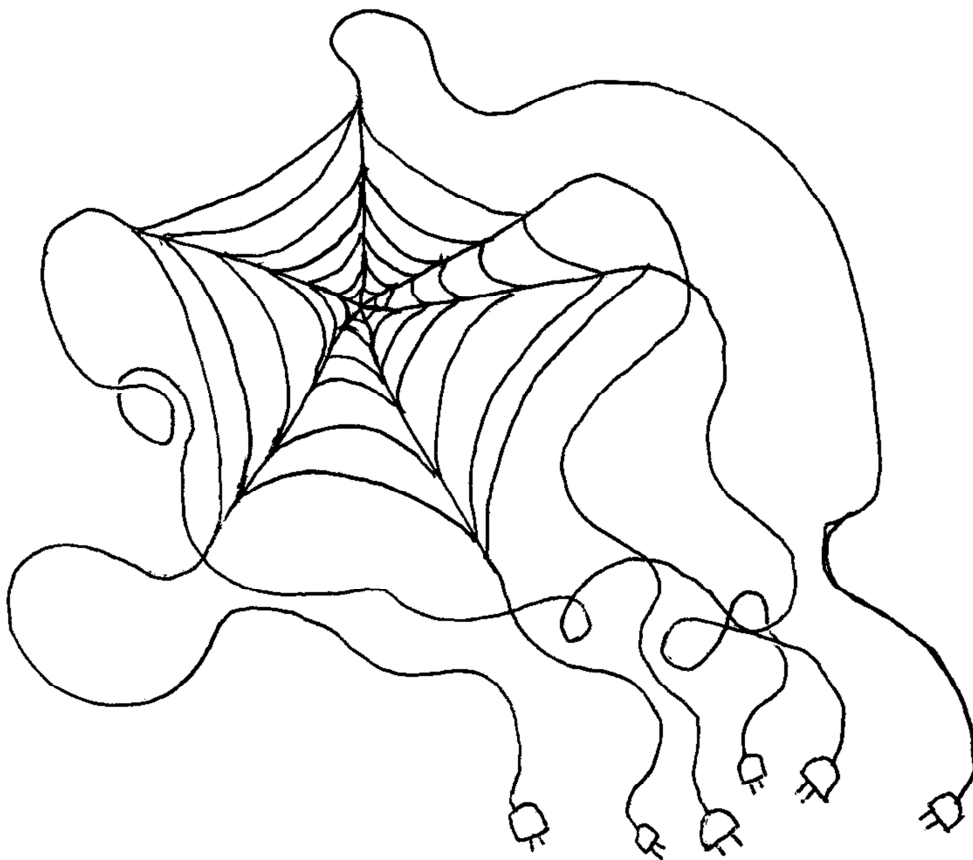


Sosiaalisen median tutkimuskenttä

2001–2011

Mikko Hirvonen



© Mikko Hirvonen

Toimittanut Petri Saarikoski

Etusivun piirros Inna-Maria Eerikäinen

Turun yliopisto

Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen julkaisut XXXVI

Sosiaalinen media 2003–2011 -projekti

ISBN 978-951-29-5041-6 (verkko)

ISSN 1799-0564

Sisällys

1. Johdanto	(3)
2. Tutkimuskentän kartoitus	
2.1 Some-tutkimuksen juuret	(8)
2.2 Social Network(ing) Services	
– verkostoitumispalvelut kansainvälisessä tutkimuksessa	(9)
2.3 Kritiikki nousee	(12)
2.4 Tutkimuskenttä laajenee – SNS-tutkimuksen toinen aalto	(13)
2.5 Sosiaalinen media ja yhteiskunta	(15)
3. Lopuksi: sosiaalisen median tutkimus ja sen määrittäminen	(20)
Lähteet	(23)

1. Johdanto

Tutkimuskatsauksen tarkoituksena on esitellä sosiaalista mediaa käsittelevää kotimaista ja kansainvälistä tutkimusta. Katsaus on osa Turun yliopiston digitaalisen kulttuurin oppiaineen *Sosiaalinen media 2003–2011* -projektia, jossa sitä on käytetty tärkeänä taustadokumenttina samannimisellä luentosarjalla ja kirjahankkeessa.¹

Tutkimuskatsauksen – tai metatutkimuksen – yhtenä ongelmana voi olla aineiston edustavuus ja luotettavuus. Vaikka tarkoitukseni ei ole muodostaa varsinaista synteesiä aiemmasta tutkimuksesta, on lähtökohdat silti hyvä tuoda esille. Tämän katsauksen aineisto koostuu pääosin kansainvälisten tiedejulkaisujen artikkeleista, konferenssipapereista ja muutamista hieman epävirallisimmista kirjoituksista. Aihetta on rajattu paitsi työekonomisista syistä (esimerkiksi hiljattain ilmestyneen tutkimuskirjallisuuden hankkiminen on hidasta, eikä verkkoversioita ole useimmiten tarjolla), myös käytettyjen tiedonhakumenetelmien ja hakusanojen avulla.

Kartoitin tutkimusaineistoa esimerkiksi Nelli-tiedonhakuportaalin, Google Scholar -palvelun, tuoreiden pro gradu -tutkimusten lähdeluetteloiden sekä muutamien sosiaalisen median asiantuntijoiden blogikirjoitusten pohjalta. Käytännössä laajan aineiston läpikäymisessä joudutaan turvautumaan hyvin merkittäviin rajauksiin. Esimerkiksi Nelli-portaalista etsin tähän katsaukseen tietoa seuraavalla tavalla: kävin lehtitietokantoja läpi muun muassa ”social media”, ”social networking” sekä lukuisten yksittäisten palveluiden ja sosiaalisen median rinnakkaiskäsitteiden avulla. ”Social media” -hakusanapari ei esimerkiksi yksistään tuota kovin laajaa otantaa tutkimuksesta. Tämä johtuu pitkälti erityisesti angloamerikkalaisessa tutkimuksessa esiintyvistä ”social networking sites” -johdannaisista käsitteistä. Hakusanat muistuttavatkin paljon laajaa ja hankalasti hahmottuvaa käsiteviidakkoa.

Digitaalisen kulttuurin professori Jaakko Suominen on blogikirjoituksessaan todennut, kuinka tärkeää on pohtia ”[...] onko kyse sosiaalisen median tutkimuksesta ilmiönä tai ilmiöiden kimppuna? Vai tarkoitetaanko sosiaalisen median tutkimusmenetelmillä niitä sosiaalisen median

¹ *Sosiaalinen media 2003–2011* -kirja julkaistaan todennäköisesti syksyllä 2012.

omia keinoja, joilla voidaan rikastaa minkä tahansa ilmiön tutkimusprosessia? Näiden kahden poolin välillä on vielä kolmas tapaus, jossa tutkimuksen kohteena ei ole sosiaalinen media itsessään (teknologiana, mediana, toimintana, uudenlaisen sosiaalisuuden muotona) vaan joku muu ilmiö, jota koskeva aineisto kootaan sosiaalisen median kautta.” (Suominen 2010)

Käytännössä katsauksen aihepiiristä tietoa etsivä törmääkin satoihin tai tuhansiin ”hieman sinne päin” oleviin artikkeleihin. Näkökulman määrittely voi olla vaikeaa myös tutkijoille itselleen. Tämä vaikuttaa väistämättä myös käsillä olevaan tutkimuskatsaukseen. Mikä on sosiaalisen median tutkimusta, mikä ei? Miten kartoittaa vaikeasti määriteltävän ilmiön tutkimusta?

Tutkimustyön yhteydessä puhutaan usein aineiston kylläntymisestä. Kylläntyminen tarkoittaa käytännössä tilannetta, jossa tutkimusaiheeseen liittyvää uutta tietoa ei enää ilmene ja aineisto alkaa toistaa itseään (ks. esim. Eskola & Suoranta 1998). Käytännössä olen siis rajannut katsaukseen valitut artikkelit ja aihepiirit hieman samantapaisella periaatteella. Usein viitatut tutkimukset alkavat hiljalleen nousta esiin, minkä vuoksi on luontevaa nostaa ne esiin tutkimuskatsaukseen tarkempaa tarkastelua varten. Kylläntyminen tarkoittaa tässä yhteydessä myös sitä, että uusia aihepiirejä, näkökulmia ynnä muita kriteerejä alkaa esiintyä yhä harvemmin.

Yksityiskohtaisen esittelyn sijaan lähestyin sosiaalisen median tutkimusta toisella tavalla. Esimerkiksi sosiaalisen median ja identiteetin suhdetta käsittelevää tutkimusta on erittäin paljon – sen takia lieneekin mielekkäämpää tarkastella yleisiä trendejä, diskursseja ja huomioida miten ne ajan oloon muuttuvat – mitä on käsitelty ja mitä ei, miten tutkimus suhteutuu yleiseen internet-tutkimukseen?

Ensimmäiseksi esittelen kuitenkin lyhyesti, mitä termillä ja ilmiöllä tarkoitetaan. En kuitenkaan pyri varsinaisesti ottamaan kantaa eri merkitysten oikeellisuuteen tai muuhun sisältöön, mutta katson, että eri näkökulmien selvittäminen auttaa sekä lukijaa että itseäni tutkimuskentän hahmottamisessa ja positioinnissa.

Arkipuheessa ja mediajulkisuudessa sosiaalinen media yhdistetään useimmiten verkon suosikkipalveluihin, kuten esimerkiksi YouTubeen, Facebookiin, Twitteriin ja niissä tapahtuvaan toimintaan. Näiden palveluiden toimintalogiikat muuttuvat koko ajan, eikä sosiaalinen media

näin muodosta yhtenäistä aluetta. Mobiilia sosiaalista mediaa tutkineet Jari Multisilta ja kumppanit näkevätkin, että kyse on pikemminkin mediapuurosta, jossa palvelut, tekniikat, toimijat, diskurssit ja yksittäiset käyttäjäkokemukset sekoittuvat (Multisilta et al. 2010, 7–8).

Niin sosiaalisen median kenttä kuin käsite itsessään ovat varsin laajoja. Ne muuttuvat ajassa ja kontekstissa. Jussi-Pekka Erkkola on pro gradu -työssään *Sosiaalisen median käsitteestä* pohtinut termin rakentumista. Erkkolan käsiteanalyysin mukaan sosiaalisen median käsite voidaan määritellä seuraavasti:

”Sosiaalinen media on teknologiasidonnainen ja rakenteinen prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, 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, 83)

Sosiaalisen median tutkijat Katri Lietsala ja Esa Sirkkunen ovat määritelleet sosiaalisen median tiettyjen palvelutyyppien kautta: sisällöntuotanto ja julkaiseminen (esimerkiksi blogit), sisällön jakaminen (YouTube, Flickr), verkostoitumis- ja yhteisöpalvelut (MySpace, Facebook), yhteisötuotanto (Wikipedia), virtuaalimaailmat (Second Life) sekä lisäosiin ja lisiin (esimerkiksi Google Maps). Lietsala ja Sirkkunen ovat lisäksi eritelleet jokaiseen genreen liittyviä pääasiallisia käytötapoja (Lietsala & Sirkkunen 2008, 25-26).

Tim O’ Reillyn vuonna 2005 lanseeraama *Web 2.0* on sosiaalisen median sukulaiskäsite. *Web 2.0* voidaan käsittää joko tarkastelemalla parhaillaan käynnissä olevaa Internetin muutosvaihetta, tai erilaisina palveluina, teknologioina ja alustoina, joita sosiaalinen media hyödyntää (O’Reilly 2005). Jere Majava on puolestaan käyttänyt termiä *sosiaalinen web*, joka korostaa käyttäjien roolia aktiivisina toimijoina. Siinä missä *Web 2.0* näyttyy erilaisina työkaluina, tuo *sosiaalinen web* kokonaisuuteen yhteistoiminnan ja vertaistuotannon (Majava 2006; Erkkola 2008). Angloamerikkalaisessa tutkimuksessa käytetään varsin usein käsitettä *social networking sites*, jolla viitataan tavanomaisesti Facebookin, Friendsterin ja MySpacen kaltaisiin yhteisöpalveluihin (Boyd & Ellison 2007).

Monet tutkijat katsovat sosiaalisen median synnyttävän uusia sosiaalisia, yhteiskunnallisia ja viestinnällisiä ilmiöitä. Axel Bruns on analysoinut tilannetta *produsage*-käsitteen, eli käyttö- tai käyttäjätuotannon näkökulmasta: sama henkilö voi toimia verkossa paitsi kuluttajana, myös tuottajana ja osallistujana (Bruns 2008). Perinteisen median tuotanto- ja kulutusmallit eivät siis välttämättä sovellu sosiaaliseen mediaan. Myös ilmiön taloudellisia vaikutuksia on tutkittu paljon. Mediatutkija Trebor Scholz on kriittisesti huomionnut, kuinka Web 2.0 saa myös ideologisia piirteitä: käsite yhdistetään esimerkiksi demokratiaan, kollektiiviseen älykkyyteen ja joukkovoimaan (Scholz 2007).

Siirryn seuraavaksi tarkastelemaan kansainvälistä sosiaalista mediaa käsittelevää tutkimusta. Mitä ilmiöitä, aihepiirejä ja palveluita on tutkittu? Miten tutkimuksen painopisteet ja näkökulmat ovat kehittyneet? Entä voisiko sosiaalisen median tutkimusta 'luokitella' jotenkin? Kommentoin ja esittelen eri ilmiöitä toisinaan myös kotimaisen tutkimuksen avulla.

2. Tutkimuskentän kartoitus

2.1 Some-tutkimuksen juuret

On kenties makuasia, miten esimerkiksi blogitutkimusta voidaan suhteuttaa osaksi sosiaalisen median tutkimuskenttää. Katri Lietsalan ja Esa Sirkkusen luokittelun mukaan blogit luetaan osaksi some-kenttää, samoin virtuaalimaailmat ja monet varhaiset verkostoitumis- ja sisällönjakopalvelut. 2000-luvun alkupuolella ei kuitenkaan puhuttu varsinaisesti sosiaalisesta mediasta. Web 2.0 -käsitekin lanseerattiin vasta vuosikymmenen puolivälissä. Toisaalta tutkimuksen ja käsitteiden historiallistaminen on tärkeää: se mahdollistaa erilaisten kehityskaarien seuraamisen. Mitä tutkittiin ennen "sosiaalista mediaa"?

Akateeminen kiinnostus weblogeja eli blogeja kohtaan heräsi 2000-luvun alkupuolella. *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs* -artikkelikokoelmassa (2004) tarkastellaan blogeja muun muassa retoriikan, diskursiivisten käytäntöjen ja genreanalyysin kautta (Gurak et al 2004). Kokoelma tarjoaa erinomaisen kuvan aikansa tutkimusteemoista. On myös mielenkiintoista, kuinka monet aihepiirit ovat yhä edelleen pinnalla – ainakin jonkin toisen sosiaalisen median palvelun yhteydessä. Hieman tunnetumpaa varhaisvaiheen blogitutkimusta edustaa mediatutkija- ja kriitikko José van Dijck'n artikkeli *Composing the Self: Of Diaries and Lifelogs* (2003), jossa hahmotetaan blogeja suhteessa päiväkirjoihin ja kulttuurin muutokseen². Vastaavaa, "varhaisvaiheen some-tutkimusta" löytyy luonnollisesti myös lukuisista muista sateenvarjokäsitteen alle luettavista palveluista ja sovelluksista.

Online-yhteisö- ja verkostoitumispalvelut (tai niiden esikuviksi laskettavia palveluja, ks. luku 2.2.) ovat kiinnostaneet tutkijoita jo kauan – artikkelitasoisia tutkimuksia lienee satoja tai tuhansia. Esimerkiksi Internet-tutkija Barry Wellman on tarkastellut lukuisissa artikkeleissa muun muassa netin verkkoyhteisöjen muodostumista, rakennetta sekä online- ja offline-verkostojen eroja³. Jenny Peercen ja kumppaneiden artikkeli *History and emergence of online communities* (2003) tarkastelee verkkoyhteisöjä historiallisesta näkökulmasta, joskin melko pinnallisella tasolla. On jälleen mielenkiintoista huomata miten staattisia tutkimusnäkökulmat ovat. Palvelut

² Blogien olemusta ovat tarkastelleet myös esim. Herring et al 2004.

³ Ks. Wellman et al 2001, Wellman et al 2002 ja Wellman 2002.

ja alustat vaihtuvat, mutta samat ilmiöt ovat akateemisen kiinnostuksen kohteina myös kymmenen vuotta myöhemmin.

”Community Web sites are becoming increasingly popular – allowing users to chat, organize events, share opinions and photographs, make announcements, and meet new friends”. (Adamic et al 2003)

Edellinen katkelma kuvaa mielestäni hyvin vaihetta, jolloin sosiaaliseen median tyypillisesti yhdistettävät piirteet yleistyivät ja palvelutarjonta alkoi kasvaa. Adamicin ja kumppaneiden artikkelissa havainnoitiin Stanfordin yliopiston opiskelijoille tarkoitettua Club Nexus -yhteisöä, joka ominaisuuslistansa puolesta voidaan nähdä yhtenä monista varhaisvaiheen sosiaalisen median sovelluksista. 2000-luvun puoliväliä lähestyttäessä varsinainen SNS-tutkimus alkoi lisääntyä. Friendsterin kaltaiset yhteisö- ja verkostoitumispalvelut nousivat tutkimuksen keskiöön.

2.2. Social Network(ing) Services

– verkostoitumispalvelut kansainvälisessä tutkimuksessa

Kenties perinteikkäin ja selvästi erottuva haara sosiaalisen median tutkimuskentällä on angloamerikkalaisesta traditiosta kumpuava *Social Network(ing) Services* eli SNS-palveluita käsittelevä tutkimus⁴. SNS-palveluihin luetaan tavallisesti esimerkiksi Friendsterin, Facebookin ja MySpacen kaltaiset yhteisö- ja verkostointipalvelut. SNS-palveluita käsitteleviä artikkeleita voisi luonnehtia jonkinlaiseksi yleis- tai perustason some-tutkimukseksi. Sosiaalisen median tutkijat Danah M. Boyd ja Nicole B. Ellison ovat kartoittaneet artikkelissa *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* SNS-tutkimuksen historiaa, tutkimusperinnettä ja käsitteenmäärittelyä. Esitys lienee eräs viitatuimmista kansainvälisistä some-tutkimuksista.

⁴ Huom. Network- ja networking -kirjoitusasujen merkityserot – verkostointi ja verkostoituminen. Boyd ja Ellison käyttävät network-käsitettä, koska sosiaalisia suhteita luodaan harvoin täysin tuntemattomiin ihmisiin (Boyd & Ellison 2007, ks. myös Beer 2008). Janne Matikainen käyttää SNS-käsitteestä suomenkielistä vastinetta verkostoitumis- ja yhteisöpalvelut. Matikainen näkee SNS-palvelut osana sosiaalista mediaa, mutta toisaalta myös itsenäisenä käsitteenä – korostaen samalla, että sisällönrajausongelmat ovat ilmeisiä, eikä sitä ole välttämättä edes tarpeen pohtia. Ks. Matikainen 2009, 10–11.

Boydin ja Ellisonin mukaan verkostointipalvelu mahdollistaa seuraavat asiat: 1) julkisen tai osittain julkisen profiilin rakentamisen järjestelmän sisälle, 2) näyttää listan muista käyttäjistä joihin henkilöllä on kontakti ja 3) selata omaa ja muiden käyttäjien kontaktilistaa. Määrittely on laava: tutkijat listaavat esimerkiksi Facebookin, Flickrin ja LastFM-palvelun samaan kategoriaan. Tämä herätti myös keskustelua – sosiologi, internet-tutkija David Beerin artikkeli *Social Network(ing) Sites. Revisiting the Story So Far: A Response to Danah Boyd & Nicole Ellison* (2008) kritisoi edellä mainittua määritelmää sen laajuudesta ja perää yksityiskohtaisempaa luokittelua.

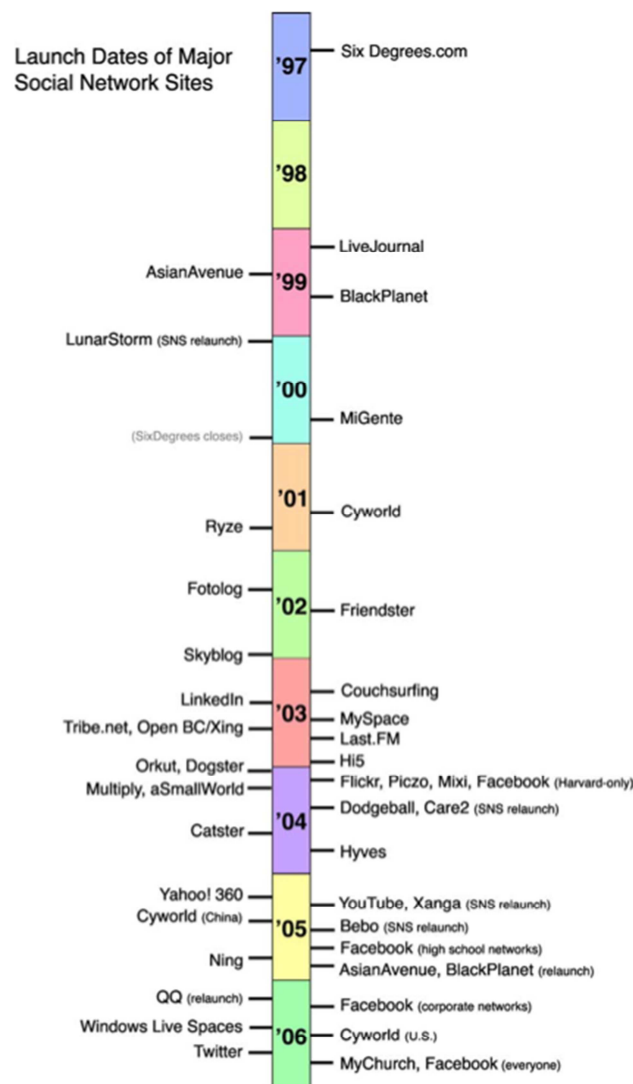


Figure 1 Timeline of the launch dates of many major SNSs and dates when community sites re-launched with SNS features

Kuvio 1. SNS-palveluiden aikajana Boydin ja Ellisonin mukaan. Kuvakaappaus: Mikko Hirvonen 2011.

Boyd ja Ellison näkevät Six Degrees -verkostointipalvelun lajinsa ensimmäisenä ja päätyvät Friendsterin kautta Facebookiin. Mielenkiintoisena yksityiskohtana artikkelissa mainitaan, kuinka osaan palveluista lisättiin SNS-ominaisuuksia vasta myöhemmin. Huomio on tärkeä, sillä se osoittaa miten ja millaisessa kontekstissa sosiaalisen median palvelut ovat eri vuosina kehittyneet.

SNS-palveluiden tutkimus on Boydin ja Ellisonin mukaan monitieteistä ja -metodista, vaikkakin suuri osa tutkimuksesta linkittyy kuitenkin tietokonevälitteisen viestinnän (*CMC, Computer Mediated Communication*) perinteeseen. He linjaavat aktiivisimmiksi tutkimuskohteiksi seuraavat aihealueet: 1) minäkuva, henkilökohtaisen vaikutelman hallinta ja ystävyysuhteet, 2) verkostot ja niiden rakenne, 3) online- ja offline-verkostojen yhdistyminen ja 4) yksityisyys. David Beer vaati edellä mainitussa vastineessaan tutkimusnäkökulmien laajentamista: Boydin ja Ellisonin yksilökeskeisen lähestymistavan lisäksi ilmiötä tulisi tarkastella myös esimerkiksi taloudellisten ja poliittisten seurausten kannalta, sekä niiden motiivien, rakenteiden ja retoriikan kannalta, jotka tuottavat erilaisia mielikuvia sosiaalisesta mediasta.

Ilmeisistä puutteistaan huolimatta Boydin ja Ellisonin artikkelia voidaan pitää eräänlaisena pelinavauksena sosiaalisen median tutkimuksessa. Tutkijat historiallistavat ilmiötä ja esittelevät erilaisia näkökulmia. Vastaavaa kartoitusta on lopulta tehty varsin vähän. Artikkelin toimii myös mielenkiintoisena ajankuvana. Miten sosiaalisen median kenttää hahmotettiin vuonna 2007? Aikana jolloin ilmiön mittasuhteet olivat vielä nykypäivään verrattuna täysin toisenlaiset? Seuraavassa esitellään muutamia tyypillisiä SNS-perinteen tutkimuksia.

Nicole B. Ellison, Charles Steinfield ja Cliff Lampe tarkastelevat artikkelissaan "*Friends*": *Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites* (2007a), kasvattaako Facebookin käyttö college-opiskelijoiden sosiaalista pääomaa. Ellisonin ja kumppanien mukaan Facebook voi madaltaa osallistumiskynnystä esimerkiksi opiskelijajuhliin ja vastaaviin tapahtumiin, ja tätä kautta voivat edesauttaa sosiaalisen pääoman kasvamista. Toisaalta palvelussa luodut uudet tuttavuudet jäävät artikkelin mukaan kuitenkin niin pinnallisiksi, että niitä ei voi varsinaisesti *itsessään* kutsua sosiaalisiksi pääomaksi (ks. myös Steinfield et al., 2008). Lampen, Ellisonin ja Steinfieldin tutkimuksessa *A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network* (2007b) tarkastellaan profiilielementtien suhdetta

Facebook-ystävien määrään. Adam N. Joinsonin artikkeli *"Looking at", "Looking up" or "Keeping up with" People? Motives and Uses of Facebook* (2008) puolestaan tarkastelee palvelun käyttömotiiveja esimerkiksi yksityisyyden, erilaisten käyttäjien ja käyttötapojen suhteen.

2.3 Kritiikki nousee

Mediateoreetikko Trebor Scholz on David Beerin tapaan tarkastellut kriittisesti sosiaaliseen mediaan kytkeytyviä käsitteitä ja erityisesti niiden ideologista taustaa. Scholzin ansioksi on luettava ilmiöiden taustaa ja kehitystä tarkasteleva kulttuurihistoriallinen näkökulma. Julkaisemattomassa essekirjoitelmassa *A History of the Social Web* (2007) Scholz on kartoittanut sosiaalisten verkostojen juuria aina Vannevar Bushin Memexista ja John Cagen osallistavasta säveltaiteesta alkaen. Scholz listaa tiiviiseen tahtiin erilaisia sovelluksia, alustoja ja yhteisöjä, jotka voidaan nähdä nykypäivän Web 2.0 -sovellusten esikuvina. Esimerkiksi sosiaaliset kirjanmerkit, Wikipedia ja käyttäjälähtöinen sisällöntuotanto ovat kaikki "jäljitettävissä" – niiden syntymiseen vaikuttaneet tapahtumat ja palvelut. Scholzin lähestymistapa on kokonaisvaltainen – joskin samalla myös pinnallinen – tarkasteluun otetaan kenties liikaakin erilaisia aihepiirejä. Viimeistelemätön ja julkaisematon kirjoitus on mielestäni kuitenkin tärkeä, sillä se on yksi harvoista sosiaalista mediaa käsittelevä kriittinen, historiallistava tutkielma:

"This is a cross-cultural, critical history of social life on the Internet. It captures technical, cultural, and political events that influenced the evolution of computer-assisted person-to-person communication via the net. Acknowledging the role of grassroots movements, this history does not solely focus on mainstream culture with all its mergers, acquisitions, sales and markets, and the (mostly male) geeks, engineers, scientists, and garage entrepreneurs who implemented their dreams in hardware and software. This is a critical history as it traces the changing nature of labor and typologies of those who create value online as much as it searches for changing approaches toward control, privacy, and intellectual property. It shows strategies for direct social change based on the technologies and practices which already exist". (Scholz 2007).

Scholz on kritisoinut Web 2.0 -hypeä myöhemminkin. Vuonna 2008 julkaistussa artikkelissa *Market Ideology and the Myths of Web 2.0* Scholz analysoi Web 2.0:aan liittyvää ideologista puolta, uutuspuhetta ja suhdetta markkinavoimiin. Käsite *immaterial free labor* (immateriaalinen ilmainen työvoima?) tarkoittaa sitä, kuinka netissä surffailevat ihmiset ovat samalla hyödyksi esimerkiksi jollekin yritykselle. Käytännössä kyse voi olla esimerkiksi crowdsourcing-ilmioistä eli yleisöosallisuudesta, josta kehittyi eräs sosiaalisen median, talouden ja markkinoinnin mantraista (ks. luku 2.5.). Scholzin mukaan ideologisten kytkentöjen paljastamisen on tärkeää. Web 2.0:aan liittyvän keskustelun tarkastelu paljastaa, kuinka diskurssia rakentaa vain pieni joukko eliittä - konsultit, tutkijat, lakimiehet ja media-alan ammattilaiset:

”The Web 2.0 épistémè will not just go away. Therefore, it is important to have a clear understanding of its false claims, its ideological embedment, reinforced by professional elites”. (Sholtz 2008)

2.4 Tutkimuskenttä laajenee – SNS-tutkimuksen toinen aalto

Luvussa 2.2. esitellyt tutkimukset edustavat mielestäni tyypillistä angloamerikkalaista SNS-tutkimusta, jossa on varsin kirjavin metodein ja näkökulmien kautta perehdytty ajankohdalle tyypillisiin tutkimusaiheisiin. Tätä vaihetta voidaan nimittää *ensimmäisen aallon SNS-tutkimukseksi* (noin vuodet 2004–2007). Yksioikoinen luokittelu ja ajoittaminen on kuitenkin vaikeaa. On tärkeää paikantaa tiettyjen vuosien ”suosikkiaiheita” tai ajankohtia, jolloin jotakin tiettyä ilmiötä koskeva tarkastelu on alkanut yleistyä. Seuraavaksi esittelen, miten sosiaalisen median tutkimus on kehittynyt SNS-tapaustutkimuksista kohti laajempaa kulttuurista perspektiiviä.

Boyd ja Ellison mainitsevat vuoden 2007 katsauksessaan, että akateeminen kiinnostus SNS-palveluita kohtaan oli tuolloin selvästi kasvamassa. Sosiaalisen median artikkelitasoinen tutkimus näyttää moninkertaistuneen niin määrällisesti kuin aiheiden kirjon tasolla vuosien 2007–2008

aikana. Samalla tutkimuksen luokittelu ja arviointi on vaikeampaa. Vaikka SNS-perinteeseen pohjautuvia tutkimuksia tehdään yhä edelleen, on niiden rinnalle noussut laajempaa, yleistason some-tutkimusta ja uusia tutkimuskohteita.

Tutkimuksen kohteeksi alkoivat nousta myös esimerkiksi sukupuoleen, etniseen taustaan ja seksuaalisuuteen liittyvät teemat. Niels van Doornin artikkeli *The Ties That Bind: The Networked Performance of Gender, Sexuality and Friendship on MySpace* (2009) peräänkuuluttaa lisää aihepiiriin liittyvää tutkimusta. Doorn tarkastelee sukupuolen ja seksuaalisuuden artikulaatiota MySpace-kommenttienvaihdossa ja sen synnyttämää koheesiota tietyn verkoston sisällä⁵. Eszter Hargittai on puolestaan tarkastellut suosittujen SNS-palveluiden käyttöä ja ei-käyttöä vanhempien koulutustaso, sukupuoli ja etninen tausta huomioiden (Hargittai 2007).

SNS-perinteeseen pohjautuva tutkimus on jatkunut myös 2010-luvun molemmin puolin⁶. Lähestymistavaltaan tuoreempaa otetta edustaa esimerkiksi David Wilkinsonin ja Mike Thewallin artikkeli *Social Network Site Changes Over Time: The case of MySpace*. Tutkijat tarkastelevat MySpace-palvelua ja sen käyttäjäkunnassa mahdollisesti tapahtuneita muutoksia. Tulosten mukaan nuorten, aktiivisten yhdysvaltalaiskäyttäjien määrä on pysynyt melko vakaana, vaikka MySpace on menettänyt käyttäjiä esimerkiksi Facebookille⁷. MySpace ei ole Wilkinsonin ja Thewallin mukaan kehittynyt ainakaan Yhdysvalloissa kaikkia ikäryhmiä tavoittelevaksi palveluksi. Artikkelin kautta on mahdollista peilata, kuinka osa palveluista on ainakin näennäisesti suunnattu eri käyttäjäryhmille tai sitten niitä muokataan ja uudistetaan kilpailutilanteen mukaan.

Tutkimuskohteet monipuolistuivat uusien palveluiden vakiintuessa ja saadessa lisää käyttäjiä. Sosiaalista mediaa ei ollut enää mahdollista tarkastella vain tiettyjen palveluiden kautta ja näkökulmien kautta. *SNS-tutkimuksen "toinen aalto"* (2007–) on käynnistynyt osittain limittäin ensimmäisen vaiheen kanssa, eikä niiden tarkka ajoittaminen ole mahdollista. Kentän selvä monipuolistuminen voidaan kuitenkin ajoittaa noin vuosiin 2007–2008.

⁵ Ks. myös esim. Van Doorn 2007.

⁶ Ks. esim. Debatin et al. 2009; Ledbetter et al. 2010.

⁷ Ks. myös Patchin & Hinduja (2010).

2.5. Sosiaalinen media ja yhteiskunta

Sosiaalisen median palveluiden monipuolistuminen ja kasvava yhteiskunnallinen vaikutus näkyy erilaisina tutkimustrendeinä. Monitieteinen lähestymistapa ja akateemisen perinteen tietynlainen vakiintumattomuus hankaloittaa kuitenkin jäsentelyä. Jotta kokonaisuuden hahmottaminen olisi helpompaa, esittelen mielestäni olennaisimpia – tai helpoiten havaittavia – tutkimuskohteita ja ilmiöitä.

Olen hahmottanut SNS-perinteen rinnalla elävän *sosiaalisen median yhteiskunnallisten vaikutusten tutkimuksen*. Kenties parhaiten tätä kokonaisuutta voidaan tarkastella *osallistumistalous*-käsitteen (ja sen lukuisten johdannaisten ja alatasojen) kautta, joka mielestäni kytkeytyy useimpiin seuraavassa luvussa esittelemiini tutkimuksiin.

Kari A. Hintikan mukaan *osallistumistaloudella* viitataan seuraaviin asioihin:

” [...] internetin uusiin kehityssuuntiin ja ilmiöihin, jotka luovat uudentyyppisiä markkinoita, hyödykkeitä ja ammatteja. Siitä on kehittynyt muutamassa vuodessa miljardibisnes ja se avaa täysin uusia toimintamahdollisuuksia. [...] materiaalien tai immateriaalien hyödykkeiden ja palveluiden innovoinnin, tuotannon, jalostuksen, jakelun, vaihdon, kilpailun ja kulutuksen muotoja, joiden synty edellyttää kollektiivista tai massatoimintaa tietoverkoissa ja tätä kautta markkinoiden syntyä”. (Hintikka 2008)

Aihepiiriä kartoittaneessa PARTECO-hankkeessa esiteltiin seuraava määritelmä, jota kautta olen seuraavassa kappaleessa analysoinut tutkimusta: *Osallistumistaloudella tarkoitetaan hyödykkeiden tuotantoa, jakelua, vaihtoa ja kulutusta joka syntyy sosiaalisen median piirissä*. Osallistumistaloutta voidaan pitää myös jonkinlaisena kattokäsitteenä, joka rakentuu erilaisista ”osallistumis- (participatory) ja vertaiskulttuureista” – esimerkiksi *vertaismediasta* (Melakoski et al. 2007, 8-9; ks. myös Sirkkunen 2006; Jenkins 2006). Kokonaisuudessa on siis kyse valtavan laajasta ilmiöstä. Esittämäni määritelmät pohjautuvat tutkimuskatsauksen seuraavaa lukua: lähestyn tutkimuskenttää muun muassa talouden, vertaismedian ja -tuotannon, politiikan sekä julkisuuden muutoksen kautta.

Sosiaalisen median on sanottu muuttaneen tai haastaneen perinteisen median asemaa uusien tuotanto-, kulutus- ja viestintämallien luomien mahdollisuuksien myötä. Viestintätieteilijä Brenton J. Malinin artikkeli *A Very Popular Blog: The Internet and the Possibilities of Publicity* (2010) kyseenalaistaa mullistusretoriikan. Malin on verrannut ”perinteisen median” ominaisuuksia internetin ja sosiaalisen median luomiin mahdollisuuksiin. Siinä missä verkko tarjoaa paremman mahdollisuuden avoimuuteen, on esimerkiksi kaapelitelevisioyhtiöiden taustalla niin laaja koneisto, että saavutettu mainos- ja huomioarvo on huomattavasti edellä mainittua suurempi. Ovatko Internet ja sen uudet viestintäkanavat sittenkään niin demokratisoivia ja mullistavia, sillä ne toimivat kuitenkin tietyssä taloudellisessa, oikeudellisessa ja kulttuurisessa kontekstissa?

Digitaalisen kulttuurin tutkija Jill Retternberg (2009) on pohtinut kriittisesti sosiaalisen median ja sen käyttäjien suhdetta. Retternberg on kääntänyt perinteisen identiteettitarkastelun pääläelleen Hän esittää Dopplr-yhteisöpalvelun avulla, miten erilaiset sosiaalisen median sovellukset luovat käyttäjistään muotokuvia – sen sijaan että käyttäjät itse rakentaisivat identiteettiään. Muotokuvien syntyyn, sisältöön ja jatkokäyttöön on kuitenkin hankala vaikuttaa. Filteröidyt omakuvat asettuvat osaksi laajempia kulttuurisia malleja, joita esimerkiksi yritykset pyrkivät hyödyntämään.

Joukkoviestintää tutkineet Weiwu Zhang ja kumppanit (2010) ovat tarkastelleet sosiaalisen median vaikutusta poliittisiin asenteisiin. Miten (ja mitkä) palvelut vaikuttavat esimerkiksi poliittiseen ja demokraattiseen osallistumiseen? Artikkelin vie SNS-tutkimusta uuteen, David Beerin vuonna 2008 peräänkuuluttamaan suuntaan, jossa yhteisö- ja verkostopalveluja tutkitaan yhteiskunnallisesta näkökulmasta. Tutkimustulosten mukaan esimerkiksi YouTube, Facebook ja MySpace vaikuttivat myönteisesti kansalaisosallistumiseen (civic participation), mutta eivät poliittiseen osallistumiseen. Joon Soo Lim ja Guy J. Golan ovat artikkelissaan *Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube* (2011) tarkastelleet samaa aihepiiriä käyttäytymis- ja viestintätieteen näkökulmasta: miten käyttäjälähtöinen sisältö – poliittiset YouTube-parodiat – vaikuttavat katsojiin ⁸?

⁸ Ks. myös esim. Towner & Dulio 2011.

Mediatutkija Mette Mortensen (2011) on tutkinut mediankentän muutosta Web 2.0 -sovellusten ja kansalaisjournalismin näkökulmasta⁹. Artikkelin lähtökohtana toimii ”YouTube-marttyriksi” nimetyn iranilaisen Neda Agha Soltanin tapaus. Soltanin kuolema videoitiin ja se päätyi tämän vuoksi länsimaisen median otsikoihin. Mortensen selvittää kansalaisjournalismin käytäntöjä ja amatööriotosten hyödyntämistä ”perinteisessä mediassa” – millaisia eettisiä kysymyksiä se herättää? Vuoden 2009 Iranin vaalien jälkeiseen aikaan sijoittuneet tapahtumat ovat Mortensenin mielestä esimerkki Web 2.0:n avaamista mahdollisuuksista – samalla ne myös osoittavat, kuinka uutismedia ei välttämättä osaa toimia uusien käytäntöjen ja materiaalitulvan suhteen. Mortensen nostaa esille myös ikonisoinnin – miten jokin asia nostetaan esille ja miten siihen liittyvä hype leviää nopeasti ympäri maailman. Tämä onkin mielestäni erinomainen esimerkki sosiaalisen ja perinteisen median kytköksistä.

Axel Bruns on puolestaan lähestynyt paljon tutkittua aihetta mielenkiintoisesta näkökulmasta. Artikkelissa *Citizen Journalism And Everyday Life: A Case Study of Germany’s myHeimat.de* (2009) Bruns näkee myHeimat- uutissivuston kaltaiset yhteistuotantopalvelut uudenlaisena kansalaisosallistumisen mahdollisuutena, vaihtoehtona bloggaaja-journalisti -väittelyille ja mediankentän politisoinnille.

Sosiaalista mediaa on tarkasteltu myös markkinoinnin, erilaisten ansaintamallien sekä johtamisen ja organisaatioiden kautta. Markkinointia tutkineiden Andreas M. Kaplanin ja Michael Haenleinin artikkeli *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media* (2010) lähestyy sosiaalisen median käsitettä liike-elämän näkökulmasta. Kirjoittajat yrittävät tarkentaa sosiaalisen median määritelmää ja eritteleään siihen sisältyviä palveluja erityisesti yrityskäytön kautta. Kaplan ja Haenlein näkevät tavallaan some-hypen taakse: he muistuttavat, kuinka uudessa ympäristössä toimiminen edellyttää kuitenkin edelleen kahta asiaa: sosiaalisia taitoja ja mediataitoja.

⁹ Ks. myös esim. *Citizen Journalism: Global Perspectives* (2009), toim. Allan, Stuart & Thorsen, Einar. Peter Lang, New York. Teoksessa käsitellään kansalaisjournalismia hyvin monipuolisesti lukuisten eri some-palvelujen ja aihepiirien kautta.

		Social presence / Media richness		
		Low	Medium	High
Self-preservation/ Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content communities	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

Kuvio 2. Sosiaalisen median eri alueet. Kaplan ja Haenlein (2010) ovat pyrkineet määrittelemään sosiaalisen median käsitettä yritysnäkökulmasta. Palvelut sijoittuvat luokkiin sosiaalisen läsnäolon ja mediasisältöjen sekä itsensä ilmaisemisen mukaan. Kuvio: Petri Saarikoski 2011.

Kaplan ja Haenlein ovat tutkimuksissaan tarkastelleet myös Second Life -virtuaalimaailmaa erityisesti kuluttajatutkimuksen näkökulmasta ¹⁰. Myös muut virtuaalimaailmat, kuten suomalainen HabboHotel ovat olleet akateemisen kiinnostuksen kohteena ¹¹.

Virtuaalimaailmoja on tutkittu erityisesti virtuaalisen kuluttamisen ja sosiaalisen kanssakäymisen kannalta, mutta myös esimerkiksi opetuksen, organisaatioiden ja työelämän kontekstissa. Monet näistä teemoista kytkeytyvät sosiaaliseen mediaan tietysti myös yleisemmällä tasolla. Hyvä esimerkki tästä on vaikkapa LinkedIn- ja Facebook-yhteisöpalvelujen käyttö rekrytointi- ja henkilövalintojen tukena. Ralf Caersin ja Vanessa Castelynsin (2010) mukaan erityisesti LinkedIn-profiilin tarjoamaa informaatiota arvostetaan, vaikkakin hakijan tietoja voidaan tarkistaa ja täydentää molempien palvelujen kautta.

Tämän tutkimuskatsauksen otoksen perusteella sosiaalisen median tutkimus monipuolistuu palvelutarjonnan kasvaessa. Esimerkiksi Twitter-mikrobloggauspalvelua on tutkittu paljon ja hyvin erilaisista näkökulmista ¹². Palveluiden suosio näyttäisi jossain määrin myös linkittyvän siitä tehtävän tutkimuksen määrään. Esimerkiksi suhteellisen vähän mediahuomiota kerännyttä Flickr-kuvapalvelua ei ole tutkittu kovinkaan paljon. Flickr'n tapaiset "marginaalisemmat" sosiaalisen median sovellukset nousevat kuitenkin usein esiin (erityisesti informaatio- ja kirjallisuustieteen) tutkimuksissa, joissa käsitellään vaikkapa tiedon organisoimista ja sosiaalisia

¹⁰ Ks. esim. Kaplan & Haenlein 2009a; Kaplan & Haenlein, 2009b.

¹¹ Lehdonvirta & Wilska & Johnson 2009; Johnson 2010.

¹² Ks. esim. some-tutkija Danah Boydin ylläpitämä lista Twitter- ja mikrobloggausta käsittelevästä tutkimuksesta, <http://www.danah.org/researchBibs/twitter.php>.

tageja¹³. Verkkotietosanakirja Wikipediaa on tarkasteltu melko paljon esimerkiksi yhteisötuotannon kautta¹⁴. Pnina Shachaf ja Noriko Hara (2010) pohtivat Wikipediassa esiintyvää ilkivaltaa ja esittävät trollauksen muistuttavan motiiveiltaan hakkerointia. Denise Anthony, Sean W. Smith ja Timothy Williamson (2009) ovat puolestaan tutkineet Wikipediaa sen maineen ja luotettavuuden kannalta: ovatko avoimeen yhteistuotantomalliin perustuvan palvelun anonyymit ja rekisteröityneet käyttäjät yhtä luotettavia?

Sosiaalista mediaa on hyödynnetty paljon opetuskäytössä. Aiheeseen liittyvä tutkimus on usein hyvin välinelähtöistä. Miten esimerkiksi wikit, blogit tai vaikkapa Twitter soveltuvat opetukseen¹⁵? Christine Greenhowin ja kumppaneiden artikkeli *Learning, Teaching, and Scholarship in a Digital Age – Web 2.0 and Classroom Research* (2009) on puolestaan pitkälti kasvatustieteen näkökulmasta kirjoitettu yleisemmällä tasolla liikkuva ”pelinavaus”. Artikkelin mukaan netin uudet palvelut on nähtävä uusina oppimisympäristöinä, joita on myös tutkittava ja kehitettävä.

¹³ Ks. esim. Terras 2011; Woolwine 2011.

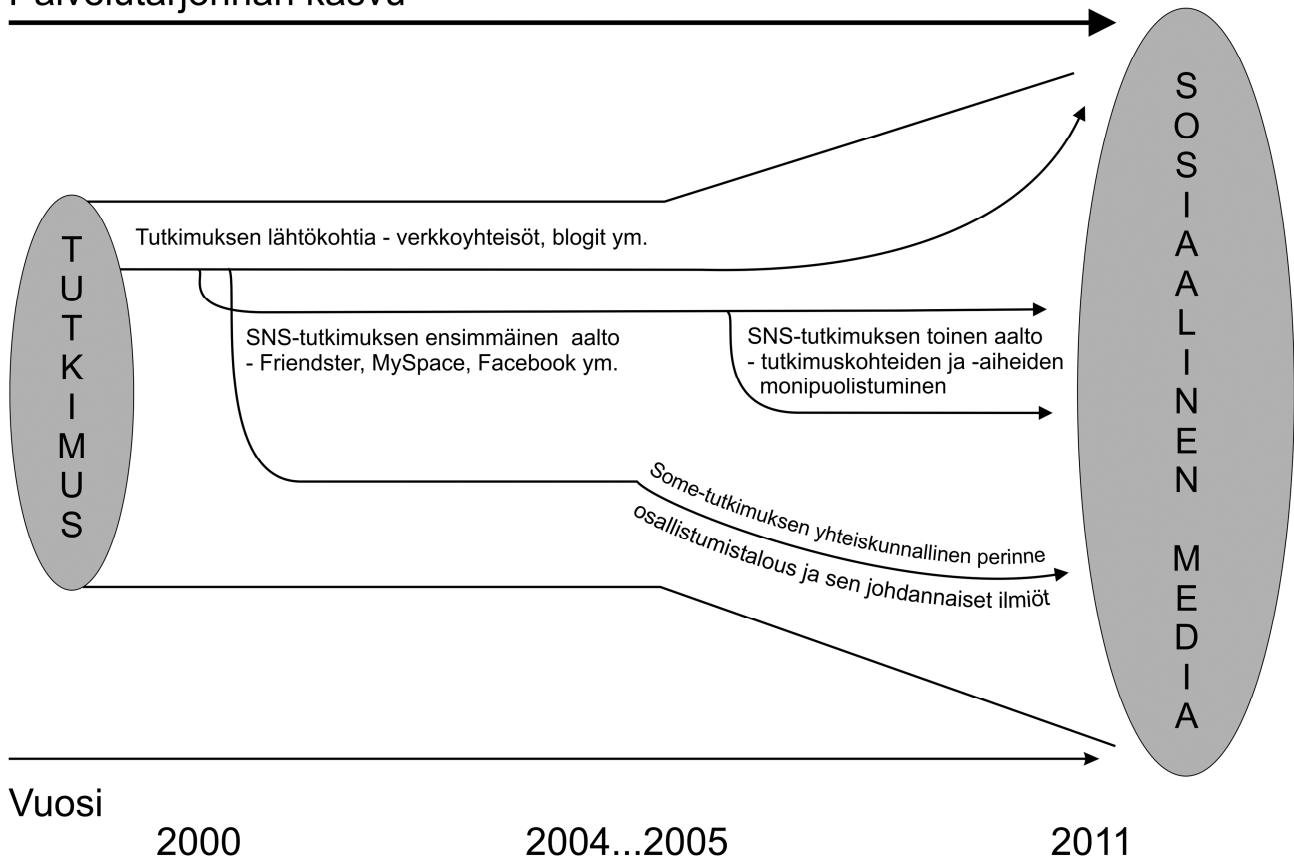
¹⁴ Wikipedian tuotantomallista ja osallistumiskulttuurista, ks. esim. Bryant et al 2005.

¹⁵ Ks. esim. Junco et al 2010; Duffy & Bruns 2006.

3. Lopuksi: sosiaalisen median tutkimus ja sen määrittäminen

Tutkimuskatsaukseni aineisto on pääosin koostunut tieteellisissä aikakausjulkaisujen artikkeleista, konferenssipapereista sekä muutamista hieman epävirallisemmista lähteistä. Seuraavassa kokoaan havaintoni yhteen ja pyrin luomaan tutkimuskentästä kokonaiskuvan.

Palvelutarjonnan kasvu



Kuvio 3. Sosiaalisen median tutkimuksen kehityslinjoja ja trendejä. Kuvio: Mikko Hirvonen & Petri Saarikoski

Kuviossa 3 esitetään, kuinka sosiaalisen median tutkimuksen lähtökohdat kiinnittyvät blogi- ja verkkoyhteisöjä käsittelevään tutkimukseen. Palvelutarjonnan kasvaessa tutkimus alkoi monipuolistua. Angloamerikkalainen SNS-perinne kehittyi Friendsterin ja MySpacen kaltaisten palveluiden yleistyessä. Havaintojeni mukaan SNS-tutkimuksen "toinen aalto" laajensi tutkimuskenttää kenties hieman "yhteiskunnallisen perinteen" suuntaan. Sosiaalisen median tutkimuksen yhteiskunnallinen perinne kytkeytyy vahvasti monimutkaiseen taloudellis-poliittiseen ilmiökenttään, jota olen lähestynyt osallistumistalous-käsitteen kautta. Tähän

tutkimusperinteeseen olen kytkenyt esimerkiksi yhteisötuotantoa, kansalaisosallistumista ja -journalismia sekä taloutta käsitteleviä esityksiä.

Sosiaalisen median tutkimusta voisi suhteuttaa yleiseen internet-tutkimukseen. Barry Wellman on jakanut nettitutkimuksen kolmeen eri aikakauteen: esihistoriaan, utooppiseen ja euforiseen ensimmäiseen vaiheeseen, 1990-luvun loppupuolen systemaattiseen käyttötapojen ja käyttäjien dokumentointiin sekä 2000-luvun analyttisempaan tutkimukseen.¹⁶ Hieman vastaaviin malleihin ovat päätyneet myös esimerkiksi nettitutkijat David Silver ja Susanna Paasonen¹⁷. Some-tutkimus vaikuttaa kehittyvän melko samanlaisen kaavan mukaan. Vaikka erilaisia sosiaaliseen mediaan liittyviä ilmiöitä on tutkittu jo 2000-luvun alkupuolelta saakka, on tutkimuksen kehityksestä, ja erilaisista diskursseista toistaiseksi kirjoitettu hyvin vähän.

Käytännössä tutkimuksen kehittymistä ja sen historiaa ei voi kuitenkaan tarkastella aivan näin yksinkertaistetusti. Käyttämäni jaottelu on vain yksi mahdollinen lähestymistapa. On muistettava, että monet sosiaaliseen mediaan kytkeytyvät yhteiskunnalliset ja taloudelliset ilmiöt kietoutuvat myös usein lopulta toisiinsa. YouTube-vertaistuotantoa voi tarkastella niin uuden mediajulkisuuden, poliittisen osallistumisen kuin taloudellisten vaikutusten kautta. Tutkimustrendien ja -perinteiden määrittely myös yksinkertaistaa sosiaalista mediaa ilmiönä – kyse on todellakin Jari Multisillan ja kumppaneiden mainitsemasta mediapuurosta, jossa palvelut, tekniikat, toimijat, diskurssit ja yksittäiset käyttäjäkokemukset sekoittuvat. On myös huomattava, kuinka vaikkapa blogeja tutkitaan yhä edelleen, esimerkiksi opetusikäytön ja kansalaisjournalismin näkökulmista. Varhaistutkimus on muuttunut osaksi sosiaalisen median yhteiskunnallista tutkimusta. Toisaalta tyypittelyä tarvitaan, jotta kokonaiskuvan muodostaminen oli ylipäänsä mahdollista.

Tutkimuskentän kokonaisvaltainen havainnointi muistuttaa paikoin tilkkutäkin kokoamista. Jotkut kysymyksistä jäävät avoimiksi saumakohtiin, mutta kokonaisuudesta alkaa silti hahmottua jotain tuttua ja ymmärrettävää. Palaamme myös jälleen kysymykseen sosiaalisen median määrittelystä. Mikä on sosiaalista mediaa, mikä ei? Tähän kysymykseen kansainvälinen artikkelitasoinen tutkimus ei ole kovin usein vastannut. Sosiaalisen median asiantuntija ja tutkija

¹⁶ Wellman 2004.

¹⁷ Silver 2000; Paasonen 2003.

Harto Pönkä on mielestäni varsin osuvasti todennut, kuinka ”Sosiaalisen median käsitteeseen ei useinkaan törmää tieteellisissä vertaisarvioituissa artikkeleissa – saati sen määritelmiin.

Yleisemmin käytetään käsitteitä Web 2.0, social software ja social web. Tai sitten kirjoitetaan jostakin tietystä sosiaalisen median palvelusta tai laajemmin sosiaalisesta verkostoitumisesta, bloggaamisesta, wikeistä tms. ” (Pönkä 2009)

Pönkän näkemys tukee niitä havaintoja, joita tein katsausta kirjoittaessani. Sosiaalisen median tutkimus on poikkitieteellistä, maantieteellisen sijainnin mukaan väritynyttä ja käsitteiltään vivahteikasta. Tarkastelu on enimmäkseen väline-, alusta- tai palvelulähtöistä: miten välinettä X hyödynnetään jossakin tietyssä kontekstissa? Sosiaalisen median historiaa tai ilmiötä kriittisesti tarkastelevaa tutkimusta esiintyi tämän katsauksen otannassa varsin vähän. Kenties tästä johtuen myös käsitteiden ja tutkimuskentän määrittely jää usein pinnalliselle tasolle.

Lähteet

Adamic, Lada, Buyukkokten, Orukut & Adar, Eytan (2003): A Social Network Caught in the Web. *First Monday*, Volume 8, Number 6 – 2 June 2003,

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1057/977>.

Anthony, Denise, Smith, Sean & Williamson, Timothy (2009):

Reputation and Reliability in Collective Goods : The Case of the Online Encyclopedia Wikipedia Rationality and Society 2009 21: 283 DOI: 10.1177/1043463109336804, <http://rss.sagepub.com/content/21/3/283>.

Beer, David (2008): Social Network(ing) Sites...Revisiting the Story So Far: A Response to Danah Boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 13, Issues 2, 516–529, January 2008,

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00408.x/full>.

Beer, David & Burrows, Roger (eds) (2010): "Consumption, Prosumption and Participatory Web Cultures". A *Special Issue of the Journal of Consumer Culture* 10(1): 3–149.

Boyd, Danah (2010): Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (ed. Zizi Papacharissi), pp. 39-58, <http://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>.

Boyd, Danah & Ellison, Nicole (2008): Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2008) 210–230. 3 (1). [Special Issue of JCMC on Social Network Sites, Eds.: Danah Boyd and Nicole Ellison.], <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.

Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Prodesage*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.

Bruns, Axel (2009): Citizen Journalism and Everyday Life: A Case Study of Germany's myHeimat.de. *Paper presented at Future of Journalism, Cardiff, 9-10 Sep. 2009*,

<http://snurb.info/files/talks2009/Citizen%20Journalism%20and%20Everyday%20Life.pdf>.

Bryant, Susan & Forte, Andrea & Bruckman, Amy (2005): Becoming Wikipedian: Transformation of Participation in a Collaborative Online Encyclopedia. *Proceedings of the 2005 International ACM SIGGROUP Conference on Supporting Group Work*,

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.62.5337&rep=rep1&type=pdf>.

Caers, Ralf & Castelyns, Vanessa (2010):

LinkedIn and Facebook in Belgium: The Influences and Biases of Social Network Sites in Recruitment and Selection Procedures. *Social Science Computer Review*, published online 12 December 2010, <http://ssc.sagepub.com/content/early/2010/12/04/0894439310386567>.

van Dijck, José (2003): Composing the Self: Of Diaries and Lifelogs. *The Fibreculture Journal*. Issue 3 2004, <http://three.fibreculturejournal.org/fcj-012-composing-the-self-of-diaries-and-lifelogs/>.

Debatin, Bernhard & Lovejoy, Jennette P. & Horn, Ann-Kathrin & Hughes, Brittany N. (2009): Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication* 15 (2009) 83–108, <http://www.lib.sfu.ca/sites/default/files/10227/facebook10.pdf>.

van Doorn, Niels: Digital Spaces, Material Traces: How Matter Comes to Matter in Online Performances of Gender, Sexuality and Embodiment. *Media Culture Society* 2011 33: 531, <http://mcs.sagepub.com/content/33/4/531>.

Duffy, Peter & Bruns, Axel (2006): The Use of Blogs, Wikis and RSS in Education: A Conversation of Possibilities. *Proceedings Online Learning and Teaching Conference 2006*, 31–38, Brisbane, <http://eprints.qut.edu.au/5398/1/5398.pdf>.

Ellison, Nicole B. & Steinfield, Charles & Lampe, Cliff: The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* vol. 12 (4) 2007, <http://jcmc.indiana.edu/voi12/issue4/ellison.html>.

Ellison, Nicole B. & Steinfield, Charles & Lampe, Cliff: A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network. *CHI 2007 Proceedings. Online Representation of Self*. 2007, <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1240695>.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998): *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino, Tampere.

Greenhow, Christine, Robelia, Beth & Hughes, Joan (2009): Learning, Teaching, and Scholarship in a Digital Age – Web 2.0 and Classroom Research. *Educational Researcher* May 2009 vol. 38 no. 4, 246-259, <http://edr.sagepub.com.ezproxy.utu.fi:2048/content/38/4/246.full.pdf+html>.

Gurak, Laura J. & Antonijevic, Smiljana & Johnson, Laurie & Ratliff, Clancy & Reyman, Jessica (2004): *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*, http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual_blogs.html.

Erkkola, Jussi-Pekka (2008): *Sosiaalisen median käsitteestä*. Medialaboratorion lopputyö. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu, http://mlab.taik.fi/pdf/ma_final_thesis/2008_erkkola_jussi-pekka.pdf.

Hargittai, Estzer (2007): Whose Space Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13: article 14, <http://webuse.org/p/a21>.

Herring et al. (2004): Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences – 2004*, <http://www.computer.org/portal/web/csdl/abs/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101babs.htm>.

Hintikka, Kari (2008): *Johdatus osallistumistalouteen – internetin uusia taloudellisia toimintaympäristöjä*. TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry:n julkaisusarja, Julkaisusarjan osa 32. Helsinki, 2008, http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/24123/file/julkaisu_32.pdf.

Jenkins, Henry (2006): *White Paper Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF.

Joinson, Adam N (2008): "Looking at", "Looking up" or "Keeping up with" People? Motives and Uses of Facebook. *Conference on Human Factors in Computing Systems – Online Social Networks*. April 5-10, <http://doi.acm.org/10.1145/1357054.1357213>.

Junco, Reynol & Heiberger, Greg & Loken, Eric. et al (2010): The Effect of Twitter on College Student Engagement and Grades. *Journal of Computer Assisted Learning*, <http://blog.reyunco.com/pdf/JuncoHeibergerLokenTwitterEngagementGrades.pdf>.

Ledbetter, Andrew M. & Mazer, Joseph P. & DeGroot, Jocelyn M. & Meyer, Kevin R. & Mao, Yuping & Swafford, Brian (2011): Attitudes Toward Online Social Connection and Self-Disclosure as Predictors of Facebook Communication and Relational Closeness *Communication Research* 2011 38: 27, <http://crx.sagepub.com/content/38/1/27>.

Lietsala, Katri & Sirkkunen, Esa (2008): *Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere University Press, Hypermedia Laboratory Net Series 17. Tampere, <http://tampub.uta.fi/tup/978-951-44-7320-3.pdf>.

Joon Soo Lim & Guy J. Golan (2011): Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube. *Communication Research*, published online 24 May 2011, <http://crx.sagepub.com/content/early/2011/05/19/0093650211405649>.

Lassen, David S. & Brown, Adam R. (2010): Twitter: The Electoral Connection? *Social Science Computer Review* September 23, 2010, <http://ssc.sagepub.com/content/early/2010/09/24/0894439310382749>.

Malin, Brenton J. (2010): A Very Popular Blog: The Internet and the Possibilities of Publicity. *New Media Society* 2011: 13, 187, <http://nms.sagepub.com/content/13/2/187>.

Majava, Jere (2006): Kohti sosiaalista verkkoa. *Verkkoviestintäkirja*. Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.). Palmenia-sarja. Helsinki: Helsinki University Press.

Melakoski, Caj & Sirkesalo, Sohvi & Tirronen, Helena (2007): "Himottaa, mutta pelottaa?" *Suomalaisen sisältötuotantoalan näkemyksiä osallistumistaloudesta ja sosiaalisesta mediasta*. PARTECO-hankkeen osaraportti. Tampereen ammattikorkeakoulun julkaisuja, Tampere.

Matikainen, Janne (2009): *Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla*. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009. Helsinki, http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/sosiaalisen_ja_perinteisen_median_rajalla_raportti.pdf.

Mortensen, Mette (2011): When Citizen Photojournalism Sets the News Agenda: Neda Agha Soltan as a Web 2.0 Icon of Post-election Unrest in Iran. *Global Media and Communication* 7(1) 4–16.

Multisilta, Jari & Mäenpää, Marjo & Suominen, Jaakko (2010): Mitä on mobiili sosiaalinen media? *Yhdessä ja liikkeellä: mobiili sosiaalinen media*. Toim. Multisilta, Jari, Mäenpää, Marjo & Suominen, Jaakko. Turun yliopisto. Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen koulutusohjelman julkaisuja 21, Pori.

O'Reilly, Tim (2005). *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

Paasonen, Susanna (2003): Erityisyyttä, edistysuskoa ja amnesiaa - Internet-tutkimuksen hankalat määritelmät. *mediumi* 2.2. (2/2003), http://wayback.archive.org/web/*/http://www.m-cult.net/mediumi/article.html?articleId=225&page=1

Patchin, Justin W. & Hinduja, Sameer (2010): Trends in online social networking: adolescent use of MySpace over time. *New media & society* 12(2) 197–216, <http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/c63310/ArticlesFromClassMembers/Jennelle.pdf>.

Preece Jenny & Maloney-Krichmar Diane & Abras Chadia (2003): *History and Emergence of Online Communities*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.118.244&rep=rep1&type=pdf>.

Pönkä, Harto (2009): Sosiaalisen median määritelmiä. Blogikirjoitus,
<http://harto.wordpress.com/2009/07/27/sosiaalisen-median-maaritelmiä/>

Rettberg, Jill Walker (2009): Freshly Generated for You, and Barack Obama' : How Social Media Represent Your Life. *European Journal of Communication* 2009 24: 451, <http://ejc.sagepub.com/content/24/4/451>.

Shachaf, Pnina & Hara, Noriko (2010): Beyond vandalism: Wikipedia trolls. *Journal of Information Science* 2010 36: 357, <http://jis.sagepub.com/content/36/3/357>.

Scholz, Trebor (2007): *A History of the Social Web*. Julkaisematon artikkeliluonnos. Etsitty Googlen välimuistista. Kopio tekstistä kirjoittajan hallussa.

Scholz, Trebor (2008): Market ideology and the myth of web 2.0. *First Monday*, Volume 13, Number 3 - 3 March 2008, <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2138/1945>.

Silver, David (2000): Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000. Julk. alunperin teoksessa Gauntlett, David (ed.) *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*. Oxford University Press, 19–30 , <http://rccs.usfca.edu/intro.asp>.

Suominen, Jaakko (2010): Miten menetellä sosiaalisessa mediassa? Blogikirjoitus.
<http://jaasuo.wordpress.com/2010/08/17/miten-menetella-sosiaalisessa-mediassa/>

Towner , Terri L. & Dulio, David A. (2011): An experiment of campaign effects during the YouTube election. *New Media Society* 2011 13: 626 originally published online 16 February 2011,
<http://nms.sagepub.com/content/13/4/626>.

Weiwu, Zhang et al. (2009): The Revolution Will be Networked : The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior. *Social Science Computer Review* February 2010 vol. 28 no. 1, 75–92,
<http://ssc.sagepub.com/content/28/1/75>.

Wellman, Barry - Haase Anabel Quan – Witte, James – Hampton, Keith: (2001): Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? : Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist* 2001 45: 436.

Wellman, Barry et al. (2001): Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? : Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist* 2001 45: 436,
<http://abs.sagepub.com/content/45/3/436>.

Wellman, Barry (2002): Designing the Internet for a Networked Society: Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism. *Communications of the ACM*, 45(5), 91-96.

Wellman, Barry & Boase, Jeffery, & Chen, Wenhong (2002): The Networked nature of community: Online and offline. *IT&Society*, 1 (1), 151–165.

Wellman, Barry (2004): The Three Ages of Internet Studies: Ten, Five and Zero Years Ago. *New media & society*, Vol6(1):123–129, http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/internet-10-5-0/wellman_threeages.pdf.

Wilkinson, David & Thelwall, Mike (2010): Social Network Site Changes Over Time: The Case of MySpace. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* Volume 61, Issue 11, November 2010, 2311–2323.