vuorovaikutteisuus, yhteisöllisyys sekä liitännäisyyys eri muotojen ja sisältöjen välillä (Mayfield 2008, s. 5). Sosiaalinen media kannustaa kaikkia jostain asiasta kiinnostuneita osallistumaan ja antamaan palautetta, jolloin raja median ja yleisön välillä hämärytyy. Monet sosiaalisen median palvelut ovatkin avoimia ja rohkaisevat arvioimaan, kommentoimaan ja jakamaan informaatiota. Uuden sisällön tekemistä ja siihen käsiksi pääsemistä on harvoin rajattu. Siinä missä perinteinen media läheittää tai jakaa sisältöä yleisölle, sosiaalinen media voidaan paremminkin nähdä kaksisuuntaisena vuoropuheluuna. Se myös mahdollistaa yhteisöjen nopean muodostumisen sekä niiden tehokkaan kommunikoinnin. Näillä yhteisöillä on yleensä joku yhteinen yhdistävä kiinnostuksen kohde, kuten valokuvaus, poliittinen kanta tai suosikki tv-sarja. Monet sosiaaliset mediat menestyvät myös niiden liitännällisyydellä eli käyttämällä hyödyksi erilaisten sivustojen, resurssien tai ihmisten yhdistämistä (Mayfield 2008, s. 5).

Vielä paremmin sosiaalisen median ymmärtää kun tarkastelee, miten sitä käytetään. Vaikka uusia innovaatioita ja muutosta sosiaalisen median alalla tapahtuu koko ajan, ne voidaan toistaiseksi lajitella kuuteen eri perustyyppiin:
sosiaalisiin verkostoitumispalveluihin, blogeihin, wikeihin, podcasteihin, foorumeihin, sisältöyhteisöihin sekä mikroblogeihin, joista viimeinen on oikeastaan kahden ensimmäisen yhdistelmä, siksi ei siis varsinaisesti oma tyyppi (Mayfield 2008, s. 6).


Foorumit ovat alueita, joissa voidaan käydä vuoropuhelumaista keskustelua, yleensä johonkin tiettyyn aiheeseen tai asiaan liittyen. Suomessa niitä kutsutaankin yleensä keskustelupalstoiksi. Foorumit ovat olleet tunnettua jo ennen sosiaalinen media -termin käyttöönottoa ja ne ovatkin varsin tehokas ja suosittu elementti verkkoyhteisöissä.

Sisältöyhteisöt ovat yhteisöjä, jotka järjestävät ja jakajat tiettynyppistä sisältöä keskenään. Ne muistuttavat usein hyvin paljon sosiaalisia verkostoitumissivustoja, mutta sosiaalisen verkostoitumisen sijaan niiden pääpaino on sisällön ja samamiehityksen ja yhteisön yhteenliittymisen (Lietsala 2008, s. 41). Suvituimmat sisältöyhteisöt ovat syntyneet mm. valokuvien (Flckr) ja videoiden (YouTube) ympärille.


Joissakin lähteissä mainitaan näiden ns. perustyyppien lisäksi, sosiaalisen median muodoiksi myös mm. virtuaaliset maailmat ja ns. lisäosat (Lietsala 2008, s. 52-53). Virtuaaliset maailmat ovat erilaisia kehitteineitä 3D- tai muita ympäröityjä, jotka tarjoavat käyttäjilleen manipulointia toiminnan mahdollisuuksia. Käyttäjä voi yleensä liittyä näiden ympäröityjen jäseneksi tai "asukkaaksi" ja olla...

Lisäosat (add-ons) ovat pieniä itsenäisiä sovelluksia, joita käyttäjä voi halutessaan ottaa käyttöön jonkun varsinaisen palvelun sivulla. Lisäosat eivät ole mitenkään välttämättömiä varsinaisen palvelusivuston palvelujen toiminnalle. Nämä eivät kuitenkaan juuri herättäisi minnaanlaista kiinnostusta itsenäisissä sovelluksissa (Lietsala 2008, s. 53). Avoimia rajapintoja hyödyntävää sovelluksia voidaan käyttää mm. tiedon kokoamiseen, sisällön julkaisemiseen ja olemassa olevan sisällön muuttamiseen jne.

Tätä kaikkea sosiaalinen media siis voi olla. Virtuaaliset maailmat ovat ehkä suuntaus mihin sosiaalisen median maailma on menossa ja mihin se saattaa lopulta johtaa. Tässä työssä keskitytään suuremmatkin enemmän verkostoitumisen ja nopean viestimisen kannalta keskeisiin sosiaalisen median muotoihin sekä niiden käyttöön opiskelijoiden keskuudessa. Eri sosiaalisen median palveluja esitellään tarkemmin niitä käsittelevässä osiossa 2.3.

2.1 Sosiaalisen median vallankumous

Sosiaalinen media vaikutaa niin laaja-alaisesti, että puhutaan jopa sen vallankumouksesta. Sen puolestapuhujat pitävät sitä suurimpana muutoksena sitten teollisen vallankumouksen ja fundamentaalisenuutoksen kommunikointitavoimme (Qualman 2009). Sen merkitys on huomioitu myös yritysmaailmassa ja talouselämässä eikä sitä enää pidetä pelkästään ”turhana vapaa-ajan ajanvietteenä” (Prewise 2009).
Sosiaalinen media on osoittanut vahvuutensa mm. nopeana uutisten välittäjänä, mielipidemmittarin ja markkinointivälineenä. Sen sijaan että joutuisimme odottamaan uutislähetystä televisiosta tiettyyn kellonaikaan, voimme saada tietoa tärkeistä uutisista ja tapahtumista joko paikalla olevilta uutistoimittajilta, jotka voivat päävittää tilanneutta sosiaalisen median välineistä käyttämällä. Voimme myös saada samat tiedot esim. paikalla olevalta ”ystävältä”, joka myös voi tehdä omia päivityksiään esim. omalle Facebook tai Twitter sivuilleen. Joissain tapauksissa nämä palvelut ovat osoittautuneet jopa ainoaksi kommunikointikeinoiksi, kun erinäiset hallinnot ovat kieltäneet kaikkien tiedostusvälineiden raportoinnin (Schectman 2009).


Mielipiteiden mittarina sen voivaan katsovan toimivan esim. silloin kun olemme esim. ostamassa jotain tuotetta mistä meillä ei ole aikaisempaa kokemusta eikä mielikuvaa. Sen sijaan että kirjoittaisimme esim. auton turvaistuun Internetin hakukoneeseen ja kahlasimme läpi monia hyödyttömiä ja hyödyllisiä etsintätuloksia, voimme tehdä saman haun sosiaalisessa verkostopalvelussa, jossa olemme jäsenenä. Tuloksista saattaisimme saada selville, esim. että 35 ystäväämme on ostanut turvaistuimen viimeisen parin vuoden sisällä ja 15 heistä on ostanut samanlaisen istuimen. Avain tässä tapauksessa on se, kuinka hyvin tunnemme sosiaalisessa verkossa olevat ystävämme ja sitä kautta miten luotettavina pidämme näiden ihmisten mielipiteitä. Mitä paremmin tunnemme
jotain tuotetta suosittelevan henkilön, sitä helpompi meidän on itse valita tämä sama tuote, jos suosittelija on antanut siitä positiivista palautetta (Qualman 2009, s. 90-93).

Sosiaalisen median vaikutukset ulottuvat myös monille muille aloille, kuten perinteisten medioiden selviytymiseen liittyviin uusiin business-strategioihin, poliitisiin kampanjoihin, yritysten PR-strategioihin jne., mutta edellä mainitut esimerkit riittänevat antamaan jo hiukan kuvaa sosiaalisen median ja verkostojen vaikutusmahdollisuuksista tämän diplomityön tarpeisiin nähden.

2.3 Sosiaalisen median palvelut ja sovellukset

Seuraavassa esitellään joitakin suosituimpia ja tunnetuimpia sosiaalisen median palveluita ja sovelluksia. Näiden palvelun tunnettavuutta ja käyttöä opiskelijoiden keskuudessa tullaan selvittämään myös työn tutkimusosuudessa. Valitut palvelut ovat hyviä tyyppiesimerkkejä sosiaalisen median eri lajeista ja kattavasti niiden eri ominaisuuksia.

2.3.1 Facebook

Facebook on Internetissä toimiva sosiaalinen yhteisöpalvelu, jonka tarkoitus on yhdistää ystäviä, työkaveriita ja muita tuttuja ihmisää. Päivittäin miljoonat ihmiset käyttävät Facebookia seuratakseen ystäviensä tapahtumia, ladatakseen valokuvia toisten nähtäväksi, jakaakseen linkkejä ja videoita sekä saadakseen lisää tietoa tapaamisistaan ihmisiä (Facebook 2010). Tämän lisäksi ihmiset voivat esim. pitää sivustolla omaa blogia tai pelata sieltä löytyviä pelejä.

Facebook on ilmainen palvelu, mutta siihen liittyminen vaatii rekisteröitymisen. Facebookiin voi rekisteröityä joko yksityisenä henkilönä, yrityksenä tai yhteisönä.
Rekisteröitymisen jälkeen käyttäjä saa oman profiilisivun. Profiili on sivu, joka näkyy muille käyttäjille ja johon tallentuu käyttäjän tekemiset Facebookissa. Käyttäjä voi lisätä myös kyseiselle sivulla informaatio itsestään ja esim. liittää siihen kuvan itsestään.

Toisten käyttäjien etsimien tapahtuu joko nimiaualla tai sähköpostiaualla ja lähettämälle löydyville henkilöille ns. kaveripyynnön, jonka he joko hylkäävät tai hyväksyvät. Jos kutsun saanut käyttäjä hyväksyy käyttäjäpyynnön, käyttäjistä tulee Facebook-ystävä. Näin syntyneiden ystävien tapahtumat näkyvät käyttäjän etusivulla ja tämä pystyy näin helpommin seuraamaan näiden tekemisiä. Jokaisella käyttäjällä on oma seinä-sivu, jolle toiset käyttäjät voivat jättää viestejä tai käyttäjä itse voi kertoa kuulumisistaan ns. statuspäivityksillä.

Facebookissa voi myös perustaa erilaisia ryhmiä harrastusten tai muiden yhteisten asioiden ympärille. Facebookin sivustolle on myös alettu tehdä erilaisia hyödyllisiä ja ajanviettoon käytettäviä sovelluksia, kuten pelejä.

Tavallisten ihmisten lisäksi, myös monilla julkisuuden henkilöillä ja artisteilla on oma Facebook-sivu. Kuvassa 2 on esimerkki, miltä näyttää artisti Kaki King:in Facebook seinä ja kuvassa 3 puolestaan Radiohead–yhtyeen facebook seinä.

Kuva 2: Kaki King Facebook wall (http://www.facebook.com/kakiking)
2.3.2 MySpace


Kuvissa 4 ja 5 näkyy osa samojen artistien MySpace sivuista. Kyseiset sivut ovat erilaisia verrattuna heidän Facebook sivuihinsa, joka ovat hyvin samannäköisiä.

Kuva 4: Kaki King MySpace (http://www.myspace.com/kakiking)

Kuva 5: Radiohead MySpace (http://www.myspace.com/radiohead)
2.3.3 Twitter


Twitteriin liittyy läheisesti myös TwitPic palvelu, jonka avulla Twitterin käyttäjät voivat liittää kuvia viesteihinsä tai käytännössä niiden linkkejä. TwitPic voisi toimia myös täysin itsenäisenä valokuvapalveluna, kuten Flickr, mutta se toimii vahvasti Twitterin kumppanina. Palvelut toimivat samoilla käyttäjätunnuksilla ja kuvia kommentoidaan Twitterin twiittien kautta.

Palvelulla on maailmanlaajuisesti 100 miljoonaa aktiivista käyttäjää, mutta suomessa se ei toistaiseksi ole ottanut tulta alleen ja käyttäjämäärissä puhutaan vaan muutamasta tuhannesta. Tavallisten ihmisten lisäksi, julkisuuden henkilöt ovat löytäneet myös tämän palvelun. Henkilöillä kuten Barack Obamalla (kuva 6) tai Britney Spearsilla on miljoonia seuraajia.

Palvelun on käytetty moniin eri tarkoituksiin. Sille on löytynyt käyttöä esim. opetusvälineenä, apuna hätä- ja katastrofitilanteissa, kampanjoinnissa, poliittisissa protesteissa sekä mm. uutisten välittämisessä. Suuri osa twiittien sisällöstä on kuitenkin käyttäjien joutavaa jaarittelua.
2.3.4  Youtube


16


Kuva 7: Youtube etusivu (http://www.youtube.com/)

2.3.5 Flickr


Kuva 8: Flickr-ryhmä Finland seasons: Summer
(http://www.flickr.com/groups/26321147@N00/)

2.3.6 LinkedIn

LinkedIn on sosiaalinen verkostoitumispalvelu, joka on tarkoitettu lähinnä ammattikäyttöön. Sen avulla eri alojen ammattilaiset voivat löytää toisensa ja muodostaa uusia business-suhteita jne. Palvelun tarkoitus on pitää listaa ihmisten luotettavasta yritysmaailman tuttavista ja kontakteista. Sivustolle käyttäjä rakentaa oman profiilin, joka toimii henkilön ammatillisena ansioluettelona. Profiilista voi käydä ilmi esim. käyttäjän työpaikka, entinen työpaikka, koulutus ja toiminta-ala. Palvelua voidaan käyttää esimerkiksi työpaikkojen hakemiseen tai työvoiman etsintään. Työn etsijät voivat tutkia työnantajien profiileja ja etsiä näiden kontaktien joukosta yhteisiä tuttuja henkilöitä, jotka voisivat mahdollisesti...

Kuva 9: LinkedIn LUT (http://www.linkedin.com/companies/izlappeenranta-university-of-technology)

2.3.7 Blogi

blogia. Itseä kiinnostavia blogeja voi etsiä Internetistä löityvillä hakukoneilla, kuten Technorati-hakukoneella.

Yksi suosituimmista blogeista ja blogiyhteisöistä on The Huffington Post – uutissivuston ympärille kehittynyt sivusto, joka ottaa juttunsan monista eri uutislähteistä ja eri kolumnisteilta. Uutiset ovat aiheellisesti monilta eri aloilta ja suuri osa niistä on julkaistu blogimuotoisena (kuva 10).


2.3.8 Wikipedia

yhteisöllisestä sovelluksesta ja niiden hyödytä. Wikipediassa löytyy tietoa myös itse wikipediasta (kuva 11).


2.3.9 Podcast

2.3.10 Foorumi/keskustelupalstasta


Keskustelua on herättänyt viime aikoina keskustelupalstojen sisällönvalvonta tai lähinnä sen puute. Varsinkin kaupalliset keskustelupalstat ovat yleensä sisällöltään varsin avoimia ja sisältöä ei rajoiteta kovin voimakkaasti. Tämä on johtanut siihen, että keskustelujen sisältö on yleensä herjaavaa tai muuten varsin ala-arvoista. Tapaukset ovat johtaneet aina kunnianloukkaussyytöksiin asti. Olkein käytettyinä ja valvottuina ne ovat kuitenkin oivallinen apu- ja hyötykeino eri verkkoyhteisöissä.
Keskustelupalstasivustoja lisäksi, keskustelupalstoja voi löytää esim. monien lehtien verkkojulkaisujen osana, kuten Iltalehden tai Ilta-Sanomien (kuva 13).

Kuva 13: Onko pääministeri luottamuksen arvoinen? –keskustelu, Ilta-Sanomat
(http://keskustelu.iltasanomat.fi/thread.jspa?threadID=25051)
3. Sosiaalinen media ja tietotekniikka

Tieto- ja tietoliikennetekniikka liittyy sosiaaliseen mediaan hyvin läheisesti. Kaikki sosiaaliset mediat ja verkostot käyttävät hyödyksi eri tietoliikenneverkkoja, niin kiinteitä lankaverkkoja kuin ilmassa toimivia langattomia verkkojakin. Verkkoteknologioiden kehittyminen, laajakaista- ja muiden datayhteyksien nopeuden kasvu ja varsinkin Internetin siirtyminen ns. 1.0 versiovaiheesta 2.0 versiovaiheeseen, on mukanaan mahdollistanut myös sosiaalisen median synnyn ja kasvun. Mainittakoon, että nämä versionimitykset ovat epävirallisia ja ne on myös välillä kyseenalaistettu, eikä niiden merkityksestä ole päästy yksimielisyyteen. On myös huomattava, että Web 2.0 ei ole pelkästään läjä uusia tekniikoita sivustojen rakentamista varten vaan kysymys on pikemminkin uudesta ajattelutavasta koko Internetin suhteen.

Suurin keskeinen ero näiden versiovaiheiden eli ns. Web 1.0:n ja Web 2.0:n välillä on, että siinä missä suuri enemmistö toimi Web 1.0 aikana pelkästään sisällön kuluttajana, Web 2.0:n aikakautena kaikki voivat osallistua sisällön luomiseen ja monia teknologisia apukeinoja on luotu maksimoimaan sisällön luomisen potentiaali (Cormode 2008, s. 2). Tämä ilmentyy juuri sen suurena ”ystäväryhmän” määrinä, jotka voivat vaihtaa keskenään kaikenlaista sisältöä (tekstiä, ääntä, videoita) ja merkata, kommentoida ja linkittää sitä ryhmän sisäisille ja ulkopuolisille sivuille.

Web 2.0:n toinen suosittu mukanaan tuoma innovaatio on ns. ”mash-up:it” eli palvelujen yhdistelyt, jotka yhdistävät tai muuntavat sisältöä toiseen tai uuteen muotoon. Esimerkiksi yleisissä ilmoituksissa oleva katuosoite voidaan linkittää karttasivuston ja sieltä löytyvän kuvan kanssa kohteen visualisoimiseksi (Cormode 2008, s. 2). Edellä mainitut ominaisuudet ovat juuri sosiaalisen median palveluille varsin yleisiä.
3.1 Web 2.0 teknologiat

Yksi suuri avaintekijä Web 2.0:n kehittymiseen ovat ilmestyneet uuden sukupolven verkkotekniikan ja standardid. Tätä on vahvasti tukenut ajatus nähden Internet alustana, mikä sinänsä ei ole mikään uusi ajatus. Käyttäjien koneilla ja käyttöjärjestelmien suorittamista ohjelmistosovelluksista ollaan siirtymässä yhä enemmän itse selaimessa suoritettaviin ohjelmistopalveluihin, jotka kommunikoivat verkon ja palvelimien kanssa (Anderson 2007, s. 27). Yksi seurauksena on, että painotus ei ole ohjelmistossa ohjelmistotuotteena vaan enemmän sovelluksen tuotamissa palveluissa. Tämän seurauksena moni menestyksekäs Web 2.0 palvelu pysyy ikään kuin ikuisena beta-versiona (Anderson 2007, s. 27).

Syy tähän on, että selaintekniikka on siirrynyt uuteen kehitysvaiheeseen, uusien rikkaiden Internet sovellusten myötä. Rikkailla Internet-sovelluksilla tarkoitetaan Internet sovelluksia, joiden ominaisuudet ja toiminnallisuus muistuttavat perinteisiä tietokoneiden työpöytäsovelluksia, mutta suurin osa prosessoinnista tapahtuu siis itse selaimessa. Termi on käännösekäsitteestä Rich Internet Application (RIA). Yksi merkittävistä RIA-teknologiosta on AJAX, mutta sille löytyy myös vaihtoehtoja, jotka perustuvat suurilta osin Flash-teknologiaan.

3.1.1 AJAX

Laajalle levinnyt ja omaksuttu web-teknologioiden rypäs nimeltään AJAX (Asynchronous Javascript and XML) on ollut teknologiana ajamassa eteenpäin uusia Web 2.0 sovelluksia ja palveluita. AJAX termi yrittää itsessään viitata sekä lähestymistapaan verkossa työskentelyyn sekä tiettyjen web-teknologioiden käyttämiseen (Anderson 2007, s. 27).

Perinteisten HTML-sivustojen käyttäjien yksi suurimmista turhautumiseen johtavista asioista on ollut sivujen uudelleenlataamisen ja päivittymisen

<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>AJAX-tekniikat</strong></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>HTML/XHTML</strong> (Hypertext Markup Language / eXtensible Hyperertext Markup Language)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CSS (Cascade Style Sheets)</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Dynamic Object Model (DOM)</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>XML (eXtensible Markup Language)</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>XSLT (eXtensible Styleheet Language Transformations)</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>XMLHttpRequest</td>
</tr>
<tr>
<td>Javascript (ECMA script)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Taulukko 1: AJAX-tekniikat (Anderson 2007, s. 28)

Vaikka AJAX sisältää joukon teknologiota, sen ydin on AJAX-moottori, joka toimii välilikätenä selaimessa. Se lähettää palvelimelle pieniä määriä informaatiota hoitaa kommunikaatiota asynkronisesti. Websivu vois sisältää esim. paljon tekstiä sekä sivupalkissa olevan diagrammin, jossa näkyvät sen hetkiset pörssikurssit. Sivupalkissa oleva diagrammi voidaan päivittää asynkronisesti ja reaaliaikaisesti, ilman että koko websivu ladataan uudelleen muutaman sekunnin välein. AJAX-moottori käsittelee jokaisen toiminnon, joka tavallisesti johtaisi
koko sivun uudelleen lataamiseen palvelimelta, ennen kuin se tekee
välttämättömiä koko sivun päivitysyyntöjä palvelimelle (Anderson 2007, s. 28).

AJAX luottaa vahvasti siihen, että selain osaa käsitellä Javascript-komennnot ja
XML-informaation oikein ja tehokkaasti. Selainen tulisi tämän vuoksi pitää
kiinni olemassa olevista standardeista, joka on nousutkin keskusteluun aiheeksi
(Johnson 2005). Myös uusien standardien mukaan ottamisesta käydään väittelyä.

3.1.2 Flash ja muut vaihtoehdot

AJAX:ille on vaihtoehtoja, joista tärkeimmät käyttävät hyväkseen Flash-
teknologiaa. Flash on alun perin Macromedian (nykyään Adobe) 90-luvun alussa
luoma grafiikkaliitännäinen, jonka avulla pystyttiin näyttämään näyttävää, mutta
nopeasti ladattavaa vektorigrafiikkaa ja animaatiota selainikkunassa. Se tarvitsee
toimiakseen selainlisäosan.

Flash:ia käytetään edelleen mukaanstatemppaavan sisällön näyttämiseen selaimissa. Koska YouTube ja muut suositut videopalvelut ovat omaksuneet Flash video –
formaatin, on Flash:in video soitin kerännyt paljon suosiota. Flashia on käytetty
eri RIA kehitystyökalujen perustana, kuten Adobe Flex:in ja OpenLaszlo:n. OpenLaszlo on avoimen lähdekoodin sovellusalusta, jonka ohjelmot kirjoitetaan
käyttämällä XML:ää ja javascriptiä ja käännetään tämän jälkeen Flash- sekä
dynaamiseen HTML –muotoon (Anderson 2007, s. 29).

Näiden Flash-teknologioiden lisäksi on myös muita teknologioita, jotka
keskittyvät näyttävän grafiikan esittämiseen selainikkunassa. Näistä voidaan
mainita esim. Microsoft WPF/E, XBAP sekä XAML, jotka ovat vahvasti käytössä
Microsoftin Vista-käyttöjärjestelmässä. Näiden vaihtoehtoisten RIA-
teknologioiden esiin tuominen on myös aiheuttanut kiistelyä kehittäjien
keskuudessa.
3.1.3 SOAP vs. REST

Web-teknologioiden kehitys on myös tuhonut mukanaan ns. kevyen tai yksinkertaistetun ohjelmointimallin, joka on johtanut ”lähyäkytkeentäisten” järjestelmien luomiseen. Näillä järjestelmillä ei ole oletuksia toisten järjestelmien suhteen, mikä rajoittaa näin niiden keskinäistä riippuvuutta. Ne voivat myös käyttää joustavia kommunikointitekniikoita, ja on ansioista toinen osapuoli voi vaihtua, ilman että se vaikuttaa toiseen millään lailla (Anderson 2007, s. 29). Tästä joustavuudesta on noussut keskustelua, siis että ihanteellista kevyttä ohjelmointimallia verrataan usein käytössä ja kevyen web-palvelujen luomiseen, mikä on tähän asti tapahtunut lähinnä raskaammilla ja kaavamaisemmilla SOAP ja WS- tekniikoilla. Tämä keskustelu on keskitetty niin ohjelmointitapoihin ja kehitystekniikoihin kuin tiettyjen teknologioiden valtuutukseenkin, vaikka script-kielien, kuten Perl, Python, PHP ja Ruby, käyttö on tiettyjen teknologioiden kanssa yksi käytetyimmä kevyen ohjelmoinnin työtapoja (Anderson 2007, s. 29).


3.1.4 Mikroformaatit


Esimerkiksi hCard on mikroformaatti, jonka ansiosta websivuun voidaan sulauttaa VCard-standardin mukaisesti henkilön tai organisaation yhteystietoja. Puolestapuhujien mielestä mikroformaateista on merkittävästi etua web-kehityksessä, sillä niiden ansiosta blogien kirjoittajat ja web-sivujen omistajat voivat upottaa sivuihin informaatiota, jota sovellukset ja palvelut voivat hyödyntää ilman että tarvitsisi mennä sovelluksen websivulle datan lisäämiseksi.

Hakukoneet tietenkin tekevät tätä jo tiettyyn rajaan asti käydessään läpi websivuja ja blogeja ja luetteloidessaan sisältöä, jonka toiset ihmiset voivat näin löytää. Mikroformaatit tarjoavat lisäinformaatiota näille palveluiille. Uusimmat selaimet, kuten Firefox 3 ja Internet Explorer 8, omavat ladattavia laajennuksia, jotka pystyvät hyödyntämään mikroformaatetteja ja automaattisesti siirtämään dataa sovelluksiin ja palveluihin, kuten esimerkiksi siirtämään kaikki sivuun piilotetut yhteistiedot jonkin tietyn sähköpostiohjelman yhteyskilölistaan.
3.1.5 API


3.2 Sosiaalinen media mobiilipuolella

Sosiaalinen media on viime vuosina myös siirtynyt Internet-pohjaisista tekniikoista ja palveluista myös yhä enemmän mobiilipuolelle. Uusien matkapuhelimien ja muiden mobiililaitteiden sisältämä tekniikka on mahdollistanut sosiaalisen median palvelujen tulemisen myös näihin laitteisiin. Tämä kehitys on tapahtunut siten, että ensin näitä palveluja on alettu käyttää samoin kuten tietokoneen ääressä, käyttämällä matkapuhelimen esim. 3G tai Wi-Fi:n kautta muodostettua Internet-yhteyttä, näiden palvelujen ja niiden sivustojen selaamiseen. Sen jälkeen palveluille on alettu luomaan mobiilistävällisempia sivustoja, jotka tekevät niiden käyttämisestä helpompaa mobiiliselaimille. Seuraava vaihe mobiilisen käytön optimoinisessa on kokonaan oman
mobiililaitteille sopivan sovelluksen tarjoaminen, joka hakee ja päivittää dataa sosiaaliselta verkkopalvelulta (SNS) ja lähettää sitä myös takaisinpäin palveluun (Savla 2009, s. 2). Tällainen sovellus pystyy hyödyntämään mobiililaitteen resurssseja, kuten GPS-paikannusta, jonka avulla se kykenee ilmoittamaan ja päivittämään käyttäjän nykyisin sijainnin, jolloin palveluun voidaan lisätä mobiilikohdastaista tietoa. Tämän avulla voidaan esim. saada selville onko enemmistä palvelun asiakkaista mobiilikäyttäjiä, jolloin palvelun kehitystä voidaan ohjata enemmän näiden tarpeiden mukaan.

Syy, miksi ihmiset ovat siirtyneet tietokoneiden äärestä myös mobiilipuolelle käyttämään sosiaalisen median median palveluja, eikä ainoastaan sosiaalisia verkkopalveluja, on siinä että erilaiset palvelut ja yhteisöjen jäsenet päivittävät jatkuvasti sisältöä tai omaa ”tilaansa”, kuten Facebook statusstaan. Mitä tärkeämpänä yhteisöä sen jäsenille on, ja mitä aktiivisempi yhteisö on, sitä enemmän sen jäsenet haluavat päästä seuraamaan yhteisön tapahtumia mistä tahansa, milloin tahansa (Savla 2009, s. 2). Mobiililaitteiden avulla he voivat olla yhteydessä yhteisöihin ja palveluihin jatkuvasti ja ne kulkevat taskussa mukana minne tahansa.


Markkinaosuksissa Symbian hallitsee vielä selvästi markkinoita ja sen osuus oli vuoden 2009 kolmannella neljänneksellä melkein puolet kaikista myydyistä puhelemista. RIM:n (Research In Motion) BlackBerry:n osuus oli noin viidennes. Markkinaosuudet on kuvattu seuraavassa diagrammissa.

**Kuva 1: Mobiilikäyttöjärjestelmien markkinaosuudet kolmannella neljänneksellä 2009**

(Canalys 2010)
3.3 Sosiaalinen media ja teknilliset tulevaisuuden näkymät

Sosiaalisen median palveluiden käyttäjien kasvava määrä sekä sitä kautta kasvava datan määrä ohjaa myös tiedonjakojärjestelmien ja -tekniiikan kehitystä. Jatkossa tarvitaan älykkäämpiä ja aktiivisempia tiedonjakojärjestelmiä korvaamaan tällä hetkellä käytössä olevien SNS-palveluiden rajoittuneisuutta. Uusilta järjestelmiltä vaaditaan perustuvaa luokkaa olevia teknikoita takemaan paikallisuutta ja sosiaalisia suhteita, digitaalisen yhteisön käyttäjienhallintaa, älykästä informaation ja tiedon jakoa sekä ontologisiin järjestelmiin perustuvaa sosiaalista käyttäjienhallintaa (Kim 2008, s. 632).

Tietojärjestelmien lisäksi muutokset tulevat varmaankin näkymään myös tietoliikenneverkoissa ja niiden kehityksessä. Esimerkiksi sosiaalisen median palveluiden siirtyminen käyttämään Peer-To-Peer –verkkoja on jo mahdollista (Lee 2008). Nämä palvelut myös osaltaan ohjaajat uusien tietoliikennetekniikoiden ja -verkkojen kehitystä omien vaatimustensa suuntaan suosionsa takia, vaikka toistaiseksi niiden tekninen vaatimustaso ei olekaan kaikkein vaativinta luokka.

4. Sosiaalinen verkostoituminen

Sosiaalista verkostoitumista ei ole keksitty Internetin aikakaudella vaan se on ollut olemassa ja kauan sitä ennen. Sosiaalinen verkosto tarkoittaa alun perin ihmisten välisiä yhteyksiä, jotka yhdessä muodostavat verkon, jossa ihmiset yhdistyvät toisiinsa sitä mukaa kun he tapaavat uusia ihmisiä. Verkosto voi syntyä ystävyyssuhteiden kautta tai se voi muodostua yhteisen kiinnostuksen kohteena tai ajatusten ympärille (Coyle 2008, s. 13). Tämä verkosto kasvaa aina kun siinä olevat ihmiset eli verkon jäsenet tutustuvat uusuihen henkilöihin, jotka tätä kautta liittyvät verkostoon. Kyseinen verkostoituminen on perinteisesti tapahtunut ihmisten välillä kohtaamalla kasvotusten, mutta nykyään se tapahtuu usein sosiaalisen median verkostoitumissivustojen avulla tai muiden tietoteknisten sovellusten ja verkkojen kautta. Myös puhuttaessa, sosiaalinen verkostoituminen ja varsinkin sen englanninkielinen termi, social networking, yhdistetään vahvasti juuri aikaisemmin esitellyyn samannimiseen sosiaalisen median tyyppiin. Kyseisen tyyppin rooli onkin kasvanut varsin suureksi ihmisten sosiaalisten verkostojen muodostamisessa, ainakin jos verkoston mittarina pidetään vain ystävien ja tuttavien lukumäärä eikä keskitytä niinkään keskinaisten suhteiden laatun. Esimerkiksi pelkästään yhteisö- ja verkostoitumispalvelu Facebook saavutti 100 miljoonaa uutta käyttäjää alle yhdeksässä kuukaudessa (Schroeder 2009).

toimivat myös jatkumona tosielämän suhteille, jolloin siis tosielämässä
muodostettuja sosiaalisia suhteita ylläpidetään verkkopalvelujen avulla ja
päinvastoin (Ellison 2007). Aina ei ole siis kyse pelkästään vertailusta, vaan ne
voivat myös täydentää toisiaan. On myös todettu, että esim. Facebookia käytetään
myös ylläpitämään suhteita ihmisiin, jotka ovat aikaisemmin olleet läheisiä, kuten
entisiin luokkatoveriin tai ystäviin, jotka ovat maantieteellisesti muuttaneet
jonnekin muualle (Ellison 2007). Verkossa tapahtuva sosiaalinen verkottuminen
ja suhteiden solmiminen ei kuitenkaan vielä toistaiseksi pystynyt korvaamaan
fyysisesti tapahtuvaa moniaistillista kokemusta, joka tapahtuu kohtaamalla
ihmisiä kasvotusta ja viettämällä aikaa toisten seurassa. Nämä fyysiset tavad
sanelevat sen, miten henkilön todellinen ystävistä ja tuttavista koostu sosiaalinen
verkosto muodostuu ja kasvaa (Coyle 2008, s. 16)

4.1 Verkostoituminen opiskelijaelämässä

Verkostoituminen ja sosiaalisen verkoston rakentaminen on varsin keskeisessä
asemassa myös henkilön siirtyessä varsinaiseen opiskelijaelämään eli tämän
aloittaessa opiskelunsa yliopistossa tai muussa korkeakoulussa. Ensimmäiset
sosiaaliset verkot rakentuvat jo tätä ennen peruskoulussa ja toisen asteen
opiskelun aikana, mutta usein katsotaan että henkilön todellinen sosiaalinen
verkosto rakentuu suuremmalti varsinaisesti tässä vaiheessa, kun henkilö on
varhaisessa aikuisiässä eli n. 20-vuotias. Syy tähän on, että ihminen on yleensä
tässä vaiheessa kehittynyt siitten vaiheeseen, että tuntee jo suhteellisen hyvin
itsensä ja kykenee muodostamaan ihmissuhteita tietoisesti ja taitojensa mukaan.
Toiseksi syyksi voidaan katsoa, että tässä vaiheessa sosiaalinen verkosto saattaa
muuttaa hyvinkin paljon, jos henkilö esim. aloittaa opiskelun uudella
paikkakunnalla, jossa hänellä ei ole entuudestaan tuttuja ihmisiä. Voidaan myös
ajatella, että tällöin usein tapahtuu myös varsinnainen irtiotto tutustua kotipiiristä ja
muutetaan pois vanhempien katon alta (Budny 2006, s. 27, Mayer 2007, s. 2, Van
Duijn 2003, s. 155-156). Näillä muutoksien jälkeen saaduilla uusilla tuttavuksilla
voi olla myös opiskelun myötä ammatillisesti samat kiinnostuksen kohteet ja
näistä ihmisistä voi tulla myöhemmin työelämässä kollegoja jne. ja siksi he myös saattavat paremmin pysyä henkilön sosiaalisessa verkostossa.


4.1.2 Verkostoitumiseen vaikuttavia tekijöitä

Sosiaalisen verkon tai ystävä- ja tuttavapiirin muodostuminen on monien tekijöiden summa. Lähtökohtana sen muodostumiseen vaikuttaa henkilö itse ja hänen luontensa. Ulospäin suuntautuneet ja avoimet ihmiset kasvattavat verkostojaan helpommin ja nopeammin kuin hiljaisemmat ja varautuneet henkilöt. Opiskelun velvoittamien ryhmäprojektien kautta, näidenkin henkilöiden verkosto opiskelijoiden keskuudessa kasvaa ainakin hiukan, vaikka he muuten pysyisivät erossa verkostoitumista edesauttavista tapahtumista.

Yleisesti ajatellaan myös, että sinällään jo opiskelijan suuntautumisvaihtoehto kertoo lähtökohtaisesti tämän luonteesta ja sosiaalisuudesta. Stereotypianomaisesti on oletettu, että esim. tuotantotaidon ja kauppatiedon opiskelemaan tulevat oppilaat ovat tavallisesti sosiaalisesti aktiivisempia ja halukkaampia kasvattamaan kontaktiopiskelijäksi kuin kone- tai tietotekniikan opiskelijat, jotka ovat varautuneempia ja aikaiseksi paremmin tietokoneiden ääressä kuin kahvilla ystäviensä kanssa. Tällaiset johtopäätökset eivät kuitenkaan todellisuudessa pidää kokonaan paikkaansa ja kaikissa suuntautumisvaihtoehtojen opiskelijaryhmissä esiintyy erityyppisiä henkilöitä. Kun esim. Lappeenrannan teknillisessä yliopistossa on opiskelijoita edellä mainittujen tiedekuntien lisäksi myös energia-, kemian-, sähkö- ja ympäristötieteen sekä matematiikan ja fysiikan tiedekunnista, on henkilöiden yleinen kategorioiminen jo vaikeaa.

Sosiaalinen media saattaa sinänsä muuttaa jo täätäkin oletusta. Jos sosiaalinen verkostoituminen tapahtuu nykyään enimmäkseen verkossa sosiaalisten verkstopalveluiden sivuilla, niin etulyöntiasemassa otavat kokoon, tietokoneiden kanssa paljon aikaansa viettävät henkilöt, jotka ovat jo aiemmin rakentaneet tuttavapiirinä nykyisiä palvelujen edeltävillä tietoverkkojen välisillä mekanismeilla ja palveluilla, kuten erilaisilla sähköisillä keskustelufoorumeilla ja keskustelu- eli ns. chat-palveluilla. Tietokoneita toistaiseksi välittäneet tai niiden parissa niukalti aikaa käyttävät henkilöt joutuvalt puolestaan opettelemaan luomaan sosiaalista verkostoa myös tietoverkkojen mahdollistamien sosiaalisen
median palvelujen kautta ja tutustumaan näiden tapoihin ja käytäntöihin. Palvelut, kuten Facebook, on kuitenkin suunniteltu ja tehty sellaiseksi, että niitä osaa melkein kuka tahansa käyttää ja aloittamiskynnys on laskettu varsin alas. Näin ollen eroa ei tiedon jakamisen tapausten radan kautta ja varsinaisesti synny ja tällä hetkellä opiskelemaan lähettää ja varsinkin tuleva sukupolvi on jo pienestä pitäen tottunut tietokoneiden ja erilaisten kommunikointilaiteiden jatkuvaan läsnäoloon (Jayson 2010).

Tutkimuksen mukaan opiskelijoiden sosiaalisen verkoston kehittymiseen vaikuttaa myös heidän asuinpaikkansa. Washingtonin yliopistossa suoritettussa uusien insinööripäivityskiloinen tutkimuksessa kävi ilmi, että opiskelijoiden sosiaalinen verkosto kehittyi pääasiassa asuinpaikan ympäri, asuivatpa he sitten tietyn saman pääaineen opiskelijoille tarkoitetussa asuntolassa, yleisissä asuntoloissa tai yliopistoalueen ulkopuolella (Brown 2007, s. 11). Yleisissä asuntoloissa ja yliopiston ulkopuolella asuvat opiskelijat eivät tunneta toisia insinööripäivityskiloinen ennen kuin lukukauden lopussa vaikka kävivätkin samoilla luoilla, mutta lähes sama tulos saatiin myös saman pääaineen asuntolan opiskelijoilta, jotka tapasivat muita insinööripäivityskiloinen vain asuntolassa. Sosiaalinen verkosto rakentui siis lähinnä samoina asuinpaikoissa olevien ihmisten ympäri, kun henkilöt ystävystyivät näiden kanssa. Tätä ystävien ja edelleen näiden ystävien kautta tapahtuvaa sosiaalisen verkostoitumisen roolia yliopistomaailmassa korostaa myös suurempi toinen tutkimus (Mayer 2007, s. 35). Vaikka esim. Yhdysvaltojen opiskelija-asuntolat poikkeavat jonkin verran suomalaisen ympäri, voidaan siltä ajatella, että uudet opiskelijat tutustuvat ensiksi samoissa sosiaalisen verkostojen asuvin henkilöihin.

Opiskelijan motivaatio verkostoitua ja osallistuminen erilaiseen järjestö- ja harrastustoimintaan edesauttaa myös sosiaalisen verkoston kasvamista. Ottamalla osaa itsään kiinnostaviin asioihin tai harrastuksiin mahdollisuuksien mukaan, henkilö löytää viiä enemmän samaniemisiä ja samoista asioista kiinnostaneita henkilöitä. Tällainen osallistuminen myös edesauttaa sosiaalisten suhteiden ja verkoston kehitystä.

Hyväksy verkostoitumistaidoista ja verkostoisto on hyötyä myös opiskelujen edetessä ja siinä vaiheessa kun opiskelija käy etsimään harjoittelut- ja työpaikkaa.
Luotujen kontaktien kautta henkilö voi saada paremmin tietoa tarjolla olevista työmahdollisuuksista ja saattaa päästä paremmin työelämään, jos tämän kontaktiverkosto ulottuu jonkin yrityksen organisaatioon tai henkilöstöön. Monet yritykset esim. kysyvät jo hakulomakkeissaan mahdollisista hakijan tuntijan henkilöstä yrityksessä ja pystyvät näin tiedustelemaan ehkä lisää informaatiota hakevista henkilöistä. Vaikka varsinainen työhönottotila perustui hakijan hakemukseen, haastatteluun ja tämän kykyihin toimia haettavissa työtehtävissä, ei suositusistuksista ole haittaa.

Sosiaalinen median vaikutukset näkyvät myös työnhakuprosessissa. Työnantajat tarkastavat nykyään usein myös hakijoidensa tietoa Internetistä ja löytävät tätä kautta myös esimerkiksi näiden sosiaalisin verkostopalveluihin luomat profiilit, kuten Facebook-profiilin. Löytämiensä tietojen perusteella työnantaja voi myös osittain muodostaa kuvan hakijasta ja siitä, onko tämä sopiva henkilö yrityksen käyttöön.

On olemassa tapauksia, jossa työnantaja on jopa erottanut työntekijän tämän yritystä mustamaalaavan kommenttien perusteella tai pelkästään siitä syystä, että henkilö on käyttänyt verkostopalveluja työaikana (Mansikka 2009, Ostrow 2009). Tämä on ollut varsinkin nuorten työntekijöiden ongelmana, jotka eivät ole ymmärtäneet että ihan kaikkea ei voi edes sanoa edes sosiaalisessa mediassa. Toisaalta kuitenkin palvelut, kuten LinkedIn, ovat parantaneet osaltaan sosiaalisia verkostoja myös työnhaussa ja mahdollistavat tehokkaamman työnhaun sekä työn tekijöiden että työnantajien puolelta.
5. Sosiaalinen media opiskelijoiden käytössä


Suomessa Facebook:in käyttäjiä on arviolta 600 000 – 1 000 000 (Tikkanen 2009). Varsinaista tarkkaa rekisteriä ei ole. Ammattikorkeakoulu ja yliopisto-opiskelijoita Suomessa on n. 300 000 (Tilastokeskus 2010). Arviolta voidaan olettaa, että Suomessa Facebookia käyttäviä korkeakoulu- ja yliopisto-opiskelijoita on noin 100 000. Sen ja muiden sosiaalisen median palveluiden suosio lienee siis suurta myös suomalaisten opiskelijoiden keskuudessa. Tämä on yksi työssäni tarkasteltavista teemoista.

Toisin kun voisi ehkä luulla, sosiaalisen median käytöllä ei näytä olevan korrelaatiota hyviin tai huonoihin arvosanoihin. New Hampshiren yliopiston tutkimuksesta saatujen tulosten perusteella, ei sosiaalisen median median palvelujen paljolla tai vähäisellä käyttämisellä ole vaikutusta opiskelijoiden arvosanoihin (Martin 2009). Vaikutusta ei myöskään ollut sillä, mitä verkostoitumispalveluja käytettiin. Eniten päivittäisiä käyttäjiä oli tutkimuksen perusteella Facebookilla, jota päivittäin käytti 96% opiskelijoista. Toisin päinvastaisakin tuloksia Facebookin vaikutuksista huonoihin arvosanoihin on tutkimuksissa saatu (Chowdhry 2009). Suurin osa opiskelijoista käytti sosiaalisen median palveluita sosiaalisiiin ja viihdetarkoituksiin. Reilu neljännes käytti palveluja opiskelutarkoituksiin ja 16% ammatillisiin tarkoituksiin (Martin 2009, s. 2).

Georgetownin yliopiston tutkimuksen tulokset antavat myös samansuuntaisia tuloksia opiskelijoiden ajankäytöstä Facebookin parissa (Pempek 2009). Suuri enemmistö käytti Facebookia kommunikoidakseen ystäviensä kanssa, varsinkin

Sosiaalisen median käyttötarkoituksia on tutkittu myös esim. suomalaisten datanomiopiskelijoiden osalta, joiden ikäjakauma ulottui välille 16 - 25 vuotta (Hiltunen 2009, s. 52). Opiskelijoista 87% käytti sosiaalisen median palveluita kavereiden kanssa viestintään. Vapaa-ajan viettoon palveluita opiskelijoista käytti 82% ja opiskeluun 62%. Palveluita käytettiin myös asioiden hoitamiseen 41%, työn tekemiseen 29% sekä johdonkin muuhun 7% (Hiltunen 2009, s. 65-66). Käyttötarkoitukset näyttävät siis olevan jokseenkin samanlaisia eri maiden opiskelijoiden keskuudessa näiden tutkimusten perusteella.
6 Tutkimus yliopisto-opiskelijoiden sosiaalinen median käytöstä

Sosiaalisen median käyttöä haluttiin tutkia myös Lappeenrannan teknillisen yliopiston opiskelijoiden keskuudessa. Haluttiin selvittää käyttävätkö opiskelijat yleisimpiä sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia ja kuinka paljon he niitä käyttävät. Lisäksi tutkittiin myös opiskelijoiden verkostoitumistapoja ja sosiaalisen median merkitystä myös tässä yhteydessä. Haluttiin myös tietää minkälaisia yleisä mielikuvia opiskelijoilla on eri koulutusohjelmien opiskelijoista.

6.1 Tutkimuksen suoritustapa

Tutkimus suoritettiin kyselytutkimuksena (Hirsjärvi 2009, s. 193), joka oli tällä kertaa paras ja kätevin tapa sen suorittamiseen. Sen etuna olivat nopea aikataulu sekä vähäiset kustannukset, kuten yleensäkin kyselyjen kohdalla (Hirsjärvi 2009, s. 195) sekä Lappeenrannan teknillisessä yliopistossa käytössä oleva Webropol-työkalu kyselyjen rakentamiseen, niiden julkaisemiseen sekä tulosten monipuoliseen suodattamiseen ja tarkasteluun. Työkalun avulla kyselyä voitiin levittää jakamalla kyselyn web-linkkiä opiskelijoille ja vastaukset olivat välittömästi tarkasteltavissa kun opiskelijat olivat siihen Internetin välityksellä vastanneet.

Kyselyissä on myös tietyt haittapuolensa (Hirsjärvi 2009, s. 195), kuten että sitä pidetään jokseenkin pinnallisena ja vaatimattomana tutkimusmuotona. Haittapuolina voidaan pitää myös, että on vaikea arvioida vastaajien suhtautumista kyselyyn, heidän kykyjään ymmärtää kysymykset oikein sekä tietää kuinka hyvin he ovat perehtyneet kyseltäviin asioihin. Joissain tapauksissa myös vastaajakato voi olla ongelma. Haittapuolia pyrittiin välttämään tekemällä kyselyn kysymyksistä varsin selviä ja helposti ymmärrettäviä sekä tiedottamalla kyselyn tarkoituksesta kyselylinkin yhteydessä lähetetyn saatekirjeen muodossa.
Kyselyn laadinnassa pyrittiin noudattamaan tutkimuseettisiä vaatimuksia ja muita hyviä menettely tapoja (Hirsjärvi 2009, s. 23). Kysely suoritettiin anonyymikyselynä. Kysely voidaan tarvittaessa tehdä uudelleen, joten se on reliaabeli ja kysymykset on laadittu niin, että vastauksilla saadaan mitattua haluttuja asioita, siis se on myös validi (Hirsjärvi 2009, s. 231). Sitä voidaan myös pitää kvantitatiivisenä tutkimuksena, sillä se täyttää monet kyseisen tutkimustyyppin tunnusmerkeistä (Hirsjärvi 2009, s. 139-140).


6.2 Kyselyn rakenne

Kysely koostui neljästä aihepiiristä ja se jaoteltiin näin myös neljälle eri sivulle. Kyselyn aihepiirit olivat:

1. Taustatiedot ja teknologian käyttö
2. Sosiaalisen median käyttö
3. Verkostoituminen ja sosiaalinen media
4. Stereotypiat

Sosiaalisen median käytön osiossa tiedusteltiin miten tunnettuja eri sosiaalisen median palvelut ja sovellukset ovat opiskelijoille. Palvelut esiteltiin luettelona, joista opiskelijoiden tuli valita ne, mitä he olivat käyttäneet, mihin he olivat luoneet sisältöä ja mitä he käyttävät eniten. Seuraavaksi kyselyssä tiedusteltiin ajan käyttöä näiden palvelujen tasolla päivittäin ja viikon aikana. Osiossa kysyttiin myös palveluiden käyttötarkoitusta ja sitä tapahtuiko käyttö tietokoneella vai matkapuhelimeen. Osion viimeiset kysymykset koskivat Facebookia, jonka osalta haluttiin tietää omistivatko vastaajat Facebook-tilin ja kuinka paljon aikaa he päivittäin käyttävät sen parissa. Osion kokonaisuuden avulla pyrittiin saamaan selville sosiaalisen median käyttöä ja käyttötarkoitusta koskevia asioita.


Viimeisessä osiossa kyseltiin opiskelijoiden mielikuvia ja stereotypioita eri koulutusohjelmien tyypillisestä opiskelijasta. Heidän tuli kuvata koulutusohjelmien opiskelijoiden tyypillisiiä luonteenpiirteitä ja muita sisäisiä tai ulkoisia ominaisuuksia, jos heidän mielestään sellaisia olisi olemassa. Kunkin koulutusohjelman kohdalla oli mahdollisuus antaa kuvauksellinen vastaus tyhjään tekstiltaan.

6.3 Tutkimuksen tulokset

6.3.1 Taustatiedot ja teknologian käyttö

Kyselyyn osallistui 82 opiskelijaa, joka sinänsä ei ole järin merkittävä osuu Lappeenrannan tekniikan yliopiston opiskelijoista, mutta otosta voidaan pitää kuitenkin tarpeeksi suurena kyselyn tulosten uskottavuuden kannalta. Syitä, miksi kyselyyn ei tullut enempää vastauksia, voidaan etsiä tiedotuksesta, opiskelijoiden aktiivisuudesta, yhteishengestä jne., mutta hyvä että kyselyyn saatiin silti tämänkin verran vastauksia. Vastauksia tuli kaikkien koulutusohjelmien opiskelijoilta, joista ahkerimpia vastaajia olivat energiantekniikan ja ympäristötäkniikan opiskelijat, jotka yhdessä muodostivat lähes puolet kyselyyn vastanneista henkilöistä. Kuvassa 14 on esitetty kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden koulutusohjelmien prosenttiakauma ja lukumäärät.
Teknologian käytön osalta opiskelijat osoittautuivat melko ahkeriksi tietokoneen käyttäjiksi. Vastaajista 44% käytti päivittäin tietokonetta 4 - 6 tuntia ja enemmän kuin 6 tuntia peräti 27%. Tämä kertoo siitä, että tietokoneet ovat osa opiskelijoiden arkipäivää ja niitä käytetään päivittäin muuhun kuin sähköpostin lukemiseen. Osa päivittäisestä käytöstä selittyy tietenkin jo sillä, että suuri osa opiskelusta ja opiskeluun liittyvistä töistä tehdään tietokoneiden avulla. Ahkera käyttö takaa myös suotuisat lähtökohdat sosiaalisen median palveluiden käytölle.

Kuinka monta tuntia käytät päivittäin matkapuhelinta tai mobiililaitetta?

Kuva 19: Päivittäinen matkapuhelimen tai mobiililaitteen käyttö (webropol)

6.3.2 Sosiaalisen median käyttö

Sosiaalisen median palvelut ja sovellukset osoittautuivat olevan opiskelijoille varsin tunnettuja. Kaikki vastaajat olivat käyttäneet joitain luetelluista palveluista, joista eniten käyttäjiä löytyi videopalvelu YouTube:lle, jota oli käyttänyt peräti 98% vastaajista sekä verkkotietokirja Wikipedialle ja muille wikeille, joiden käyttäjäksi tunnustautui 96% vastaajista. Seuraavaksi eniten käyttäjiä oli keskustelupalstoilla (79%) ja Facebookilla (77%). Blogejakin oli vastaajista lukenut lähes puolet.

Vähiten käyttäjiä oli verkostoitumispalvelu LinkedIn:illä sekä mikroblogaus ja yhteisöpalvelu Twitterillä, joista molemmat ylsivät vain reilun 10% käyttöosuuksiin. LinkedIn saattaa olla vielä monille palvelu ja opiskelijat eivät ehkä koe sitä toistaiseksi vielä itselleen ajankohtaiseksi palveluksi. Twitterin tulos kertoo jälleen sen vähäisestä suosiossa suomessa. Sosiaalisen median eri palveluiden käyttöä on esiteltty kuvassa 20.
Oletko käyttänyt seuraavia sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia?

![Diagramma](image)

**Kuva 20: Sosiaalisen median palvelujen käyttö (webropol)**

Sosiaalisen median palvelujen sisällöntuottajina, opiskelijat eivät olleet kovin ahkeria muutamaa palvelua lukuun ottamatta. Sisällöntuottamiseksi laskettiin profiilin luonti, omien videoin tai kuvien lataaminen verkkoon muiden nähtäville, blogien kirjoittaminen jne. Eniten sisältöä oli tuotettu Facebook:iin, johon esim. profiilin oli luonut 72%. Keskustelupalstoille mielipiteitään oli kirjoittanut 49% vastaajista. Videoita YouTubeen oli ladannut 24% vastanneista ja blogia kirjoittanut 22% opiskelijoista. Profiilia twitterissä oli vain muutamalla ja omaa podcastia ei ollut kellään. Voidaan siis päätellä, että opiskelijat tuottavat melko vähän sisältöä palveluihin vaikka niitä käyttäisivätkin, Facebookia lukuun ottamatta. Eri palveluiden sisällön tuotannon jakautuminen näkyy kuvassa 21.
Oletko tuottanut sisältöä seuraaviin sosiaalisen median palveluihin ja sovelluksiin?

![Diagram](image)

**Kuva 21: Sosiaalisen median palvelujen sisällöntuotanto (webropol)**

Opiskelijoilta pyydettiin myös valitsemaan lutelluista palveluista se, jota he käyttivät eniten. Vastaajien eniten käyttämä palvelu oli Facebook, jonka valitsi 52% opiskelijoista. Keskustelupalstat valitsi 23% vastaajista ja YouTuben 16% vastaajista. Wikit ja Wikipedian valitsi 7% vastaajista ja yksi innokas blogaajakin löytyi. Muita palveluja ei kukaan käyttänyt eniten.

Ajankäytön osalta opiskelijat osoittautuivat aika maltillisiksi sosiaalisen median käyttäjiksi. Päivittäin sosiaalisen median palveluja käytti korkeintaan noin tunnin 70% vastaajista ja 2 - 3 tuntia 26 %. Kyselyssä löytyi kuitenkin myös muutama käyttäjä, jotka käyttivät palveluja 4 - 6 tuntia tai jopa enemmän kuin 6 tuntia. Viikoittaisen käytön osalta palvelujen käyttöprosentit tukivat päivittäisiä käyttötottumuksia. Viikoittain palveluja käytti korkeintaan 6 tuntia 42% vastaajista ja 6-10 tuntia 35% vastaajista. Enemmän kuin 16 tuntia palveluja käytti viikoittain 7% vastaajista. Päivittäinen ja viikoittainen käyttö näkyvät kuvissa 22 ja 23.

Kuinka paljon käytät päivittäin sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia?

![Diagram](image)

**Kuva 22: Sosiaalisen median päivittäinen käyttö (webropol)**
Kuinka paljon viikoittain käytät sosiaalisen median palveluja?

Kuva 23: Sosiaalisen median viikoittainen käyttö (webropol)


Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia?

Kuva 24: Sosiaalisen median palvelujen käyttötarkoitus (webropol)
Kaikki vastanneet opiskelijat olivat käyttäneet sosiaalisen median palveluja tietokoneella. Matkapuhelimellä toi mobiililaitteella palveluja oli käyttänyt 20% vastaajista. Palvelut siis ovat vielä tekemässä tuloaan matkapuhelinpuolella vaikka monissa uusissa laitteissa palvelut ovatkin jo usein saatavilla.

Osion viimeiset kysymykset koskivat verkostoitumispalvelu Facebook:ia, sen tiedetyn suosion vuoksi. Opiskelijoilta kysyttiin oliko heillä oma profiili palvelussa ja paljonko he käyttivät siellä päivittäin aikaa. Facebook-profiili oli 74% opiskelijoista ja sitä käytti korkeintaan tunnin 87% kaikista vastaajista (kuvat 26 ja 27). Useammankin tunnin palvelussa viihtyvää löytyi reilut 10%. Suodattamalla tuloksia saatiin myös selville että 86% naispuolistista opiskelijoista omisti Facebook-profiilin ja sama suodatus miespuolisten kohdalla antoi profiilin omistajiksi 70% vastaajista. Facebook näyttää siis olevan suosittu myös LTY:n opiskelijoiden keskuudessa. Tätä todistavat melkein kaikki tästä osiosta saadut tulokset.

Kuva 26: Facebook-profiilin luonti (webropol)

Oletko luonut Facebook-profiilin?

Kuinka monta tuntia käytät päivittäin Facebook:in parissa?

Kuva 27: Facebook:in käyttö (webropol)
6.3.3 Verkostoituminen ja sosiaalinen media

Tulosten perusteella opiskelijoiden verkostoituminen alkaa vasta heidän saavuttuaan opiskelupaikkakunnalle. Vastanneista vain 7% oli tutustunut muihin opiskelijoihin ennen saapumistaan opiskelupaikkakunnalle saatuaan tietää opiskelupaikasta. Näistä yksi oli käyttänyt tutustumiseen sosiaalisen median palveluja ja muut olivat tutustuneet opiskelijoihin jotain muuta kautta.

Opiskelijoiden verkastoituminen näyttää tapahtuvan edelleen erilaisissa sosiaalisissa tapahtumissa. Vastaajista 93% oli tutustunut opiskelijoihin fuksiviikkojen tilaisuuksissa ja tapahtumissa. Luennoilla ja opiskelun yhteydessä tutustuneita oli 89%, opiskelijataapahdumissa ja illanvietoisissa 83%. Samassa asumiskohteessa tutustuneita oli 42% vastaajista. Urheilu- ja muiden harrastusten kautta tutustuneita oli 40%, sosiaalisen median palvelujen kautta tutustuneita oli vain 13% opiskelijoista. Vastanneista 3% ei ollut tutustunut muihin opiskelijoihin. Tutustumiskäytännöt näkyvät kuvassa 28.

Kuinka olen tutustunut muihin opiskelijoihin?

Kuva 28: Opiskelijoiden tutustuminen (webropol)

Kysymyksen mitä kautta he olivat tutustuneet toisiin opiskelijoihin eniten, opiskelijataapahdumissa ja illanvietoisissa vastanneita oli 38%. Luennoilla ja opiskelun yhteydessä tutustumisen valitsi 35% opiskelijoista ja fuksiviikkojen
tapahtumissa ja tilaisuuksissa 20%. Myös harrastusten kautta eniten tavanneita oli 5% vastaajista.

Saman asumiskohteen kautta tapahtuva opiskelijoinhin tutustuminen jänee niihin muutamaa henkilöön, jotka asuvat samassa soluasunnossa. Amerikkalaisten tutkimusten asuntolapohjasta verkostoitumista ei siis näy täpahtuvan läheskään yhtä paljon. Syitä tähän ovat myös asumismuotojen erilaisuuden lisäksi esim. monet kulttuuriset seikat.

Sosiaalisen median palveluillakaan ei näy olevan kovinkaan suurta roolia opiskelijoiden verkostoitumisessa vaan moniaistilliset sosiaaliset kokemukset näyttävän olevan vielä opiskelijoiden suosiossa.

Opiskelijat pitävät yhteyttä toisiinsa monin tavoin (kuva 29). Suosituin tapa pitää yhteyttä oli tavata heidät kasvotusten, jota käytti 81% vastaajista. Puhelinsoitoille yhteyttä piti 77% ja tekstiviesteillä 74% opiskelijoista. Messengereillä eli erilaisilla pikaviestimillä yhteyttä piti 65% vastanneista ja sähköpostilla 61%. Sosiaalisen median palveluiden avulla yhteyttä piti 57% vastaajista, joka olikin niiden toiseksi suosituin käyttötarviketus. Myös keskusteluohjelma IRC:in välityksellä yhteyttä piti 42% opiskelijoista. Muutama piti myös yhteyttä lähettämällä kirjeitä ja kortteja.

**Miten pidät yhteyttä opiskelijaystäviisi?**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Miten yhteyttä</th>
<th>Suoittuen (%)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Puhelinsoitto</td>
<td>76,8%</td>
</tr>
<tr>
<td>Tekstiviesti</td>
<td>74,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Pikaviestimilla</td>
<td>64,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>IRC:illa</td>
<td>41,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sosiaalinen median palvelujen avulla</td>
<td>57,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sähköpostilla</td>
<td>61,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kirjeen ja kortin välityksellä</td>
<td>4,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Tapaamalla kasvotusten</td>
<td>80,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>En pidä yhteyttä</td>
<td>1,2%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Kuva 29: Opiskelijoiden yhteydenpitotavat (webropol)**

Kysytäessä yhtä tapaa millä he mieluiten tapaavat opiskelijaystäviään, tapaaminen kasvotusten oli ylitse muiden saamalla taakseen 44% vastaajista. Pikaviestimillä ja IRC:ilä yhteyttä piti mieluiten vähän reilut 10% vastaajista.
Muut yhteydenpitotavat jäivät 10% tai sen alle. Tapojen jakaumat on esitelty kuvassa 30.

Miten pidät yhteyttä opiskelijaystäviisi mieluiten?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tapa</th>
<th>%</th>
<th>#</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>(22.1) Puhelinsoitoilla</td>
<td>7,3%</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.2) Tekstiviestillä</td>
<td>7,3%</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.3) Pikaviestimellä (esim. Windows messenger)</td>
<td>14,6%</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.4) IRC-illä</td>
<td>11%</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.5) Sosiaalisen median palvelujen avulla</td>
<td>4,9%</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.6) Sahkópostilla</td>
<td>9,8%</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.7) Kirjeen tai kortin välityksellä</td>
<td>0%</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.8) Tapaamalla kasvotusten</td>
<td>49,9%</td>
<td>36</td>
</tr>
<tr>
<td>(22.9) En pida yhteyttä</td>
<td>1,2%</td>
<td>1</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Kuva 30: Opiskelijoiden mieluisimmat yhteydenpitotavat (webropol)

Osiossa kysytettiin myös yhteydenpidosta vanhaan sosiaaliseen verkkoon eli siis lukioaikaisiin ja muihin ystäviin, jotka eivät enää asunee samalla paikkakunnalla. Vastanneista 81% piti yhteyttä vanhoihin ystäviin vähemmän kuin ennen. Vastaajista 11% piti yhteyttä yhtä paljon kuin ennenkin ja 7% ei pitänyt yhteyttä ollenkaan. Yksi vastaaja piti yhteyttä enemmän kuin ennen.

Myös aikaisempiin ystäviin pidettiin mieluiten yhteyttä kasvotusten jonka valitsi yhteydenpitotavaksi 73% opiskelijoista. Täsmälleen saman verran yhteyttä pidettiin myös puhelinsoitoilla ja hieman vähemmän tekstiviesteillä (70%). Pikaviestimillä yhteyttä piti 62% vastanneista ja sosiaalisen median palvelujen käyttämällä 56% vastaajista. Sähköpostia käytti yhteydenpitoon 30% vastaajista. IRC:in sekä kirjeiden ja korttien välityksellä yhteyttä piti 16 %. Eri tapojen jakaumat näkyvät kuvassa 31.
Miten pidät yhteyttä aikaisemiin ystäviisi?

Mieluiten aikaisemiin ystäviin pidettiin yhteyttä tapaamalla kasvotusten, jonka tavoista valitsi 43% vastaajista. Puhelinsoiton valitsi 18% opiskelijoista. Sosiaalisen median palvelujen avulla yhteyttä piit aikaisemiin ystäviin mieluiten 10% vastanneista. Muut yhteydenpitovaihtoehdot saivat alle 10% osuus.

Mieluisimmat yhteydenpitotavat aikaisemiin ystäviin näkyvät kuvassa 31.

Kuinka pidät mieluiten yhteyttä aikaisemiin ystäviisi?

Verkostoitumisen osalta haluttiin myös selvittää miten sosiaalinen verkosto muuttuu ensimmäisen opiskeluvuoden jälkeen vai muutuuuko se. Tulosten perusteella verkostoituminen jatkuu myös ensimmäisen vuoden jälkeen yli puolella opiskelijoista. Kyselyyn vastanneista 38% kertoi ystäväpiirinsä kasvanneen hieman ensimmäisen vuoden jälkeen ja 34%lla vastaajista se oli kasvanut huimasti. Ystäväpiiri oli pysynyt samana 14% vastaajista sekä pienentynyt myös 14% vastaajista.

Opiskelijoilta kysyttiin myös miten heidän koko sosiaalinen verkostonsa on muodostunut ja keitä siihen kuulun. Vastaajista 93%lla se koostui opiskelijoista, 57%lla harrastusten parissa tavatuista henkilöistä, 52%lla sukulaisista, 22%lla työkaverista ja 32%lla joistain muista henkilöistä. Opiskelijoiden sosiaaliseen verkostoon kuuluu siis henkilöitä varsin monipuolisesti, joista suurimmaalla osalla verkostossa on ainakin opiskelijoita. Melkein kolmanneksella verkostoon kuului myös muita henkilöitä. Tästä voisi kehitä myös vastaisuuden varalle lisäkysymyksen tutkimukseen, että keitä nämä henkilöt sitten ovat. Verkostojen muodostavat henkilöryhmät on esitetty kuvassa 33.

Keitä sosiaaliseen verkostosi koostuu?

Kuva 33: Sosiaalisen verkoston koostumus (webropol)

Sosiaalisen verkon muodostumisesta ja yhteydenpitotavoista kysyttiin myös vapaaehtoisella avoimella kysymyksellä. Opiskelijoiden tuli kertoa miten se on muodostunut ja miten eri ryhmien pidettiin yhteyttä. Kysymyksen vastasi 42% kyselyläistemkseen täyttäneistä ja tulokset tukivat aikaisemmista kysymyksistä saatuja tuloksia. Monet opiskelijat olivat tutustuneet toisiin opiskelijoihin opiskelujen yhteydessä ja illanvetoissa. Verkosto oli muodostunut myös monilla harrastusten tai erilaisten kerhotoiminnan kautta. Töiden yhteydessä oltiin
tutustuttu entisiin ja nykyisiin työkavereihin, joihin myös pidettiin vielä yhteyttä. Myös sisarukset ja sukulaiset kuuluivat edelleen vastaajien verkostoihin, jotka oli tunnettu aina.


"Pääasiassa yhteisen harrastuksen kautta. Yhteyttä pidetään harrastuksen tiimoilta erilaisissa tapahtumissa ja illanistujaisissa, sen lisäksi IRC on kovassa käytössä."

"Verkostooni kuuluu paljon LUT:n opiskelijoita ja ystäviä kotipaikkakunnalta. Facebook on yleisin tapa pitää yhteyttä."


"Koululla oman koulutusohjelman opiskelijoista opiskelun parissa ja kiltahuoneella, muiden koulutusohjelmien opiskelijoihin olen tutustunut enemmänkin illanvietoisissa yms. Harrastusten parissa tapaa samoa ihmisiä ja välillä uusiaksin. En kovin paljoa pidä yhteyttä kaukaisempiin tuttuin sosiaalisen median kautta, lähinnä kasvotusten missä sattuu ketäkin näkemään. Läheisempiin kavereihin tulee oltua enemmän yhteydessä sähköisestikin.”
"Sisarukset ja serkut valmiiksi hyviä ystäviä, loput ystäväpiiristä pääosin opintojen ja harrastusten kautta. Pidän yhteyttä pääosin tapaamalla kasvotusten osallistumalla mm. tapahtumiin ja vierailemalla usein kotona sekä ystävien paikkakunnilla."

Oesion lopussa kysyttiin vielä millaisena opiskelijat sosiaalisen median palveluja tapana pitää yllä ystävyyssuhteita. Vastanneista 42% piti sosiaalisen median palveluja hyvänä, mutta toisaalta varsin kylmänä tapana ystävyyssuhteiden ylläpitoon. Opiskelijoista 37% piti sitä hyvänä keinona seurata ystävien kuulumisia. Yhtä hyvänä kuin mitä tahansa muutakin sitä piti 16% vastanneista ja erittäin huonona tapana tapana 6%. Kukaan ei pitänyt sitä parhaimpana madollisempana tapana. Tulokset on esiteltty kuvassa 34.

Millaisena pidät sosiaalisen median palveluja tapana pitää yllä ystävyyssuhteita?

![Kuva 34: Sosiaalisen median palvelut ystävyyden ylläpitämiskeinona (webropol)](image)

Osion tuloksista voidaan yhteenvetona todeta, että sosiaalisen median palvelut ja varsinkin Facebook, ovat opiskelijoiden yksi verkostoitumisväline ja kommunikointitapa, mutta niitä ei pidetä hyvinä tapoina pitää yllä ystävyyssuhteita. Facebook:illa pidetään yhteyttä opiskelijaystäviin, joita tavataan muutenkin sekä aikaisempiin ystäviin, joita ei tavata niin usein. Sosiaalisen median palvelut häviävät muiden sähköisten välineiden tavoin kasvotusten tapaamiselle ja puhelinsoitoille. Opiskelijoiden verkostoituminen tapahtuu moniin eri ryhmiin ja yhteyttä pidetään moniin eri tavoin. Opiskelijoihin tutustuminen jatkuu monilla myös ensimmäisen opiskeluvuoden jälkeen.
6.3.4 Stereotypiat

Stereotypiaosiosissa opiskelijat saivat kertoa mielikuviaan ja luonnehtia eri
koulutusohjelmien opiskelijoita. Kysymykset olivat vapaaehtoisia. Eri
koulutusohjelmien opiskelijoita luonnehdittiin 37% – 57%:n välillä. Eniten
mielikuvia oli kauppatieteiden opiskelijoista.

Energiatekniikan opiskelijoita pidettiin fiksuina ja tunnollisina opiskelijoina, jotka
kuitenkin osaavat myös pitää hauskaa. Osa vastaajista piti heitä hiljaisina, osa
sosiaalisisina. Energiatekniikan opiskelijoita pidettiin myös ydinvoimamyönteisinä
sekä voimaloiden kehittämisestä kiinnostuneina henkilöinä. Osa vastaajista piti
heitä myös aivan tavallisina ja samanlaisina kuin muitakin opiskelijoita.

Seuraavassa muutama poiminta vastauksista:

"Fiksu ja insinööritieteistä kiinnostunut miesopiskelija. Ei kuitenkaan sisäänpäin
kääntyynyt, vaan avoin ja sosiaalinen"

"Hiljaisia poikia, myös ne muutamat tytöt siellä ovat aika hiljaisia."

"Tunnollinen, mutta osaa pitää hauskaa"

"Ydinenergiasta kiinnostuneita poikia, melko sosiaalisia ja osa matemaattisesti
lahjakaita ja hyviä koulussa."

Kemiantekniikan opiskelija oli monen vastaajan mielikuvan mukaan melko
hiljainen ja hieman omalaatuinen tyttö, joka viihtyy enimmäkseen
laboratoriotöidenä parissa. Heitä näkee kyllä erilaisissa tapahtumissa ja
tilaisuuksissa, mutta he kulkevat paljon omissa piireissään, joissa liikkuu vain
muita kemiantekniikan opiskelijoita.

"Pysyvät mieluiten omissa piirteissään. Välillä hieman jänniä persoonia ja
hajamielisitä professoriita. Myös hieman oudohko huumori. Huom, nämä voivat
olla myös positiivisia piirtettä ;)

"Ihme sisäpiiri niillä, erikoista porukkaa"
"Hiljainen ja kiltti naisopiskelija. Viihtyy enimmäkseen oman alansa opiskelijoiden keskuudessa."

"Vähän (tai toisinaan enemmän) erikoinen tyyppi, joita on joka paikassa, mutta ei ikinä tapaa missään"


"Rentoja poikia (ja tyttöjä). Kotelaisten kanssa on helppo olla tilanteessa kuin tilanteessa. Hyviä ihmisiä"

"Käytännön ihmisä, yleensä aika perusjamppoja ja tytöt on "hyviä jättä""

"Kotelaiset edustaa hyvin ja useasti monissa tapahtumissa. Kotelaiset bilettää kovaa ja korkeelta."

"Kaikkein kovin opiskelija juomaan. Tykkää hillua alasti erinäisissä tapahtumissa"

"Kovaäänisiä juoppoja"

"esteetön, hidasälyinen, laiska"


"Kyllähän nää aika älykkäitä keskimäärin varmasti ovat"

"Hmm. Pysyvät myös omissa piireissään, aika näkymättömiä. Peruskansaa.."
"Kaikkien vektorien ja numeeristen menetelmien asiantuntija, joka osaa myös kolvata."

"Rempseä ja tahdikas, yltyy keskusteluun ja kehtaa sanoa omankin kantansa."


"Niissä on niitä piiloälykköjä. Jokaisen kannattaisi hankkia ainakin yksi hyvä titekaveri, niin elämä olisi paljon helpompaa."

"Nörttejä, paljon ujoja ja hiljaisia poikia. Ahdistavia"

"Nörtti mikä nörtti"

"Suurin osa nörttimäisiä yksinään viihtyviä koodareita, mutta poikkeuksiakin löytyy. Reiluja tyypppejä, jotka ottavat muut hyvin huomioon."

"Pitää kovasti koodaamisesta"

"Näiden kaiku pitäis olla hieman nörttejä, mutta en ole vielä tavannut yhtään nörttileiman ansaitsevaa tite opiskelijaa, joten sanotaan nyt sitten, että ei ollenkaan niin nörttejä kuin saattais luulla."

Tuotantotalouden opiskelijat olivat vastaajien mielestä ulospäin suuntautuneita, merkkivaatteisiin pukeutuneita, ylimielisiä snobeja, jotka puhuvat paljon, mutta

"Aika turhia paskanjauhajia. Puhuvat paljon, mutta vähän asiaa. Kuvittelevat itsestään liikaa, ylimielisiä”

"Smart casual tyyliin pukeutuva miesopiskelija. Vaikuttaa ulospäin fiksumalta mitä todellisuudessa on. Useimmiten tarve olla "jotain", mikä näkyy olemuksessa yliyrittämisänä ja ns. pikkuaikuismaisuutena.”

"Trendittietoinen henkilö, jolla on synnynnäinen kyky tuottaa kaavioita aiheesta kuin aiheesta”

"Ylpetä ja liian itseriittoisia lacoste-tyttöjä ja poikia”

"bisneshenkinen, ei tiedä tekniikasta mitään”

"Snobi, mukatärkee”

"Ihan mukavaa porukkaa, mut vähän jotkut ylimielisiä”

Ympäristöteknikkaan opiskelija oli vastaajien mielestä melko tavallinen, iloinen ja avoin tyttö, joka välittää luonnosta. Monien mielestä he ovat viherpiiperöitä ja hippejä, jotka haluavat pelastaa maailman. Ympäristöteknikkaan opiskelijoita pidettiin yleisesti varsin mukavina ja luonnonläheisinä.

"Ymteläiset mukavia ja avoimia.”

"Kai ne vähän hippejä on :) luonnonläheistä porukkaa”

"Viherpiiperäjähippi, joka haluaa parantaa maailman”

"Jonkinasteisia hippejä. Kaikki rakastavat kierrätystä, elinkaariajattelua ja ekologisuutta. Boheemein porukka näistä vaihtoehtoista.”
"Suurin osa tyttöjä, tulevat eri alojen opiskelijoiden kanssa hyvin toimeen, avoimia."


"Hyvä tyyli, hiukan snobeja, sosiaalisia ja seurallisia ihmisiä. Selkään puukottavia ja kieroja tyhjäpää blondimuijia."

"Käyttää aamuisin väh. kaksi tuntia itsensä laittamiseen, myös koulun lähteesään, sukupuolesta riippumatta riippumatta) Puhuu usein finglishiä (suomea ja enkkua sekaisin).”

"Suurin osa pk-seudulta, eristyneet omaksi joukkiokseen. Ehkä vähän ylpeitä ja "tärkeänolloisia”. Ulkonäkö tärkeää."

"Varakkaasta perheestä, ulkonäöstä huolestua”

"Kylmä ja pinnallinen bisnestyyppi”

"kauniita naisia”

"Ns. ”parempia ihmisiä” ainakin omasta mielestään, mutta toki joukkoon mahtuu jalat maassa olevaa porukkaa, tosin valitettavasti turhan niukasti.”

Kaikkien koulutusohjelmien opiskelijoista oli siis jonkinlaisia mielikuvia ja stereotypioita opiskelijoiden mielessä. On vaikea sanoa, ovatko ne syntyneet käytännössä vai ovatko ne siirtyneet ”perintönä” vanhemmilta opiskelijoilta. Joidenkin mielikuvien todentäytyttä voi myös arvailla, mutta kai osa vastaajien antamista luonnehdimmoista voi ainakin osittain pitää paikkansa, vaikka ne varsin kärjistettyjä ovatkin. Yllättävän monella vastaajalla mielikuvat olivat myös melko
samanlaisia tiettyjen koulutusohjelmien opiskelijoista. Tämän osion tuloksiin kannattaa kuitenkin suhtautua varauksella, sillä jakauma eri koulutusohjelmien kohdalla oli kyselyssä hyvin epätasaisesti jakautunut.
7 Johtopäätökset

Sosiaalisen median asema yhteiskunnassa on jo aika suuri, vaikka se onkin vielä keittyvääsä vaiheessa. Tulevaisuudessa sen asema tulee entisestään vain kasvamaan ja näin myös opiskelijoiden elämässä. Tälläkin hetkellä se näyttelee jo osaa opiskelijoiden elämässä ainakin kommunikointi- ja ajanviettötapana.

Tutkimuksessa tutkittiin miten paljon sosiaalinen media vaikuttaa Lappeenrannan teknillisen yliopiston opiskelijoiden elämässä. Lähtökohdat sosiaalisen median käytölle olivat hyvät, sillä opiskelijat käyttävät paljon tietokoneita, josta kertoo myös tutkimuksen tulokset teknologian käytön osalta. Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan myös sanoa, että opiskelijat tuntevat hyvin sosiaalisen median eri palveluja ja sovelluksia sekä käyttävät niitä monipuolisesti. Suosituimpia palveluja opiskeluiden keskuudessa näyttävät olevan olevan ne, jotka ovat myös maailmanlaajuisesti kaikkein suosituimpia, kuten YouTube ja Facebook. Joitakin palveluja käytettiin taas yllättävän vähän, kuten Flicr ja Twitter, jotka ovat kuitenkin suosituja ainakin muissa maissa.


myös ensimmäisen opiskeluvuoden jälkeen suurimmalla osalla opiskelijoita. Sosiaalisella medialla on opiskelijoiden verkostoitumisessa toistaiseksi hyvin pieni rooli.


Opiskelijoiden verkostot koostuvat myös monipuolisesti. Verkostoon kuuluu opiskelijoiden lisäksi yleensä myös samojen harrastusten parissa viihtyviä henkilöitä, työkaveria sekä sukulaisia. Myös vanhempiin ystäviin pidetään yhteyttä vaikka ei niin paljon kuin ennen. Sosiaalisen median palveluja pidetään hyvänä tapana pitää yhteyttä ystäviin ja seurata näiden tapahtumia, mutta ystävyyssuhteiden ylläpitoon ne eivät hyvin sovellu.


Stereotypioiden kohdalla kannattaa myös huomata, että niillä voi olla myös vaikutusta sosiaaliseen verkostoitumiseen. Erilaiset yleistyvät ja mielikuvat voivat vaikuttaa siihen, halutaanko eri henkilöryhmien henkilöiden kanssa verkostoitua vai ei. Positiivisia ominaisuuksia omaavia henkilöitä halutaan liittää

66
omaan sosiaaliseen verkostoon, koska nämä saatetaan kokea itselle hyödyllisiksi. Stereotypiat voivat kuitenkin myös johtaa vahvoihin ennakkoluuloihin tiettyjen henkilöryhmien henkilöiden kohdalla ja pahimmillaan jopa näiden syrjintään. Stereotypioiden vaikutus onkin useimmiten enemmän negatiivinen ja haitallinen.

Jos eri henkilöiden sosiaalisten verkostojen kokoja analysoidaan stereotyppien kautta, voidaan ajatella, että tiettyyn henkilöryhmään kuuluvilla ihmisillä sosiaalinen verkosto on laajempi kuin toisilla. Stereotyppiöillä ei kuitenkaan ole suoranaistesti vaikutusta sosiaalisen verkoston kokoon, vaan mielikuvat syntyvät sen perusteella, millaisia eri henkilöryhmien sosiaaliset verkstot jo ovat. Vaikutukset voivat kuitenkin näkyä stereotyppien kohteina olevien henkilöiden sosiaalisten verkostojen kokoissa ja kehityksessä siinä tapauksessa, jos ihmiset alkavat käyttäytyä ja muodostaa sosiaalisia verkostojaan erilaisten stereotyppien ohjaamina.

Stereotyppiat eivät koske pelkästään opiskelijoita vaan ne voivat vaikuttaa myös kaikkien muiden sosiaalisen verkoston muodostamiseen. Yleisesti ottaen, stereotyppiat luovat turhia ennakkoluuloja ja eri henkilöryhmien henkilöihin ei tutustuta. Kuulopuheiden tai muutaman tavatun henkilöryhmän edustajan perusteella muodostettu mielikuva voi hyvin usein osoittautua vääräksi.

verkoston ja vaikuttaako siihan esim. miten he tuntevat toisensa ja ovat pitäneet yhteyttä jo ennestään. Lisäksi selvittämättä jäi myös muodostuuko opiskelijan sosiaalinen verkosto oman vuosikurssin ja koulutusohjelman opiskelijoista vai kuuluuko siihan myös opiskelijoita eri vuosikurssseilta ja tiedekunnista.
LÄHTEET


http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html

http://erkkola.net/sosmed_kasite_erkkola.pdf


http://personalpages.manchester.ac.uk/staff/vmgonz/documents/smt/24SalvaSNSoMobileFinal.pdf


http://www.tietokone.fi/uutiset/sonera_laaja_4g_verkko_suomeen_2015_mennessa


http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Oletko+Facebookissa/1135249030284


Liitteet
Sosiaalisen median käyttö ja verkostoituminen
-kysely LUT:n opiskelijoille

Taustatiedot ja teknologian käyttö

1) Kouluutusohjelma? *
  ☐ Energiatekniikka
  ☐ Kemiatekniikka
  ☐ Konatekniikka
  ☐ Sahatekniikka
  ☐ Tietotekniikka
  ☐ Tutkintotaitois
  ☐ Ympäristötieteen
  ☐ Kauppatieteet

2) Varsikutset? *
  ☐ 1
  ☐ 2
  ☐ 3
  ☐ 4
  ☐ 5
  ☐ N

3) Ija? *
  ☐ 18-20v.
  ☐ 21-23v.
  ☐ 24-26v.
  ☐ 27-30v.
  ☐ 31-34v.
  ☐ yli 34v.

4) Sukupuoli? *
  ☐ Mies
  ☐ Nainen

5) Kuinka monta tuntia käytät päivittäin tietokoneesta? *
  ☐ 0-1 tuntia
  ☐ 2-3 tuntia
  ☐ 4-6 tuntia
  ☐ enemmän kuin 6 tuntia

6) Kuinka monta tuntia käytät päivittäin matkapuhelinta tai muuta verkkoyhteydellä varustettua
mobiililaitetta? *
  ☐ 0-1 tuntia
  ☐ 2-3 tuntia
  ☐ 4-6 tuntia
  ☐ enemmän kuin 6 tuntia
Sosiaalisen median käyttö

7) Oletko käyttänyt seurauksia sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia? Rastita ne vaihtoehdot, joita olet käyttänyt. *
   - Facebook
   - MySpace
   - Twitter
   - Youtube
   - Flickr
   - LinkedIn
   - Blogi
   - Wiki (esim. Wikipedia)
   - Podcast
   - Forumin/keskustelupalsta
   - En ole käyttänyt

8) Oletko luonut sosiaalisen median palveluihin sisältöä? Sisällön luonnilla tarkoitetaan tässä tapauksessa profiilin luomista, videoihin tai valokuvien lisäämistä, oman blogin kirjoittamista jne. Rastita ne vaihtoehdot, joihin olet luonut sisältöä. *
   - Facebook
   - MySpace
   - Twitter
   - Youtube
   - Flickr
   - LinkedIn
   - Blogi
   - Wiki (esim. Wikipedia)
   - Podcast
   - Forumin/keskustelupalsta
   - En ole luonut sisältöä

9) Mitä sosiaalisen median palvelua tai sovellusta seuraaviista käytät eniten? *
   - Facebook
   - MySpace
   - Twitter
   - Youtube
   - Flickr
   - LinkedIn
   - Blogi
   - Wiki (esim. Wikipedia)
   - Podcast
   - Forumin/keskustelupalsta
   - En mitään

10) Kuinka paljon käytät päivittäin aikaa edellä mainittujen palvelujen tai sovellusten parissa? *
    - 0-1 tuntia
    - 2-3 tuntia
    - 4-6 tuntia
    - enemmän kuin 6 tuntia

11) Kuinka paljon käytät viikoittain aikaa edellä mainittujen palvelujen tai sovellusten parissa? *
    - 0-5 tuntia
    - 6-10 tuntia
    - 11-16 tuntia
    - enemmän kuin 16 tuntia
12) Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia? *
☐ Ystävien kanssa viestintään ja kommunikointiin
☐ Vapaa aika ja viidekkäyttöön
☐ Opetusluon ja sen avuksi
☐ Ammatilliseen käyttöön
☐ Johonkin muuhun käyttöön
☐ En käytä lainkaan

13) Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia omien? *
☐ Ystävien kanssa viestintään ja kommunikointiin
☐ Vapaa aika ja viidekkäyttöön
☐ Opetusluon ja sen avuksi
☐ Ammatilliseen käyttöön
☐ Johonkin muuhun käyttöön
☐ En käytä lainkaan

14) Milla laitteella käytät edellä mainittuja palveluja tai sovelluksia? *
☐ Tietokoneella
☐ Matkapuhelimella tai mobiililaitteella
☐ En millään

Facebook

15) Facebook on maailman suosituin sosiaalisen median palvelu ja sillä on maailmanlaajuisesti n. 400 miljoonas aktivista käyttäjää. Oletko luomut itsellesi Facebook-profiilin? *
☐ Kykää
☐ En

16) Kuinka paljon aikaa vietät päivittäin Facebookin parissa? *
☐ 0-1 tunti
☐ 2-3 tunti
☐ 4-6 tunti
☐ enemmän kuin 6 tuntia
Verkostoituminen ja sosiaalinen media

17) Saattuasi opiskelupaikan LUT:ssa, tutustuttiko muihin opiskelijoihin ennen saapumistasi opiskelupaikkakunnalle ja opiskelun alkaus? *
   Kyllä
   EI

18) Jos vastaasit edelliseen kyllä, mitä kautta tutustuit muihin opiskelijoihin ennen saapumistasi opiskelupaikkakunnalle?*
   Sosiakion median palvelujen kautta
   Tätä tarkastusta varten järjestetyn verkkoyhteyden kautta
   Muun ryhmän kautta
   Jotain muuta kautta

19) Mitä kautta olet tutustunut muihin opiskelijoihin yliopistossa? *
   Fysiikka- ja ilmastoaloissa
   Opiskelijapaikalla ja yliopistossa
   Luonnollisella ja opiskelun yhteydessä
   Urheilu- ja muiden harrastusten kautta
   Sosiaalisen median palvelujen välityksellä
   Saman asumiskaupungin kautta
   En ole tutustunut muihin opiskelijoihin

20) Mitä kautta olet tutustunut muihin opiskelijoihin yliopistossa eniten? *
   Fysiikka- ja ilmastoaloissa
   Opiskelijapaikalla ja yliopistossa
   Luonnollisella ja opiskelun yhteydessä
   Urheilu- ja muiden harrastusten kautta
   Sosiaalisen median palvelujen välityksellä
   Saman asumiskaupungin kautta
   En ole tutustunut muihin opiskelijoihin

21) Miten pidät yhteyttä opiskelijaystäviisi? *
   Puhelussa
   Teksti-viestillä
   Pikaviestimellä (esim. Windows messenger)
   IRC-illa
   Sosiaalisen median palvelujen avulla
   Sähköpostilla
   Kirjeen tai kerton välyksillä
   Tapaamalla kuvatoimen
   En pidä yhteyttä

22) Miten pidät yhteyttä opiskelijaystäviisiin mieluumen? *
   Puhelussa
   Teksti-viestillä
   Pikaviestimellä (esim. Windows messenger)
   IRC-illa
   Sosiaalisen median palvelujen avulla
   Sähköpostilla
   Kirjeen tai kerton välyksillä
   Tapaamalla kuvatoimen
   En pidä yhteyttä
23) Kuinka paljon pidät yhteyttä suklaaikaisiin tai muuihin aikaisempiin ystäviisi, jotka eivät nykyään asua samalla paikkakunnalla kuin sinä itse? *
   - Enemmän kuin ennen
   - Vähemmän kuin ennen
   - Yhtä paljon kuin silloin kun asuin samalla paikkakunnalla
   - En pitä yhteyttä olekaan

24) Miten pidät yhteyttä aikaisempiin ystäviisi? *
   - Puhelinsoittaessa
   - Tekstiviestillä
   - Pikaviestimellä (esim. Windows messenger)
   - IRC-illä
   - Sosiaalisen median palvelujen avulla
   - Sähköpostilla
   - Kirjeen tai kortin valityksellä
   - Tapaamalla kasvotusten
   - En pitä yhteyttä

25) Miten pidät yhteyttä aikaisempiin ystäviisi miehiten? *
   - Puhelinsoittaessa
   - Tekstiviestillä
   - Pikaviestimellä (esim. Windows messenger)
   - IRC-illä
   - Sosiaalisen median palvelujen avulla
   - Sähköpostilla
   - Kirjeen tai kortin valityksellä
   - Tapaamalla kasvotusten
   - En pitä yhteyttä

26) Onko sosiaalinen verkostosi tu. ystäväsäätöissä opiskelijoiden keskuudessa määrällisesti muuttunut ensimmäisen vuoden jälkeen? (Jos olet 1. vuosikurssiin opiskelija, voit jättää vastaamatta)
   - Ystävät on kasvanut hieman
   - Ystävät on kasvanut hieman
   - Ystävät on kasvanut hieman
   - Ystävät on pienentynyt

   - Opiskelijista
   - Työmaa-avosta
   - Samaista asianta kiinnostuneista tai harrastavista ihmisistä
   - Sukukuntaista
   - Jumalmaista henkilöä

28) Kerro lyhyesti: miten verkostosi on muodostunut ja miten pidät yhteyttä sen eri ryhmiin?

29) Millaista pidät sosiaalisen median palveluja tapana pitää yllä ystävysvuoteista? *
   - Ystävänä paikkaa, missä tiloja muutakin
   - Hyvänä keimena suoraa ystävien kuuluvuutta
   - Tansaalta hyvänä, mutta toissalta ystävän kylmänä
   - Paras ja käsytön tapa ryöstää
   - Eri hinta huoroina tapana

Okay, done.
Stereotypiat

30) Miksiä ovat erä koulutusohjelmien opiskelijat? Kuvaleen lyhyestä millaisen on energiatekniikan opiskelijia?

31) kemiantekniikan opiskelija?

32) konetekniikan opiskelija?

33) sähkötekniikan opiskelija?

34) tietotekniikan opiskelija?

35) tuotantotalouden opiskelija?

36) ympäristötekniikan opiskelija?

37) kauppatieteiden opiskelija?

Haluan lähettää vastaukset

<< Edellinen  Lähetä >>

KUITOS VASTAUKSISTA 111

Sivu 4 / 4